

# Postmodern Kentsel Mekânda Gastronomi Kültürünün Dönüşümü Sürecinde Maddi Kültürün Estetikleştirilmesi

SELÇUK İLETİŞİM  
DERGİSİ 2021;  
14(4): 1879-1909  
doi: 10.18094/josc.983216



**Cem Tutar, Durmuş Durukan**

ÖZ

Modern dönemdeki kent yaşamı endüstriyel üretim ilişkileri temelinde örgütlenirken, 1970'li yıllardan itibaren postmodern kentlerde tüketim etkinliği ön plana geçmiştir. Sanayi sonrası toplumsal yaşamın gereklerine cevap veren postmodern kentlerin, kültür ve mekân etkileşimleri, özellikle 1980'li yıllarda küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklarla çeşitlenerek buldukları coğrafyaların içerisinde görünürlük kazanarak markalaşmaktadır. Yeni dönemin sermaye birikim süreçlerinin merkezleri olarak kentlerin mekânsal pratikleri, aynı zamanda maddi kültürün oluşum sürecini de yapısal olarak değiştirmiştir. Yaşam biçimlerini dönüştüren yeni dönemin bilgi teknolojileri, gastronomi kültürünü de etkilemiştir. Gastronomi kültürü içerisinde yemeğe ait bilginin öğrenilmesi ve aktarılmasında usta çırak ilişkisi içerisinde yapılandırılan mesleki bir zanaatkarlık söz konusudur. Postmodern dönemle birlikte gastronomi alanında uzman bilgisi zanaatkarlığın yerini alırken, maddi kültürün bütünselliği de parçalanarak kapitalist sistem tarafından yönetilip denetlenmeye başlamıştır. Çalışma kapsamında gastronomi alanına uzun yıllardır emek vermiş aşçıların sosyal medya içerikleri nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak ilgili kuramsal literatür üzerinden tartışılmıştır. Buna göre kapitalizmin gastronomi alanına ait uzmanlık bilgisini yeni medya ortamları içerisinde ticari bir yaklaşımla tanımladığı görülmüştür. Dijital ekosistemler içerisinde yaratılan gastronomi alanı, yeme-içme pratiklerini yerel kültürel öğelerinden kopararak, eklektik ve sentetik bir küresel alanın parçası haline getirirken, gastronomi estetikleştirilmiş sunumlar içinde bütünsel bir gösteri söyleminin parçası haline gelmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Postmodern Kent, Tüketim Toplumu, Gastronomi, Zanaatkarlık, Sosyal Medya

CEM TUTAR

Dr. Öğr. Üyesi

Üsküdar Üniversitesi

cem.tutar@uskudar.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-4547-6171

DURMUŞ DURUKAN

Medya ve Kültürel Çalışmalar Yüksek Lisans Mezunlu

Üsküdar Üniversitesi

dr.ddurukan@gmail.com

ORCID ID: 0000- 0001- 8353- 1728

SELÇUK İLETİŞİM DERGİSİ 2021; 14(4): 1879-1909

doi: 10.18094/josc.983216

Geliş Tarihi: 15.08.2021 Kabul Tarihi: 14.10.2021 Yayın Tarihi: 25.10.2021

# Aestheticization of Material Culture in the Transformation Process of Gastronomy Culture in Postmodern Urban Space

JOURNAL OF SELÇUK  
COMMUNICATION 2021;  
14(4): 1879-1909  
doi: 10.18094/josc.983216



**Cem Tutar, Durmuş Durukan**

## ABSTRACT

While the urban life in the modern period has been organized on the basis of industrial production relations, the consumption activity has come into the forefront in postmodern cities since the 1970s. The culture and space interactions of postmodern cities that respond to the requirements of post-industrial social life began to shape with the facilities provided by information and communication technologies, especially with the acceleration of globalization in the 1980s. The postmodern cities become apparent in the geographies they are located and become brands in this process. The spatial practices of cities as the centers of capital accumulation processes of the new era have also structurally changed the formation process of material culture. Transforming the lifestyles, the information technologies of the new era also influenced the gastronomy. The gastronomy culture involves the craftsmanship structured through the master-apprentice relationship in the process of learning and transferring the knowledge about food. With the postmodern period, the expertise in the field of gastronomy has replaced craftsmanship, and the integrity of material culture has been fragmented and started to be managed and controlled by the capitalist system. The social media contents of the chefs who have worked in the field of gastronomy for many years were discussed through the relevant theoretical literature using the qualitative content analysis method within the scope of the study. Accordingly, it was found that the capitalism defines the expertise of gastronomy with a commercial approach in new media environments. While the field of gastronomy established within digital ecosystems makes eating and drinking practices a part of an eclectic and synthetic global space by detaching it from local cultural elements, gastronomy has become a part of a holistic show discourse within aestheticized presentations.

**Keywords:** Postmodern City, Consumption Society, Gastronomy, Craftsmanship, Social Media

CEM TUTAR

Lecturer/PhD

Üsküdar University

cem.tutar@uskudar.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-4547-6171

DURMUŞ DURUKAN

Media and Cultural Studies Master's Degree

Üsküdar University

dr.ddurukan@gmail.com

ORCID ID: 0000- 0001- 8353- 1728

JOURNAL OF SELÇUK COMMUNICATION 2021; 14(4): 1879-1909

doi: 10.18094/josc.983216



## GİRİŞ

Üretim ilişkileri ve teknolojileri yaşanan dönemin kültür ve mekân etkileşimlerini biçimlendirerek mekânsal pratikler üzerinden görünürlük kazanmaktadır. Endüstri Devrimi'yle birlikte kentler, modern toplumsal yaşamın zaman ve mekân örgütlenmesinde merkezi bir konuma yerleşmiştir. Lewis Mumford'a göre bu dönemle birlikte kapitalizm, pazarın hacmini genişletirken kentsel mekânları meta statüsüne yükselterek piyasa ekonomisi içerisinde yer almalarını hedeflemiştir (2019, s. 524). Modern dönemdeki kent yaşamı endüstriyel üretim ilişkileri temelinde örgütlenirken, 1970'li yıllardan itibaren piyasaların artan üretiminin içinde bireysel tüketim olgusu öne çıkarak, mekânsal pratikler önemli hale gelmiştir. Postmodern kentler, tüketim etkinliği üzerinden tanımlanırken Mike Featherstone, kent kültürleri ve postmodern hayat tarzları arasında ilişki kurmaktadır. Bu dönemle birlikte antropolojik manada bir yaşam biçimini niteleyen kültür ile yüksek kültür ürünlerini kapsayan sanatsal formlar arasındaki ayrımlar silikleşirken herhangi bir nesnenin ve deneyimin kültürel alana dâhil edilmesini sağlayan popüler ve gündelik kültürler görünürlük kazanmıştır (2005, s. 158-159).

Yeni dönemin sermaye birikim süreçlerinin merkezleri olarak kentlerin, üretimin çeşitliliği ve özelliklerine göre gerçekleşen mekânsal pratikleri, aynı zamanda maddi kültürün oluşum sürecini de yapısal olarak değiştirmiştir. Ira Katznelson'a göre üretim ve finans piyasalarındaki uluslararası iş birliği kapitalizmin daha küresel ve bağımlı bir hâl almasını sağlamıştır. Büyük ölçekli Fordist üretim azalırken, hizmet sektörü, tasarım ağırlıklı endüstriler ve yüksek teknoloji üretimler hem ekonomik hem de sosyal ilişkileri biçimlendirmeye başlamıştır. Bilgi bu dönemle birlikte gelişmiş kapitalizmin metası haline gelmiştir (2019, s. 311). Tarihsel olarak ilkel, geleneksel ve modern dönemlerde maddi kültür, gündelik hayat içerisinde belirli bir toplumsal mekândaki reel üretim süreçlerinin parçası olarak şekillenirken, postmodern dönemde küreselleşen kapitalist sistemin yapılandığı bir tüketim ekonomisi içerisinde maddi kültür zaman ve mekân boyutunda esneklik kazanmıştır.

Yaşam biçimlerini dönüştüren yeni dönemin bilgi teknolojileri, gastronomi kültürünü de etkilemiştir. Gastronomi kültürü, temel bir insani etkinlik olan yeme-içme alanına ait bilgiyi kuşaklar boyunca geliştirerek taşımış, yaşam biçimi ve coğrafi özelliklerle birleşerek, yerelin bir özelliği olarak somutlaşmıştır (Belge, 2016, s. 33). Brillat Savarin'e göre gastronomi, insanın beslenmesiyle ilişkili bir alan olarak en iyi besinler yoluyla insanların korunmasını amaçlamaktadır. Bu bağlamda besin haline

getirilebilecek şeyleri araştıran, tedarik eden ya da hazırlayan birçok meslek alanının yönetimini kapsamaktadır (2020, s. 53). Besin maddelerinin temininden pişirilmesine ve sunumuna kadar birçok kültürel içerik nesiller arasında elde edilen deneyimin aktarılması şeklinde gerçekleşmiştir. Bu anlamda yemeğe ait bilginin öğrenilmesi, uygulanması ve aktarılmasında çıraklık, kalfalık ve ustalık ilişkisi içerisinde yapılandırılan mesleki bir zanaatkarlık söz konusudur. Zanaat, ontolojik bir kategori olarak el emeği ve zihinsel çabanın birleşimidir. Sennett'e göre zanaatkârlık sadece geleneksel topluma ilişkili bir iş yapma formu değildir. Mesleki anlamda ele alınan işin etik düzlemde güzel ve doğru yapılmasına yönelik bir anlayışı ortaya koyan zanaatkârlık, günümüzde toplumsal ve ekonomik koşulların baskısı altında şekillenmektedir (2019, s. 21-22). Postmodern dönemle birlikte uzman bilgisi zanaatkârlığın yerini alırken, maddi kültürün bütünselliği de parçalanarak kapitalist sistem tarafından yönetilip, denetlenmeye başlamıştır (Bauman, 2003, s. 282-283).

Postmodern kentte gerek gastronomi mekânlarında yemeğin tüketilmesi gerekse gastronomi alanına ait bilginin edinilmesi ve aktarılması sürecinde kapitalizm kârlı gördüğü bu alanı uzmanlık bilgisi üzerinden tanımlayarak, yeni medya araçları üzerinden küresel dolaşıma sokmaktadır. Dijital kapitalizm, yeni medya teknolojilerinin oluşturduğu sanal ekosistemler içerisinde maddi kültürün sembolik boyutunu gittikçe yapay olarak yeniden üretmektedir. Bu yapıda gastronomi kültürü ve bilgisinin içeriği de yapısal olarak dönüşerek eskinin zanaatkârlığa dayalı iş yapma şekillerinden bir uzmanlık bilgisi etrafında şekillendirilen tüketim ekonomisine doğru yönelim göstermektedir. Erhan Akarçay'a göre bu süreçte beslenme, fizyolojik bir ihtiyacın ötesine geçerken farklı tatlar ve lezzetler küreselleşme aracılığıyla farklı coğrafyaların insanları için yeni bir deneyim alanı haline gelmektedir (2016, s. 39).

Çalışmada kapitalizmin üretim ilişkileri içerisinde şekillenen kentsel mekân ve maddi kültür alanı gastronomi kültürü özelinde eleştirel perspektiften ele alınmıştır. Bu bağlamda çalışmanın temel sorunsalı; günümüzde postmodern kentsel mekânda yeni medya teknolojilerinin bir parçası olarak sosyal medya platformlarında biçimlenen gastronomi pratiklerinin artalanında hangi sosyo-ekonomik ve kültürel dinamiklerin olduğunun belirlenmesidir. Çalışma kapsamında amaca yönelik oluşturulan bir örneklem üzerinden gastronomi alanına uzun yıllardır emek vermiş aşçılar belirlenerek bu kişilerin sosyal medya içerikleri ilgili kuramsal literatür üzerinden nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

## KAPİTALİST SİSTEMİN ÜRETİM İLİŞKİLERİ TEMELİNDE ŞEKİLLENEN KENTSEL MEKÂNLAR

Sanayi kapitalizminin üretim ilişkileri temelinde şekillenen modern kentsel mekânlara bakmadan önce pre-kapitalist formların görüldüğü Orta Çağ dönemindeki kent ve üretim ilişkilerine bakmak gereklidir. Fernand Braudel'e göre ekonomik alanın üretim ve tüketim eksenleri arasında mübadele süreci yani pazar ekonomisi yer almaktadır. Avrupa'da 15. yüzyılla birlikte modern piyasalar yerleşik hale gelirken Batı kenti, pazarı ekonomik çarklarından biri haline getirerek sosyo-ekonomik alanda her şeyi kendi yasalarına göre şekillendirmeye başlamıştır (2004, s. 11-16). 16. ve 18. yüzyıllar büyük kentlerin görünürlük kazandığı dönemdir. 16. yüzyıla birlikte hızla gelişen büyük kentlerin daha gelişmiş formları 18. yüzyıl sonuna doğru Londra ve Paris örneklerinde somutlaşmaktadır (Sombart, Aşk, lüks ve kapitalizm-modern dünyanın savurganlığın ruhundan doğması üzerine, 2016, s. 55).

