



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Gastro politika: politik bir araç olarak yemek

Gastro politics: food as a political tool

Emir Hilmi Üner^{1*}

¹ Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, emirhilmiuner@gmail.com, 0000-0003-2642-9852

MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Derleme / Review

Anahtar Kelimeler:

Gastronomi, Gastro politika, Gastro milliyetçilik, Gastro diplomasi.

Key Words:

Gastronomy, Gastro politics, Gastro nationalism, Gastro diplomacy

Gönderme Tarihi / Received Date:
25.10.2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:
16.02.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Online:
30.06.2024

DOI:
[10.53601/tourismandrecreation.1381242](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1381242)

ÖZET

Ortak bir toplumsal ve kültürel değer olması nedeniyle yemek, tarih boyunca siyasi otoriteler tarafından çeşitli amaçlar doğrultusunda politik bir araç olarak kullanılmıştır. Yemeğin ortak bir kültürel değer olarak birleştirici gücü, toplumsal bütünlüğün sağlanmasında önemli bir işleve sahiptir. Yemek, toplumsal ve ulusal birliğin sağlanması için birleştirici bir unsur olabildiği gibi sınıflar arasındaki sınır ve farklılıkları koruyan ve vurgulayan ayrıştırıcı bir unsur olarak da karşımıza çıkmaktadır. Yemek aynı zamanda sembolik bir dil ve bir "yumuşak güç" olarak uluslararası ilişkilerde de büyük bir öneme sahiptir. Yemeğin bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde bir kamu politikası aracı olarak kullanılması günümüzde "gastro politika" kavramıyla ifade edilmektedir. Gastro politika, özellikle 21. yüzyıldan itibaren hem kamu politikası uygulayıcıları hem de bu alanda çalışan akademisyenler için son derece önemli bir kavram haline gelmiştir. Bu dönemde gerçekleştirilen başarılı gastro politika örnekleri incelendiğinde ulusal ve uluslararası düzeyde önemli kazanımlar elde edildiği görülmektedir. Günümüz dünyasını büyük ölçüde şekillendiren küreselleşme, dijital devrim, savaş ve göç gibi gelişmeler neticesinde önemli gastro politika araçları olan gastro milliyetçilik ve gastro diplomasi, ulusal ve uluslararası düzeyde önemli politika araçları haline gelmiştir. Bu çalışmanın temel amacı gastro politika kavramının ve önemli tarihsel ve güncel gastro politika örneklerinin literatür taraması yöntemiyle incelenmesidir. Araştırmada ayrıca gastro diplomasi ve gastro milliyetçilik kavramları da ele alınmıştır.

ABSTRACT

Since food is a common social and cultural value, it has been used as a political tool by political authorities for various purposes throughout history. The unifying power of food as a common cultural value has an important function in ensuring social unity. While food can be a unifying element to ensure social and national unity, it also appears as a divisive element that preserves and strengthens the boundaries and differences between social classes. Food also has great importance in international relations as a symbolic language and soft power. The use of food as a public policy tool at regional, national, and international levels is today expressed with the concept of "gastro policy". Gastro policy has become a very important concept for both public policy practitioners and academics, working in this field, especially in the 21st century. When the successful gastro policies implemented during this period are examined, it is seen that significant gains have been achieved at national and international levels. As a result of developments such as globalization, digital revolution, war, and migration which have shaped today's world, gastro nationalism and gastro diplomacy have become important policy tools at the national and international levels. The main purpose of this study is to examine the concept of gastro policy and important historical and current gastro politics by literature review method. The research also examined the concepts of gastro diplomacy and gastro nationalism, which are within the scope of gastro policy.

1. Giriş

Hayatın hemen hemen her alanıyla doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili olan gastronomi, bu niteliği itibarı ile disiplinler arası ve çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Yemek, bireylerin gündelik yaşamlarında ifade ettiği anlamın ötesinde toplumsal bir olgu olarak da büyük önem arz etmektedir. Yemek, bireyin içinde var olduğu toplumun ortak kültürel ürünü olduğu için toplumsal aidiyet ve kimliğin oluşmasında belirleyici bir etkidir. Kökleri Homosapiens'den de öncesine dayanan, birlikte avlanma, birlikte pişirme ve tüketme ve bu sayede hayatta kalabilme başarısı, yemeğin fiziksel işlevinin ötesinde birleştirici toplumsal bir unsur haline gelmesinde etkili olmuştur. Yemeğin bu işlevi tarih boyunca aileden devlete kadar pek çok toplumsal kurum için önem arz etmiştir.

Yemeğin bu toplumsal gücü, tarımın, yerleşik yaşamın ve şehirlerin oluşmasıyla örgütlü bir yapı olarak ortaya çıkan siyasi otorite tarafından da kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum yemeğin kişisel ve toplumsal niteliklerinin yanında politik bir boyut kazanmasını da sağlamıştır. Yemeğin bu politik işlevi günümüzde gastro politika (gastro politics) kavramıyla ifade edilmektedir. Tarihte pek çok örneğine rastlanan gastro politikaları, en genel kapsamıyla, yemeğin belirli amaçlarla politik bir araç olarak kullanılması şeklinde nitelendirmek mümkündür. Tarihteki gastro politika örnekleri incelendiğinde gastronomik öğelerin hem ayrıştırıcı hem de birleştirici bir toplumsal unsur olarak kullanıldığı görülmektedir. Yemeğin ortak bir kültürel ürün olması nedeniyle sahip olduğu birleştirici güç, kültürel ve toplumsal

birlik oluşturulması amacıyla sıkça kullanılmıştır. Bu nedenle gastronomik kimlik ve aidiyet gibi kavramlar gastro politika ile doğrudan bağlantılıdır. Son yıllarda çokça tartışılan gastro diplomasi, gastro milliyetçilik gibi kavramlar da gastro politika kapsamında değerlendirilmektedir (Uhri, 2015: 8-9; Yıldırım, 2019).

Türkçe literatür incelendiğinde gastro politika konusunda önemli bir eksiklik göze çarpmaktadır. Türkçe literatürde, gastro diplomasi ve gastro milliyetçilik kavramlarını konu alan çalışmalar bulunmakla birlikte gastro politika kavramını bir bütün olarak ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırmanın temel amacı, gastro politika kavramının ve önemli tarihsel ve güncel gastro politika örneklerinin incelenmesidir. Araştırmada ayrıca gastro politika kapsamında yer alan gastro diplomasi ve gastro milliyetçilik kavramları da ele alınmıştır.

Günümüz dünyasını şekillendiren önemli sosyal, kültürel, politik olgu ve kavramların tarihsel gelişim süreçlerinin incelenmesi akademik alan ve uygulama alanı açısından önem arz etmektedir. Bunlardan biri olan gastro politika, tüm tarih boyunca sosyal ve siyasi alanda belirleyici bir unsur olmakla birlikte akademik alanda görece yeni bir çalışma konusudur (Matta & García, 2019). Çok boyutlu ve geniş kapsamlı bir niteliğe sahip olması nedeniyle bu konuda yapılan akademik çalışmaların çoğunlukla belirli örnekler ve belirli gastro politik kavramlar üzerinde yoğunlaştığı söylenebilir. Bu çalışmada gastro politika kavramının bütünsel bir yaklaşımla incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda; mevcut sosyal ve siyasi koşullar, siyasi otoritenin amaçları ve uygulanma yöntemleri açısından farklı tarihsel ve güncel gastro politika örnekleri araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir.

