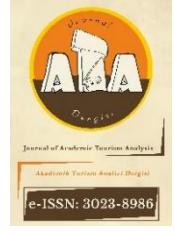




# Journal of Academic Tourism Analysis

## Akademik Turizm Analizi Dergisi

JournalATA.com



### Culture of Fast Food and Consumption Habits: Changing Eating Practices in Modern Society

#### Hazır Yemek Kültürü ve Tüketim Alışkanlıkları: Modern Toplumun Değişen Beslenme Pratikleri

Arif AKBAŞ<sup>1,\*</sup>

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : August 19, 2024  
Revised : December 20, 2024  
Accepted : December 23, 2024  
Available : December 31, 2024

Keywords:

Food Sociology  
Nutrition Sociology  
Diet  
Obesity  
Food Culture

#### ABSTRACT

This article focuses on examining the global “fast food” eating habits from a sociological perspective. The research explores various impacts of fast food culture on society and addresses the sociological dimensions of this popular eating trend. A qualitative descriptive method combined with a sociological analysis approach has been adopted in this study. Fast food, with its rapid service and low cost, has reached large audiences and become a cultural phenomenon. The societal impacts of this dietary trend are diverse. Firstly, the rise in fast food consumption has led to significant changes in eating habits. The quick preparation and consumption process has influenced traditional food culture, reshaping societal eating behaviors. Furthermore, the widespread proliferation of fast food restaurants has also brought about changes in operational systems and workforce dynamics. The article also focuses on the health impacts of fast food. Fast food consumption has been associated with obesity and various health issues, making it a significant concern for public health. This study provides a framework for understanding the profound effects of fast food culture on society. From eating habits to the business world, fast food has had a wide range of effects, significantly influencing the structural dynamics of society. The culture of fast food aligns with the accelerated lifestyles of modern society, substantially altering eating behaviors. Particularly, the demands of a hectic work pace and limited time have driven individuals toward quicker or more practical meal options.

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 19 Ağustos 2024  
Düzeltilme : 20 Aralık 2024  
Kabul : 23 Aralık 2024  
Yayımlanma : 31 Aralık 2024

Anahtar Kelimeler:

Yemek Sosyolojisi  
Beslenme Sosyolojisi  
Diyet  
Obezite  
Yemek Kültürü

#### ÖZ

Bu makalede, dünyadaki hazır yemek beslenme alışkanlığının sosyolojik bir perspektiften incelenmesine odaklanılmaktadır. Araştırma, hazır yemek kültürünün toplum üzerindeki çeşitli etkilerini incelemekte ve bu popüler beslenme biçiminin sosyolojik boyutlarını ele almaktadır. Makalede, nitel betimleyici yöntem ile sosyolojik çözümleme yaklaşımı tercih edilmiştir. Hazır yemek, hızlı servis ve düşük maliyeti ile geniş kitlelere ulaşmış, kültürel bir olgu haline gelmiştir. Bu beslenme biçiminin toplum üzerindeki etkileri çeşitlidir. Öncelikle, hazır yemek tüketiminin artmasıyla birlikte beslenme alışkanlıklarında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Hızlı hazırlık ve tüketim süreci, geleneksel yemek kültürünü etkileyerek toplumun beslenme alışkanlıklarını şekillendirmiştir. Ayrıca, hazır yemek restoranlarının yaygınlaşmasıyla birlikte işleyiş biçimi ve iş gücü düzeninde de değişiklikler görülmüştür. Makale aynı zamanda hazır yemeğin sağlık üzerindeki etkilerine de odaklanmaktadır. Hazır yemek tüketimi, obezite ve çeşitli sağlık sorunlarıyla ilişkilendirilmiştir. Bu, toplum sağlığı üzerinde önemli bir endişe kaynağıdır. Bu çalışma, hazır yemek kültürünün toplum üzerindeki derin etkilerini anlamak için bir çerçeve sunmaktadır. Beslenme alışkanlıklarından iş dünyasına kadar geniş bir yelpazede etkilere sahip olan hazır yemek kültürü, toplumun yapısal dinamiklerini önemli ölçüde etkilemiştir. Hazır yemek kültürü, modern toplumun hızlanan yaşam tarzlarına uyum sağlamış ve beslenme alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Özellikle yoğun iş temposu ve zamanın kıtlığı, bireyleri daha hızlı ya da pratik yemek seçeneklerine yöneltmiştir.

## 1. GİRİŞ

Yemek sosyolojisi, sosyoloji disiplini içinde yer alan bir alt dal olarak insanların yemekle ilgili davranışlarını, kültürel pratiklerini, beslenme alışkanlıklarını, sembollerini ve sosyal etkileşimlerini inceleyen bir alandır (Holm, 2013, s. 324). Yemek sosyolojisi, beslenme ve yemek kültürü ile ilgili sosyal dinamikleri anlamaya odaklanır. Yemek sosyolojisi, farklı kültürlerin beslenme alışkanlıklarını inceleyerek insanların yemek seçimlerini, hazırlama yöntemlerini ve tüketim ritüellerini anlamaya çalışır. Yemek, sosyal sınıf ve statü ile ilişkilidir (Palma vd., 2017, s.

Lect., Sivas Cumhuriyet University, Yıldızeli Vocational School, Department of Marketing and Advertising, Sivas, TÜRKİYE

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Sivas, TÜRKİYE

\* Corresponding author  
Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under CC BY-NC 4.0.  
ATA Dergisi CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.

ORCID 0000-0002-8480-4350



aakbas@cumhuriyet.edu.tr



10.5281/zenodo.14582841

238). Hangi yiyecekleri tükettiğimiz, nerede yemek yediğimiz ve nasıl yemek hazırladığımız, sosyal sınıfımızla ve statümüzle bağlantılıdır. Yemek, bireylerin ve grupların kimlik oluşturmada önemli bir rol oynar. İnsanlar, yemek yoluyla kültürel bağlantılarını ifade edebilir ve grup kimliğini pekiştirebilirler. Carolan'a göre, yemek birçok kültürde ritüel ve törenlerle ilişkilidir. Özel günlerde veya topluluk etkinliklerinde paylaşılan yemekler, sosyal bağları güçlendirebilir. Medyanın etkisi altında, yemek kültürü ve yemek trendleri değişebilir. Televizyon programları, sosyal medya ve diğer iletişim araçları yemekle ilgili algıları şekillendirebilir. Hızlı tüketim kültürü, hazır yemek zincirlerinin yaygınlaşmasıyla, beslenme alışkanlıklarını ve toplumsal etkileşimleri etkileyen önemli bir konudur. Yemek sosyolojisi, sürdürülebilir beslenme konularını da ele alır. Gıda üretimi, tüketimi ve atıkların yönetimi konularında sosyal etkileri değerlendirir. Yemek sosyolojisi, sosyal ve kültürel bağlamda yeme alışkanlıkları ile beslenme konularını ele alarak insanların yemekle olan ilişkilerini anlamak için çeşitli perspektifler sunar. Bu alandaki araştırmalar, beslenme ve yemek kültürünün toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir (Carolan, 2016, s. 33).