Tarihsel süreç içerisinde modern kentler 18. ve 19. yüzyıllardaki Sanayi Devrimi ve demografik dönüşümün bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır (Turner, 2014, s. 315). Karl Marks'ın çalışmalarında kentsel mekânlar özellikli bir analiz birimi olmamasına rağmen kapitalizmin üretim ilişkileri içerisinde gelişen dönüşüm sürecinde, kırsal alanlarla aralarındaki dikotomik ilişki temelinde öne çıkmaktadırlar (Güneş, 2019, s. 30). Marks'a göre, tarihsel süreç içerisinde kabile toplumunun yerine yeni bir "kent" statüsü almıştır. Özel mülkiyetin belirginleşmesi, iş bölümünün genişlemesi ve kasaba ile kır arasındaki uzlaşmazlıkların artmasıyla beraber toplumsal alanda sınıfsal ilişkiler belirginlik kazanmıştır. Kapitalizm, kasaba ve kent gibi mekânsal pratiklerin ortaya çıkmasıyla hız kazanmış olan bir sosyo-ekonomik sistemdir (Giddens, Tarihsel materyalizmin çağdaş eleştirisi, 2000, s. 75-77). Bu bağlamda kentsel yaşam formları materyalist tarih anlayışının bir parçasıdır. Marks'a göre farklılaşmış üretim tarzlarının bir ürünü olan toplumsal yapı tüm sınırlılıkları ve verili koşulları içerisinde maddi üretim yapan bireylerin ürünü olmaktadır (Marks & Engels, 1976, s. 22-23).

Immanuel Wallerstein (2012, s. 20) tarihsel kapitalizmin doğuşunun, 15. yüzyıl sonlarında Avrupa'da başladığını belirtmektedir. Sistemin süreç içerisinde 19. yüzyıl sonlarına gelindiğinde ise tüm yerküreyi kaplayacak biçimde genişlediği ve bugün ise tüm dünyaya yayılmakta olduğunu altını çizmektedir. Kapitalizmin ve sermaye analizlerinin seyri göz önüne alındığında tarihsel bir süreklilik gözlemlenmektedir. Merkantalist kapitalizmden 19. yüzyıldaki liberal kapitalizme, 20. yüzyılın başında

ulus devlet altındaki yapılanmalardan bugün neoliberal kapitalizme sermayenin tahakkümü devam etmektedir (Postone, 2018, s. 26).

Kapitalizmin gelişim sürecine bakıldığında küreselleşme olgusu öne çıkarken ticaret, sermaye hareketleri, teknolojinin akışı ve hatta insanların davranışları bile ulus ötesi bir niteliğe bürünmüştür. Ekonomik ve kültürel içeriklerin küresel dünyada akışkan bir şekilde yer değiştirmeye başladığı bu dönemde ulus devletin fiziksel sınırları eski önemini yitirirken kentler küreselleşen dünyanın yeni ekonomik ve kültürel merkezleri olarak belirgin kazanmaya başlamışlardır (Konak, 2019, s. 55). Harvey'e göre ise kapitalizmin işlemesi yönünde kentsel topoğrafya üzerinde sürekli bir inşa ve yıkım projesi birbirini izlemektedir (Harvey, Marx'ın Kapital'i için kılavuz ikinci cilt, 2021, s. 304).

Postfordist üretim şekilleri kentsel mekânlarda yoğunlaşarak kentlerin fiziki yapısını dönüştürmüştür. Manuel Castells'e göre 1970'lerle birlikte küresel dünya ekonomisiyle ilişki içinde yeni bir üretim, tüketim, yönetim ve hayat tarzı enformasyonel kapitalizm kavramı üzerinden görünürlük kazanmıştır (2008, s. 6-15). Bu dönemle birlikte kentler yeni ekonomik sistemin işgücü ve tüketim alanlarının değiş tokuş merkezleri olarak öne çıkmaya başlamaktadır (Soja, 2017, s. 129-130). Postmodern kentler bu bağlamda tüketim ekonomisi üzerinden karakterize olmaktadır.

1980 ve sonrası dönemde küreselleşme olgusunun toplumsal yaşamı ivmelendirici etkisine internet teknolojileri alanındaki gelişmeler katılmıştır. Bu teknolojiler enformasyon teknolojilerinin geleneksel kitle iletişim araçları dışında yeni medya olarak adlandırılan yeni teknolojiler ile eklenmesini sağlamıştır. Lev Manovich'e göre yeni medyayı oluşturan sosyo-ekonomik ve teknolojik dinamikler birbiriyle ilişkili olup, bu araçlar çağdaş enformasyon kültürünü nitelemektedir. Toplumsal değişme bu dinamiklerin ürünü olurken, sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kültürel kod çevirimi yeni medyanın ayırt edici özelliklerini oluşturmaktadır (2001, s. 12-13). Tüm bu süreç Dan Schiller'e göre tüketime dayalı bir ekonomik alan olarak dijital kapitalizmin doğuşunu ortaya koymaktadır (1999, s. 90). Bu çalışmada içerisinde ele alınan sosyal medya terimi bloglar, sosyal ağ siteleri, video-görüntü-dosya paylaşma platformları ve wikileri kapsamaktadır. Çevrimiçi sosyalliğin kolektif eylem, iletişim, topluluklar, iş birliği/ortaklık ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik gibi çeşitli biçimlerini içeren bu platformlar aynı zamanda tüketim temelli olarak örgütlenmiş sosyal medya kapitalizmi kavramının doğmasına neden olmuştur. Yaratıcı endüstriler temelinde örgütlenen bu kültürel ortam internet

kullanıcılarının ürettikleri verileri metalaştırırken sosyal medya platformlarının temelini oluşturan web 2.0 bu yeni kapitalist sistemin örgütlendiği zaman ve mekân örgütlenmesi olmaktadır (Fuchs, 2020, s. 57-65, 114-115). Toplumsal alanda yaşanan bu teknolojik gelişmeler kentsel mekânları ve gündelik hayat pratiklerini dönüştürerek daha çok tüketim temelli ve dijital teknolojilerle eklemlenmiş bir yaşam evreni oluşturmuştur. Yeni medya teknolojileriyle yakınsama kültürü içerisindeki dijital kapitalist sistemde sosyal medya platformları kültürel alanda hegomonik bir güç elde etmiştir. Gerek yeni üretim şekillerinin yaygınlaştırılması ve enformasyona dayalı bir kapitalist sistemin örgütlenmesinde gerekse tüketici toplum yapısının oluşturulması ve bu alana ait değerlerin meşrulaştırılıp, toplumsal dolaşıma girmesinde bu platformlar teknik bir araç olarak ideolojik işleve sahiptir.

## **ZANAATKÂRLIKTAN UZMAN BİLGİSİNE MADDİ KÜLTÜRÜN ÜRETİM SÜRECİ**

Sosyal bilimlerde kültür kavramı insanoğlunun toplumsal alanda ürettiği yapay şeyler dünyasının toplumsal kurumlar tarafından aktarılmasını içermektedir. Tüketim malları ve nesnelere maddi kültür alanını oluşturmaktadır (Marshall, 1999, s. 2, 422). Kültürün maddi boyutu Marksist bakış açısından üretim araçları etrafında şekillenmektedir. Raymond Williams'a göre Marksist kültür teorisinde diyalektik bir süreçte işleyen alt yapı ve üst yapı kavramları bulunmaktadır. Altyapı kavramı ekonomik ya da teknolojik belirlenimciliğin ötesinde çelişkiler ve çeşitlilikler temelinde bir süreç olarak kavranmaktadır. Metaların üretilmesinde etkin olan üretici güçler, kapitalist ekonomik ilişkiler bağlamında gerçek hayatın maddi üretimine işaret etmektedir (2013, s. 41-51).

Maddi üretim koşulları içerisinde toplumsal alana bakıldığında Orta Çağ kentinin ve bu kent içerisinde yer alan lonca teşkilatlarının önemli bir yeri bulunmaktadır. Ticari kapitalizmin gelişmesini sağlayan küçük ve orta ölçekteki işletmelerin bulunduğu Orta Çağ'ın gündelik hayatı aynı zamanda özgün bir iş yapma şekli olarak zanaatkarlığı da içermektedir. Leo Huberman'a göre bu dönemde ekonomik alan başta köylülerin evlerinde kendi ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları üretimlerle karakterize olmuştur. Pazarlar ustaların usta olarak ayrı ayrı zanaatlarda çalışmalarına olanak sağlarken kentlerin büyümesi ve para kullanımı sayesinde ustalar çiftçilikten ayrılarak zanaata geçmişlerdir. Ustaların atölyelerde çalışırken çırak ve kalfalar olmak üzere iki yardımcısı bulunmaktadır (2012, s. 67-66). Zanaatkarlar, kapitalist dönüşüm sürecinde önemli bir rol oynamışlardır. Özellikle büyük kentlerde bulunan

zanaatkârlar tüccarlarla birlikte sayı saymayı, hesap ve tasarruf yapmayı çok iyi bildikleri için kapitalist sistemin ilk girişimcileri olarak tanımlanmışlardır (Sombart, 2017, s. 123-125).

Hannah Arendt, insan emeği ve çalışmasına ilişkin "Vita Activa" kavramsallaştırmasında "Animal laborans" (çalışan hayvan) ve "Homo faber" (araç yapan insan) arasında bir ayrıma gitmiştir. Arendt'e göre tarihsel süreç içerisinde bolluk toplumunu temel alan animal laborans kapitalist sistem tarafından benimsenmiştir. Animal laborans, emek harcayarak şeyleri birbirine eklerken; homo faber, elindeki malzemeyi işleyerek insan eseri şeyler üretmektedir (2012, s. 192, 205). Arendt'in düşüncesinde homo faber'in animal laborans karşısında ayırt edici bir yanı vardır. Richard Sennett'e göre Arendt'in bu ayrımı hatalıdır. Homo faber'e yapılan vurgu animal laborens kavramı altında çalışan yararlı kadın ve erkeği küçümsemektedir. Sennett, el emeği ile kafa emeği arasındaki ilişkiye odaklanarak bu üretim sürecinin ayırt edici yönünü zanaatkârlık kavramı altında tartışmıştır (2019, s. 18-19, 226). Sennett'e göre zanaatkârlık sadece geleneksel toplumlarda görülen bir iş yapma biçimi değildir. Laboratuvardaki teknisyen ya da bir orkestradaki icraatçı da bir marangoz kadar zanaatkârdır. Tüm bu işler pratik faaliyetler olmasına rağmen sadece araçsal bir konuma indirgenemezler. Kendini bir şeye adanma ve bağlanma özgül bir insani durum olarak zanaatkârlığı nitelemektedir (2019, s. 21, 32). İş birliği bir zanaat formu olarak öne çıkarken, çalışma, insanların kişisel çabaları, toplumsal ilişkileri ve fiziksel çevreyi nasıl şekillendirdikleriyle ilgilidir. Bu yapıda beceri ve yeterlilik kavramları ön plana çıkarken, modern toplumun gündelik hayat pratikleri doğrultusunda insanlar bu yetilerinden uzaklaşmaktadır (Sennett, 2020, s. 10-11, 20-21).