21. yüzyıldan itibaren etkileri yaşamın her alanında yoğun bir şekilde gözlemlenen küreselleşme, dijital devrim, savaş ve kitlesel göç hareketleri nedeniyle gastro politika, ulusal ve uluslararası düzeyde hayati öneme sahip bir kavram haline getirmiştir. Günümüzde ülkeler, gastro politikaları çok çeşitli amaçlar için uygulayabilmektedir. Yerel ve ulusal kültürü korumak, yerel üreticileri desteklemek, gastronomi turizminden daha fazla gelir elde etmek, ülke kültürünü tanıtmak ve ülke imajını iyileştirmek, yemeği uluslararası ilişkilerde bir “yumuşak güç” olarak kullanmak bu amaçlar arasındadır (Appadurai, 1981; Pulluk & Örnek, 2021: 55-63). Günümüzde başarılı gastro politikalar ulusal ve uluslararası düzeyde olduğu gibi sektörel düzeyde de önemli katkılar sağlayabilmektedir. Örneğin kamu tarafından yürütülen başarılı gastro diplomasi programları incelendiğinde turizm ve yiyecek içecek işletmelerinin ulusal kültürü temsil eden birer elçi olarak kabul edildiği ve bu nedenle söz konusu işletmelere bir yandan finansal destek sağlanırken diğer yandan uygulanan sertifikasyon sistemi sayesinde menü, fiziki koşullar ve personel kalitesinin artırıldığı görülmektedir. Ayrıca yerli ürün kullanımı teşvik edilerek yerel gıda üreticilerine de katkı sağlanmaktadır. Uluslararası gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik politikalar sektörel kalite standartlarını ve işletmelerin gelirlerini artırmaktadır. Sektör çalışanlarına sağlanan eğitim ve yurt dışı tecrübesi imkanı gibi destekler çalışanların iş ve yaşam koşullarını olumlu yönde etkilemektedir.

Gastro politika, Türkiye açısından ele alındığında bugüne kadar yeterince değerlendirilememiş büyük bir potansiyel karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'nin önemli bir turizm ülkesi olması, sahip olduğu eşsiz mutfak kültürü ve gastronomik değerler önemli fırsatlar ortaya koymaktadır. Bu fırsatlar değerlendirilirken yerel kültürler ve yerel üreticilerin, küreselleşmenin neden olduğu riskler karşısında korunması, ancak doğru planlanmış, sistematik ve bütünsel bir yaklaşımla uygulanan gastro politikalarla mümkün olacaktır. Ayrıca Türkiye'nin ülke imajı ve uluslararası ilişkilerde karşılaştığı sorunlar göz önünde bulundurulduğunda doğru gastro politikaların önemi daha iyi anlaşılacaktır. 21. yüzyılda başarılı olan gastro politika örneklerinin incelenmesi, Türkiye ve zengin gastronomik değerlere sahip benzer ülkeler için yol gösterici olacaktır. Bu nedenle tarihsel örneklerle birlikte 21. yüzyılda başarılı sonuçlar elde etmiş güncel gastro politika örnekleri de bu araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir.

2. Yöntem

Bu çalışmada gastro politika kavramı önemli tarihsel ve güncel örnekler incelenerek açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmada geleneksel literatür taraması ve bir nitel araştırma deseni olan “içsel/gerçek durum çalışması” yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, kavram, durum ve olguların, oluşum ve gelişim süreçlerinin derinlemesine incelenmesi amacıyla kullanılmaktadır (Ergün, 2023).

3. Yemek ve Politika

Yemek, insanlık tarihi boyunca bireyler için taşıdığı yaşamsal önemin dışında toplumların varlıklarını devam ettirebilmeleri için de önemli bir unsur olmuştur. Yemek, zaman içerisinde toplumu oluşturan bireyler için ortak bir kültürel değer haline geldiği için toplumsal aidiyet ve kültürel kimliğin de önemli bir bileşenidir. Bu niteliği itibarı ile tarih boyunca hem bölgesel ve ulusal hem de uluslararası düzeyde politik bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir (Yıldırım, 2019). Yemeğin bu işlevi gastro politika kavramı olarak ifade edilmektedir. Tarihte, bölgesel ya da ulusal gastro politika uygulamalarının, birbirine tezat şekilde hem birleştirici hem de ayrıştırıcı bir unsur olarak kullanıldığı görülmektedir. Toplumsal sınıfların birbirinden katı sınırlarla ayrıldığı kast sistemlerinde gastro politika uygulamalarının bu katı sınırların ve mevcut toplumsal yapının korunması amacıyla kullanılabildiği görülmektedir. Bu politikaların, benzer şekilde dini ve etnik grupların birbirlerinden ayrıştırılması amacıyla uygulandığı örnekler de mevcuttur. Kültürel ve ulusal bir birlik sağlayarak varlığını devam ettirmek isteyen siyasi otoriteler içinse yemek, toplumu birleştirici bir unsur olarak karşımıza çıkabilmektedir (Matta & García, 2019).

3.1. Ayrıştırıcı Toplumsal Bir Güç Olarak Yemek

Toplumsal tabakalaşma, en basitinden en karmaşığına tüm toplumlarda farklı düzeylerde de olsa karşılaşılan bir olgudur. En genel kapsamı ile toplumdaki çeşitli gruplar arasındaki ayrışma ve eşitsizliği ifade eden tabakalaşma, irksal, dini, ekonomik, kültürel ya da cinsi farklılıklardan kaynaklanabilir. Toplumsal tabakalaşmanın düzeyini belirleyen en temel unsurlardan biri, gruplar ya da sınıflar arası geçişin mümkün olup olmamasıdır. Bu bağlamda kapalı, yarı açık ve açık olmak üzere farklı düzeylerde tabakalaşma söz konusudur.

Sınıflar arası geçişin mümkün olmadığı kapalı tabakalaşma en belirgin haliyle kölelik ve kast sistemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Özen, 2016). Sınıflar arası geçişin mümkün olmadığı toplumsal yapılarda evlilik, miras, meslek seçimi ve hatta sosyal ilişkiler gibi alanların katı dini ve hukuki kurallarla düzenlendiği ve bu düzenlemelerin sınıflar arasındaki mevcut sınırları korumayı amaçladığı görülmektedir. Bu tür toplumsal yapılar incelendiğinde dini ve hukuki kuralların her sınıf için farklılaştığı ve sınıfsal sınırların aşılması durumunda öngörülen cezaların son derece ağır olduğu görülmektedir. Kişisel ve sosyal yaşamın önemli bir parçası olması nedeniyle yemek de bu alanlardan biri olmuş, gastro politikalar, tarihte bu tür toplumsal yapıların devam ettirilebilmeleri amacıyla yönetici sınıf tarafından kullanılmıştır (Matta & García, 2019; Üner, 2023).

Tarihte gastro politikaların sınıfları birbirinden ayırıcı bir unsur olarak kullanıldığı önemli örneklerden biri geleneksel Hindu kast sistemidir. Binlerce yıllık bir kökene dayanması ve etkileri günümüzde özellikle kırsal kesimde hala devam etmesi nedeniyle Hindu kast sistemi, tarihteki en çarpıcı örneklerden birini teşkil etmektedir. Hintçede kastları ifade etmek için kullanılan “varna” kelimesinin aynı zamanda renk anlamına gelmesi Hindistan’daki kast sisteminin kökeninin ten rengi farklılığına dayandığı düşüncesini ortaya çıkarmıştır. MÖ 1500’lü yıllarda Hint Yarımadası’na gelen Ariler, bölgeyi istila ederek yerli halk üzerinde egemenlik kurmuşlardır. Ari ırkın ayırt edici özelliklerinden biri açık ten rengine sahip olmalarıdır. Bölgenin yerli halkının koyu tenli Dravid ırkına mensup olması da bu görüşü desteklemektedir. Hindistan’da kast kuralları 1975 yılında tamamen yasaklanmış olsa da özellikle kırsal kesimde bu kuralların toplumsal yapıda oluşturmuş olduğu derin etkiler günümüzde hala varlığını sürdürmektedir (Arslan, 2018; Büyükbahçeci, 2016).