Gıda sosyolojisi, gıda ve beslenme konularını sosyolojik bir perspektiften inceleyen bir araştırma alanıdır (Scanlan, 2003, s. 88). Bu disiplin, insanların beslenme alışkanlıklarını, yeme davranışlarını, gıda üretimini, dağıtımını ve tüketimini, kültürel sosyal bağları içinde ele alır. Gıda sosyolojisi, farklı kültürlerin beslenme alışkanlıklarını ve yemek kültürlerini inceleyerek bunların nasıl şekillendiğini ya da kültürel bağlam içinde nasıl anlam kazandığını anlamaya çalışır (Aktaş-Polat & Polat, 2020, s. 278-279). Gıda sosyolojisi, beslenme eşitsizliği ve sosyal adaletsizlik konularına odaklanır. Toplumlar da beslenme kaynaklarına ve sağlıklı beslenmeye eşit erişim sağlamak için yapılan çabaları inceleyerek sosyal adalet konularını ele alır (Hinrichs, 2010, s. 1-12). Gıda endüstrisinin yapılanması, büyüklüğü ve işleyişi, gıda sosyolojisinin bir diğer önemli konusudur. Tarım politikaları, endüstriyel tarımın etkileri, gıda güvenliği ve sürdürülebilir tarım konuları bu çerçevede incelenir. Gıda, sosyal etkileşimlerde ve ritüellerde önemli bir rol oynar. Özel günlerde, aile toplantılarında veya topluluk etkinliklerinde paylaşılan yemekler, sosyal bağları güçlendirebilir. Ayrıca, belirli yiyeceklerin sembolik anlamları da incelenir. Gıda, bireylerin ve grupların kimlik oluşturmada önemli bir unsurdur (Murcott, 2005, s. 49). İnsanlar, gıda tercihleri ve yeme alışkanlıkları aracılığıyla kültürel, etnik yahut toplumsal kimliklerini ifade edebilirler. Küreselleşme, farklı kültürler arasında beslenme alışkanlıklarını, yemek tariflerini ve gıda kültürlerini etkiler. Hazır yemek kültürü gibi küresel gıda eğilimleri de gıda sosyolojisinin ilgi alanına girer. Germov'a göre gıda sosyolojisi, cinsiyet rolleri ve ilişkileri bağlamında beslenme alışkanlıklarını ve yeme davranışlarını inceleyebilir. Toplumlar da cinsiyet rollerinin yemek hazırlama, tüketme ve paylaşma üzerindeki etkileri ele alınır. Gıda sosyolojisi, beslenme ve gıda ile ilgili konuları toplumsal, kültürel ve ekonomik bağları içinde anlamak için geniş bir perspektif sunar. Bu disiplin, beslenmeyle ilgili sorunları anlamak ve çözmek için multidisipliner bir yaklaşım benimser (Germov, 2016, s. 4-10).

Beslenme sosyolojisi, sosyoloji disiplini içinde yer alan ve beslenme ile toplumsal, kültürel ya da ekonomik faktörler arasındaki ilişkileri inceleyen bir alt alandır. Bu alan, beslenme alışkanlıklarının, gıda tüketimini etkileyen sosyal dinamiklerin ve beslenmeyle ilgili toplumsal yapıların anlaşılması üzerine odaklanır (Bartiaux & Salmón, 2014, s. 204). İnsanların beslenme alışkanlıkları, sosyal sınıfla yakından ilişkilidir. Ekonomik durum, eğitim seviyesi ve sosyal statü gibi faktörler, bireylerin gıda tercihlerini, beslenme alışkanlıklarını, beslenme bilincini etkiler. Beslenme sosyolojisi, farklı kültürlerdeki beslenme alışkanlıklarını ve yemek kültürlerini inceler. Gıda tüketimi, belirli toplumlarda sembolik anlamlar taşıyabilir ve kültürel kimliği şekillendirebilir. İdeolojik faktörler, beslenme alışkanlıklarını ve gıda tüketimini etkileyebilir (Wang, Worsley & Cunningham, 2009, s. 288). İnsanların politik, dini veya etik inançları, beslenme tercihlerini belirleyebilir. Cinsiyet rolleri, gıda hazırlama, tüketme ve paylaşma gibi beslenme ile ilgili aktiviteler üzerinde etkilidir. Toplumların cinsiyet normları, bireylerin beslenme davranışlarını etkiler (Spencer, Rehman & Kirk, 2015, s. 1-10). Beslenme sosyolojisi, beslenme eşitsizliği konusuna odaklanır. Bu, toplum içindeki bireyler veya gruplar arasında besin erişimi ve beslenme durumu açısından meydana gelen eşitsizlikleri ifade eder (Allcott vd., 2019, s. 1793). Ward'ın tespitince, medya, beslenme ve gıda ile ilgili algıları şekillendirir. Reklamlar, televizyon programları ve sosyal medya, beslenme tercihleri üzerinde etkili olabilir. Beslenme sosyolojisi, gıda sisteminin sürdürülebilirliği konusunu da ele alır. Tarım politikaları, gıda üretimi ve tüketimi, çevresel etkiler ya da sürdürülebilirlikle ilgili konular bu bağlamda incelenir. Beslenme sosyolojisi, beslenme ve gıda ile ilgili konuları sosyal bilimler perspektifinden değerlendirerek insanların beslenme tercihlerini ve davranışlarını çeşitli toplumsal, kültürel ya da ekonomik faktörlerle ilişkilendirir. Bu sayede beslenme ve gıda politikalarının toplum üzerindeki etkilerini anlamak ve toplumsal açıdan etkili çözümler üretmek mümkün olabilir (Ward, 2010, s. 347-351).

Yemek ve yeme, sadece biyolojik bir ihtiyaç değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamda içinde şekillenen karmaşık bir deneyimdir. Beslenme, bireylerin ve toplumların yaşam biçimini, kimliğini, sosyal ilişkilerini ve günlük ritüellerini etkileyen önemli bir sosyal olgudur (McIntosh, 1996, s. 9-10). Beslenme alışkanlıkları, sosyal sınıf ve ekonomik durumla sıkı bir bağ içindedir. Farklı sosyal sınıflara mensup bireylerin beslenme tercihleri, gıda erişimleri ve tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkilerini anlamak, sosyal eşitsizlikleri değerlendirmek açısından önemlidir. Her kültürün kendine özgü bir mutfak kültürü vardır. Geleneksel yemekler, yemek hazırlama yöntemleri, yeme alışkanlıkları bir toplumun değerlerini ve kimliğini yansıtarak kültürün

devamlılığını sağlar (Montanari, 2006, s. 3). Yemek, kültürün taşınabilir bir sembolüdür. Toplumsal cinsiyet rolleri, beslenme alışkanlıkları üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Geleneksel olarak belirlenen cinsiyet rolleri, yemek hazırlama, paylaşma ve tüketme süreçlerinde bireyler arasında farklılıklara neden olabilir. Medya, beslenme alışkanlıklarını şekillendiren önemli bir araçtır. Televizyon programları, yemek blogları ve sosyal medya platformları, gıda ve yeme konusundaki algıları etkileyerek kültürel değişimlere yol açabilir (Binder, Naderer & Matthes, 2021, s. 1-11). Murcott'a göre, gıda üretimi ve tüketimi, çevresel sürdürülebilirlikle doğrudan ilişkilidir. Tarım yöntemleri, gıda atıkları ve tüketim alışkanlıkları, çevresel etkiler açısından sosyal sorumluluk gerektiren bir konu olarak ön plana çıkar. Yemek ve yeme, bireylerin ve toplumların sosyal dokusunu şekillendiren karmaşık bir olgudur. Beslenme alışkanlıkları, sadece biyolojik bir gereksinim değil, aynı zamanda kültürel mirasın, toplumsal normların ve bireyler arası etkileşimlerin de yansımasıdır. Beslenme alışkanlıklarının sosyal, kültürel ve ekonomik dinamikleri anlamak, toplumsal değişimlere ve daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunmamıza olanak sağlar (Murcott, 2019, s. 1-29).

