

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH

GELENEKSELDEN KÜRESELE TÜRK MUTFAĞINDA KÖFTENİN DÖNÜŞÜMÜ
THE TRANSFORMATION OF MEATBALLS IN TURKISH CUISINE FROM
TRADITIONAL TO GLOBAL

Prof. Dr. Halil Altay GÖDE¹

Öğr. Gör. Tark ÜLÜFER²

ÖZET

Binlerce yıllık geçmişe sahip olan Türk mutfağı, birçok değeriyle dünyanın önde gelen mutfaklarından biri olmuştur. Bugün gastro turizmin son derece önemli bir gelir kaynağı olduğu düşünüldüğünde mutfağımızdaki lezzetlerin gelişimi dikkate değerdir. Bunlardan biri de şüphesiz köftedir. Köfte elbette tüm dünyada farklı yöntemlerle yapılan bir lezzet olmakla birlikte Türk mutfağında önemli bir ağırlığı olan bir yemektir. Bu çalışmada köftenin geçmişten günümüze kadar gelişimi verildikten sonra özellikle son yüzyılda nasıl bir değişim ve dönüşüm geçirdiği incelenmiş, küreselleşen dünyada mutfak lezzetlerimizi nasıl muhafaza edeceğimiz yönünde öneriler de sunulmuştur. Bu kapsamda nitel araştırma yöntemiyle hazırlanan çalışmada, köftenin marka değeri olarak önemli kurumlar tarafından nasıl değerlendirildiği, patent durumu ve ülkemize bu konuda ilerleme sağlamış köfte markalarına da çalışmada değinildikten sonra internet ve sosyal medyanın köftenin değişim ve dönüşümdeki etkisi de irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağı, Köfte, Değişim ve Dönüşüm.

ABSTRACT

Turkish cuisine, which has thousands of years of history, has been one of the world's leading cuisines with its many values. Considering that gastro tourism is an extremely important source of income today, the development of flavors in our cuisine is remarkable. One of these is undoubtedly meatballs. Although meatballs are of course a delicacy made with different methods all over the world, it is a dish that has an important weight in Turkish cuisine. In this study, after the development of meatballs from the past to the present, how it has changed and transformed especially in the last century will be examined, and suggestions will be presented on how to preserve our culinary delicacies in the globalizing world. In this context, in the study prepared with qualitative research method, how meatballs are evaluated by important institutions as brand value, patent status and meatball brands that have made progress in our country in this regard will be mentioned in the study, and the effect of the internet and social media on the change and transformation of meatballs will also be examined.

Keywords: Turkish Cuisine, Meatballs, Change and Transformation.

1. GİRİŞ

İnsan doğar, büyür ve ölür. Bu süre zarfında insanın da tıpkı diğer canlılar gibi en temel ihtiyaçlarından birisi beslenmedir. Beslenmek insan hayatının devamı için şarttır. Fakat insanoğlunu beslenme konusunda diğer canlılardan ayıran birtakım özellikler vardır ki bunlar tarihin sıfır noktasından günümüze kadar düşünüldüğünde diğer canlılardan farklı bir seyir izlediği görülmektedir. Keza insan yemeği, zaman serüveni içerisinde doğal bir ihtiyaç olmasının yanında ona farklı hususiyetler- lezzet, estetik, sunum, sağlık vb.- eklemleyerek onun

¹Prof. Dr, Süleyman Demirel Üni., Fen-Edb. Fakültesi, halilgode@sdu.edu.tr, ORCID:0000-0003-2132-0671

²Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üni., Gönen MYO, trkulifer@gmail.com, ORCID:0000-0001-5696-2872

bir kültürel değer olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bununla birlikte millî şuurun toplumlara yerleşmesiyle beraber her milletin kendine has mutfakları, mutfak kültürleri yani yeme kültürleri oluşmuştur. Bu minvalde köklü bir geçmişe sahip olan Türklerin de güçlü bir yemek ve mutfak kültürüne sahip olduğunu hatta dünyanın en büyük, en zengin mutfakları arasında yer aldığı rahatlıkla söylenebilir. Binlerce yıllık bir kültürel birikime sahip Türklerde geçmişten günümüze yeme alışkanlıklarına bakıldığında göçebe hayatın hüküm sürdüğü yıllarda daha çok hayvancılık üzerine kurulu olan mutfağımız daha sonraları farklı medeniyetlerle tanışılması ve yerleşik düzene geçilmesiyle farklı özellikler kazanmıştır. Önceleri et ve hamur ürünlerinin yoğun bir şekilde kullanıldığı Türk mutfağına sonradan muhtelif sebzeler ve tahıllar girerek yeme kültürünün iyiden iyiye çeşitlenmesini ve zenginleşmesini de sağlamıştır. Bu süreç hâlen devam etmekte ve Türk mutfağı halihazırda halen gelişmeye ve değişmeye devam etmektedir. Peki bu gelişim ve değişim içerisinde bazı yemeklerimiz varlığını nasıl korumuştur? Geleneksel hayatımızda var olan bazı yemeklerimiz küreselleşen dünyadan nasıl etkilenmiş ya da küresel dünyayı nasıl etkilemiştir? Bu makalede Türk mutfağında önemli bir yere sahip köftenin gelişim ve değişimini ele alınmıştır.

2. GELENEKSELDEN KÜRESELE KÖFTE

Köfte kelimesi sözlükte, “Genellikle çekilmiş etten, bazen de tavuk, balık veya yapılan, türlü biçimlerle pişirilen bir yemek.” Şeklinde tanımlanmaktadır (TDK Sözlük, 2023). Köfte kelimesi *köfte* “(havanda) dövülmüş, çiğnenmiş” sözcüğünden alıntı olduğu, Farsça *köften*, *kūs* “dövmek, vurmak” fiilinin +a ekiyle geçmiş zaman sıfat-fiili olduğu belirtilmektedir (nisanyansozluk, 2023). Türkçe sözlükte belirtildiği ve bizimde köfte dediğimizde genellikle ilk olarak akla gelen etten kıyılarak çeşitli formlarda yapılan köfte türü aklımıza gelmektedir. Elbette bunun dışında sebze, bulgur ya da pirinç gibi çeşitli tahıllardan farklı tekniklerle hazırlanan köfte çeşitleri de bulunmakla birlikte bizim inceleyeceğimiz köfte, etten yapılan köfte türüdür. Bugün Anadolu’nun hemen her yerinde evlerden lokantalara kadar belirttiğimiz şekilde etten kıyılarak ve farklı teknikler ve şekillerde pişirilerek köfte elde edilmektedir. Bu köfteler farklı yerlerde yine farklı isimlerle yapılmış ve yapılmaya devam edilmektedir. Ama günümüzde geleneksel olarak evde yapılan köftelerin yanında çeşitli yerlerde birtakım standartlar getirilerek üretilen endüstri hâline gelmiş köftelerle karşılaşmaktayız. Tam bu noktada neden ve hangi sebeplerle, hangi köfte çeşitleri yerelden ulusala, ulusaldan küresele doğru gelişim ve değişim göstermiştir?

Köfte tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de üretimi ve tüketimi yaygın olan bir yemektir. Yapılmasında et, balık, tavuk gibi temel hayvansal kaynakların yanında günümüzde sebze kaynaklı vegan köfte çeşitleri de bulunmaktadır. Köftelerin pişirilmesinde kızartma, haşlama, buğulama, fırınlama gibi teknikler kullanılmaktadır (Akman, Yılmaz, & Aslan, 2019, s. 71). Yapımındaki kullanılan hammaddenin farklılığının yanı sıra hazırlanışı itibarıyla günümüzde Türk mutfağında İnegöl, Tekirdağ, Muğla, Akçaabat gibi birçok köfte çeşidini saymak mümkündür. Bu köftelerin her birinin reçetesi farklıdır. Ama bazılarının serüveni ulusal bir boyuta taşınmışken bazıları yerel kalmaya devam etmektedir.