İşin yapılış şekli ve zanaatkârlığı oluşturan toplumsal koşullar üzerinden Orta Çağ Avrupa'sına bakıldığında loncalarda çıraklık süresi genellikle yedi yıl olarak belirlenmiştir. Bu süre sonunda çırağın chef d'oeuvre (şaheser) sunumu loncadaki ilerlemesini sağlamaktadır. Kalfa aşamasına gelmiş olan zanaatkârdan beş ile on yıl arası bir süre daha çalışması beklenmektedir ve süre sonunda ustasının yerine geçebileceğini göstermek için chef d'oeuvre élevé sunumu yapılmak zorundadır. Çırağın sunumu taklide yani kopya ederek öğrenmeye dayalıyken kalfanın sunumu daha kompleks bir ürünün tasarlanmasını içermiştir. Ayrıca kalfanın yönetici vasıflara da sahip olması beklenmektedir (Sennett, 2019, s. 80). Bu açıklamalar takip edildiğinde Orta Çağ'da bir işte ustalaşmak için en az on iki ile on yedi yıl arası emek vermek, özgün bir eser ortaya koymak ve işin gerektirdiği yönetici vasıflara sahip olmak gerektiği görülmektedir. Toplumsal yaşamın hız temelli yapılandırıldığı ve kapitalizmin dijital sistemlerle



örgütlendiği günümüz dünyasında bireyin kariyeri için bu kadar süre ayırması mümkün değildir. Hızlı yemek, hızlı yaşam gibi kariyer basamakları da hızlı eğitim ve kursların bir parçası olarak kapitalist sistem tarafından yapılandırılmaktadır. Sennett tarafından “yeni kapitalizm” olarak da adlandırılan bu dönemin istikrarsız ve parçalanmış toplumsal koşulları altında başarıya ulaşmanın yolu; kurumsal yapıların hasar aldığı bu dönemde kısa süreli ilişkiler içerisinde kendini tanımlayabilmek, eski bağlardan feragat etmeye açık olmak ve değişken becerileri öğrenebilmektir (2011, s. 11). Kapitalist sistemin yeni toplumsal ve ekonomik örgütlenmesinde el emeği ve zihinsel çabanın yerini otomasyon süreçlere bıraktığı görülmektedir.

Toplumsal yaşamın seküler tanımlama ve örgütlenme sürecinde uzmanlar bireyüstü bilginin kaynağı olarak yaşam dünyalarını tasarlarken aynı zamanda kendilerini yeniden üretmektedir (Bauman, 2003, s. 271-276). Giddens’a göre ise uzmanlık modern toplumlara ait bir bilgi formu olarak öne çıkarken günümüzde tüm insanlar hayatın bazı alanlarında uzmandır (2011, s. 101-102). Giddens’ın uzmanlık bilgisi ve gündelik yaşamdaki sıradan insan arasında kurduğu ilişki önemlidir. Çünkü Foucault, öznel deneyim biçimlerinin sorunsallaştırmalar yoluyla oluşturulduğunu belirterek hakikat rejimlerinin bir parçası olan bu süreçte bilgi, iktidar ve etik olmak üzere üç eksenle ilerlediğini vurgulamaktadır (2011, s. 13-15, 105). Postmodern dönemde bilimsel bilgi formları içerisinde öznenin kurgulandığı görülmektedir. Günümüzde özneler kendiliklerini dijital teknolojilerin sağladığı olanaklar üzerinden sosyal medya platformlarında inşa etmektedir. Maddi kültür pratiklerinin tarih boyunca dönemin verili sosyo-ekonomik ve teknolojik koşulları altında üretildiği görülmektedir. Postmodern dönemle birlikte uzmanlık bilgisi toplumsal alanın rasyonalizasyonu bağlamında kültürel alanı yönetmek amacıyla parçalamıştır.

## **POSTMODERN KENTSEL MEKÂNDAN GASTRONOMİ KÜLTÜRÜNÜN DÖNÜŞÜMÜ**

Toplumsal ve kültürel alanda postmodern düşüncenin temeli mimaridir. Harvey’e göre postmodern kültür kentsel mekânlarda gelip geçici eğilimleri ve metropolün tamamını hâkimiyeti altına alması olanaksız bir “kent tasarımına” işaret etmektedir (2014, s. 54, 84). Postmodernlik ayrıca 1970’li yılların başına denk gelen dönemde, kapitalist üretim biçimlerinde ortaya çıkan ve sermaye birikim krizinin aşılması yönündeki çabalar ve üretim biçimlerinin kentsel mekânda esnek üretim şekilleriyle yeniden yapılandırılmasıyla ilişkilidir (Turhanoglu Koçak, 2020, s. 169). Postmodern kentsel mekânlardaki

gastronomi kültürünü anlamlandırabilmek için yemeğin geçirmiş olduğu tarihsel, sosyolojik ve antropolojik serüven ile ilişkiler kurmak yararlı olacaktır.

Eski Taş Çağ'ında göçebe olan insanların beslenme anlayışı avcılık ve toplayıcılık faaliyeti üzerinden ilerlemiştir. Avlanan hayvanların etlerinin ateş bulunana kadar çiğ tüketildiği düşünülmektedir. Türkiye'nin Güneydoğusunda yaygın olarak tüketilen "çiğ köftenin", İtalyanların "carpaccio'sunu" ve Japonların ulusal yemeği "sashimi" (çiğ balık) düşününce o dönemin izlerinin bugün gastronomi kültürünün oluşmasında etkili olduğu görülmektedir (Gürsoy, 2019a, s. 11-12). Tarihçi Felipe Fernandez-Armesto, insanların yemekle olan tarihsel ilişkisinin ve evriminin toplumsal yapı tarafından belirlendiğini dile getirmiştir. Yenilecek şeylerin keşfinden yemeğin sosyal bir olgu haline gelmesine, tarımın başlamasından yemeğin sosyal farklılaşma aracı olmasına ve günümüzdeki endüstriyel süreçlere kadar insanoğlunun yemekle ilişkisi dönemin teknik ve sosyal olanakları çerçevesinde şekillenmiştir (Gürsoy, 2018, s. 7-8).

Yunan yazar Athenaeus'un eserinde yer verdiği "gastronomi" sözcüğü, Yunanca mide anlamına gelen "gaster" ve kanun olarak adlandırılan "nomos" kelimelerinin birleşiminden oluşarak "mide kanunu" anlamına gelmektedir. Bugün kullanılan "gastronomi" sözcüğü bu tanımlamadan türetilmiştir (Gürsoy, 2019a, s. 16-17). "Gastronomi", mutfak sanatı terimi anlamında ilk olarak 1800 yılında Fransız hukukçu ve şair Joseph Berchoux'un (1762-1838) "Gastronomie ou l'homme des champs a table", "Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan" (1801) adlı eserinde "güzel ve nitelikli yemek yeme sanatı" anlamında kullanılmıştır. "Gastronom" sözcüğünün ise "iyi yemekten anlayan" anlamına gelmektedir (Tez, 2021, s. 101).

Restoranlar XV. Louis dönemi Fransa'sında "Boulangier" adlı kişinin, sağlığa iyi geldiğini ve besleyici olduğunu iddia ettiği çorbalarını sunduğu bir dükkân olarak hizmete başlamıştır (Gürsoy, 2018, s. 169). Paris'te 1760'larda, sağlığa iyi gelen çorbalara, "restore" (tazelik, dinçlik veren) denilerek satılan bu dükkanlara, "iyileştiren", "canlandıran" anlamını taşıyan "restaurant" adı verilmiştir. Bu mekânlarda zamanla çorbadan başka yemeklerin de sunulmaya başlandığı ve Fransız Devrimi'nden sonra da işsiz kalan bazı aşçıların restoran açtıkları bilinmektedir. Zamanında asiller için çalışmış olan bu aşçılar açtıkları restoranlarda zenginlerin evlerinde verilen ziyafetlerin görkemini yeniden canlandırmak adına çok sayıda farklı yemekler sunmaya başlamışlardır. Böylelikle parası olan herkesin kendini bir asilin evinden yemek

Yiyormuş gibi hissetmesi sağlanmaya çalışılmıştır (Işın Mary, 2019, s. 378). Bugün postmodern kentsel mekânlarda gastronomi kültürünün çeşitliliği göz önüne alınca tarihsel olarak 18. yüzyılda açılan bu çorbacı dükkânları ve restoranlarının izine rastlanabilir.

Georges Auguste Escoffier (1846-1935) yılları arasında mutfakta uzmanlaşmanın ve modern menü anlayışının yaratıcısıdır. Toplumsal alandaki düşünsel gelişmelere koşut bir şekilde gelişen teknik yenilikler gıda maddelerinin pişiriliş ve saklanma koşullarının da gelişmesine neden olmuştur. Böylelikle gıda stoğunun önü açılmıştır (Gürsoy, 2019b, s. 59-75). Gürsoy'un açıklamaları takip edildiği zaman günümüzün postmodern gastronomi anlayışını geliştiren toplumsal ve teknik dinamiklerin tarihsel bir sürecin ürünü olduğu görülmektedir. Yemeğin pişirilişinden, sunumuna, mutfaktaki modern organizasyondan menü tasarımına kadar olan bütün gelişmeler maddi üretim süreçlerinin bir parçası olarak görünürlük kazanmaktadır.

Sosyoloji teorileri incelendiğinde doğrudan yemek veya beslenme pratikleri üzerine açıklamaların bulunmasının oldukça zor olduğu görülmektedir. Ancak toplumsal farklılaşma ve bu farklılaşmanın yarattığı gündelik hayat pratikleri üzerinden açıklamalar incelendiğinde yemek ve yiyeceğe ilişkin kuramsal bir açılım sağlamanın mümkün olduğu görülmektedir (Beşirli, 2021, s. 41-42). İşlevsellik, yapısalcılık ve gelişimsel yaklaşım bu bağlamda öne çıkmaktadır.

Modern sosyoloji içerisinde gelişen işlevselci yaklaşımda toplum, kurumsal yapılar ile bu yapıların işlevi kapsamında oluşmuş organik bir bütündür (Marshall, 1999, s. 363). İşlevselci yaklaşımı yiyecek ve yeme etkinliğine uyarlamayı amaçlayan çalışmalar antropoloji içerisinde değerlendirilmektedir. Primitif toplumlar üzerine yapılan çalışmalarda yiyecek ile ilgili ayinlerin ve tabuların yalnızca yiyeceklerin değerlerinin anlaşılması anlamına gelmediği aynı zamanda topluluğun kolektif duygularına hitap ederek bireylerin sosyalizasyonunu sağladığı görülmüştür (Beşirli, 2021, s. 50-51). Bu antropolojik gözlem ilkel topluluklar kadar günümüzün postmodern kültürü için de geçerlidir. Bu çalışmada ele alınan sosyal medya platformları yemeğe ilişkin sosyal deneyimi sanal mekânlar içerisinde yeniden inşa ederken yemek ve gastronomi alanı bir iletişim şekli ve sembolik form olarak işlev görmektedir.

Claude Lévi-Strauss antropolojik görüşüyle toplumsal yapıların evrimine bakarken yapısalcı yaklaşımı ortaya koymuştur. Bu bağlamda yüzeysel yapılar yerine toplumsal alandaki benzeşik örüntüleri inceleyerek derinlemesine bir analiz yapmayı amaçlamıştır (Goody, 2013, s. 30). Yapısalcılık tarihsel bir

momentte gözlemlenen beslenme etkinliklerini söz konusu dönemin sosyo-ekonomik ve kültürel dinamikleri etrafında şekillenen bir metin olarak ele almaktadır. Pişmiş-çiğ, doğal-yapay gibi kurulan dikotomik çiftler kültürel alanın yapısal bağlamda çözümlenmesine olanak sağlamaktadır. Bu kavramsal setler aynı zamanda postmodern kültür içerisindeki güncel eğilimleri de destekleyerek yemek akımları olarak görünürlük kazanmaktadır.