Bu çalışmanın konusu, hızlı yemek kültürünün modern toplum üzerindeki etkilerini ve bu kültürün bireylerin tüketim alışkanlıklarını nasıl dönüştürdüğünü incelemektedir. Hazır yemek, artan şehirleşme, hızlanan yaşam tarzı ve küreselleşmenin etkisiyle beslenme pratiklerinin nasıl şekillendiğini ortaya koyar. Çalışmanın amacı, bu yeni beslenme biçiminin bireysel ve toplumsal sağlık, sosyal ilişkiler ve ekonomik yapılar üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Aynı zamanda hızlı yemek kültürünün, geleneksel yemek alışkanlıklarıyla karşılaştırıldığında, modern toplumdaki statü, kimlik ve sınıf farklarını nasıl etkilediği de araştırılacaktır.

## 2. KURAM

Bu makale, sosyolojik bir bakış açısıyla hazır yemek tüketiminin toplumsal etkilerini incelemekte ve yemek sosyolojisinin nesnel tarihsel ve yorumlayıcı yöntemini kullanarak derinlemesine bir analiz sunmaktadır. Yemek sosyolojisi, yiyeceklerin ve yeme davranışlarının sosyal yapı ile kültürel kimlik üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik disiplinler arası bir alandır. Nesnel tarihsel yöntem, hızlı yemek kültürünün gelişimini, yayılmasını ve tarihsel bağlamda toplum üzerindeki etkilerini tarafsız bir şekilde incelemeyi amaçlar. Bu yöntem, hazır yemek kültürünün ortaya çıkış sürecini, ekonomik ve toplumsal koşullarını, küreselleşme sürecindeki rolünü analiz eder. Bununla birlikte, yorumlayıcı yöntem, bireylerin ve toplumların hazır yemek tüketimine dair algılarını, bu tüketimin günlük yaşam üzerindeki etkilerini yahut yeme alışkanlıklarındaki dönüşümü anlamaya odaklanır. Yorumlayıcı yöntem, toplumsal yapıları şekillendiren kültürel ve sembolik anlamları çözümlenmeyi amaçlar. Bu yaklaşımlar bir araya getirilerek, hazır yemeğin bireyler arasındaki sosyal ilişkileri nasıl dönüştürdüğü, toplumsal sınıf ve statü farklarına nasıl etki ettiği, modern toplumlarda beslenme pratiklerinin değişiminde oynadığı rol kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışma, hazır yemek tüketiminin toplumsal yapılar ve kültürel anlamlar üzerindeki çok yönlü etkilerini aydınlatmayı amaçlar. Türkiye’de bu konu; “Yemek sosyolojisi: Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış” (Beşirli, 2012, s. 184), “Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı” (Sağır, 2012, s. 2675-2695) “Yemek Sosyolojisi Kapsamında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Türkiye Örneği” (Akyürek, Özdemir & Kutukız, 2022) “Yemek sosyolojisi bağlamında üniversite öğrencilerinin yemek yeme alışkanlıklarının değerlendirilmesi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği” (Gültekin, 2019, s. 5-7) vb. tarafından incelenmiştir.

## 3. YÖNTEM

Bu çalışmada, hızlı yemek kültürünün toplumsal etkilerini incelemek amacıyla literatür taraması ve doküman analizi yöntemleri bir arada kullanılmıştır (Yang & Tate, 2018, s. 37-39). Literatür taraması, yemek sosyolojisi alanındaki araştırmaların sistematik olarak taranmasını ve hızlı yemek kültürüne dair tarihsel, ekonomik, sosyal ve kültürel perspektiflerden elde edilen verilerin derlenmesini hedeflemektedir. Bu yöntem sayesinde, hazır yemek tüketiminin toplumsal yapı, kimlik ve ilişkiler üzerindeki etkilerini ele alan önceki çalışmalar karşılaştırmalı bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Doküman analizi, hızlı yemek kültürüne dair tarihsel çalışmalar, hükümet politikaları, endüstri raporları, akademik makaleler ve popüler kültür temsillerinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Belgeler, hazır yemeğin yayılma süreci, sosyo-ekonomik etkileri ve tüketim alışkanlıklarındaki değişimleri anlamaya yönelik bir kaynak olarak kullanılmıştır. Özellikle hızlı yemek endüstrisinin gelişimini ve toplumun farklı kesimleri üzerindeki etkilerini gösterebilecek tarihsel belgeler öncelikli olarak incelenmiştir. Makale, bu iki yöntemi birleştirerek, hem mevcut literatürdeki bilgileri derinleştirip güncel bir çerçeve sunmayı hem de doküman analizi yoluyla hızlı yemek akımının toplumsal yansımalarını daha somut örneklerle desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

## 4. HIZLI YEMEK KÜLTÜRÜNÜN TOPLUMSAL, EKONOMİK VE KÜLTÜREL ETKİLERİ

Ekonomik açıdan bakıldığında, hazır yemek endüstrisi büyük ölçüde düşük gelirli bireyleri hedef alır (Freeman, 2007, s. 2221). Bu durum, toplum içinde gelir eşitsizliğini derinleştirebilir ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarının yayılmasına neden olabilir. Hazır yemeğin geniş tüketimi, obezite ve obezite ile ilişkili sağlık sorunlarının artması sonucunu doğurabilir. Ayrıca, hazır yemek zincirlerinin küresel yayılması, kültürel homojenleşmeye ve kültürler arası etkileşimin azalmasına yol açabilir. Hazır yemek kültürü, yoğun iş temposu içinde

yaşayan bireyler için hızlı bir beslenme alternatifi sunar. Bu, modern yaşamın hızına uyum sağlama ihtiyacını yansıtır ve yemek için harcanan zamanı azaltır. Hazır yemek, küresel bir olgudur (Miller, 2014, s. 249). Birçok ülkede popülerdir ve yerel kültürlerin ötesine geçmiştir. Bu, kültürel değişim ve etkileşimi teşvik ederken aynı zamanda homojenleşme ile standartlaşma endişelerine neden olabilir.