Dünyada şehirleşme ve devamındaki küreselleşme son yüzyıllarda gücünü iyiden iyiye arttırmaktadır. Batıda sanayileşmeyle birlikte büyük şehirler kurulurken yeme-içme alışkanlıkları da bunlara uyum sağlamış, sanayileşmenin getirdiği şehirleşme ve şehirlileşme sonucu yeme-içme ve mutfak kültüründe ciddi değişimler olmuştur. Günde on sekiz saatle yakın çalışan erkek bireylerin yanına zamanla kadınlar ve çocuklar da eklenmiş ve bunun doğal

sonuç olarak Batı mutfağında zaman içerisinde hazır, hızlı hatta dondurulmuş yemeklere doğru bir evrilme başlamıştır. Aynı şekilde ülkemizde ise 20. yüzyılın ortalarından itibaren hızlanan sanayileşme ve şehirleşmenin etkisiyle Türk mutfağında da değişikliklerin ve gelişmelerin olması kaçınılmazdır. Önceleri dışarıda çalışmayan ev kadınlarının kurbandaki etten ya da kemikli olarak alınan etten tasarruf etmek ve arta kalan etlerden bir yemek yapmak fikriyle yola çıktığı köfte zamanla farklı bir ürüne doğru gelişmiş ve evrilmiştir. Sanayileşme, şehirleşme, şehirlileşme ve son yirmi yıldan beri hayatımıza girmiş ve derin değişikliklere yol açan küreselleşme sonucunda farklı ülke mutfaklarından Türk mutfağına yemekler girmiş, yöresel olan bazı yemeklerimiz ise farklı ülke mutfaklarına doğru açılmıştır. Şüphesiz bunlardan biri de köftelerdir. Bugün zincir marketlerde, lokantalarda, kantinlerde ülkemizin yöresel mutfağından çıkıp gelen bir köfte çeşidini bulmak mümkündür.

Toplumsal hatta kişisel olanın global olanın etkisi altında kalması şeklinde açıklayabileceğimiz küreselleşme; ülkemizdeki etkilerini, özellikle Özal hükümeti zamanında yapılan birtakım düzenleme sonucu, serbest Pazar ekonomisine geçiş ve ithal malların dolaşıma girmesiyle başlamıştır. Yerel pazara giren hazır kahve, egzotik meyveler, teknolojik aletler gibi birçok ürün kısa zamanda sadık tüketicilerini yaratmayı başarmıştır (Bali, 2004, s. 17).

Küreselleşme konusundaki yaygın görüşe göre, sınırların, ekonomilerin ve millî kültürlerin çözüldüğü, küresel olanın belirleyici olduğu bir çağda yaşamaktayız (Thompson & Hirst, 2003, s. 8). Bu sürecin sonucunda doğal olarak özellikle ticari anlamda coğrafi sınırları ortadan kaldıran, her türlü ürünün farklı ülke ve kültürlerden farklı coğrafya ve kültürlerle doğru dolaşıma çıkmasını sağlayan bir küresel anlayışla; Türk mutfağına pizza, hamburger vd. gibi farklı ürünler girmiş, Türk mutfağından da döner ve baklava vd. yemekler dünyaya açılmıştır. Bu ürünlere ek olarak 21.yüzyılda geleneksel mutfağımızdaki köfte de eklenecek gibi görünüyor. Daha önce belirtildiği gibi bugün ülkemizdeki zincir marketlerde, süpermarketlerde, hatta yerel bakkalların dolaplarında dahi bahsettiğimiz köfteleri görmemiz mümkündür. Öncelikle bu köfteleri **coğrafi işaret**, **menşe adı**, **mahreç işareti** ve **geleneksel ürün adı** kapsamında incelemek gerekecektir. Bu kavramlar ise Türk Patent ve Marka Kurumunda şöyle tanımlanmaktadır:

Coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir. Gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri coğrafi işaret tesciline konu olabilir (Türk Paten ve Marka Kurumu, 2023).