Hindu kast sisteminde Brahmanlar (din adamları), Ksatriyalar (yöneticiler), Vaishiyalar (tüccar ve zanaatkarlar), Sudralar, (işçiler ve hizmetkarlar) olmak üzere dört kast bulunmaktadır. Ayrıca kastlar da kendi içlerinde alt sınıflara (jati) ayrılmıştır. Hiçbir kasta dahil edilmeyen paryalar (dokunulmazlar) ise toplumun en alt tabakasını oluşturmaktadır. Hindu kast sisteminde yemek, kastlar arasındaki farklılıkların en belirgin olduğu ve bu farklılıkların katı kurallarla düzenlendiği alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Özen, 2016). Bu sistemde yemek, kastlar arasındaki katı sınırların korunması ve mevcut toplumsal yapının sürdürülmesi için önemli bir unsur olarak kullanılmıştır. Her şeyden önce farklı kasta mensup kişilerin birlikte yemek yemesi kesin olarak yasaklanmıştır. Ayrıca kendi kastından olmayan kişilerin yaptığı yemeği yemek de yasaktır. Hatta üst kastların emrinde çalışan hizmetkarların bazı yemeklere dokunmasına dahi izin verilmez. Bu durumda yemeğin kirleneceği ve sağlığını kaybedeceği kabul edilir. Yemeğin çok önemli bir kültürel ve toplumsal paylaşım aracı olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu uygulamanın önemi ve işlevi çok daha iyi anlaşılacaktır (Arslan, 2018; Beşirli, 2010; Gauri, 2019).

Geleneksel Hindu kast sisteminde kastlar arasındaki sınırları vurgulayan bir diğer husus, tüketilmesine izin verilen gıdalardır. Bu noktada vejetaryenlik büyük önem arz etmektedir. Hindu kast sisteminde vejetaryenlik, inanç ya da kişisel tercihe bağlı bir pratik olmanın çok ötesinde kastlar

arasındaki farklılıkları vurgulayan bir üstünlük göstergesidir (Hasnain & Srivastava, 2018). Örneğin en üst kast olan brahmanlar balık da dahil olmak üzere hiçbir hayvan etini tüketmezler. Orta kastlar sığır eti dışındaki etleri tüketebilirken en alt kast yenilmek amacıyla kesilmiş sığır eti de tüketebilmektedir. Hiçbir kasta dahil olmayan dokunulmazlar ise taze ete ulaşmaları çok zor olduğu için sığır da dahil olmak üzere çeşitli hayvanların leşlerini tüketebilirler (Sathyamala, 2019).

Hindu kast sisteminde olduğu gibi yemeğin toplumsal sınıfları birbirinden ayırıcı bir unsur olarak kullanıldığı bir diğer önemli örnek Orta Çağ Avrupa’sında karşımıza çıkmaktadır. Batı Roma İmparatorluğu’nun yıkılması ile başlayan Orta Çağ’da Avrupa’nın en belirleyici özelliği güçlü devlet otoritesinin ortadan kalkması nedeniyle oluşan ve Kilise’nin mutlak egemenliğine dayanan toplumsal ve siyasi yapıdır. Bu yapıda krallar da dahil olmak üzere herkes kiliseyi temsil eden Papa’ya biat etmek zorundadır ve Hindu kast sistemine benzer bir şekilde kapalı toplumsal tabakalaşma söz konusudur. Din adamları (dua edenler), askerler (savaşanlar) ve serflerden (çalışanlar) oluşan kastlar arasındaki sınırlar katı kurallarla belirlenmiştir ve kastlar arasında geçiş mümkün değildir. Tüm toplumsal ve siyasi yapının Kilise tarafından kontrol edildiği bu sistemde kişilerin hangi yiyecekleri hangi dönemlerde tüketebilecekleri katı kurallarla belirlenmiştir. Bunun da ötesinde bu yiyeceklerin miktarları, porsiyonları ve ne şekilde tüketileceği de kurallara tabidir. Kuralların çiğnenmesi durumunda karşılaşılan cezalar da son derece ağırdır. Örneğin bir serf, yasak olduğu halde kendisi için avlanırsa uygulanan ceza idamdır (Üner, 2023).

Orta Çağ Avrupa’sında toplumun büyük kesimini oluşturan serfler için beslenme ve yaşam koşulları son derece zorluydu. Bu derece baskıcı ve katı bir sistemin devamını sağlamak için ağır cezaların yanında küçük ödüllere de ihtiyaç vardı. Pek çok tarihçi Orta Çağ Avrupa’sında büyük toplumsal patlamaları engelleyen unsurun perhiz ve şölen döngüleri olduğunu düşünmektedir. Hayvansal gıdalar başta olmak üzere pek çok yiyeceğin yasak olduğu uzun perhiz dönemlerinden sonra her şeyin serbest olduğu kısa şölen kutlamaları, toplumsal bir emniyet supabı görevi görüyordu. Kısa bir süre için bile olsa özgürlük, bolluk ve eğlence vadeden şölen dönemleri, değerli bir ödül olarak zorlu yaşam koşullarına katlanmak için önemli bir motivasyon kaynağıydı (Bertrand, 2020).

3.2. Birleştirici Toplumsal Bir Güç Olarak Yemek

Yemek, siyasi otoriteler tarafından toplumdaki sınıf ve gruplar arasındaki sınır ve farklılıkları korumak için kullanılabilirdiği gibi tüm toplumu birleştiren ortak bir kültürel değer olarak da kullanılabilir. Tarihte pek çok örneğine rastladığımız bu politikalar günümüzde de önemini korumaktadır. Bu örneklerden biri dünya gastronomi tarihi içerisinde özel bir öneme sahip olan Fransa’da karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde Klasik Fransız Mutfağı olarak adlandırdığımız rafine saray mutfağının “ulusallaşma” süreci oldukça ilginçtir.

Fransız saray mutfağının temellerinin henüz on dört yaşında Fransa’ya gelin olarak gelen İtalyan Catherine de Medici’ye dayandırılması oldukça ironiktir. İtalya tarihinin en önemli ailelerinden biri olan Medici ailesinden Catherine, 1553 yılında Fransız veliat prensi II. Henry ile evlenerek köklü

İtalyan mutfak kültürünü de Fransa sarayına taşımıştır. Yüz yılı aşkın bir süre boyunca İtalyan kültürünün etkili olduğu Fransız saray mutfağı için François Pierre'in La Varenne takma adını kullanarak 1651 yılında yayımladığı "Fransız Şef" (Le Cuisinier Français) önemli bir dönüm noktası olmuş ve ulusal Fransız mutfağı anlayışının temellerini atmıştır (Fine, 2020). Fransız mutfağındaki bu ulusallaşma anlayışı yemeğin ve mutfak kültürünün sosyal ve siyasi değerini çok iyi idrak etmiş olan XIV. Louis döneminde çok farklı bir boyut kazanmıştır. Dönemin koşulları göz önünde bulundurulduğunda Fransa'da siyasal ve ulusal birliği sağlayarak 72 yıl boyunca tahtta kalmayı başaran XIV. Louis'nin devlet yönetimi konusundaki sezgi, yetenek ve tecrübesi kuşkusuz tartışılmazdır. XIV. Louis, Fransa'da ulusal birliğin ve kendi iktidarının sürdürülebilmesi için tüm toplum tarafından paylaşılan ortak bir ulusal kültürün zorunlu olduğunu düşünüyordu ve ona göre yemek, bu ortak kültürün en önemli bileşenlerinden biriydi. Tüm Fransızların gururla sahip çıkacağı, Avrupa'nın en önde gelen ulusal mutfağını oluşturmak için başarılı şefleri desteklemiş, aşçılık okulları açmış, Fransa'nın en önemli devlet nişanını bir aşçıya vererek aşçılık mesleğine büyük bir saygınlık kazandırmıştır. Fransız mutfak kültürünün üstünlüğünü sergilemek için düzenlediği muhteşem ziyafetlerin ünü tüm Avrupa'ya yayılmıştır (Civitello, 2011, s. 170-171). XIV. Louis, yemeği hem kültürel ve ulusal birliği sağlamak için hem de diplomatik bir araç olarak kullanarak son derece başarılı gastro politikaları hayata geçirmiştir. Avrupa'da ulusal mutfakların ortaya çıkışı gastro milliyetçiliğin de temellerini oluşturmuştur. XIV. Louis'nin ölümünden sonra yaklaşık 75 yıl içerisinde Avrupa'da gerçekleşen teknolojik, ekonomik, sosyal ve politik değişimler o kadar büyük bir etki yaratmıştır ki çoğu tarihçi 18. yüzyılın sonlarını aynı zamanda bir çağın da sonu olarak kabul etmektedir.