Hazır yemek, genellikle yüksek kalorili, yağlı ve şekerli yiyecekler içerir. Bu, obezite, diyabet ve diğer sağlık sorunlarına katkıda bulunabilir. Hazır yemek tüketimi ile sağlık arasındaki ilişki, sosyal ve tıbbi araştırmaların odak noktası olmuştur. Hazır yemek zincirleri, genellikle agresif reklam ve pazarlama stratejileri kullanır (Bankole vd., 2023, s. 670-680). Bu stratejiler, özellikle çocukları hedef alarak, tüketimi teşvik eder ve marka sadakatini artırır. Hazır yemek endüstrisi, büyük miktarda ambalaj atığı ve kaynak kullanımına bağlı olarak çevresel etkilere neden olabilir. Ambalaj malzemelerinin geri dönüşümü ve sürdürülebilirlik çabaları, bu endüstrinin çevresel etkilerini azaltmaya yönelik çözümler arasındadır. Hazır yemek restoranları, genellikle düşük ücretli işler sağlar. Genellikle gençler için ilk iş deneyimi veya düşük gelirli bireyler için ek gelir kaynağı sağlar. Ancak bu işler çoğunlukla düşük ücret ve sınırlı faydalarla ilişkilendirilir. Hazır yemeğin yaygınlaşmasıyla, geleneksel yemek kültürleri ve ev yemekleri gibi daha yavaş, özenli pişirme yöntemleri ile yemek deneyimleri gerileme riski altındadır. Bu, toplumların yemek kültürleri ve yeme alışkanlıklarının değişimine yol açabilir. Bulgular, hazır yemeğin topluma olan geniş etkilerini anlamamıza yardımcı olurken aynı zamanda alanda yapılacak daha fazla araştırmanın ve politika müdahalelerinin önemini vurgular.

Hızlı yemek kültürü, modern toplumların ekonomik, toplumsal ve kültürel dinamiklerini derinden etkileyen küresel bir olgu. Ekonomik açıdan, hazır yemek endüstrisi düşük maliyetli ve kolay erişilebilir besinler sunarak özellikle düşük gelirli bireyleri hedef alır. Ancak bu durum, gelir eşitsizliğini artırabilir ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarının yaygınlaşmasına neden olabilir. Obezite, diyabet ve diğer sağlık sorunları, hazır yemek tüketiminin kaçınılmaz sonuçlarıdır. Toplumsal olarak hazır yemek kültürü, yoğun iş temposu içinde zaman baskısı altında yaşayan bireyler için hızla beslenme ihtiyacını karşılayan bir alternatif olarak öne çıkar. Söz konusu hız, geleneksel yemek alışkanlıklarının ve aile içi yeme deneyimlerinin gerilemesine yol açarak sosyal ilişkilerde zayıflamaya neden olabilir. Kültürel boyutta, hazır yemek zincirlerinin küresel yayılımı, yerel mutfakların ve yemek kültürlerinin yerini alarak kültürel homojenleşmeye yol açabilir. Süreç, toplumlar arasında kültürel zenginlik ve çeşitliliğin azalmasına neden olur. Bununla birlikte hazır yemek, küresel bir olgu olarak sınırları aşan bir etkileşim yaratır ancak bu etkileşim genellikle standartlaşma ve tüketici alışkanlıklarını tek tipleştirme riskini taşır. Hızlı yemek kültürü, modern dünyanın hızına uyum sağlama ihtiyacını yansıtsa da toplumların sağlık, çevre ve kültürel kimlikleri üzerinde kalıcı izler bırakmaktadır.

## 5. DEĞERLENDİRME VE ÇIKARIMLAR

Bir ülkede tüketilen hazır yemek, başka bir ülkede benzer bir menüyle sunulabilir, bu da yerel kültürlerin kaybolmasına neden olabilir. Nihayetinde, “Hazır Yemek Kültürü ve Tüketim Alışkanlıkları: Modern Toplumun Değişen Beslenme Pratikleri” başlıklı makalemizde hazır yemek tüketiminin toplum üzerindeki sosyolojik etkileri incelenmiştir. Bu etkiler, aile dinamikleri, ekonomik eşitsizlik, kültürel homojenleşme gibi alanlarda ortaya çıkan değişimleri içerir. Hazır yemeğin toplumsal etkilerini anlamak, daha sağlıklı ve sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarını teşvik etmek adına önemli bir adım olabilir. Hazır yemek kültürü, son yüzyılda dünya genelinde hızla yayılan ve derin etkiler bırakan bir olgu haline gelmiştir. Bu kültürün topluma olan etkileri, sosyolojik açıdan çözümlendiğinde, çeşitli boyutlarda incelenmelidir. Makalede, hazır yemeğin topluma etkilerini değerlendirirken sağlık, kültürel değişim, çevresel etkiler, ekonomi ve toplumsal dinamikler gibi önemli unsurlar da ele alınmıştır.

Öncelikle, hazır yemeğin sağlık üzerindeki etkileri tartışılmalıdır. Hazır yemeğin genellikle yüksek yağ ve şeker içeriğine sahip olması, obezite, diyabet ya da diğer sağlık sorunlarına katkıda bulunabilir. Bu durum, tüketim alışkanlıklarının sağlık üzerindeki etkileri konusunda daha geniş bir kamuoyu bilinci ve eğitimi gerektirir. Sonrasında, kültürel değişim üzerinde durulmalıdır. Hazır yemek kültürü, yerel yemek kültürlerinin yerini alabilir veya değiştirebilir. Bu, yerel tatların ve yemek geleneklerinin kaybolmasına neden olabilir. Aynı zamanda, hazır yemeğin küresel bir olgu olması, kültürel homojenleşmeye ve standartlaşmaya yol açabilir. Ayrıca, hazır yemeğin çevresel etkileri göz önünde bulundurulmalıdır. Ambalaj atığı, kaynak kullanımı ve karbon ayak izi gibi konular, hazır yemek endüstrisinin çevresel etkilerini anlamak, azaltmak için önemli bir sorundur. Geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik çabaları, bu endüstrinin çevresel ayak izini azaltmaya yönelik adımlar olabilir. Bunlara ek olarak, hazır yemeğin ekonomi üzerindeki etkileri üzerinde durulmalıdır. Hazır yemek zincirleri genellikle düşük ücretli işler sağlar ve gençler veya düşük gelirli bireyler için birinci iş deneyimi yahut ek gelir kaynağı olarak hizmet eder. Ancak, bu işlerin düşük ücret ve sınırlı faydaları olabilir, toplumsal eşitsizlikleri artırabilir. Son olarak, toplumsal dinamikler üzerindeki etkileri tartışılmalıdır. Hazır yemeğin yaygınlaşması, yeme alışkanlıklarını ve sosyal etkileşim şekillerini değiştirebilir. Ailelerin daha az zaman geçirdiği ve daha az sosyal etkileşimde bulunduğu bir ortam yaratabilir. Aynı zamanda, hazır yemeğin hızlı ve kolay tüketim özellikleri, modern yaşamın hızına uyum sağlama ihtiyacını yansıtabilir. Araştırma, hazır yemeğin topluma olan geniş ve derin etkilerini değerlendirmektedir. Etkileri anlamak; sağlık, kültürel çeşitlilik, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik eşitsizlik ve toplumsal dinamikler gibi çeşitli alanlarda

politika yapıcılar, işletmeler ile bireyler için önemlidir. Bu bağlamda, daha fazla araştırma yapılması ve bilinçlendirme çalışmalarının yürütülmesi gerekmektedir.