Gelişimsel yaklaşım, toplumsal ilişki örüntülerini ve çağdaş kültürel formları anlama ve analiz etme çabasıdır (Beardsworth & Keil, 2011). Stephen Mennell öncülüğünde ortaya konulan yaklaşım esas olarak ise Norbert Elias'ın "toplumsal süreç kuramı" ve "uygarlaşma süreci" kavramından temellenmektedir. Elias, uygarlık sürecinde tarihsel olarak sofranın kuralları ve yemek yeme biçimlerini ele almıştır. Sofra kuralları ile ilgili normlar ve yemeğe ilişkin etkinlikler insanlar arasında eğlence biçimlerinin bir formu olarak görünürlük kazanmaktadır (Akarçay, 2016, s. 68-69). Postmodern toplumda yemeğin sembolik bir form olarak şekil alması gelişimsel yaklaşım temelinde ele alındığında toplumsal kurumların tarihsel süreç içerisinde farklılaşmasının bir ürünüdür denilebilir. Bu bağlamda günümüzdeki gastronomi kültürü tarihsel olarak toplumların sosyolojik ve antropolojik gelişmelerinin bir ürünü olarak öne çıkmaktadır.

## **GASTRONOMİ KÜLTÜRÜNÜN VE UZMANLIK BİLGİSİNİN SUNULDUĞU BİR SANAL MEKÂN OLARAK SOSYAL MEDYA PLATFORMLARININ İDEOLOJİK ANALİZİ**

### **Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışmanın konusunu kapitalizmin gelişim aşamasına koşut şekilde gelişen kentsel mekânlarda gastronomi kültürünün dönüşümü oluşturmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde doğallığı parçalanmış kültürel alan neoliberal toplumsal dinamikler ekseninde dönüşüm yaşarken hem kültürel alan hem de aşçılık mesleği yeniden tanımlanmıştır. Bu bağlamda günümüzde sosyal medya platformlarında biçimlenen gastronomi pratiklerinin artalanında hangi sosyo-ekonomik ve kültürel dinamiklerin olduğunun belirlenmesi bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Postmodern kentsel mekânda gastronomi kültürünün dönüşüm sürecindeki toplumsal dinamikleri tanımlama amacıyla yola çıkan çalışmada ayrıca şu sorulara yanıt aranmaktadır.

1. Gastronomi kültürünün günümüzde sosyo-ekonomik sistemle ilişkisi nasıl tanımlanabilir?

2. Geleneksel toplumda zanaatkârlıkla tanımlanan aşçılık mesleğinin postmodern kültürel alandaki dönüşüm süreci ne şekilde gerçekleşmiştir?
3. Postmodern kentsel mekânda kültürel alan ve uzman bilgisi arasında ilişki nasıl kurulabilir?
4. Gastronomi kültürü özelinde postmodern kentsel mekânda kültürel üretim süreci ne yönde değişim göstermiştir?

Bu çalışmada *Nitel İçerik Analizi*<sup>1</sup> yöntemi kullanılarak gastronomi alanına uzun yıllardır emek vermiş aşçıların kişisel web siteleri ve sosyal medya uygulaması olarak Instagram hesapları incelenmiş, araştırmanın problemine geniş bilgi içeriği oluşturacağı için ve birçok nitel araştırmada tercih edilmesiyle amaca yönelik bir örneklem<sup>2</sup> oluşturulmuştur. Nitel içerik analizinde araştırmanın temel sorunsalı ve örnekleme belirlendikten sonra üçüncü aşama çalışmanın analiz birimlerini oluşturacak olan kategorilerin belirlenmesi sürecidir. Kategorilerin oluşturulmasında iki temel yöntem bulunmaktadır. Birinci yaklaşımda ele alınan kuramsal perspektif temelinde daha önceden oluşmuş bir analiz matrisinde verilerin sınıflandırılması ve yorumlanması söz konusudur. İkinci yaklaşımda kategoriler önceden saptanmamıştır. Mesaj öğeleri ele alınıp gözden geçirildikçe kategoriler belirlenmektedir (Bilgin, 2006, s. 14).

Çalışmada amaçlı örneklem tekniği ile seçilmiş Türkiye’de gastronomi alanında öne çıkan altı aşçının<sup>3</sup> kişisel Instagram sayfalarındaki paylaşımları 20.05.2021- 06.06-2021 tarihleri arasında örnekleme dâhil edilmiştir. 18 gün<sup>4</sup> boyunca söz konusu aşçıların Instagram’daki gündelik iş yaşamına ilişkin paylaştıkları hikâyeler ve web sayfalarındaki içerikler çalışmanın kuramsal çerçevesi bağlamında

<sup>1</sup> Sosyal bilimler alanında paradigma kayması olarak nitelenen pozitivism ötesi ya da yorumlayıcı yaklaşımın bir parçasını oluşturan nitel çalışmalarda nesnellikten çok bakış açısı, olay ve olguları ayrıntılı ve derinlemesine açıklama ve yorumlama çabası ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda nitel araştırma, ele alınan toplumsal fenomenleri ilişki içinde buldukları çevrede araştırmayı ve anlamayı ön plana almaktadır. Gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri bu araştırmalarda kullanılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 30-31, 41)

<sup>2</sup> Patton’a göre, olasılık temelli örnekleme temsiliyeti sağlama yoluyla evrene geçerli genellemeler yapma konusunda önemli yararlar sağlarken, amaçlı örneklem zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir. Bu anlamda, amaçlı örneklem yöntemi pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016).

<sup>3</sup> Çalışmada ele alınan aşçılar alfabetik sırayla şunlardır: *Mehmet Yalçınkaya, Murat Aslan, Ömür Akkor, Rafet İnce, Sinem Özler ve Şerife Aksoy*.

<sup>4</sup> Covid-19 Pandemisi döneminde genellikle kapalı olan gastronomi alanına ait restoran ve işletmelerin yaklaşan yaz ve turizm sezonu nedeniyle Instagram’daki paylaşımlarını arttırmaya başladıkları Mayıs ayının son haftası ve Haziran ayının ilk haftasını kapsamı nedeniyle ve araştırmacılara zaman, emek ve para kriterlerine uygunluğu açısından örneklem söz konusu 18 gün ile sınırlandırılmıştır.

*Nitel İçerik Analizi* yöntemiyle incelenmiştir. Bu dönem içerisinde aşçılarla geleneksel medya ya da dijital medya da yapılan röportajlar da analize eklenerek araştırmanın verileri zenginleştirilmiştir.

Bu çalışmada Nitel İçerik Analizi yönteminde nesnel bir değerlendirme yapmayı olanaklı kılan kategori oluşturma sürecinde yukarıda belirtilen ilk yaklaşım benimsenerek kuramsal olarak belirlenen çerçevede içerisinden oluşturulan kategoriler ve alt kategoriler<sup>5</sup> temelinde sosyal medya platformlarında öne çıkan temalar incelenmektedir. Çalışmanın kuramsal kısmında verilen bilgiler üzerinden gastronomi alanına ait aşçıların sosyal medya platformlarındaki içerikleri yorumlanarak bu dijital platformlar üzerinden kamusal dolaşıma giren gastronomi bilgisinin, postmodern kentsel mekânın üretim ve tüketim alanlarıyla ilişkileri ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Araştırmanın sınırlılıklarını; sosyal medya platformlarındaki içeriklerin kuramsal perspektifte analiziyle elde edilen sonuçların, içeriklerin 18 günlük kısmını kapsamaması ve çalışmanın söz konusu aşçıların görsel bir dokümanı olarak nitelenebilecek Instagram hesaplarıyla sınırlı olması oluşturmaktadır. Bu alanda ilerideki çalışmalarda aşçılarla derinlemesine mülakat tekniği ile görüşmeler yapılmasının yeni bulgulara ulaşmada olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

## **Araştırmanın Bulguları**

### **Postmodern Kentsel Mekânda Sosyo-Ekonomik Dinamikler Ekseninde Gastronomi Kültürünün Analizi**

Çalışma kapsamında ele alınan ilk analiz kategorisinde postmodern kültürün üretim ilişkileri bağlamında şekillenen mekânsal pratikleri ve aşçıların mesleki yaşamlarının dönüşümü sosyo-ekonomik dinamikler ekseninde tartışılmaktadır. Burada kapitalist sistemin dönüşüm süreci ve aşçılık mesleğini dönüştüren bir dinamik olarak uzmanlık bilgisi iki alt kategori olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda ilk kategorinin birinci alt kategorisini oluşturan kapitalist sistemin dönüşüm sürecinde gastronomi kültürüne yaklaşılabilecek olursa şu unsurlar ön plana çıkmaktadır. Kent ve mekân bağlamında "Mengen

<sup>5</sup> Çalışmanın kuramsal bakış açısına koşut şekilde oluşturulan iki temel ve iki alt kategori şunlardır: Temel kategori 1- *Postmodern kentsel mekânda sosyo-ekonomik dinamikler bağlamında gastronomi kültürünün analizi*dir. Bu kategorinin alt kategorileri: a- *Kapitalist sistemin dönüşüm sürecinde gastronomi kültürü*, b- *Zanaatkârlıktan uzmanlık bilgisine geçiş sürecinde gastronomi kültürüdür*.

Temel kategori 2- *Maddi kültürün estetikleştirilmesi sürecinde gastronomi kültürünün temsilinin analizi*dir. Bu kategorinin alt kategorileri: a- *Uzmanlaşmış toplumsal alanda yapıntı haline gelen kültürel alan*, b- *Kültürün gösteri boyutu ve estetikleştirilmiş kültürel sunumlardır*.

aşçılık geleneği" Türk gastronomisi açısından önemli bir mihenk taşıdır. Bu durumun nedenlerinden birisi ekonomi eksenli olup, Bolu ilinin İstanbul'a ve diğer kapitalist piyasa koşullarına olan yakınlığıyla alakalıdır. Mengen'in yeşil köylerinden İstanbul'a, mesleklerini en güzel şekilde icra etmek için giden aşçılar, usta-çıraklık düsturunda yetişerek İstanbul'da piyasa koşullarına uyum sağlamaktadır (Tatlı, 2020, s. 26). Çalışmada ele alınan Mehmet Yalçınkaya, Murat Aslan ve Rafet İnce gibi aşçılar Anadolu'da geleneksel aşçılık eğitimi veren kurumlarda öğrenim görmüşler ve mesleklerine İstanbul'da devam etmişlerdir. Tarihsel olarak bakıldığında henüz günümüzdeki gibi aşçılık mesleğinin otomasyon süreçleri ve gelişmiş kapitalist piyasa ekonomisiyle buluşmadığı dönemlerde dâhi mesleğin Türkiye ekonomisinde lokomotif bir güç olan İstanbul'da yapılandığı görülmektedir. Bu durumun nedeni küresel bir kent olarak kurgulanan İstanbul'un metropolitan yapısı içerisinde gastronomi alanının kapitalizmin işleminde anahtar bir rol oynamasıdır.

Murat Aslan Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi'nden 1995 yılında mezun olduktan sonra mesleğine Antalya'daki 5 yıldızlı bir otelde başlamıştır. Çok genç yaşlarda teorik ve uygulamalı bir aşçılık eğitimi almaya başlayan Aslan, günümüzdeki postmodern eğitim koşullarının dışında, geleneksel eğitim sürecinden geçmiş bir kişidir. Uzun süreye dayalı çıraklık ve ustalık eğitiminin bir sonucu olarak ilerleyen yıllarda sırasıyla İstanbul'daki Divan ve Four Seasons gibi önemli otellerde görev yapmıştır (Aslan, Şef mi olacaksın sen?, 2021). David Harvey postmodern kültür içerisinde, zamanın ve mekânın toplumsal örgütlenmesini "zaman mekân sıkışması" kavramsallaştırmasıyla tanımlamaktadır. Bu kavram kapitalizm tarihinde hayatın hızının artışına ve dünyayı görüş tarzımızdaki köklü değişimi ifade etmektedir (2014, s. 270). Söz konusu dönemi esnek kapitalizm kavramıyla tanımlayan Sennett'e göre ise içe yönelme, odaklanma, uzun zaman dilimlerini ve çalışma sürelerini kapsayan zanaatkarlık postmodern dönemin ruhuna uygun değildir (2011, s. 68). Günümüzün gastronomi alanındaki mesleki eğitim kursları ve hızlı workshoplar, uzun yıllar sürecinde elde edilen uygulamalı ve çırak-usta odaklı gastronomi eğitimlerini kapitalizmin zamansal örgütlenmesine uyarlanır hale getirmiştir.