3.2.1. Gastro Milliyetçilik

"l'État c'est moi." ("Ben devletim.") diyen ve iktidarının meşruiyetini doğrudan Tanrı'dan alan Louis'nin Fransa'sı, zaman içerisinde meşruiyetini özgür bireylerin oluşturduğu halktan alan bir ulus devlete dönüşmüştür. Bu yeni devlet modeli için iki temel unsur hayati önem taşımaktadır: "Özgür birey" ve "ulusal kimlik". Ulus devletlerin varlıklarını meşru bir şekilde devam ettirebilmeleri için bireylerin ortak ulusal kimliği, kendi özgür iradeleri ile benimsemesi kaçınılmaz bir zorunluluktur. 19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan modern anlamda "milliyetçilik" olgusunun temel nedeni de bu zorunluluk olmuştur (Yıldırım, 2019). Dünya siyasi tarihi içerisinde, 19. yüzyıldan günümüze, en belirleyici unsurlardan biri olan milliyetçiliğin, gastro politika bağlamında yansımaları, "gastro milliyetçilik" olarak ortaya çıkmıştır.

Ulusal kimliğin temel bileşenlerinden biri kuşkusuz, ortak ulusal kültürdür. Homo Habilis'in yaklaşık 2 milyon yıl önce beslenme ihtiyacını karşılamak amacıyla yaptığı taş aletlerin yeryüzündeki ilk kültürel ürünler olarak kabul edildiği düşünüldüğünde kültür ve yemek arasındaki bağın niteliği çok daha iyi anlaşılacaktır. Yemek bu niteliği itibarı ile yalnızca bölgesel ve etnik kültürlerin değil, ulusal kültürlerin oluşmasında da çok etkili bir unsur olmuştur (Ranta & Ichijo, 2022, s. 29). Ulus devleti oluşturan bireyler tarafından benimsenmiş, ortak bir ulusal kültür, toplumu bir ulus olarak

bir arada tutan temel unsurlardan biridir. Bu noktada "kültürel milliyetçilik", modern devlet anlayışı içerisinde önemli bir siyasi kavram olarak ortaya çıkmaktadır.

Kültürün evrensel niteliği; yemek, müzik, günlük pratikler ve hatta dil gibi pek çok kültürel öğeyi farklı uluslar için ortak kılabilmektedir. Bu tür ortak öğeler üzerinde bir ülke tarafından ortaya konan sahiplik iddiası zaman zaman çelişkili bir durum yaratmaktadır. Kültürel milliyetçiliğin bir yansıması olarak ortaya çıkan gastro milliyetçilik bağlamında değerlendirildiğinde bu durum ülkeler arasında zaman zaman temelsiz ve sonuçsuz çekişmeleri de beraberinde getirmektedir. Gastronomik ürünler söz konusu olduğunda coğrafi yakınlığa bağlı olarak gözlemlenen kültürler arası geçişkenlik, gastro milliyetçiliği özellikle son yıllarda çokça tartışılan bir kavram haline getirmiştir (Yıldırım, 2020). Söz konusu tartışma ve eleştiriler, özellikle gastro milliyetçiliğin resmi ve yasal düzenlemeler olarak ortaya çıktığı örnekler üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Milliyetçi siyasal akımların özellikle 19. yüzyıldan itibaren belirleyici bir rol oynadığı Avrupa'da, gastro milliyetçilik son dönemde giderek yaygınlaşan bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastro milliyetçilik kavramı, ilk olarak sosyolog Michaela DeSoucey (2010) tarafından kullanılmıştır ve kısaca "hem gıda üretim, dağıtım ve tüketiminin, ulusal aidiyet duygusunu sürdürmek için kullanılması hem de milliyetçi duyguların, gıda üretim ve pazarlamasında kullanılmasına" atıfta bulunmaktadır. Gastro milliyetçi uygulamalar genel olarak "globalleşen ekonominin neden olduğu tek tipleşmeye karşı ulusal geleneklerin korunması" iddiası ile gerekçelendirilmektedir. Bu noktada Avrupa Birliği (AB) son derece ilginç bir örnek teşkil etmektedir. AB'nin, üye ülkeler arasındaki fiziki sınırları da ortadan kaldıran devletler üstü siyasi ve ekonomik bir birlik olması, üye ülkelerin ulusal kültürlerini koruma eğilimlerini güçlendirebilmektedir. Gastronomik ürünler söz konusu olduğunda ise kaçınılmaz olarak bir çelişki ortaya çıkmaktadır. Gastronomik ürünler, ulusal kültüre ait öğeler olmalarının yanında birer ticari ürün olmaları nedeniyle ekonomik olarak da büyük önem arz etmektedir. Ortak bir pazar oluşturarak üye ülkelerin ekonomik olarak bütünleşmesi fikri AB'nin temel prensiplerinden biridir. Bu prensip doğrultusunda, ticari ürünlerin üretim ve pazarlama süreçlerinin devletler üstü kurumlar tarafından belirlenen standartlarla yasal olarak düzenlenmesi olağan bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu standardizasyon, gastronomik ürünler açısından ele alındığında kültürel tek tipleşme riskini de beraberinde getirmektedir. Ulusal ya da bölgesel kültürel değerlerin korunması, gastro milliyetçi refleksi ve uygulamaların temel dayanak noktalarından birini oluşturmaktadır. Bu dayanak noktalarından bir diğeri büyük üreticiler karşısında rekabet şansı bulunmayan yerel üreticilerin desteklenmesidir. Küresel şirketler tarafından üretilen standart ürünlerin arz edildiği küresel bir pazarda yerel üreticilerin ticari olarak varlıklarını devam ettirmeleri elbette mümkün değildir. Büyük çoğunluğu kırsalda yaşayan yerel üreticilerin karşılaşacağı böyle bir durumun olası sonuçları hem sosyal yapı hem de kültürel devamlılık açısından kaygı vericidir (DeSoucey, 2010; Lelieveldt, 2016; Lelieveldt, 2017; Yıldırım, 2020).

AB'nin birlik içerisinde ve diğer ülkelerle yaptığı ticaret

anlaşmalarındaki en önemli gastro milliyetçi düzenlemelerden biri olarak “coğrafi işaret tescili” ön plana çıkmaktadır. Avrupa Komisyonu’nun; ABD, Kanada, İngiltere ve Güney Kore gibi ülkelerle yaptığı ticari anlaşmalara konu olan gıda ürünleri için belirli oranlarda coğrafi işaretli ürün zorunluluğu bir kırmızıçizgi olarak kabul edilmektedir. Avrupa Komisyonu’nun birlik dışı ülkelerle yaptığı anlaşmalarda tüm üye ülkelerin onayı zorunlu olduğundan özellikle beş Güney Avrupa ülkesinin (Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz ve Yunanistan) anlaşmaları veto etme tehditleri karşılık bulmaktadır. Avrupa Birliği genelinde coğrafi işaretli gıda ürünlerinin yaklaşık %70’inin bu beş ülkeye ait olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu konudaki hassasiyetleri daha iyi anlaşılacaktır. Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin fiyatlarının diğerlerine göre yaklaşık iki kat daha yüksek olması, AB üyesi ülkelerin bu konudaki katı tutumlarının ticari nedenlerinden biridir. Ancak dikkat çekici olan nokta, ekonomik getirinin söz konusu olmadığı durumlarda da bu tutumdan taviz verilmemesidir (Huysmans, 2022). Bu da AB’nin, gastro milliyetçi politikalarının yalnızca kısa dönemli ticari kaygılarla değil toplumsal ve kültürel yapının korunmasını da amaçlayan uzun dönemli bir projeksiyonla yürütüldüğü görünümünü desteklemektedir.