## 6. HAZIR YEMEK KÜLTÜRÜ VE TARİHİ

Hazır yemek kültürü, düşük fiyatlar, standartlaştırılmış menüler ve genellikle yemeklerin hızlı bir şekilde servis edildiği bir tüketim tarzını ifade eder. Bu kültür, 20. yüzyılın ortalarında özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış ve kısa sürede dünya geneline yayılmıştır. Hazır yemek kültürünün tarihi, ekonomik, kültürel ve sosyal değişimlerle sıkı bir şekilde ilişkilidir. Hazır yemek kültürü, II. Dünya Savaşı'nın ardından özellikle 1950'lerde Amerika'da hızla gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde askerî personelin büyük bir kısmının sivil hayata dönmesi, büyük ölçekli otomobil kullanımının yaygınlaşması ve şehirleşme gibi faktörler, hazır yemek endüstrisinin büyümesine zemin hazırlamıştır. McDonald's'ın, hazır yemek kültürünün simgelerinden biridir. 1950'lerde Ray Kroc, McDonald kardeşlerin sahip olduğu küçük bir hamburger restoranını satın alarak, standartlaştırılmış bir hızlı servis sistemi geliştirdi. McDonald's'ın başarısı, bu hızlı servis modelini benimseyen birçok diğer hazır yemek zincirinin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir (Wood, 2002, s. 871-880). 1960'lar ve sonrasında hazır yemek kültürü, küresel ölçekte yayılmaya başlamıştır. Amerikan hazır yemek zincirleri, dünya genelinde franchise sistemleri üzerinden yayılarak farklı kültürlerde benimsenmeye başlanmıştır. Bu durum, uluslararası gıda alışkanlıklarında ve tüketim kültürlerinde önemli değişimlere neden olmuştur. Son yıllarda, hazır yemek tüketiminin sağlık üzerindeki olumsuz etkileri ve obezite gibi sorunlar gündeme gelmiştir. Bu durum, hazır yemek endüstrisinin ürün çeşitliliğini genişletme ve daha sağlıklı seçenekler sunma çabalarına yol açmıştır. Günümüzde, hazır yemek endüstrisi sürdürülebilirlik ve çevresel sorumluluk gibi konulara daha fazla odaklanmaktadır. Birçok hazır yemek zinciri, daha sürdürülebilir ve yerel kaynaklara dayalı ürünler sunma çabalarına girişmiştir. Hazır yemek kültürü, tarih boyunca ekonomik değişimlere, toplumsal alışkanlıklara ve kültürel etkileşimlere duyarlı bir şekilde evrimleşmiştir. Gıda endüstrisindeki bu dönüşüm, hızlı yaşam tarzlarına uygun, ekonomik ve hızlı bir beslenme tarzının popülerleşmesine neden olmuştur. Ancak bu eğilim, sağlık ve çevresel konularla birlikte düşünüldüğünde, eleştiri ile değişim arayışlarına da yol açmıştır. Hazır yemek kültürü, günümüzde gıda endüstrisinin ve tüketim alışkanlıklarının önemli bir parçasını oluşturmaya devam etmektedir (Penfold, 2012, s. 279).

Hazır yemek endüstrisi, genellikle hızlı servis, standartlaştırılmış menüler ve düşük maliyetli ürünler sunarak müşterilere hızlı ve uygun fiyatlı bir yemek deneyimi sunan bir sektördür. Ancak bu endüstri, bir dizi avantaj ve dezavantaja sahiptir. Hazır yemek restoranları, müşterilere hızlı bir şekilde yemek servisi yapma avantajına sahiptir. Bu, yoğun bir yaşam tarzına sahip olan kişiler için çekici olabilir. Genellikle düşük maliyetli ürünler sunan hazır yemek zincirleri, ekonomik fiyatlarla geniş bir müşteri kitlesine hitap edebilir. Standartlaştırılmış menüler, sürekli ve tahmin edilebilir bir yemek kalitesi sağlar. Bu, müşterilerin herhangi bir konumda aynı deneyimi yaşamalarını sağlar. Birçok hazır yemek zinciri, dünya genelinde yaygın bir şekilde bulunmaktadır. Bu durum, küreselleşmiş toplumlarda geniş bir tüketici tabanına ulaşma olanağı sağlar (Chukwuemeka, 2018, s. 7-14). Hazır yemekler, yüksek kalorili, yağlı ve şekerli olabilir. Bu tür beslenme alışkanlıkları obezite, tip 2 diyabet ve diğer sağlık sorunlarına yol açabilir. Hazır yemek endüstrisi, büyük ölçüde hayvancılık ve tarım ürünleriyle ilişkilidir ve çevresel sorunlara neden olabilir. Büyük ölçekli hayvancılık su kirliliği, ormansızlaşma ve sera gazı emisyonları gibi çevresel sorunlara neden olabilir. Hazır yemek, düşük gelirli bölgelerde daha yaygın olabilir ve sağlıksız beslenmeye yol açabilir. Çoğunlukla beslenme eşitsizliğine ve sağlıksız toplumların oluşmasına neden olabilir. Hazır yemek endüstrisinde çalışanların genellikle düşük ücretlerle çalıştığı, düşük iş güvenliği ve sınırlı sosyal haklara sahip olduğu bildirilmektedir. Hazır yemek zincirleri, kültürel çeşitliliği azaltabilir ve dünya genelinde benzer menülerin yaygınlaşmasına neden olabilir. Geleneksel türdeki yerel mutfakları tehdit edebilir (Thornton, 2016, s. 1-9).

Sanayileşme öncesi eski dünyada, beslenme alışkanlıkları büyük ölçüde yerel iklim, coğrafya, kültür ve kaynaklara bağlı olarak değişiklik gösterirdi. Beslenme alışkanlıkları, tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yanı sıra doğal kaynaklara erişim imkânlarına dayanmaktaydı. Eski dünyada, temel besin kaynakları genellikle yerel kaynaklara dayanıyordu. Bu kaynaklar arasında tahıllar (buğday, arpa, çavdar), sebzeler, meyveler, balık ve et bulunuyordu. Beslenme, genellikle mevsimsel değişikliklere ve iklim şartlarına bağlı olarak çeşitlilik gösterirdi. Tarım, beslenme alışkanlıklarının temelini oluşturmaktaydı. Tahılların ekimi, hasatı ve depolanması, toplulukların hayatta kalma ve beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için temel bir faaliyetti. Hayvancılık, birçok toplum için önemli bir besin kaynağıydı. Sürülerin veya hayvanların yetiştirilmesi, süt, et, deri ve yün gibi çeşitli ürünlerin elde edilmesini sağlamaktaydı. Deniz kıyılarına ve göl bölgelerine yakın yaşayan topluluklar için balıkçılık önemli bir beslenme kaynağıydı. Balıkların yanı sıra kabuklu deniz ürünleri de tüketilmekteydi. Doğada bulunan çeşitli bitki ve otlar, besin takviyeleri olarak tıbbi amaçlarla da kullanılmaktaydı. Bitkiler, vitamin ve minerallerin yanı sıra çeşitli sağlık sorunlarının tedavisi için de hazırlanmaktaydı. Pişirme yöntemleri genellikle basit ve gelenekseli. Odun ateşinde pişirme, tandırda ekmek yapma, kazan üzerinde kaynatma gibi yöntemler geçerliydi. Besinler genellikle topluluk içinde paylaşılır ve ortak yemeklerle sosyal bağlar güçlendirilirdi. Topluluk içinde beslenme, birlikte yaşamın ve dayanışmanın bir ifadesi haline gelmişti. Gıdaların korunması ve depolanması, kış aylarında veya zorlu hava koşullarında yiyecek sağlama ihtiyacını karşılamak için önemliydi. Kurutma, salamura, tuzlama gibi yöntemler