Şef Rafet İnce, aşçılık mesleğine Tekirdağ Anadolu Turizm Meslek lisesinde başlamıştır. Devlet tarafından finanse edilen burslarla "Le Cordon Bleu College of Culinary Arts" ve "Toscan-Cascina" gibi kurumlarda eğitim görüp staj yapmıştır. Dünya Aşçılar Olimpiyatı'nda Türkiye'ye ilk defa üç olimpiyat madalyası kazandıran tek Türk şef olan İnce, 2017 yılında, "Gourmand World Cook Book Awards" ta Türkiye adına en iyi yemek yazarı ödülünü almıştır (İnce, chefracetince.com, 2021). Birçok 5 yıldızlı otelin

mutfak operasyonlarında “Executive şef” olarak çalışmıştır. Instagram sayfasında analiz için verilerin toplandığı dönemde yeni açılan büyük bir kompleks otelin inşaatından itibaren mutfağının yapımı ve tasarımı aşamalarında bulunduğu görülmektedir. Bu örnekte görüldüğü gibi Şef Rafet İnce, günümüzde kapitalizmin yeme-içme, dinlenme ve eğlence alanlarını içeren bütünleşik bir rekreasyon alanında görev almaktadır. Kapitalizmin farklı sektörlerle kurduğu bu eklektik kültürel alan gastronomi alanını da dönüştürerek daha büyük kapital ve sermaye birikimleriyle ilişkili hale getirmiştir.

Çalışmada ele alınan Ömür Akkor, Sinem Özler ve Şerife Aksoy’un sosyal medya hesapları takip edildiğinde tüm şeflerde öne çıkan bazı temalar kapitalist sistemin içerisindeki gastronomi alanının gelişmesiyle uyumluluk göstermektedir. Gastronomi, kapitalist sistem içerisinde sadece yemeğin hazırlanması, sunulması ve tüketilmesi aşamalarına sahip sınırlı bir kavram değildir. Bundan çok daha fazla olarak David Chaney’in “Lifestyle” adlı yapıtında belirttiği gibi sembolik kapital ve değiş tokuş düzlemi içerisinde gerçekleşen kültürel üretim sürecinin önemli bir parçasıdır (1996, s. 43-46). Burada kültürel alan ile ekonomik etkinlikler birbirine eklemlenmiş bir şekilde işlerken gastronomi kapitalist sistemin sürdürülmesinde önemli bir sektör olarak öne çıkmaktadır.

Çalışma kapsamında ele alınan tüm şefler ister geleneksel eğitim sürecinden gelsinler isterlerse uzmanlık eğitim süreçlerini tamamlamış olsunlar yeni medya teknolojilerini ve özellikle sosyal medya platformlarını etkin olarak kullandıkları görülmektedir. Manuel Castells (2008)’in enformasyonel kapitalizm kavramıyla vurguladığı gibi kapitalizmin enformasyon teknolojileri ve ağ sistemiyle entegre olduğu bu dönemde gastronomi alanında başarı sağlamak bu platformlarda yaratılan içeriğin toplumsal alanda dolaşıma girmesiyle mümkün olmaktadır. Söz konusu ağlar gerçek yaşamla ilişki halinde olup bir anlam matrisi oluşturmakta ve gastronomi alanına ait ticari etkinliğin sürekliliğini ve çeşitlenmesini sağlamaktadır. Henry Jenkins tarafından “yakınsama kültürü” olarak adlandırılan yapı içerisinde geleneksel ve dijital medya endüstrileri birbirleriyle ilişki içerisinde olup izleyicilere ve takipçilere eğlence temelli içerikler sunmaktadırlar (2006, s. 2). Şefler’in Instagram ve kişisel web sitelerinde yaptıkları paylaşımlar bu anlamda bütünleşik pazarlamanın bir örneği olarak dijital ve konvansiyonel medya içerikleriyle metinlerarasılık kurmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya alanında üretilen ve paylaşılan gastronomi içeriklerinin kapitalist sistemin işleyişinde araçsal bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu durum ise Christian Fuchs (2020) tarafından yaratıcı endüstriler ekseninde tanımlanan sosyal medya kapitalizminin bir örneğini sunmaktadır.



İlk kategorinin ikinci alt kategorisi zanaatkârlıktan uzmanlık bilgisine geçiş sürecinde gastronomi kültürüdür. Aşçı Mehmet Yalçinkaya 1974 yılında Bolu'nun Yenigüney köyünde doğmuş 1988 yılında ortaokulu bitirdikten sonra aşçı olan amcasının yanında çalışmaya başlamıştır (Yalçinkaya, 2021). Aşçılık mesleğine 14 yaşında başlayan Yalçinkaya'nın, Sennett'in "Zanaatkâr" adlı yapıtında vurgulandığı gibi iyi bir zanaatkâr olunması için ideal "çıraklık" yaşında mesleğine başladığı görülmektedir. Yalçinkaya, Instagram paylaşımlarında aşçılık mesleğinin değerleri doğrultusunda yetişen ve gerçek zanaatkâr denilebilecek bir aşçının gelişiminin uzun süreçlerde olabileceğini vurgularken bu amaca yönelik "MYK Gastro Arena" isminde bir aşçılık okulu kurmuştur. Instagram hikâye paylaşımlarında bu gastronomi okulunda kapitalist piyasa ekonomisi içerisinde gastronomi alanına ait farklı uzmanlık eğitimlerinin uygulamalı olarak verildiği vurgulanmaktadır. Mehmet Yalçinkaya hem dünyadaki mutfak akımlarını yakından takip eden mesleki bir otorite hem de zamanın içerisinde kalarak kapitalist piyasa koşullarına uyarlanmış bir şeftir. Uzun yıllardır almış olduğu gastronomi eğitimini Foucault üzerinden ilişki kurulacak olunursa bir episteme "bilgi" alanı olarak tanımlayarak içinde yaşanılan çağdaş koşullar üzerinden yorumlamıştır. Özellikle sosyal medya üzerinden yaptığı paylaşımlar ve özel televizyon kanallarında katıldığı yemek şovları gastronominin Türkiye'de kamusal alanda daha fazla konuşulup yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmuştur.

Murat Aslan "Bir Aşçının Dünlüğü" kitabında, Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi'nin hayatındaki yerinden bahsetmektedir. Kitabındaki "staj staj staj" bölümünde, arkadaşlarıyla lisede okurken henüz yaşları on beş olmasına rağmen dört ya da beş yıldızlı kompleks otellerde çalıştıklarını vurgulamaktadır (2018, s. 49-51). Aslan, meslek lisesinde başladığı gastronomi kariyerini, günümüzün en önemli uluslararası otel ve restoranlarında çalışarak devam ettirmektedir. Görüldüğü üzere aşçılıktan chef'liğe uzanan yolda gastronomi uzun bir öğrenim ve deneyim alanıdır. Bunun nedenini Anthony Bourdain (2021) "Mutfak Sırları, Aşçılık Dünyasından Mahrem Maceralar" adlı eserinde açıklamaktadır. Bourdain'e göre aşçılık mesleği özellikle küreselleşen gıdanın ve kapitalist saiklerin en değerli enstrümanlarından biridir. Dolayısıyla aşçılık mesleği bir yaşam tarzını teori ve uygulamayla içselleştirilerek hayat boyu hizmet sektörünün bir parçası olmayı mümkün kılmaktadır. Bu açıklamadan hareketle aşçılık mesleğinin kültürel alan içerisinde sosyo-ekonomik birçok dinamik etrafında şekillendiği söylenebilir.

Şef Rafet İnce gastronomi alanına ait "kişisel gelişim ve kariyer" temelinde bir kitap yazmıştır. İnce'ye göre "C, H, E, F" kelimesindeki her bir harf ayrı bir anlam taşımaktadır. "Culinary" (mutfak),

“Hospitality” (insan ilişkileri/misafirperverlik), “Education” (eğitim) ve “Food” (yiyecek- içecek) bu dört farklı ve ana unsur iyi bir şefte bulunması gereken meziyetler olarak belirtilmektedir (2019, s. 15). İnce'nin “Chef” kelimesini tanımlamasında her bir harfi bir başka uzmanlık alanıyla ilişkilendirmesi dikkat çekicidir. Postmodern toplumun gündelik hayat etkinlikleri uzmanlar grubunun çalışmasının ürünüdür. İş bölümü ve uzmanlaşma temelinde yaratılan kültürel alan bireylerden çoklu rol performansları ve bilgi birikimleri istemektedir. Uzman olunan her birim Michel Foucault (2011)'de değindiği gibi yeni bir bilgi formu ve buna bağlı iktidar rejimiyle ilişki içindedir. Toplumun uzmanlaşma temelinde yönetsellik ilkesinde örgütlenmesi içinde yaşanan kapitalist sistemin devamlılığını sağlamaktadır.

Şefler, Ömür Akkor, Sinem Özler ve Şerife Aksoy diğer üç şef gibi bir anlamda zanaatkârlıktan şefliğe uzanan bir meslek kariyerine sahip değildiler. Farklı alanlarda gördükleri eğitimlerin üzerine yurtiçi ve yurtdışında aldıkları gastronomi bilgisine ait uzmanlık eğitimiyle öne çıkmışlardır. Bu üç örnek günümüzün postmodern koşulları içerisinde uzmanlık bilgisinin bireyi götürebileceği noktanın bir örneği olmaktadır. Sennett (2019)'e göre yeni kapitalizm döneminde uzmanlık bilgisi temelinde örgütlenen iş yaşamı beceri ekonomisinin bir parçası olarak tanımlanabilir. Yaşam boyu öğrenme düsturu üzerine kurulu olan beceri toplumu “episteme” alanı olarak uzmanlık bilgisi üzerine kuruludur. Bu üç şef postmodern kentsel mekânın parçalanmış ve eklektik bir şekil almış kültürel alanı içerisinde elde ettikleri bilgi formları üzerinden bir iktidar alanı oluşturarak gastronomi alanında öne çıkmışlardır denilebilir.

## **Maddi Kültürün Estetikleştirilmesi Sürecinde Gastronomi Kültürünün Temsilinin**

### **Analizi**

Çalışma kapsamında ele alınan ikinci analiz kategorisinde maddi kültürün estetikleştirilmiş bir boyutunu oluşturan gastronomi kültürünün analizi iki alt kategori üzerinden yapılmaktadır. Bunlardan ilki uzmanlaşmış toplumsal alanda yapıntı haline gelen kültürel alandır. Çalışmanın kuramsal kısmında değinildiği gibi kültürün maddi boyutu üretim araçları etrafında örgütlenmiş bir alan olup doğa ile dikotomik bir karşıtlık içerisinde insan emeğinin ürünlerini ve kurumsallaşmış yapılarını kapsamaktadır. Maddi kültür her zaman dönemin getirdiği teknik bilgi ekseninde bir uzmanlık alanını içerirse de özellikle postmodern kültürde bu alan endüstriyel süreçlerle eklemlenmiştir.

Marksist bir kültür tarihi anlayışına sahip olan Raymond Williams *Kültür ve Materyalizm* adlı eserinde iletişim araçlarının üst yapısal bir araç değil aksine alt yapısal bir bileşen olarak kültürün üretim

sürecinde etkin olduklarını vurgulamaktadır. İletişim araçları ve sistemlerinin toplumsal yaşama entegre olma sürecinde yeni bir kültürel alan oluşturduklarını vurgulayan Williams, bunların meta dünyası ve iktidar yapılarıyla ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (2013, s. 76-80). Bu bağlamda sosyal medya platformları üzerinden yaratılan genelde kültürel alan özeldir ise gastronomi kültürü toplumun araçsal akıl tarafından örgütlenmesinin bir sonucu olarak kapitalist sistemin içerisindeki yapıntı bir alanı oluşturmaktadır. Bu açıdan ele alındığında Sinem Özler'in sahip olduğu "Seraf Restaurant" endüstriyel sürece dayalı bir kültürel alanın ilk örneği olarak öne çıkmaktadır.