Tüm dünyada olduğu gibi Avrupa’da da gastro milliyetçi politikaların bu denli önem kazanmasındaki etmenlerden biri ülkelerin gastronomik kimliklerinin, uluslararası düzeyde etkili bir pazarlama aracı haline gelmiş olmasıdır. Uluslararası piyasalara sunulan gastronomik ürünlerin, ülkelerin ulusal kimlikleriyle özdeşleştirilmesi ve pazarlanması, ulusal kimlikleri adeta birer ticari marka haline getirmektedir. Avrupa Komisyonu tarafından 2014 yılında gerçekleştirilen bir çalışma Avrupa genelinde tüketicilerin yaklaşık %75’inin satın alacakları gıda ürününün ülke menşeyini bilmek istediklerini ortaya koymaktadır. Satın alacakları ürünün niteliği ile ilgili doğrudan bilgi sahibi olmasalar dahi makarnanın İtalyan, ya da şarabın Fransız olması tüketicilerin satın alma kararlarında belirleyici bir etmen olabilmektedir. Bunun yanı sıra uluslararası gastronomi turizminin oluşturduğu büyük ekonomik potansiyel, ülkelerin gastronomi imajına yönelik kamu politikaları uygulamalarında etkili olmaktadır (Lelieveldt, 2017). Bu politikalar aynı zamanda uluslararası ilişkilerde önemli bir yer teşkil eden “ülke imajı” ile de doğrudan bağlantılı olduğundan güncel bir kavram olan “gastro diplomasi” ile de ilişkilidir.

3.3. Gastro Diplomasi

Yemek, sahip olduğu sembolik anlamlar nedeniyle kişiler, gruplar ve toplumlar arasında güçlü bir ifade ve iletişim aracı olarak da işlev görmektedir. Bu işlev, yemeği tarih boyunca geleneksel diplomasiğin bir parçası haline getirmiştir. Yabancı elçi ve devlet adamları onuruna verilen ziyafetler ülkeler arasındaki ilişkilere verilen önemin sembolik bir ifadesi olarak görülmüştür. Yemeğin diplomasideki önemini İngiltere’nin eski başbakanlarından Lord Palmerston (1859-1865), “Yemek diplomasiğin ruhudur.” cümlesiyle özetlemektedir. Günümüzde ise yemeğin diplomatik işlevi çok daha kapsamlı bir hale gelmiştir ve gastro diplomasi kavramı ile ifade edilmektedir (Luša & Jakešević, 2017). Gastro diplomasi antik çağlara kadar uzanan bir kavram olmakla birlikte gastro diplomasi terimi, 21. yüzyılda ortaya

çıkmıştır. Günümüzde gastro diplomasi, kamu diplomasisinin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmekte ve gastronomik değerler, uluslararası ilişkilerde bir yumuşak güç olarak kullanılmaktadır. Kamu diplomasisinin temel amacı, diğer devletlerle kurulan ilişkilerde halklar üzerinde oluşturulan olumlu etkiyi bir yumuşak güç olarak kullanmaktır. Kamu diplomasisi, 21. yüzyıla kadar yalnızca devlet organları tarafından uygulanan bir faaliyet olarak kabul edilirken günümüzde kamu tarafından koordine edilen ancak devlet dışı pek çok kurum ve kuruluşun da rol aldığı çok daha kapsamlı bir politika anlayışı niteliği kazanmıştır (Nirwandy & Awang, 2014; Suntikul, 2019).

Gastro diplomasi terimi ilk olarak 2002 yılında “Economist” dergisinde yayımlanan ve Tayland’ın yemeklerini ve mutfak kültürünü dünyaya tanıtmak için uyguladığı kamu diplomasisini konu alan “Food as Ambassador” isimli makalede kullanılmıştır. Son yıllarda ülkeler yemeği; kültürlerini tanıtmak, olumlu imaj oluşturma, gıda endüstrilerini küreselleştirme, yabancı turistleri ülkeye çekme ve diğer halklarla ilişkiler kurma çabalarının bir parçası olarak kullanmaktadır. Gastro diplomaside aktörler artık yalnızca elçi ve devlet adamları değil, gıda şirketleri, ünlü şefler, turizm acenteleri, halkla ilişkiler şirketleri, kamu diplomasisi uygulayıcıları, yemek programları ve sosyal medyadır (Tettner & Kalyoncu, 2016; Zhang, 2015).

Gastro diplomasi politikalarını, kamu tarafından oluşturulan ve yürütülen kapsamlı ve sistemli bir program dahilinde uygulayan ilk ülke Tayland olmuştur. 2002 yılında Tayland devleti tarafından uygulamaya konulan ve son derece başarılı sonuçlar elde eden “Global Thai Program” isimli kampanya, oluşturduğu büyük etki nedeniyle diğer ülkeleri de benzer programlar uygulama yönünde teşvik etmiştir. Bu başarılı sonuçlar gastro diplomasi politikalarının önemini ortaya koyarken gastro diplomasi kavramı da ilgili akademisyenler için ilgi çekici bir çalışma konusu haline gelmiştir. Bu akademisyenlerden biri olan Paul Rockower, literatürde görece yeni bir kavram olan gastro diplomasiyi kısaca “mide yoluyla zihinleri ve kalpleri kazanmak” olarak tanımlamaktadır. Bu kısa tanım Mary Jo Pham tarafından ayrıntılandırılarak daha spesifik bir hale getirilmiştir. Pham, gastro diplomasiyi “devletin, ulusal marka bilinirliğini artırmak, ekonomik yatırımı ve ticareti teşvik etmek ve yemek severlerle kişisel ve kültürel düzeyde bağ kurmak amacıyla ulusal mutfak mirasını, kamu diplomasisinin bir parçası olarak ihraç etme politikası” olarak tanımlamaktadır (Lipscomb, 2019). Gastro diplomasi politikalarının temel amacı yemeği uluslararası ilişkilerde halklar ve halkları temsilen hükümetler nezdinde bir yumuşak güç olarak kullanmak olmakla birlikte bu politikalar aynı zamanda yerel üreticiler, turizm ve yiyecek içecek sektöründe yer alan işletmeler için de dolaylı katkılar sağlamaktadır (White vd., 2019).

Gastro diplomasiyi bir kamu politikası olarak uygulayan ilk ülke olan Tayland örneği incelendiğinde ülkenin uluslararası turizmde sahip olduğu olumsuz imajın düzeltilmesi amacıyla moda, sağlık, gastronomi, kültür ve turizm alanlarıyla ilgili büyük çaplı bir ulusal proje dahilinde “Global Thai” programının 2002 yılında yürürlüğe konduğu görülmektedir. Bu programın en önemli özelliklerinden biri, kampanyanın Dışişleri Bakanlığı’nın denetimi altında; Ticaret Bakanlığı,

Sağlık Bakanlığı, Tarım ve Kooperatifler Bakanlığı, Sanayi Bakanlığı gibi önemli kamu kuruluşları tarafından planlanan ve uygulanan çok geniş kapsamlı bir proje olmasıdır. Projede ayrıca, finans, eğitim, medya ve reklam kuruluşları da dâhil çok sayıda şirket ve kurumun yer aldığı görülmektedir (Pornpongmetta, 2019, s. 54-58).