geliştirilmişti. Sanayileşme öncesi dönemde, beslenme alışkanlıkları, yerel kaynaklara, iklim koşullarına ve kültürel geleneklere bağlı olarak büyük ölçüde çeşitlilik göstermekteydi. Dönemin insanları doğal kaynaklardan elde ettikleri besinlerle sağlıklı bir yaşam sürdürmeye çalışıyordu (Wacker, 2020, s. 1-17).

Günümüzde, Amerika Birleşik Devletleri'nde hazır yemek zincirleri, hızlı tempolu yaşam tarzını benimseyen ve ekonomik olarak uygun fiyatlı, hızlı bir yemek deneyimi arayan birçok insanın önemli bir tercihidir. McDonald's, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1940'ların sonlarında kurulan ve dünya genelinde yayılan en ikonik hazır yemek zincirlerinden biridir. Standartlaştırılmış menüsü, hızlı servisi ve çocuklar arasında popüler olan oyuncaklarıyla McDonald's, hazır yemek kültürünü küresel bir olgu haline getirmiştir. Big Mac, McNuggets ve Happy Meal gibi ürünler, McDonald's'ın menüsünün yalnızca birkaç örneğidir. Burger King, 1954 yılında Florida'da kurulmuş ve özellikle "Whopper" adlı büyük boy hamburgeriyle tanınan bir hazır yemek zinciridir. Burger King'in menüsünde özel soslarla hazırlanan hamburgerler, tavuk sandviçleri ve özelleştirilebilir menü seçenekleri bulunmaktadır. Flame-grilled (alev üzerinde ızgara) et kullanarak benzersiz bir lezzet sunmaktadır. Subway, hazır yemek dünyasına biraz farklı bir yaklaşım sunan bir zincirdir. Özellikle sandviçleriyle tanınan Subway, müşterilere taze sebzeler, çeşitli ekmek seçenekleri ve özelleştirilebilir malzemeler sunmaktadır. "Build Your Own" (Kendi Yap) konseptiyle müşteriler, sağlıklı ve özelleştirilmiş bir yemek deneyimi yaşayabilirler. Starbucks, sadece kahve zinciri olarak başlamış olabilir ancak zamanla menüsünü genişleterek bir hazır yemek deneyimi sunmaya başlamıştır. Kahve içecekleri, sandviçler, tatlılar ve diğer atıştırmalıkların yanı sıra bir dizi sağlıklı içecek seçeneği sunmaktadır. Starbucks, genç nesillerin sosyal buluşma noktalarından biri haline gelmiştir. Chick-fil-A, özellikle tavuklu sandviçleriyle ünlü bir hazır yemek zinciridir. Şirket, sosyal sorumluluk projelerine ve çeşitli hayır işlerine önem vererek dikkat çeker. Sloganı "Eat Mor Chikin" (Daha fazla tavuk ye!), markanın tavuk odaklı menüsünü vurgular (Block, 2013, s. 1-10).

Birleşik Krallık'ta hazır yemek kültürü, hızlı tempolu yaşam tarzını benimseyen ve ekonomik olarak uygun fiyatlı yemek arayan birçok insanın önemli bir beslenme tercihidir. Birleşik Krallık'ın hazır yemek kültüründe öne çıkan geleneksel bir lezzet, "fish and chips"tir. Bu, genellikle kızartılmış balık ve patates kızartması içeren bir yemektir. Fish and chips, yerel publar, kafeler ve hazır yemek dükkânlarında yaygın bir şekilde sunulur. Bu lezzet, Birleşik Krallık'ın hazır yemek sahnesinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Birleşik Krallık'ta Hint mutfağı, hazır yemek sahnesinde önemli bir yer tutar. Birçok şehirde, Indian takeaways adı verilen restoranlar, baharatlı curry yemekleri, tandoori spesiyaliteleri ve pilav gibi çeşitli Hindistan mutfağı lezzetlerini sunar. Bu tür hazır yemek seçenekleri, genellikle evde yemek yapmak istemeyenler ve hızlı bir atıştırmalık arayanlar için popülerdir. Birleşik Krallık'ta kebab dükkânları, genellikle Türk, Lübnan veya diğer Ortadoğu mutfağından esinlenen yiyecekler sunar. Döner kebablar, falafel, humus ve çeşitli mezeler, kebab dükkânlarının menülerinde sıkça bulunan lezzetler arasındadır. Bu tür yerler genellikle gece saatlerinde ve öğrenci bölgelerinde popülerdir. Birleşik Krallık'ta Amerikan kökenli burger zincirleri de yaygındır. McDonald's, Burger King ve KFC gibi uluslararası markalar, Birleşik Krallık'ta geniş bir müşteri kitlesine hitap eder. Menülerinde hamburgerler, tavuklu ürünler ve hazır yemek tatlıları bulunur. Birleşik Krallık'ta kahve dükkânları, hazır yemek kültürünün bir parçası olarak büyüyen bir trenddir. Starbucks, Costa Coffee ve Pret a Manger gibi zincirler, atıştırmalıklar, sandviçler ve çeşitli içecek seçenekleri sunarak hızlı bir kahve ya da hafif bir öğün deneyimi sağlarlar. Son yıllarda, vegan ve sağlıklı beslenme trendleri Birleşik Krallık'ta da etkili olmuştur. Birçok hazır yemek dükkânı ve zincir, vegan ve vejetaryen seçenekler sunarak çeşitliliği artırmıştır. Salata barları, sağlıklı atıştırmalıklar ve organik içecekler, tüketicilere daha bilinçli beslenme seçenekleri sunar (Schröder, 2005, s. 212-224).