Modern mutfak döneminin başlamasıyla gastronomi kültüründe en çok kabul görülen mutfak akımlarından biri 1970'li yıllarda Berkeley Kaliforniya'da "Tarladan Sofraya" (Farm to Table) akımıdır. Bu akımın amacı organik tarım ürünlerinin taze kullanılmasıdır. Daha sonra San Francisco'da 2009'da yalnızca o yörede yetişen gıda maddelerinin kullanıldığı bir mutfak akımı olarak "Locavore" (yerel-mahalli) kavramı kabul görmüştür (Gürsoy, 2018, s. 225-230). Sinem Özler 'in işletmecisi ve sorumlu aşçı konumunda çalıştığı "Seraf Restaurant", "Tarladan Sofraya" mutfak akımının temsilcisidir. Gastronomi kültüründe tarladan sofraya akımı esas olarak organik gıda maddelerini kullanarak yemek yapmayı amaç edinen ve bunları müşterilerine sunan bir yaklaşımdır. Sinem Özler'in Instagram paylaşımları bu kapsamda ele alınabilir. Örneğin Çilek hasadı zamanı Bursa'nın İnegöl ilçesinin Kurşunlu köyüne gidilerek yerel çilek yetiştiricileri ve emekçi kadınlarla birlikte organik çilekler toplayan Özler, hızlı bir şekilde çileklerin Seraf Restorana sevkiyatını yaptırarak reçellerin yapılmasını ve satışa sunulmasını paylaşmıştır. Bu durum sadece çilek reçeli ile sınırlı olmayıp analiz için verilerin toplandığı süre boyunca Seraf Restoranda yemekleri yapılan ve satışa sunulan bütün gıda ürünleri için geçerlidir. Sinem Özler, Seraf Restoran'ın genel müdürlüğünü üstlendiği ilk yılında mutfak şefi işten ayrılınca, aşçı önlüğünü giymek zorunda kaldığını ve öncesinde hobisi olan mutfaktaki maharetlerini geliştirerek, iki yıl gibi bir süre içinde şef olduğunu aktarmıştır (www.milliyet.com.tr, 2020). Geleneksel bir eğitim sürecinden geçmeyen Sinem Özler, aldığı uzmanlık eğitimini ilerleterek postmodern kültür içerisinde önemli bir yere sahip olan doğal yaşam pazarıyla birleştirmiştir. Jean Baudrillard'a göre kültürel yeniden çevrim "recyclage" tüketim kültürünün önemli bir pazar alanıdır. Yeniden çevrimin önemli bir boyutu doğa üzerinden gerçekleşmektedir. Doğa, tüketim kültüründe kültür ile simgesel karşıtlığı içinde özgün bir varoluş alanı olarak değil, bir simülasyon modelinin parçası olarak yeniden çevrimlenmiş bir doğa olarak sunulmaktadır (2004, s. 123-124). Sinem Özler'in "Tarladan Sofraya" mutfak akımı içerisinde ürün vermesi aynı

zamanda gıdanın neoliberal piyasa ekonomisi içerisinde metalaşmasının bir örneğidir. Tedarik zinciri, giderek farklı görevler üzerinden uzmanlaşmanın bir parçası haline gelirken, her bir birim ayrı ayrı para ekonomisine eklenmektedir. Sonuç olarak neoliberal küreselleşme ekseninde tüketiciler ve onların farklılaşan talepleri gıdanın tedarik zincirini farklılaştırmakta ve gittikçe metalaştırmaktadır (Candan, 2020, s. 310-312).

Doğanın insan eliyle üretildiği ve kültürün yapını halini aldığı bir diğer örnek permakültür tasarımcısı, bahçıvan, arıcı ve organik tasarımcı olarak nitelenen şef Şerife Aksoy'dur. Gastronomi alanında "à la şerife" olarak tanınan Aksoy, Türkiye'nin en büyük metropolü olan İstanbul'a yakın bir köyde çiftlik kurmuştur. Bu çiftliğinde birçok hayvan beslemekte ve bitki yetiştirmektedir. Örneğin 23 Mayıs 2021 günü Instagram hikayesi paylaşımında yetiştirmiş olduğu bıldırcınların yumurtasından, "pancarlı bıldırcın yumurtası turşusu" yaptığı görülmüştür. Bu turşunun pancarları kendi yetiştirdiği bahçesinden, içerisinde kullanmış olduğu hardal ise yine kendi elleriyle yetiştirdiği bahçesindedir. Yetiştirmiş olduğu hayvanların yedikleri gıdalara kadar onların beslenmesine dikkat eden ve buna göre hayvanların etlerini pişirme tekniklerine dâhil eden ve eğitimler veren Şerife Aksoy, gastronomi, bitki bakımı ve hayvanlarının beslenmesi gibi birçok uzmanlık alanının vücut bulmuş örneğidir (www.renklikalemler.org, 2021).

Günümüzde neoliberal kapitalist sistem toplumsal ve kültürel alanı yapısal olarak dönüştürmüştür. Bunun nedenlerinden biri geleneksel toplumlarda fiziki bir mekânla ilişkili olan kültürün gittikçe yerel özelliklerini yitirmesidir. 1980'lerle birlikte başlayan ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim süreci özellikle milenyum sonrası dönemde sosyal medya ağlarının genişlemesiyle karakterize olmaktadır. Tüm bu teknik araçlar John Tomlinson'a göre karmaşık bağlantılılık olarak adlandırılan bir ortam içerisinde kültürün coğrafi ya da toplumsal topoğrafya ile doğal ilişkisini yok etmiştir (2004, s. 12, 128). Instagram hesabı incelenen şeflerden Ömür Akkor, Osmanlı ve Türk Mutfağı üzerine uzmanlaşmış restoranında yerel kültürel öğelerin modernize edilmiş versiyonlarını konuklarına sunmaktadır. Selçuklu-Osmanlı ve Türk mutfağına ait yemekler Akkor'un oluşturduğu menü içerisinde eklektik ve sentetik bir kültürel alanın parçaları olarak öne çıkarken gastronomi kültürü de sistemin gereklilikleri çerçevesinde yapını bir hâl almaktadır. Çalışmada ele alınıp sosyal medya hesapları incelenen diğer şefler; Mehmet Yalçinkaya, Murat Aslan ve Rafet İnce'nin de yemek sunumlarında yerel ve kozmopolit öğeleri birlikte

kullandıkları görülmektedir. Böylelikle kapitalist pazar içerisinde gastronomi endüstriyel sistem tarafından üretilen yapay bir kültürel alan haline gelmektedir.

Bu bölümün ikinci alt kategorisi kültürün gösteri boyutu ve estetikleştirilmiş kültürel sunumlardır. Bu bağlamda ele alınan ilk şef olan Şerife Aksoy, ilkokul öğretmenliği yaptıktan sonra İstanbul Le Cordon Bleu'de mutfak ve pasta şefliği bölümlerini bitirmiş, Edinburgh Kraliyet Botanik Bahçesi'nin düzenlediği bahçıvanlık programlarında eğitim görmüştür. Aksoy'un Instagram paylaşımlarında doğanın bizatihi kendisine ve doğal ürünlere yapılan vurgu öne çıkmaktadır. Paylaştığı her bir enstantanede yaratılmış bir peyzajın içerisinde görsel sunumlar yapan Aksoy, bir anlamda Baudrillard (2004)'ın vurguladığı gibi insan eliyle ikinci bir doğa yaratmaktadır. Guy Debord'a göre içinde yaşadığımız dönemde maddileştirilmiş ideoloji ön plana çıkmıştır. Gösteri kendi bütünlüğü içinde ideolojik sistemlerin özünü sergilerken, praksisin bütünlüğü bozularak gündelik hayatın dokusuna sızmıştır (2006, s. 161-164). Bu bağlamda Aksoy'un uzmanlık bilgisi üzerinden verdiği eğitimleri Instagram'da görselleştirmesi ve doğa da dâhil olmak üzere yemekleri estetik sunumlar içerisinde sergilemesi kapitalist sistemle eklemlenmiş bir kültürel alanın örnekleri olarak öne çıkmaktadır. Baudrillard'ın ideolojik esneklik olarak adlandırdığı bu durumda ideoloji artık sadece siyasal alanla ilgili değil aynı zamanda ve daha çok ekonomi, kültür ve gösteriyle ilişkilidir.

İktisat eğitimi alan Ömür Akkor, Doğu Akdeniz Üniversitesinde Gastronomi bölümünde "Anadolu Mutfak Tarihi", "Osmanlı Mutfağı" ve "Türk Mutfağı" alanlarında dersler vermektedir. "Bursa Mutfağı" isimli kitabı Gourmand World Cookbook Awards olarak adlandırılan dünyanın en prestijli yemek kitapları yarışmasında "Yerel Mutfak" kategorisinde 2009'un en iyi kitabı ödülünü almıştır (www.haberturk.com, 2020). Ömür Akkor'un "Zennup 1844" isminde İstanbul ve Bursa illerinde işletmecisi ve sorumlu şefi olduğu iki gastronomi mekânı vardır. Özellikle "Zennup 1844 Fişekhane" isimli İstanbul Zeytinburnu'ndan bulunan mekânı içerisinde kütüphane ve bazı değerli ressamın sanat eserleri bulunmaktadır. Bu mekânda sunumlar estetik bir formda iken yemekler ise gelenekseldir.

1960'lı yılların sonuyla görünürlük kazanan postmodernite, tüketim temelli, eklektik ve oyuncu mekânlar oluşturmuştur. 1980'li yıllarda küreselleşme sürecinin hız kazanmasıyla birlikte kentsel alanlarda iki mekânsal pratik öne çıkmıştır. Bunlar tüketim kültürü ekseninde yaratılan gösteri kent ve tasarım kent kavramsallaştırmalarıdır (Soysal, 2011, s. 394-395). Smith'e göre tasarım kent kavramının

arkasında yatan mutenalaştırma süreçleri sosyo-ekonomik ve kültürel dinamiklerce yapılandırılmaktadır. Kapitalizmin eşitsiz gelişim koşulları, gelişen hizmet ekonomisi, değişen hayat tarzları ve tercihleri burada öne çıkmaktadır (2017, s. 36-37). Tasarım kent kavramsallaştırması üzerinden Akkor'un "Zennup 1844 Fişekhane" isimli mekânına bakıldığında söz konusu süreçlerin bir ürünü olduğu görülmektedir. Akkor, Instagram'da paylaştığı içeriklerle bir mekânsal pratiğe ilişkin deneyimi de kapitalist pazar ekonomisine bağlamaktadır. Eski bir yapının mutenalaştırılması sonucunda oluşan Zennup 1844, postmodern dönemin fiziksel topoğrafya üzerinde gerçekleştirdiği mekânsal pratiklerden biri olarak öne çıkmaktadır.

Ömür Akkor, sadece mekânsal pratiklerin estetik sunumunda değil aynı zamanda inşa etmeye çalıştığı mutfak kültüründe gösteri ögesini ön plana almaktadır. Geleneksel Selçuklu-Osmanlı ve Türk mutfağını temel alan Instagram paylaşımlarında yemeklerin pişirilme ve sunulma süreçlerinde bu durum gözlemlenmektedir. Örneğin yemek sunumlarında Selçuklu çinilerine ait desenlerin bulunduğu tabak ve çanaklar sıklıkla kullanılırken, geleneksel bakır tencereler de sunumlara eşlik etmektedir. Ayrıca Akkor'un Instagram paylaşımlarında Türkiye ve dünyada birçok yere seyahat ettiği ve gittiği yerlerdeki yerel lezzetleri deneyimleyerek bu deneyimlerini takipçileriyle paylaştığı görülmektedir. Ele alınan diğer şeflerde de görülen ancak özellikle Akkor'un kişiliğinde dışa vurulan yemeğin gittikçe bir deneyim olarak algılanması Carvo'ya göre şefin, kişiliğinde bir sanat eseri formu kazanmış olan yemeğin yaratıcı bir etkinliğin sonucu olarak estetik, sürpriz, macera ve eğlence gibi duygulara karşılık gelmesiyle ilgilidir. Bu süreçte yemeğin sunumu ve tasarımı ön plana çıkarken, bir senaryo dahilinde yemeğin görselleşmesi gözlemlenmektedir (2015, s. 25).