Menşe adı, bir ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanıyorsa bu durumdaki coğrafi işaretlere “menşe adı” denir. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümünün belirlenen coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu çerçevede menşe adı olarak tescil edilen coğrafi işaretlerin kaynaklandıkları yöre ile bağları çok kuvvetlidir (Türk Paten ve Marka Kurumu, 2023).

Mahreç işareti, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere “mahreç işareti” denir. Hammaddesi veya üretim, işleme aşamalarından bir tanesi yörede gerçekleşen bir ürün mahreç işareti olarak tescillendiğinde diğer üretim ve işleme aşamaları kaynaklandığı yöre dışında da gerçekleştirilebilir (Türk Paten ve Marka Kurumu, 2023).

Geleneksel Ürün Adı, menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar; geleneksel üretim veya işletme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması ya da

geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması şartlarından en az birini taşıması koşuluyla geleneksel ürün adı olarak tanımlanır (Türk Paten ve Marka Kurumu, 2023). Buradan hareketle Türk Paten ve Marka kurumunda kayıtlı olan köfte türlerini ve başvuruları şu şekilde gösterebiliriz:

Türk Patent ve Marka Kurumuna Köfte Yemekleri İçin Yapılan Başvurular ve Son Durumu

1. Adana İçli Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
2. Adapazarı Islama Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
3. Adıyaman Etsiz Çiğ Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
4. Afyonkarahisar Göce Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
5. Afyon Karahisar Çullama Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
6. Akhisar Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
7. Akçaabat Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
8. Bakacak Köfte (Geleneksel Ürün Adı, Başvuru)
9. Bartın Şapşap Köftesi (Geleneksel Ürün Adı, Başvuru)
10. Bergama Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
11. Burdur Şiş Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
12. Bursa Pideli Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
13. Dinar Taptama Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
14. Diyarbakır Ayvalı Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
15. Diyarbakır İçli Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
16. Doğubeyazıt Abdigör Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
17. Düzce Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
18. Emirdağ Dolgulu Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
19. Gaziantep Ekşili Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
20. Gaziantep Malhıtalı Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
21. Gaziantep Haveydi Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
22. Gaziantep Arap Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
23. Gaziantep Omacı Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
24. Gaziantep Sini Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
25. Gaziantep Yağlı Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
26. Gaziantep İçli Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
27. Hayrabolu Çerkez Müsellim Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
28. Hınıs Köftesi (Mahreç İşareti, Başvuru)
29. Iğdır Taş Köfte Yemeği (Mahreç İşareti, Tescilli)
30. Karahmetli Tokmak Köfte (Mahreç İşareti, Başvuru)
31. Malatya Analı Kızlı Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
32. Malatya Hırçikli Köfte (Mahreç İşareti, Başvuru)
33. Malatya İspanaklı Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
34. Malatya İçli Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
35. Milas Ekşili Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
36. Milas Köftesi (Mahreç İşareti, Başvuru)
37. Muğla Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
38. Muş Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
39. Polatlı İçli Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
40. Sakarya Kazımpaşa Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)

41. Salihli Odun Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
42. Sivas Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
43. Tekirdağ Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
44. Tire Şiş Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
45. Tonus Köftesi (Mahreç İşareti, Başvuru)
46. Urfa Aya Köftesi (Mahreç İşareti, Başvuru)
47. Urfa Yumurtalı Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
48. Urfa İçli Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
49. Uzunköprü Köftesi (Mahreç İşareti, Başvuru)
50. Van Kürt Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
51. Yalıköy Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
52. Yeşilyurt Kiraz Yaprağı Sarma Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
53. Çine Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
54. Ödemiş Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
55. İnegöl Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
56. Şanlıurfa Çiğ Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)