Türkiye'de hazır yemek kültürü, zamanla değişim geçiren, geleneksel Türk mutfağından etkiler taşıyan ve dünya mutfağından birçok lezzeti bünyesinde barındıran dinamik bir yapıya sahiptir. Hızlı tempolu yaşam tarzına uygun, pratik ve genellikle uygun fiyatlı yemek deneyimi sunan hazır yemek kültürü, Türkiye'de geniş bir tüketici kitlesi tarafından benimsenmiştir. Türkiye'nin en bilinen ve geleneksel hazır yemek lezzetlerinden biri olan döner kebab, genellikle sokak köşelerinde, cadde kenarlarında veya restoranlarda bulunan kebabçılarda sunulur. Etin dikey bir şişe monte edilip döndürülerek pişirilmesiyle hazırlanan döner, hızlı servis ve lezzetli bir seçenek sunar. Simit, Türkiye'nin geleneksel bir atıştırmalığıdır ve genellikle simit tezgâhlarından sokaklarda satılır. Aynı zamanda poğaçalar da sıkça karşılaşılan yerlerdir. Peynirli, zeytinli, patatesli gibi çeşitli iç dolgularla yapılan poğaçalar, pratik bir atıştırmalık olarak tercih edilir. Tantuni ve lahmacun gibi Türkiye'nin güneyine özgün lezzetleri de hazır yemek kültürünü şekillendiren unsurlardır. Tantuni, özellikle Akdeniz bölgesinde popüler olan ince kesilmiş et ve sebzelerin dürüm içinde servis edildiği bir tür dürümdür. Lahmacun ise ince hamur üzerine et karışımı sürülen ve fırında pişirilen bir Türk pizzasıdır. Türkiye'de uluslararası hamburger zincirleri, McDonald's, Burger King gibi markaların yanı sıra mahallî kökenli markalar da oldukça popülerdir. Bu zincirler genellikle standartlaştırılmış menüler sunar ve geniş bir tüketici kitlesine hitap eder. Türk mutfağından gelen lezzetler de hazır yemek kültürüne önemli katkılarda bulunur. Pide, kumpir ve çiğ köfte gibi geleneksel Türk yemekleri, hızlı bir şekilde servis edilen ve genellikle sokak lezzetleri olarak tüketilen seçenekler arasındadır. Türkiye'de hazır yemek kültürü sadece öğle veya akşam yemekleriyle sınırlı değildir; aynı zamanda hızlı ve pratik kahvaltı seçenekleri de sunan mekânlar popülerdir. Simit, poğaçalar, börek gibi kahvaltılık atıştırmalıkların yanı sıra menemen ve sucuklu yumurta gibi sıcak kahvaltı seçenekleri de bulunmaktadır.

(Özcan, 2015, s. 238-256). Türkiye'deki hazır yemek kültürü, hem geleneksel Türk mutfağına olan bağlılığını sürdürerek hem de uluslararası lezzetleri benimseyerek çeşitlilik gösterir. Hızlı servis, uygun fiyatlar ve geniş menü seçenekleri, Türkiye'deki hazır yemek kültürünün temel özellikleridir.

Hazır yemek restoranlarında çalışma şartları genellikle yoğun, hızlı tempolu ve fiziksel olarak zorlu olabilir. Sektörde çalışanlar, restoran zincirlerinde, kafelerde veya hazır yemek dükkanlarında görev alır. Hazır yemek işi çoğunlukla uzun çalışma saatlerini içerir. Restoranlar, haftanın her günü ve özellikle hafta sonları ile tatil günlerinde de hizmet verirler. Çalışanlar, esnek çalışma saatlerine uyum sağlamak zorundadır. Hazır yemek restoranlarında hızlı servis esastır. Çalışanlar, siparişleri hızlı bir şekilde hazırlamak, müşterilere hızlı bir şekilde hizmet vermek ve yoğun saatlerde taleplere yetişmek durumundadır. İşleri, zaman zaman yüksek bir stres seviyesine neden olabilir. Hazır yemek çalışanları genellikle uzun süre ayakta durmak, ağır kaldırmak, hızlı tempoda hareket etmek ve sıcak ortamlarda çalışmakla mükelleftir. Mutfak ve kasada çalışanlar, fiziksel dayanıklılığa sahip olmalıdır. Hazır yemek işletmelerinde ekip çalışması önemlidir. Mutfak ekibi, kasa görevlileri, temizlik personeli ve yönetim birimleri ile koordineli bir şekilde çalışmalıdır. İyi bir iletişim ve iş birliği, başarılı bir hizmet sunmanın temelidir. Hazır yemek sektöründe çalışanlar düşük ücretlerle karşılaşabilir. Saatlik ücretler genellikle asgari ücret civarında olabilir. Ancak, bazı işletmeler, deneyim ve pozisyona bağlı olarak artan ücret skalaları veya ek avantajlar sunabilir. Hazır yemek sektörü genellikle düşük eğitim gerektiren bir sektördür. Çalışanlar genellikle işe alındıktan sonra kısa bir eğitim sürecinden geçerler. Ancak bazı yönetim pozisyonlarına yükselme veya ilerleme fırsatları da mevcut olabilir. Hazır yemek işletmeleri genellikle sağlık ve güvenlik standartlarına uymak zorundadır. Çalışanlar, hijyen kurallarına uymak ve güvenli bir çalışma ortamında bulunmak için eğitilmelidir. Hazır yemek çalışanları müşteri hizmetleri konusunda becerilere sahip olmalıdır. Müşteri memnuniyetini sağlamak, düzgün iletişim kurmak ve sorunları çözmek önemlidir (Allan, 2006, s. 402-420). Her hazır yemek işletmesi farklı şartlara sahip olabilir, bu nedenle çalışanlar özellikle belirli bir iş yerindeki politikaları ve beklentileri anlamak için işverenleriyle doğrudan iletişim kurmalıdır.

## 7. DÜNYA ÇAPINDA HAZIR YEMEK İSTATİSTİKLERİ

2023 itibarıyla, küresel hazır yemek pazarının büyüklüğü milyarlarca doları bulmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Avrupa, hazır yemek endüstrisinin en büyük pazarlarından bazılarıdır. McDonald's, Burger King, KFC, Subway ve Starbucks gibi büyük uluslararası hazır yemek zincirleri, küresel pazarda öne çıkan markalardır. 2023 itibarıyla, McDonald's dünya genelinde en yaygın ve bilinen hazır yemek zinciri olarak öne çıkmaktadır. Hazır yemek, hızlı ve pratik bir yemek seçeneği sunduğu için birçok ülkede popülerdir. Gelişen ekonomilerdeki büyüme, tüketicilerin dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını etkilemiştir. Çevrimiçi sipariş ve teslimat hizmetleri, hazır yemek sektöründe giderek daha önemli hale gelmiştir. Ziauddeen'a göre mobil uygulamalar ve çevrimiçi platformlar, tüketicilere kolay ve hızlı sipariş imkânı sunmaktadır. Tüketiciler arasında sağlıklı beslenme ve vegan seçeneklere olan talep artmaktadır. Birçok hazır yemek zinciri menülerine daha sağlıklı ve vegan dostu seçenekler eklemektedir. Hazır yemek endüstrisi, ambalaj atıkları, enerji kullanımı ve su tüketimi gibi çevresel konularda eleştirilmektedir. Bu nedenle, bazı markalar sürdürülebilirlik çabalarını artırmaktadır. COVID-19 pandemisi, restoranları ve hazır yemek zincirlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Kapanmalar, sınırlı kapasiteler ve hijyen önlemleri, sektörde önemli değişikliklere neden olmuştur (Ziauddeen, 2015, s. 2962). Bu genel bilgiler, hazır yemek endüstrisinin küresel düzeydeki bazı eğilimlerini yansıtmaktadır.