Özellikle Şerife Aksoy ve Ömür Akkor'un sosyal medya platformlarında öne çıkan kültürün gösteri boyutu ve estetikleştirilmiş kültürel sunumlar diğer aşçıların sosyal medya hesaplarında da gözlemlenmektedir. Mehmet Yalçınkaya, Murat Aslan ve Rafet İnce bu görsel sunumları tabaklarına yansıtırken, Sinem Özler ise Anadolu Mutfağını temel alan menüsünde hem yerel ürünleri tanımak ve almak için yaptığı Anadolu seyahatlerini hem de bu yerel ürünlerin yemeğe dönüşüm sürecinde çektiği fotoğrafları Instagram'da takipçileriyle paylaşmaktadır.

Tüm şeflerin bu estetik sunumları Featherstone'a göre gündelik hayatın estetize edilmesi olarak adlandırılan bir sürece hizmet etmektedir. Buna göre geleneksel toplumların kültürel alanı otantik bir

varoluş ilişkisi içerisinde üslup sahibidir. Yani “şeylerin” yapılışına ilişkin ritüeller ve gelenekler söz konusudur. Oysa ki modern ötesi toplum formlarında gelenek alanı parçalanarak yok edilmiştir. Ancak bu postmodern toplum alanında geleneklerin olmadığı anlamına gelmemektedir. Gelenekler bu dönemde icat edilmektedir. Üslubunu yitiren bir toplumsal alanda estetize edilme süreçleri toplumsal ve kültürel alana anlam kazandırma girişimleri olarak öne çıkmaktadır. Buna göre gündelik hayatı estetize etmenin formlarından ilki hayatı bir sanat eseri haline getirmektir. İkinci olarak ise gündelik hayatın toplumsal dokusunu kaplayan gösterge ve imajların hızlı akışının ön plana çıkmasıdır (2005, s. 116-118). Featherstone'nun açıklamaları takip edildiği zaman şeflerin sunduğu gastronomi alanına ait görseller kültürel alanın dokusunda kaybedilen üslupların estetik sunumlar içerisinde telafisi anlamına gelebilir.

## SONUÇ

Bu çalışma iletişim teknolojilerinin toplumsal alanı üretim ve tüketim düzeyinde dönüştürdüğü postmodern kentsel mekânlarda gastronomi kültürünü biçimlendiren toplumsal dinamiklere odaklanmaktadır. Bu bağlamda genelde kültürel alan özelde ise gastronomi kültürünü etkileyen sosyo-kültürel ve ekonomik unsurlar eleştirel perspektiften bütüncül olarak betimlenmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında araştırma sorularının yanıtlarını aramak için kuramsal perspektif üzerinden oluşturulan ilk analiz kategorisi postmodern kentsel mekânda sosyo-ekonomik dinamikler ekseninde gastronomi kültürünün analizidir. Kapitalist sistemin endüstriyel üretim süreçleri ekseninde şeflerin Instagram'daki paylaşımlarına bakıldığında şu unsurlar öne çıkmaktadır. Postmodern kentsel mekânda genelde hizmet sektörü özelde ise gastronomi alanı hız temelli bir ekonomik örgütlenme modeline sahiptir. Aşçılık mesleği artık sadece iyi yemek yapmakla sınırlı değildir. Toplumsal ve ekonomik alanda var olabilmenin koşulu, doğru ürünle, doğru ve arzu edilen yemeği, doğru zamanda yapabilmek ve bunu ise iyi bir sunumla pazarlayabilmektir. Şefler bu bağlamda yemeğin tüm bu süreçlerine etkin rol almak zorundadır. Ömür Akkor, Sinem Özler ve Şerife Aksoy bu bağlamda kapitalist piyasa ekonomisi içerisinde gastronomi alanına ait akımların yerel temsilcisi durumundadır. Bu şefler yerel düzlemde eksiklik olarak gördükleri tarz ve üslupların modernize edilmiş güncel sunumlarını tüketim ekonomisine sunmaktadır. Mesleki okullarda ve bazı özel kurslarda yemeği yapan insana usta nitelemesi öğretilirken, gelişen piyasa koşulları ve gastronomi alanında yemeği mutfakta yapan kişi artık şeftir. “Executive Şef” mutfak hiyerarşisinin en üstündeki kişidir. Eskiden zamanının bütün gününü mutfakta yemeği hazırlamakla

geçiren ve yemeğini tezgâha koyup, varolan tabaklarla onu müşteriye sunan ve bu işleri ise çoğu kez yalnız yapan “koca ustalar”ın yerini daha kompleks işleri bir arada yapmayı başarabilen, uzmanlık bilgisini sürekli yanında taşıyan şefler almıştır. Bu durum gastronominin günümüzde endüstriyel üretimin bir parçası haline gelmesiyle ilgilidir. Postmodern toplumun esnek üretim süreçlerinde uzmanlaşma ve farklılaşma temelli iş yaşamındaki örgütlenme bireylerden kompleks becerileri ve yetkinlikleri talep etmektedir.

İlk kategorinin ikinci alt kategorisi olan zanaatkârlıktan uzmanlık bilgisine gastronomi kültürünün dönüşüm sürecinde şeflerin Instagram paylaşımlarına bakıldığında şu öğeler ön plana çıkmaktadır. Bu alanda temel olarak iki yönseme söz konusudur. Bir yanda küçük yaşlarda geleneksel eğitim süreçlerinden geçerek ustalığa ulaşmış şefler bulunurken diğer yanda temel eğitimleri gastronomi alanına ait olmasa da bu alanda uzun süredir eğitim alarak kendilerini geliştirmiş şefler bulunmaktadır. Mehmet Yalçınkaya, Murat Aslan ve Rafet İnce küçük yaşlarda gastronomi eğitimi alarak eskinin zanaatkârlık olarak adlandırılan eğitim süreci içerisinde çıraklık ve kalfalık görevlerini yaptıktan sonra ustalık mertebesine ulaşmış kişilerdir. Yaptıkları sosyal medya paylaşımlarında bu şefler gastronomi bilgisinin sadece yemek pişirmeye ilişkin bir bilgi alanı olmadığını kültür, toplum ve insanla ilişkili bir bilgi formu olarak çok boyutlu yapısını vurgulamaktadır. Zanaatkâr aşçılar aynı zamanda şeflik mesleğinin hayat boyu öğrenmeyi kapsayacak şekilde bir yaşam tarzı olduğunu ve mesleğin bu şekilde icra edilmesiyle başarının mümkün olabileceği belirtmektedir. Zanaatkârlıktan gelen her üç şef de bilgilerini dönemin koşulları içerisinde sürekli tazeleyerek, yurtiçi ve yurtdışı eğitimlerle geliştirerek sunmaktadırlar. Bu bağlamda geçmişin zanaatkârı gibi kendi atölyesi ya da mutfağında sınırlı kalmayan küresel dünya ile ilişki kuran bir mesleki anlayışa sahiptirler. Bu özellikleri onların geleneksel ve sosyal medyada gastronomi alanıyla ilgili içerikler denilince akla ilk gelen kişilerden olmalarını sağlamıştır. Aynı zamanda geleneksel Türk kültüründe yer alan ürünler, yemek yapma şekilleri ve tatlar bu ustalar sayesinde coğrafi sınırlarını aşarak küresel olarak tanınırlık kazanmaktadır. Ustaların sahip oldukları uzmanlık bilgisi yerel tatların belgelenmesi ve geleceğe aktarılmasında aracı bir rol oynamaları anlamına gelmektedir.

Çalışmada ele alınan ikinci temel kategori maddi kültürün estetikleştirilmesi sürecinde gastronomi kültürünün temsilinin analizidir. Bu kategorinin ilk alt kategorisi uzmanlaşmış toplumsal alan içerisinde yapıntı halini alan kültürel alandır. Bu kapsamda Ömür Akkor, Sinem Özler ve Şerife Aksoy postmodern kültürel alanın yapısal özelliklerine uygun gastronomi içerikleri sunmaktadır. Küresel



düzeşinde dolaşımda olan “Tarladan Masaya” gibi gastronomi akımları, eklektik ve füzyon mutfak denemeleri, doğal yaşamın insan eliyle üretilerek yaratılan ikinci bir doğal çevre içerisinde yapılan yemek sunumları her üç şefin sunumlarında öne çıkmaktadır. Böylelikle küresel kültürle eklemlenmiş yeni bir beslenme rejimi ortaya çıkarken geleneksel beslenme rejiminin norm dizgeleri de değişmektedir. Yemeğin görsel bir meta haline gelişi özellikle dijital kapitalizmin bir parçası olarak oluşan yeni sosyo-ekonomik koşulların parçasıdır. Yeni medya araçları içerisinde yer alan sosyal medya platformları günümüzde kişisel ilgiler temelinde şekillenmiş içeriklerden, tüketim ekonomisi içerisindeki metaların sunumuna kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Sosyal medya içerisinde içerik üretimi ve bu içeriğin güncelliği önemli bir kriter olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak sosyal etkileşim ve geri bildirimle daha çok olanak tanıyan bu platformlar şeflerle onların takipçisi olan kişiler arasında diyalojik bir iletişim sürecini başlatmaktadır. Tüm bu süreç ekonomik alanda kapitalist sistem için kârlı bir iş alanı olarak öne çıkmaktadır. Ele alınan tüm şeflerin hem kendileri hem de profesyonel olarak sosyal medya platformlarını yöneten kişiler tarafından hazırlanan görsel içerikler toplumsal alanda dolaşıma girerken yemeğin hazırlanması için gerekli üründen, dağıtımına, hazırlanmasından sunumuna kadar olan tüm alanlar para ekonomisiyle ilişkilendirilmiştir. Bu süreçte günümüzde medya üzerinden dolaşıma sokulduğu için bilinirlik kazanan, yerelin geleneksel mutfak zanaatı ve kültüründen referans alan gastronomi kültürü ve pratiği, kitchleştirilerek mekâna özgün pratiğe dönüşmektedir.

İkinci ana kategorinin diğer alt kategorisi kültürün gösteri boyutu ve estetikleştirilmiş kültürel sunumlardır. Bu bağlamda çalışmada ele alınan tüm şeflerin sosyal medya platformlarında yemeğin estetik sunumuna odaklandıkları görülmektedir. Ancak özellikle Ömür Akkor, Sinem Özler ve Şerife Aksoy yemeği sadece estetik bir sunumla tabaklama değil aynı zamanda mekânı da estetik bir öge olarak tasarlamayı ön plana çıkarmışlardır. Ömür Akkor, mekânı retrospektif bir sunumla Selçuklu ve Osmanlı mutfağından örnekleri sunarken; Sinem Özler Anadolu mutfağını daha çok doğallık ve otantiklik vurgusuyla ön plana çıkarmaktadır; Şerife Aksoy ise insan eliyle şekillendirilmiş bir doğa ve doğallık mitini gastronomi kültürü içerisinde yeniden canlandırmaktadır. Yemeğin tüm bu teatral sunumları postmodern kentsel mekân içerisinde yitirilmiş üslubun ve doğanın yeniden canlandırma çabaları olarak okunabilir.

Özetlenecek olursa günümüzde postmodern kentsel mekânlar içerisinde gastronomi bilgisi kapitalist sistemin yönlendirdiği bir pazar ekonomisi içerisinde şekil aldığı görülmektedir. Gerek zanaatkârlıktan gelen ustalar gerekse gastronomi alanına ait eğitimlerle şeflik görevine yükselmiş

kişilerin bu sosyo-ekonomik dinamikleri dikkate alarak üretim yaptıkları Instagram paylaşımlarında gözlemlenmiştir. Küresel kültürle etkileşime girmiş gastronomi alanında sosyal medya platformu olarak Instagram gastronomi kültürünün aktarılmasında aracılık görevi üstlenmektedir. Instagram'daki içerikler bir yandan gastronomi alanını ait uzmanlık bilgisinin toplumsal alanda sıradan insanla etkileşim kurmasını ve tüketici bir yemek kültürü içerisinde öznelerin inşasını olanaklı kılarken diğer yandan yemeği kurgusal ve eklettik bir peyzajın parçası olarak dijital imgelemin içerisinde tanımlamaktadır.