Program kapsamında ilk olarak yurt dışındaki Tayland restoranlarını denetleyen ve belgelendiren “Thai Select” isimli bir sertifikasyon sistemi geliştirilmiştir. Bu sertifikasyon sisteminde restoranlar belirlenen kriterler doğrultusunda denetlenmeye, “Thai SELECT”, “Thai SELECT PREMIUM” ve “Thai SELECT UNIQUE” olarak tescillenmeye başlanmıştır. Haftada en az beş gün faaliyet göstermek, Visa veya American Express kredi kartı şirketleri tarafından sertifikalandırılmış olmak, Tayland mutfağı tecrübesine sahip Taylandlı şefler istihdam etmek, Tayland'dan gelen yerel malzeme ve ekipman kullanmak ve menülerinde en az %80 oranında Tayland yemeği sunmak bu kriterler arasındadır. Program dahilinde hayata geçirilen bir diğer önemli uygulama Taylandlı şeflerin eğitilmesi ve yurt dışında çalışmalarının desteklenmesi olmuştur. Diğer ülkelerle yapılan vize anlaşmalarıyla bu eğitilmiş şeflerin yurt dışında çalışmaları da teşvik edilmiştir. (Lipscomb, 2019; Pornpongmetta, 2019, s. 52).

Programın en somut başarılarından biri, yurt dışındaki Tayland restoranlarının sayısındaki artıştır. Bu sayı 2001 yılında yaklaşık 5500’ken 2003 yılında 8000, 2008 yılında ise 13.000 olmuştur. Bu niceliksel artışın yanında restoranlarda sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesindeki artış elde edilen başarılı sonuçlardan bir diğeri olmuştur. Restoranlara sağlanan finansal destek ve iş birliği, uygulanan sertifikasyon sistemi, eğitilmiş personelin istihdam edilmesi; kalite ve müşteri memnuniyetini artırırken restoranlar, Tayland kültürünü en iyi şekilde temsil etme ve tanıtmaya misyonunu da gönüllü olarak üstlenmişlerdir. “Kellogg School of Management and Sasin Institute” tarafından 2005 yılında gerçekleştirilen marka tanınırlığı ve marka algısı ile ilgili bir çalışma, Tayland yemeklerinin etnik yemekler kategorisinde 4. en sevilen yemekler kategorisinde ise 6. sırada yer aldığını göstermiştir (Michelle & Baskoro, 2022; Solleh, 2015).

21. yüzyılda ortaya çıkan gastro diplomasi ve gastro milliyetçilik kavramlarının farklı uygulamaları ifade etmelerine rağmen pek çok noktada birbirleri ile doğrudan bağlantılı olduğu görülmektedir. İlk olarak, bu politikalar ortak bazı belirleyici temel amaçlara sahiptir. Ulusal gastronomik değerlerin korunması ve kültürel sürekliliğin sağlanması, ülkenin gastronomi imajının geliştirilmesi, ulusal mutfağın uluslararası değere sahip bir marka haline gelmesi bu ortak amaçlardan en önemlileri arasındadır. Ayrıca kamu tarafından planlanan ve yürütülen gastro diplomasi politikalarının, gastro milliyetçi bir nitelik taşıdığı görülmektedir. Tayland, Güney Kore, Japonya, Tayvan, Şili, Avustralya, Danimarka Tayvan gibi ülkelerin yürüttükleri gastro diplomasi projeleri incelendiğinde bunların aynı zamanda gastro milliyetçi politikalar olduğu görülmektedir (Pulluk & Örnek, 2021, s. 55-63).

5. Sonuç ve Tartışma

En genel kapsamıyla yemeğin politik bir araç olarak

kullanılmasını ifade eden gastro politika, tarih boyunca siyasi otoriteler tarafından çeşitli amaçlarla kullanılmıştır. Tarihteki önemli gastro politika uygulamaları incelendiğinde yemek, hem toplumu birleştiren ortak bir kültürel değer olarak hem de sınıfsal, etnik ya da dini gruplar arasındaki sınırları belirginleştirerek tabakalı sosyal yapının korunmasına yardımcı olan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastro politika kavramı, 21. yüzyıl dünyasının koşulları itibarı ile ulusal ve uluslararası düzeyde son derece önemli ve geniş kapsamlı bir nitelik kazanmıştır. Özellikle gastro politikanın önemli araçlarından olan gastro diplomasi ve gastro milliyetçilik, son yıllarda ülkelerin ulusal ve uluslararası kamu politikalarının oluşturulmasında etkili unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmada, özellikle 21. yüzyılın başlarından itibaren önemli bir politik kavram olarak karşımıza çıkan gastro politika ve gastro politika kapsamında ele alınan gastro milliyetçilik ve gastro diplomasi kavramları incelenmiştir.

4.1. Pratik Çıkarımlar

Kamu tarafından planlanan ve yürütülen sistematik, geniş ölçekli politikaların elde ettiği başarılı sonuçlar, diğer ülkeleri de benzer politikaları uygulama konusunda teşvik etmektedir. Bu çalışmada bir örnek olarak incelenen Tayland’ın gastro diplomasi alanındaki başarıları; Güney Kore, Japonya, Tayvan, Şili, Avustralya, Danimarka, Finlandiya gibi pek çok ülke için de yönlendirici olmuştur. Gastro diplomasi kavramının literatüre girmesini sağlayan Tayland örneğinin önemi, kısa dönemli ekonomik kazanımların ötesinde yemeğin, uluslararası ilişkilerde çok etkili bir “yumuşak güç” olarak kullanılabilmesini ortaya koymasındadır. Türkiye açısından değerlendirildiğinde gastro politika kavramının ve Tayland başta olmak üzere diğer ülkelerin bu alandaki uygulamalarının incelenmesi büyük önem arz etmektedir. İlk olarak Türkiye’nin önemli bir turizm ülkesi olması ve sahip olduğu eşsiz gastronomik değerler büyük bir potansiyel ortaya koymaktadır. Dünyada hızla büyüyen gastronomi turizmi, köklü mutfak kültürüne sahip Türkiye gibi ülkeler için önemli ekonomik fırsatlar yaratmaktadır. Ayrıca Türkiye’nin uluslararası ilişkilerde yaşadığı sorunlar göz önünde bulundurulduğunda “zihinleri ve kalpleri kazanmanın” da ekonomik kazanç kadar değerli olduğunu söylemek mümkündür. Kamu, özel sektör ve eğitim kurumlarının dâhil edileceği, “Global Thai” benzeri geniş kapsamlı programlar kuşkusuz, Türkiye’nin gastronomi imajını olduğu gibi ülke imajını da olumlu yönde etkileyecektir.

21. yüzyılın önemli gastro politika araçlarından bir diğeri olan gastro milliyetçilik, küreselleşmenin olası sonucu olarak öngörülen kültürel tek tipleşmeye karşı korumacı bir yaklaşım olarak savunulmaktadır. Devletler üstü bir birlik olmasına rağmen AB’nin gastro milliyetçi politikaları oldukça ilgi çekicidir. AB’nin hem diğer ülkelerle yaptığı uluslararası anlaşmalarda hem de birlik içerisindeki yasal düzenlemelerde bu korumacı tutumu bir kırmızıçizgi olarak kabul edilmektedir. AB’nin gastro milliyetçi politikalarında, üye ülkelerin ekonomik çıkarlarının yanında, kültürel ve toplumsal yapının korunmasının da amaçlandığı görülmektedir. Doğrudan ekonomik getirisi olmasa dahi bölgesel/ulusal kültürleri ve yerel üreticileri destekleyen politikalarından taviz verilmemektedir. Bu durum, işsizlik ve