Görüldüğü üzere Türk Patent ve Marka Kurumuna köfte başlığı altında 56 coğrafi işaret başvurusu yapılmış, bunlardan 8'i başvuru durumundayken 48'i ise tescil edilmiştir. Ayrıca yine aynı kuruma **köfte** başlığında marka başvurusu olarak 4977, patent başvurusu olarak 88, tasarım başvurusu olarak ise 59 başvuru yapılmıştır. Bu durum gösteriyor ki ülkemizde bu markalaşma, standardizasyon, ulusallaşma hatta uluslararasılaşma konusunda ciddi bir bilinçlenme söz konusudur. Bu istatistiksel verilerden sonra asıl konumuz olan köftelere döndüğünde yukarıdaki listede verilen bilgiler incelendiğinde köfte başlığı altında 48 ürünün tescil edildiği görülmektedir. Elbette ülkemizde henüz başvurusu yapılmamış daha birçok köfte olabileceği de düşünülmelidir. Bu 48 köfte çeşidinden ise çalışma alanımıza giren ızgara, tava ya da mangalda pişirilerek direkt etten üretilen köfteleri incelediğimizde ise şu liste ortaya çıkmaktadır:

Tescilli Et Köfteler

1. Adapazarı İslama Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
2. Afyon Karahisar Çullama Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
3. Akhisar Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
4. Akçaabat Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
5. Bergama Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
6. Burdur Şiş Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
7. Bursa Pideli Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
8. Dinar Taptama Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
9. Düzce Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
10. Hayrabolu Çerkez Müsellim Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
11. Muğla Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
12. Sakarya Kazımpaşa Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
13. Salihli Odun Köfte (Mahreç İşareti, Tescilli)
14. Sivas Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
15. Tekirdağ Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
16. Tire Şiş Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
17. Yalıköy Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
18. Çine Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)

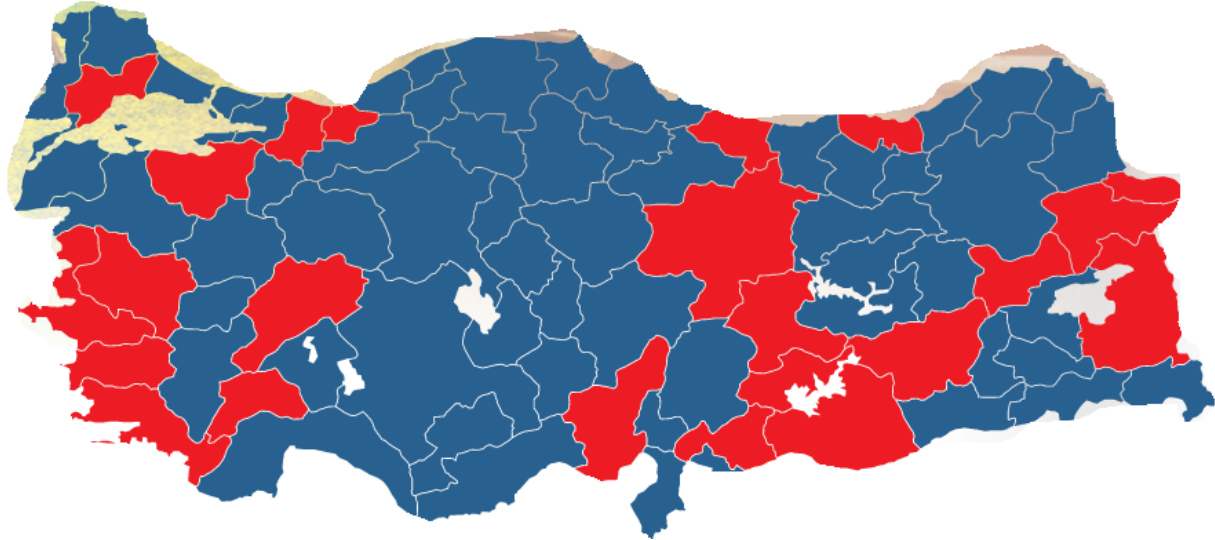
19. Ödemiş Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)
20. İnegöl Köftesi (Mahreç İşareti, Tescilli)

Yukarıdaki istatistiki verilerden hareketle ülkemizde televizyon, internet ve özellikle son on yılda internetin hayatımıza sunduğu sosyal medya platformları gibi kitle iletişim araçlarının sayesinde yerel olan birçok ürün- hamburger, pizza, tako, suşi gibi- kendi sınırlarını aşarak küreselleşme sayesinde tüm dünyaya mal olmuş durumdadır. Elbette her ürünün öyküsü kendi içerisinde farklılık gösterse de özellikle hamburger herhalde geleneksel bir ürünün tüm dünyayı nasıl kuşattığına örnek olması bakımından son derece dikkate değerdir.