## EXTENDED ABSTRACT

Cities have gained a central position in the organization of time and space of modern social life with the Industrial Revolution. People have inclined to live in urban spaces rather than the rural areas as a result of the concentration of business areas in cities, as well as their pursuit for better living condition (Mumford, 2019, s. 524). While urban life in the modern period was organized based on the industrial production relations, the concept of individual consumption has come to the fore in the increasing production of the markets, and spatial practices have become significant since the 1970s. While consumption activity has come into prominence in postmodern cities, Mike Featherstone argues that the distinction between lifestyles and artistic forms, characterizing the concept of culture, has become blurred in this period by establishing a relationship between urban cultures and postmodern lifestyles and everyday cultures have become apparent (2005, s. 158-159).

The spatial practices of cities as centers of capital accumulation processes of the new era have also structurally changed the formation process of material culture. In this period, capitalist and urban restructuring have common points. While large-scale Fordist production approach declined, the service sector, design-driven industries and high-tech production began to shape both economic and social relations (Katznelson, 2019, s. 311).

The gastronomy culture has developed and passed down the knowledge in the field of eating and drinking, a basic human activity, over the generations, combined with the lifestyle and geographical features and embodied as a local feature. Likewise, from the social perspective, the study of the history of food is a synonymous effort with the study of human history (Belge, 2016, s. 33). The cultural practices with respect to the preparation, presentation and consumption of food take place in the form of transferring the experience gained over a long period of time between the generations. In this context,

the craftsmanship is structured through the cycle of apprenticeship, journeyman and expertise in the process of learning, applying and transferring the knowledge of food. Craft is a combination of hand work and mental effort as an ontological category. According to Sennett, craftsmanship is not a lifestyle that would disappear with the development of industrial society. Craftsmanship, which refers to the desire to do a task well for one's own sake, is shaped under the pressure of social and economic conditions today (2019, s. 21-22). While expertise has replaced craftsmanship in the modern period, the integrity of material culture has also fragmented and started to be managed and controlled by the capitalist system (Bauman, 2003, s. 282-283).

In postmodern urban spaces, gastronomy knowledge gains an ideological meaning in the cultural field and drags the familiar ways of performances and local cultures of the past out of the orbit of the society they are affiliated with. Digital capitalism is increasingly reproducing the symbolic dimension of material culture artificially within the virtual ecosystems created by new media technologies. In this structure, the content of gastronomy and knowledge is also structurally transformed and tends towards a consumption economy shaped around an expertise rather than the former ways of doing things based on craftsmanship.

In this study, determining the socio-economic and cultural dynamics that are in the background of gastronomy practices shaped on social media platforms constitutes the main research question of the study. Within the scope of the study, the chefs who have worked in the field of gastronomy for many years were selected through a sample created for the aim of the research, and the social media contents of these people were analyzed by qualitative content analysis method using the relevant theoretical literature.

In postmodern urban space, socio-economic and cultural relations take place through the interaction of physical topography and virtual spatial practices. In the study, this situation is observed by examining the social media contents of master chefs working in the field of gastronomy. In these platforms, on the one hand, the chefs share their gastronomy expertise in the public area and ensure that gastronomy knowledge is circulated as a unique form within the cultural space, and on the other hand, they expand their commercial activities on the basis of new relationships and interactions they have established in the social field. Within the convergence culture of social media platforms and

conventional media contents, the contents of the gastronomy field also become a part of a promotion culture. Therefore, the cultural field of gastronomy has entered the social circulation in the last ten years, both in traditional mass media such as newspapers, magazines and television, and in different platforms through the facilities provided by new media technologies.

The consumption society also presents the gastronomy field as a factor of individual differentiation through such chefs on social media platforms. The nutrition activity, which constitutes an important part of daily life practices, gains prominence as a form of identity for individuals within the anonymity of urban spaces. As seen in the social media content of the master chefs included in the study, different styles of gastronomy are embodied in individual lives in urban life such as local, cosmopolitan, exotic and natural and the food cultures concerned not only characterize a field of expertise in the area of gastronomy, but also become a part of the perception of individual identity. While the visual content created for these different food styles are presented on social media platforms in a fictional and eclectic style, gastronomy becomes a part of a landscape created by the capitalist system in the cultural field.

## KAYNAKÇA

- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin sosyolojisi, orta sınıfların yeme içme ve eğlence örüntüleri*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Arendt, H. (2012). *İnsanlık durumu*. (B. Şener, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aslan, M. (2018). *Bir aşçının dünüğü bir tutam mutfak bir tutam hayat*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Aslan, M. (2021). *Şef mi olacaksın sen?* İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim toplumu*. (H. Deliceçaylı, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve müphemlik*. (İ. Türkmen, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (2011). *Yemek sosyolojisi yemek ve toplum çalışmasına bir davet*. (A. Dede, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınları.
- Belge, M. (2016). *Tarih boyunca yemek kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Beşirli, H. (2021). *Yemek sosyolojisi yiyeceklere ve mutfığa sosyolojik bakış*. Ankara: Phoneix Yayınevi.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikleri ve örnek çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bourdain, A. (2021). *Mutfak sırları, aşçılık dünyasından mahrem maceralar*. (D. Körpe, Çev.) İstanbul: Domingo Yayıncılık.
- Braudel, F. (2004). *Maddi uygarlık ekonomisi ve kapitalizm XV-XVIII yüzyıllar mübadele oyunları*. (M. Kılıçbay, Çev.) Ankara: İmge Yayınları.

- Candan, T. (2020). Neoliberalizm, güvencesizlik ve kent gıda ilişkisi. Ş. Geniş içinde, *Otoriter neoliberalizm gölgesinde: kent, mekan, insan* (s. 297-325). Ankara: Nika Yayınevi.
- Carvo, P. (2015). *Food culture, consumption and society*. London: Palgrave Macmillan.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür birinci cilt ağ toplumunun yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. London: Routledge.
- Debord, G. (2006). *Gösteri toplumu*. (A. Ekmekçi, & O. Taşkent, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2011). *Özne ve iktidar*. (I. Ergüden, & O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal medya eleştirel bir giriş*. (D. Saraçoğlu, & İ. Kalaycı, Çev.) İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Giddens, A. (2000). *Tarihsel materyalizmin çağdaş eleştirisi*. (Ü. Tatlıcan, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Giddens, A. (2011). *Modernliği anlamlandırmak*. (S. Uyurkulak, & M. Sağlam, Çev.) İstanbul: Alfa Yayınları.
- Goody, J. (2013). *Yemek, mutfak, sınır, karşılaştırmaları sosyoloji çalışması*. (M. Güran, Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Güneş, F. (2019). Kent kuramları. F. Güneş içinde, *Kent sosyolojisi* (s. 29-45). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gürsoy, D. (2018). *Deniz Gürsoy'un gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Gürsoy, D. (2019a). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Gürsoy, D. (2019b). *Yiyelim içelim, tarihini bilelim, dünden bugüne gastronomi*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Harvey, D. (2014). *Postmodernliğin durumu*. (S. Savran, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2021). *Marx'ın Kapital'i için kılavuz ikinci cilt*. (S. Savran, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Huberman, L. (2012). *Feodal toplumdaki yirminci yüzyıla*. (M. Belge, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- İnce, R. (2019). *Chef*. İstanbul: A7 Kitap Yayıncılık.
- İnce, R. (2021, 05 05). *chefrafetince.com*. chef-biyografi: <https://chefrafetince.com/chef-biyografi/> adresinden alındı
- Işın Mary, P. (2019). *Avcılıktan gurmeliğe yemeğin kültürel tarihi*. İstanbul: YapıKredi Yayınları.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture where old and new media collide*. New York: New York University.
- Katznelson, I. (2019). *Marksizm ve kent*. (C. Göğüş, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Konak, N. (2019). Küresel kent kuramları. F. Güneş içinde, *Kent sosyolojisi* (s. 55-70). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. London: The MIT Press Cambridge.

- Marks, K., & Engels, F. (1976). *Seçme yapıtlar birinci cilt*. (M. Ardos, S. Belli, A. Kardam, & K. Somer, Çev.) Ankara: Eriş Yayınları.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (O. Akın Hay, & D. Kömürcü, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mumford, L. (2019). *Tarih boyunca kent kökenleri, geçirdiği dönüşümler ve geleceği*. (G. Koca, & T. Tosun, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Postone, M. (2018). Çağdaş dünyayı kuramsallaştırmak: Robert Brenner, Giovanni Arrighi, David Harvey. R. Albrittion, B. Jessop, & R. Westra içinde, *Siyasi iktisat ve küresel kapitalizm 21. yüzyıl, bugün ve yarın* (s. 11-31). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Savarin, B. (2020). *Lezzetin fizyolojisi ya da yüce mutfak üzerine düşünceler*. (H. Bucak, Çev.) İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Schiller, D. (1999). *Digital capitalism networking the global market systems*. London: The MIT Press Cambridge.
- Sennett, R. (2011). *Yeni kapitalizmin kültürü*. (A. Onacak, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. (2019). *Zanaatâr*. (M. Pekdemir, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. (2020). *Berber*. (İ. Özkürallı, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Smith, N. (2017). *Eşitsiz gelişim doğa, sermaye ve mekânın üretimi*. (E. Soğancılar, Çev.) İstanbul: Sel Yayınları.
- Soja, E. (2017). *Postmodern coğrafyalar*. (Y. Çetin, Çev.) İstanbul: Sel Yayınları.
- Sombart, W. (2016). *Aşk, lüks ve kapitalizm-modern dünyanın savurganlığın ruhundan doğması üzerine*. (N. Aça, Çev.) Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Sombart, W. (2017). *Burjuva modern ekonomi dönemi ait insanın ahlaki ve entellektüel tarihine katkı*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Soysal, L. (2011). Kentin geleceği/gelecekleri: yeni yüzyıla uyumlu İstanbul. D. Göktürk, L. Soysal, & İ. Türel içinde, *İstanbul nereye? Küresel kent, kültür, avrupa* (s. 380-401). İstanbul: Metis Yayınları.
- Tatlı, T. (2020). *Kent ve mekân bağlamında menden aşçılık geleneği memleketlerimize insan ve kültür penceresinden bakmak*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Tez, Z. (2021). *Lezzetin tarihi, meraklısına en leziz atıştırılmalık bilgiler!* İstanbul: Hayykitap.
- Tomlinson, J. (2004). *Küreselleşme ve kültür*. (A. Eker, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Turhanoğlu Koçak, F. (2020). Kentsel mekan ve tüketim. E. Akarçay içinde, *Tüketim sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Turner, B. (2014). *Klasik sosyoloji*. (İ. Çetin, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Wallerstein, I. (2012). *Tarihsel kapitalizm*. (N. Alpay, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Williams, R. (2013). *Kültür ve materyalizm*. (F. Aydar, Çev.) İstanbul: Sel Yayınları.
- www.haberturk.com. (2020, 12 22). *omur-akkor-kimdir-omur-akkor-kac-yasinda-nerelidir-masterchef-e-konuk-olan-sef-omur-akkor-hakkinda-3221891*. Habertürk: <https://www.haberturk.com/omur->

akkor-kimdir-omur-akkor-kac-yasinda-nerelidir-masterchef-e-konuk-olan-sef-omur-akkor-hakkinda-3221891 adresinden alındı

www.milliyet.com.tr. (2020, 06 01). *milliyet cadde*. iki-yıllık-seflik-yolu:

<https://www.milliyet.com.tr/cadde/iki-yillik-seflik-yolu-6161334> adresinden alındı

www.renklikalemler.org. (2021, 06 05). *serife-abla-ile-bir-gun*. renkli kalemler:

<https://renklikalemler.org/genel/serife-abla-ile-bir-gun/> adresinden alındı

Yalçinkaya, M. (2021, 06 01). *biyografi.info*. mehmet-yalcinkaya:

<https://www.biyografi.info/kisi/mehmet-yalcinkaya> adresinden alındı

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.