göç gibi toplumsal sorunların neden olacağı olumsuzluklara karşı bir önlem olarak kabul edilmekte ve gastro milliyetçi politikalara yöneltilen eleştirilere karşı temel bir argüman olarak savunulmaktadır. Söz konusu eleştirilerin iki noktada yoğunlaştığı görülmektedir. Bunlardan ilki gastro milliyetçi politikaların, mevcut uluslararası ekonomik sistemin öngördüğü serbest piyasa ve rekabet ilkelerine uygun olmamasıdır. İkinci olarak evrensel kültürel değerler olan gastronomik ürünlerin bir ülke tarafından sahiplenilemeyeceğidir. Küreselleşmenin olası sonuçları, AB ülkeleri gibi Türkiye de dâhil olmak üzere dünyada pek çok ülke için riskler oluşturmaktadır. Ülke içi göç dışında, son yıllarda büyük ölçüde artan uluslararası kitlesel göç hareketleri de hem yerel hem de ulusal düzeyde sosyal ve kültürel yapıları tehdit etmektedir. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nin verilerine göre 2023 yılı itibarı ile dünyada en fazla (yaklaşık 3,6 milyon) mülteci bulunan ülke Türkiye'dir. Bu durum küreselleşmenin etkileriyle birlikte değerlendirildiğinde AB'yi gastro milliyetçi politikalara yönelten koşulların Türkiye için çok daha büyük riskler yarattığını söylemek mümkündür. Gastronomik ürünlerin sahip oldukları ekonomik değerlerinin yanında önemli kültürel bileşenler olduğu göz önünde bulundurulduğunda varlıklarını sürdürmelerinin kültürel devamlılık sayesinde mümkün olabileceği açıktır. Tüm insanlığa ait olduğu kabul edilen evrensel kültürel değerlerin korunarak sonraki nesillere aktarılması da tüm insanlığı ilgilendiren bir sorumluluktur. Bu bağlamda, Türkiye ve benzeri ülkelerin, AB örneğinde olduğu gibi yerel üreticileri ve yerel kültürleri koruyan ulusal ve uluslararası politikalar geliştirmeleri büyük önem arz etmektedir.

Gastro milliyetçi ve gastro diplomatik politikaların nihai hedefleri ulusal ve uluslararası düzeyde makro ölçekli olmakla birlikte bu politikaların, yiyecek içecek ve turizm sektörleri içerisinde faaliyet gösteren kurum ve işletmeler için de önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Bu araştırma kapsamında ele alınan AB ve Tayland örnekleri başarılı gastro politikaların, yerel üreticiler başta olmak üzere tüm sektörel bileşenler açısından olumlu sonuçlar ortaya koyduğunu göstermektedir. Küresel rekabet koşullarında varlığını sürdürmeme riskiyle karşı karşıya bulunan yerel üreticilerin yasal düzenlemelerle korunması, etkili bir eğitim, denetim ve standardizasyon sistemi sayesinde yurt içi ve yurt dışında faaliyet gösteren işletmelerde sağlanan kalite ve müşteri memnuniyetinde sağlanan artış bu sonuçlardan bazılarıdır.

4.2. Teorik Çıkarımlar

Akademik bir çalışma alanı olarak ele alındığında gastronomi, çok boyutlu ve disiplinler arası bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Yemeğin fiziksel ve kimyasal özellikleri; sosyal, tarihsel ve kültürel boyutları; uygulama boyutu ve ticari boyutu gibi konularda yapılan akademik çalışmaların farklı disiplinlerle de ilişkili olabildiği görülmektedir. Uluslararası gastronomi literatürünün gelişmesine paralel olarak gastronomimin farklı boyutları da yeni akademik çalışma konuları haline gelmektedir. Yemeğin politik işlevi de bu konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yemek, bireysel bir pratik olduğu gibi aynı zamanda sosyal bir olgu olarak da önem taşımaktadır. Yemek bu niteliği itibarı ile tarih boyunca siyasi otoriteler tarafından çeşitli amaçlarla politik

bir araç olarak kullanılmıştır. Bu çalışma kapsamında ele alınan örnekler gastro politikanın, uygulanma amaç ve yöntemleri bakımından farklılık gösterse de son derece etkili bir politik araç olduğunu ortaya koymaktadır. Türkçe literatür incelendiğinde gastro politika kavramını bütünsel bir yaklaşımla ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada gastro politika kavramı, tarihsel ve güncel örnekler incelenerek açıklanmaya çalışılmıştır.

4.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Bu çalışmada yemeğin politik işlevi geleneksel Hindu kast sistemi, Orta Çağ Avrupası, AB ve Tayvan örnekleri üzerinden incelenmiştir. Araştırma konusunun Türkçe literatür için son derece yeni bir kavram olması nedeniyle bu konu genel nitelikleri itibarı ile ve bütünsel bir yaklaşımla açıklanmaya çalışılmıştır. Gastro politika kavramının geniş kapsamı göz önünde bulundurulduğunda ileride yapılacak çalışmalarda, farklı gastro politika örneklerinin derinlemesine incelenmesi hem akademik alan hem de uygulama alanı için katkılar sağlayacaktır. Ayrıca gastro politika kavramının Türkiye perspektifinden ele alınması, bu alandaki mevcut potansiyelin ve doğru gastro politikaların sağlayacağı olası kazanımları ortaya koyan çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilebilir.

Etik Beyan: Bu çalışmanın, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer aldığı beyan ederim. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı: Çalışmada herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Appadurai, A. (1981). Gastro-politics in Hindu South Asia. *American Ethnologist*, 8(3), 494-511. DOI:10.1525/ae.1981.8.3.02a00050
- Arslan, A., (2018). Hindistan'da hâlâ süren kast sistemi ve paryalar, *Stratejik Ortak Dergisi*, <https://stratejikortak.com/2018/11/hindistan-kast-sistemi-nerdir.html> Erişim tarihi:20.10.2023.
- Bertrand, G. (2020). Venice Carnival from the Middle Ages to the Twenty-first Century: A political ritual turned "consumer rite"? *Journal of Festive Studies*, 2(1), 77-104. DOI:10.33823/jfs.2020.2.1.30
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Büyükbağcı, E. (2016). Hint'te kast sisteminin ilk izleri ve Hint edebiyatındaki yeri. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 56(2), 238-255. DOI: 10.1501/Dtcfder_0000001489
- Civitello, L. (2011). *Cuisine and Culture: A History of Food and People*. John Wiley & Sons. New Jersey, USA
- DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food traditions and authenticity politics in the European Union. *American Sociological Review*, 75(3), 432-455. DOI:10.1177/0003122410372
- Ergün, N. (2023). *Durum Çalışması*. İçinde A. Çetin (Ed), Nitel Araştırma Yöntemleri, ss.133-157, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Fine, L. G. (2020). The Transformative Influence of La Varenne's Le