Hamburgerin ortaya çıkışıyla ilgili olarak her ne kadar net bir bilgi olmasa da ilk olarak Amerika'da on dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru küçük bir sokak yemeği olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (Smith, 2008, s. 10). Bir başka teoriye göre ise Alman asıllı Amerikalıların bir ürünü olduğu 1884'te Wisconsin'de bir panayırda icat edildiği ileri sürülmektedir (Shore, 2008, s. 329). Fakat hamburgerin asıl serüveni McDonald's ve Burger King gibi uluslararası zincir restoranların tüm dünyada artması ve akabinde McDonald's'ın 1980'lerde Taksim'de ilk şubesini açtıktan sonra ülkemizde yayılmasıyla olmuştur. Tıpkı ülkemizde olduğu gibi diğer ülkelerde de farklı zamanlarda bu zincir restoranlar hızla artmış ve yeni yönelim ortaya çıkmıştır. Yerel bir yemeğin Amerika'nın bir şehrinde tüm dünyaya bu denli hızlı bir şekilde yayılmasında elbette küreselleşme kavramı ve onun dinamikleri son derece önemlidir. Amerikan menşeli firmaların ve zincir restoranların ülkemizde hızlı bir şekilde yayılmasıyla ve şube sayılarını ciddi şekilde arttırmasıyla birlikte bu durum Türk girişimcilerin de dikkatini çekmiş ve onları harekete geçirmeye başlamıştır (Görgülü, 2011, s. 54-63).

Öcal'ın bahsettiği gibi küreselleşme, kimi halk kültürü ürünlerinin ortadan kalkmasına neden olurken kimilerinin de küreselleşerek bütün dünyaya mal olmasını sağlayabilmektedir (Oğuz, 2002, s. 43). Amerikan menşeli hamburgerin Türkiye pazarında bu kadar ilgi görmesi elbette bazı yerel girişimciler için de bir fırsat ve fikir ortaya çıkarmıştır ki bu da hiç şüphesiz kendi kültürel ürünlerimizin yerelden ulusala doğru pazarlanmasıydı. Bu dinamikle birlikte yukarıda bahsetmiş olduğumuz hızlı ve pratik yemek alışkanlıkları beraberinde hazır ürünlere olan ilgiyi ve talebi arttırmıştır. Bu sebeple hem farklı tipte yerel kültür kaynaklı restoranlar hem de yine yerel ürünleri farklı tekniklerle hazırlayıp kendi zincir marketlerinde satışa sunan firmalar her geçen gün sayısını arttırmıştır.

Tescilli Et Köfteler başlığı altında belirttiğimiz köfteler bugün coğrafi olarak incelendiğinde hemen hemen ülkenin dört bir yanının köfte yemeği ve bu yemek kültürüyle ne kadar içli dışlı olduğunu göstermektedir. Bu durumu pekiştirmek için haritalaştırabiliriz.

Tablo 1. Coğrafi İşaret Almış Köftelerin İl Bazında Dağılımı

(Bu tablo yazar tarafından oluşturulmuştur. Kırmızı renkli illerimiz köfte üzerine coğrafi işaret alan illeri göstermektedir.)

Tablo 1.'den anlaşılacağı üzere köfte yemeği sadece coğrafi işaret alanlar dikkate alındığında bile ülkemizde oldukça yaygın bir ürün. Kaldı ki bu haritada sadece coğrafi işaret alan köfte yemekleri yer almaktadır ki hala onlarca köfte yemeğinin bu işareti almadığı hatta başvuru dahil yapılmadı düşünüldüğünde bu yemeğin yaşadığımız coğrafyada ne kadar yaygın olduğu ve sevilerek tüketildiği kolayca anlaşılacaktır. Bir yemeğin bir coğrafyada bu kadar sevilmesi sonucunda elbette yaygınlaşmasının dışında farklı gelişmeleri de beraberinde getirecektir. Yerel olan bazı restoranlar, firmalar ya da girişimciler; dünyadaki bilginin son derece hızlı bir şekilde yayıldığı günümüzde küreselleşme rüzgarını da arkasına aldıktan sonra bezen amatör bazen ise profesyonel bir şekilde markalaşma yoluna gitmiş ve kendi ürün ve markalarını ulusal hatta uluslararası alana taşımaya hedeflemiştir. Bunun sonucu olarak bugün AVM'lerde, otoyollarda ve şehirlerin içerisinde birçok farklı isim altında bu firmalara rastlamak mümkündür. Bugün **Köfteci Yusuf (258 şube-ulusal)**, **Köfteci Ramiz (105 şube-uluslararası)**, **Tarihi Sultan Ahmet Köftecisi (8 şube- uluslararası)** gibi markalaşmış zincir restoranlar varken diğer taraftan da zincir marketlerde hazır olarak satılan **İnegöl, Tekirdağ, Akçaabat, Kasap** köftesi gibi çok bilinen köfteler farklı farklı firmalar tarafından üretilerek satışa sunulmaktadır. Bu ürünlerin alınıp evde yenmesinde ya da farklı şubelerine gidilerek oralarda yenilmesinde elbette farklı sebepler yer almaktadır. Bunun arka planında ise temel olarak zaman kavramı vardır. Günümüzde çalışan bireyler zaman, enerji, ekonomik olma gibi birçok sebepten dolayı evde bu hazır ürünleri tercih etmektedir. Yine aynı şekilde köfte seven kişiler de lezzeti, ekonomik olması, standardı, temizliği gibi sebeplerden dolayı ise şubelerinde bu ürünleri tercih edebilmektedir. Yüzlerce yıldan beri evlerde çeşitli teknikler ve farklı reçetelerle yapılan çeşitli köfte yemeği bugün farklı bir boyuta geçmek üzeredir hatta geçmiş diyebiliriz ki bu markalar ve ürünler güçlü bir şekilde ulusal pazarda yer alırken küçük küçük de olsa uluslararası pazarda yer olamaya çalışmaktadırlar.

Dünya mutfaklarındaki farklı ürünlerin yayılmasında olduğu gibi köftenin ulusal ve uluslararası alanda yaygınlaşmasında elbette internetin ve sosyal medyanın payı büyüktür. Ayrıca Türk televizyonlarındaki bazı mutfak programlarının da bu yaygınlaşmaya büyük katkı verdiğini söylemeliyiz. Masterchef Türkiye isimli yarışma programının her yıl düzenlenen

yarışmalarında farklı köfte türleri yarışmacılara verilerek onların yarışması sağlanırken aynı zamanda Türk köftesinin de tanıtım ve reklamını yapmaktadır. Örneğın aynı programın 20 Eylül 2022 tarihindeki 77. bölümünde Türk mutfağındaki İnegöl köfte, şiş köfte, Tekirdağ köfte, Sivas köfte, Kadınbudu köfte, ıslama köfte, abdigör köfte, Akçaabat köfte ve pideli köfte olmak üzere dokuz köfte türünün yarışması yapılarak yaklaşık üç saat süren yarışma boyunca bu köfteler de dolaylı olarak tanıtılmıştır. Aynı zamanda ilgili bölüm Youtube’de şimdiye kadar 219 bin defa izleyiciyle buluşmuştur (Youtube, 2023).