- Cuisinier Francois (1651) on French Culinary Practice. *Frontiers in Nutrition*, 7(42), 1-10. DOI:10.3389/fnut.2020.00042
- Gauri, C. S. (2019). Vegetarian and non-vegetarian gods: gastro-politics of Hindu temples in Kerala. *CASS Studies*, 3(1), 74-77.
- Hasnain, A., & Srivastava, A. (2018). What makes Indian vegetarians different from westerners who have given up meat? *Scroll.in*, <https://scroll.in/article/872951/what-differentiates-vegetarianism-practiced-by-indians-from-that-followed-by-the-west>, Erişim tarihi: 20.10.2023
- Huysmans, M. (2022). Exporting protection: EU trade agreements, geographical indications, and gastronationalism. *Review of International Political Economy*, 29(3), 979-1005. DOI: 10.1080/09692290.2020.1844272
- Lelieveldt, H. (2016). Gastronationalism? How Europe's food production is becoming entangled in nationalist politics. *LSE European Politics and Policy*, <https://eprints.lse.ac.uk/70173/>, Erişim Tarihi: 20.10.2023
- Lelieveldt, H. (2017). Comment on DeSoucey: Gastronationalism or gastroregionalism?. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2984754, Erişim Tarihi: 20.10.2023 DOI:10.2139/ssrn.2984754
- Lipscomb, A. (2019). Culinary relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan. *The Yale Review of International Studies*, <https://yris.yira.org/essays/3080> Erişim Tarihi: 20.10.2023
- Luša, Đ., & Jakešević, R. (2017). The role of food in diplomacy: communicating and "winning hearts and minds" through food. *Media Studies*, 8(16), 99-119. DOI: 10.20901/ms.8.16.7
- Matta, R., & García, M. E. (2019). The Gastro-political turn in Peru. *Anthropology of food*, 14, 1-10. DOI:10.4000/aof.10061
- Michelle, M., & Baskoro, R. (2022). A lesson learned from pioneer of gastrodiplomacy: strategies of utilizing nation brand by the country of White Elephants through the Global Thai Campaign. *AEGIS: Journal of International Relations*, 6(1), 60-78. DOI: 10.33021/aegis.v6i1.3469
- Nirwandy, N., & Awang, A. A. (2014). Conceptualizing public diplomacy social convention culinary: Engaging gastro diplomacy warfare for economic branding. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 325-332. DOI:10.1016/j.sbspro.2014.04.038
- Özen, G. Ç. (2016). Kapalı toplumsal yapı: kast sistemi üzerinden tabakalaşma. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi*, 2(3), 59-65.
- Pornpongmetta, P. (2019). *Gastrodiplomacy of Thailand, 1989-2019* (No. 180476). Master Thesis, Thammasat University, Faculty of Political Science, Department of International Relations, Bangkok.
- Pulluk, E. & Örnek, A. (2021). Gastrodiplomasi ve Gastronomilliyetçilik. İçinde, Oğan, Y. (Ed.), *Gastronomi Araştırmaları* ss. 55-63, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Ranta, R., & Ichijo, A. (2022). *Food, National Identity and Nationalism: From Everyday to Global Politics*. Springer Nature, Cham.
- Sathyamala, C. (2019). Meat-eating in India: Whose food, whose politics, and whose rights?. *Policy Futures in Education*, 17(7), 878-891. DOI:10.1177/1478210318780
- Solleh, F. M. (2015). Gastrodiplomacy as a soft power tool to enhance nation brand. *Journal of Media and Information Warfare*, 7, 161-199.
- Suntikul, W. (2019). Gastrodiplomacy in tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1076-1094. DOI:10.1080/13683500.2017.1363723
- Tettner, S., & Kalyoncu, B. (2016). Gastrodiplomacy 2.0: Culinary tourism beyond nationalism. *Journal of Tourism Research*, 6(2), 47-55.
- Uhri, A. (2015). İnsanlığın Şafağında Beslenme. İçinde Yılmaz, H. ve Dündar, A. (Ed). *Gastronomi Tarihi*, ss. 2-25, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Üner, E. H. (2023). Orta Çağ'da Avrupa mutfak kültürü. *Aydın Gastronomi*. 7(2), 313-324. DOI:10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i20010
- White, W., Barreda, A. A., & Stephanie, H. E. İ. N. (2019). Gastrodiplomacy: captivating a global audience through cultural cuisine-a systematic review of the literature. *Journal of Tourismology*, 5(2), 127-144. DOI: 10.26650/jot.2019.5.2.0027
- Yıldırım, E. (2019). Yemek, ulusal kimlik ve milliyetçilik ilişkisi üzerine:" Çiya" markası ve" Turquality" programı örnekleri üzerinden bir yaklaşım denemesi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 188-203. DOI:10.30784/epfad.580249
- Yıldırım, E. (2020). Gastronomilliyetçilik ve gastrodiplomasi arasındaki ilişki üzerine teorine pratiğe bir bakış. *Kapadokya Akademik Bakış*, 4(1), 76-99.
- Zhang, J. (2015). The food of the worlds: mapping and comparing contemporary gastrodiplomacy campaigns. *International Journal of Communication*, 9(24) 568-591.

Extended Abstract

In addition to its vital importance for individuals, food has also been an important element for societies to continue their existence throughout history. Food is an important component of social belonging and cultural identity as it has become a common cultural value for the individuals who make up society over time. Due to this feature, it has been used as a political tool throughout history at regional, national, and international levels. Today, this function of food is expressed as "gastro politics". The main purpose of this research is to examine the concept of gastro policy and important historical and current gastro politics by literature review method. The research also examined the concepts of gastro diplomacy and gastro nationalism, which are within the scope of gastro politics.

Due to globalization, digital revolution, war and mass migration movements, the effects of which have been observed in all areas of life since the 21st century, gastro policies have become a concept of vital importance nationally and internationally. Today, governments can use gastro politics for various purposes. These purposes include protecting local and national culture, supporting local producers, generating more income from gastronomy tourism, promoting the country's culture and improving the country's image, and using food as a "soft power" in international relations. Today, successful gastro policies can make significant contributions at the sectoral level as well as at the national and international levels. For example, within the scope of successful gastro diplomacy programs; tourism, food, and beverage businesses are accepted as ambassadors representing the national culture, and therefore, while financial support is provided to these businesses, the menu, physical conditions, and personnel quality are increased by certification systems. In addition, the use of local products is

encouraged and local food producers are supported. Policies for the development of international gastronomy tourism, increase sectoral quality standards and incomes of businesses. Support provided to sector employees, such as training and overseas experience, positively affects the working and living conditions of employees.

In history, it is seen that regional or national gastro policy practices have been used as both a unifying and divisive element, contradictory to each other. It is seen that in caste systems where social classes are separated from each other by strict boundaries, gastro policy practices can be used to protect these strict boundaries and the existing social structure. There are also examples where these policies are similarly implemented to separate religious and ethnic groups from each other. For political authorities who want to maintain their existence by providing cultural and national unity, food can appear as a unifying element of society. The concept of the "national state", which emerged after the French Revolution, derives its legitimacy from the people consisting of free individuals. Two basic elements are vital for this state model: "Free individual" and "national identity". For national states, it is an inevitable necessity for individuals to adopt a common national identity with their own free will to continue their existence legitimately. This necessity was the main reason for the modern phenomenon of "nationalism", which emerged in the early 19th century. The reflection of nationalism, which is one of the most determining elements in the world political history from the 19th century to the present, in the context of gastro policy, has emerged as "Gastro Nationalism". The concept of "gastro-nationalism" was first used by sociologist Michaela DeSoucey (2010) and briefly refers to the "Use of food production, distribution, and consumption to maintain a sense of national belonging, and the use of nationalist feelings in food production and marketing." Gastro nationalist practices are generally justified by the claim of "The protection of national traditions against the standardization caused by the globalizing economy."

Food is an important communication tool for individuals, groups and societies due to its symbolic meanings. This function has made food a part of traditional diplomacy throughout history. Banquets held in honor of foreign ambassadors and statesmen were seen as a symbolic expression of the importance given to relations between countries. Today, the diplomatic function of food has become much more comprehensive and is expressed with the concept of "gastro-diplomacy." Although gastro-diplomacy is a concept dating back to ancient times, the term of gastro-diplomacy emerged in the 21st century. Today, gastro-diplomacy is accepted as an important component of public diplomacy, and gastronomic values are used as a soft power in international relations. The main purpose of public diplomacy is to use the positive impact on people in relations with other states as soft power.

The term gastro diplomacy was first used in the article "Food as Ambassador" published in the "Economist" magazine in 2002, which was about the public diplomacy applied by Thailand to introduce its food and culinary culture to the world. In recent years, countries food; They used it as part of their efforts to promote their culture, create a positive image,

globalize their food industry, attract foreign tourists to the country, and establish relations with other peoples. Actors in gastro diplomacy are no longer just ambassadors and statesmen, but food companies, celebrity chefs, tourism agencies, public relations companies, public diplomacy practitioners, cooking programs, and social media.

The concept of gastro policy has become very important and comprehensive at the national and international level due to the conditions of the 21st century. Especially gastro diplomacy and gastro nationalism, which are important tools of gastro policy, have come to the fore as effective elements in the formation of national and international public policies of governments in recent years. In this research, gastro-politics, which has emerged as an important political concept, especially since the beginning of the 21st century, and the concepts of gastro-nationalism and gastro-diplomacy.