SONUÇ

Bugün bizler kendi yaşadığımız şehirlerde yer alan küçük ya da büyük marketlerde ya da zincir marketlerde çeşitli tekniklerle hazırlanan bu köftelere çok kolay şekilde ulaşabilmekteyiz. Küreselleşme üzerine günümüzde farklı perspektiflerden bakıldığında özellikle kültür açısından olumlu veya olumsuz yönlerinden daha çok olumsuz yönleri vurgulanmaktadır. Elbette olumsuz olarak birçok örnek gösterilebilir fakat bu durumu köfte üzerinden değerlendirmeye aldığımızda olumlu açıdan dikkate değerdir. Özellikle Türk mutfağına ait köftelerin ulusal ve uluslararası sahaya açılması, bu kültürel ürünlerin müzeleştirilmeden tüm dünyaya tanıtılması gerektiğini göstermektedir. Türk köftelerinin çeşitliliğı ve zenginliğı, farklı coğrafyalarda da ilgi görmekte ve bu da Türk mutfağının globalleşmesine katkı sağlamaktadır. Küreselleşme sürecinde, Türk köfteleri internet ve sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmakta ve televizyon programları bu yaygınlaşmaya büyük katkı sunmaktadır. Bu durum, köftenin ulusal ve uluslararası pazarda daha güçlü bir yer edinmesine olanak tanımaktadır. Sonuç olarak, köfte gibi yerel lezzetlerin ulusal ve uluslararası arenada tanıtılması, kültürel mirasımızın korunması ve yayılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu sayede, köfte gibi geleneksel yemeklerimiz, küresel mutfak kültüründe de önemli bir yer edinmeye devam edecektir. Oğuz’un küreselleşmeyle ilgili olarak, kültürün sürekliliğinin **“korunarak”** değil **“yayılarak”** sağlanabileceğini aksi durumda yerel kültürlerin yok olma sürecine gireceğini vurgulamaktadır (Oğuz, 2002, s. 20). Tam da bu noktada görülmektedir ki halk kültürü ürünlerini eğer korumak istiyorsak belki de köfte örneğinde olduğu gibi saklayarak, müzeleştirerek değil önce ulusala ardından da uluslararası sahaya açarak tüm dünyaya mal ederek yapılması gerekliliğı ortadadır.

Kaynakça

- Akman, S., Yılmaz, G., & Aslan, M. (2019). Tekirdağ Köftesinin Niteliksel Farklılıkları ile Tekirdağ Turizminin Geliştirilmesine Olası Katkılarının Araştırılması. *International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS)*, s. 71-94.
- Aydın, A. (2021, 06 24). Eskişehir’de hamburgercilik: Pino ve Buck’s Burger? *Tourism and Recreation*, 3(1), s. 77-84. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tourismandrecreation> adresinden alındı
- Bali, R. N. (2004). *Tarz-ı Hayat’tan Life Style’a Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*. İstanbul.: İletişim Yayınları.
- Görgülü, M. (2011). *Yiyecek İçecek Sektöründe Fast Food Uygulamaları ve Franchising Sisteminin Değerlendirilmesi*. İzmir: Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- nisanyansozluk*. (2023, 04 04). <https://www.nisanyansozluk.com/>: <https://www.nisanyansozluk.com/> adresinden alındı

- Oğuz, M. Ö. (2002). *Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi*. Ankara: Akçağ.
- Shore, E. (2008). *Yemek Damak Tadının Tarihi*. (P. Freedman, Dü., & N. Elhüseyni, Çev.) İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Smith, A. F. (2008). *Hamburger: A Global History*. Londra: Reaktion Books.
- TDK Sözlük*. (2023, 04 04). <https://sozluk.gov.tr/>: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Thompson, G., & Hirst, P. (2003). *Küreselleşme Sorgulanıyor*. (Ç. Erdem, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Türk Paten ve Marka Kurumu*. (2023, 04 05). <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafii%C5%9Faret-nedir>: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafii%C5%9Faret-nedir> adresinden alındı
- Youtube*. (2023, 05 22). Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=mli5mHOengU&ab_channel=MasterChefT%C3%BCrkiye adresinden alındı