2012'den 2022'ye kadar dünya çapında hızlı servis restoran endüstrisinin pazar büyüklüğü sürekli artış göstermiştir. Hazır yemek sektörü, uzun bir süredir büyüme gösteren bir endüstridir. Büyüme, bir dizi faktörden etkilenmektedir. Hızlı servis restoranları, tüketicilere hızlı ve pratik yemek seçenekleri sunar. Yoğun yaşam tarzına sahip insanlar, iş saatlerinin uzunluğu nedeniyle sık sık dışarıda yemek yeme eğilimindedir. Büyük hazır yemek zincirleri, küresel bir varlık kazanarak farklı ülkelerde genişleme sağlamıştır. Bu durum, dünya genelinde hazır yemek talebinin artmasına katkıda bulunmuştur. Teknolojik gelişmeler, çevrimiçi sipariş ve teslimat hizmetlerini kolaylaştırmıştır. Mobil uygulamalar ve çevrim içi platformlar aracılığıyla yapılan hızlı ve etkili siparişler, sektördeki büyümeyi desteklemiştir. Hazır yemek zincirleri, menülerine çeşitli seçenekler ekleyerek, vegan ve sağlıklı beslenme eğilimlerine uyum sağlamışlardır. Geniş bir tüketici kitlesini çekmelerine yardımcı olmuştur. Büyük hazır yemek markaları, rekabet avantajı sağlamak ve tüketicilere yeni lezzetler sunmak için sürekli olarak yeniliğe odaklanmıştır. Yaratıcı promosyonlar, yeni menü öğeleri ve kampanyalar sektördeki rekabeti artırmıştır. Gelişen ekonomilerdeki artan gelir seviyeleri, insanların dışarıda yemek yeme eğilimini artırmıştır. Hazır yemek, uygun fiyatlı ve hızlı bir yemek seçeneği olarak bu artan talebe yanıt vermiştir. Hızlı servis restoranları, sosyal ve kültürel etkileşimleri destekleyen mekânlar olarak da değerlendirilebilir. Van Dress açısından hızlı ve rahat bir ortamda yemek yemek, sosyal aktiviteler ve arkadaşlarla zaman geçirmek isteyen tüketicileri çeker. Ancak bu büyüme eğiliminin sürekli ve sınırsız olmadığını belirtmek önemlidir. Sağlıklı beslenme eğilimleri, sürdürülebilirlik endişeleri ve tüketicilerin daha fazla bilinçlenmesi gibi faktörler, hazır yemek sektörünün gelecekteki büyümesini şekillendirecek etkenler olabilir (Van Dress, 1980, s. 35-37).

**Tablo 1.** Global “Hazır Yemek” Pazar Payı (Milyar Dolar, 2012-2022)

| Yıllar       | 2012   | 2013   | 2014  | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2021  |
|--------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| Milyar Dolar | 691,54 | 703,15 | 715,7 | 763,95 | 804,85 | 832,31 | 849,21 | 868,11 | 736,15 | 797,68 | 967,9 |

Kaynak: Statista (2024). 2023'te bu rakamın 1 trilyon doları bulacağı tahmin edilmektedir.

Dünyanın en büyük hazır yemek restoran zinciri, 40.100'den fazla mağazasıyla McDonald's'tır. McDonald's aynı zamanda 2020 yılında 21,07 milyar doların üzerinde satış yaparak 2021'de dünya çapında en popüler zincir olduğunu kanıtladı. İlk on beş sıradaki markaların tamamı Amerikan menşeli. McDonald's'ın ardından Subway gelmektedir. 2021 yılı itibarıyla, Amerikan çok uluslu şirketi, sandviç, pizza, salata ve içecek satan 36.800'den fazla mağazaya sahiptir. 2020 yılında elde ettiği gelir 16,1 milyar dolar seviyesindedir. Üçüncü sırada ise bir diğer dev, Starbucks bulunmaktadır. Ünlü kahve ve kek zinciri, dünya genelinde toplam 33.833 mağazaya ve 26,7 milyar dolar gelire sahiptir. McDonald's, Subway ve Starbucks'ın yanı sıra dünya genelinde 7.791 mağazayla KFC, Burger King, Domino's, Pizza Hut, Dunkin, Hunt Brothers Pizza ve Taco Bell de ilk sıralarda yer almaktadır (Statisticsanddata, 2024, s. 3).

**Tablo 2.** Dünyanın En Büyük Hazır Yemek Restoranı Zincirleri (2023)

| İşletme Adı ve Sırası  | Sayısı | Şirket             |
|------------------------|--------|--------------------|
| 1. McDonald's          | 41100  | Birleşik Devletler |
| 2. Subway              | 36800  | Birleşik Devletler |
| 3. Starbucks           | 33833  | Birleşik Devletler |
| 4. KFC                 | 25000  | Birleşik Devletler |
| 5. Burger King         | 19247  | Birleşik Devletler |
| 6. Domino's            | 18848  | Birleşik Devletler |
| 7. Pizza Hut           | 17639  | Birleşik Devletler |
| 8. Dunkin'             | 11300  | Birleşik Devletler |
| 9. Hunt Brothers Pizza | 8000   | Birleşik Devletler |
| 10. Taco Bell          | 7791   | Birleşik Devletler |

Kaynak: Statisticsanddata. (2024).

2024 yılında dünyadaki küresel hazır yemek restoran işletmeleri toplam sayısı 536.825'tir. 2024'te bu restoranların iş hacminin büyüme oranı %1'dir. Küresel hazır yemek restoranları endüstrisindeki işletme sayısı, 2019-2024 arasındaki beş yıl boyunca yılda ortalama %0,2 artmıştır. Kuzey Amerika (34 işletme), Kuzey Asya (24 işletme) ve Avrupa (13 işletme), küresel hazır yemek işletmelerinin en fazla bulunduğu bölgelerdir. Küresel hazır yemek restoranları endüstrisi hem sermayeye (tesis, makine ve ekipman) hem de emeğe dayanmaktadır. Küresel hazır yemek restoranları sektöründe gelir yüzdesi olarak en yüksek işletme maliyetleri Ücretler (%15,1), Satın Almalar (%48,8) ve Kira ve Kamu Hizmetleridir (%7,2). Küresel hazır yemek restorasyonları endüstrisi düşük pazar payı yoğunluğuna sahiptir ve en büyük işletme McDonald's Corporation'dır (Ibisworld, 2024, s. 1-3).

Küreselleşme, dünya genelinde ekonomik, kültürel ve sosyal etkileşimi artıran bir süreçtir. Bu süreç, farklı bölgeler arasındaki sınırları aşarak ticaretin, iletişimin ve kültürel etkileşimin artmasına neden olmuştur. Hazır yemek, hızlı servis ve genellikle düşük maliyetli yiyecek ve içeceklerin sunulduğu bir sektördür. 20. yüzyılın ikinci yarısında, hazır yemek endüstrisi özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nden dünya geneline yayılmıştır. Bu küresel yayılma, bir dizi faktör tarafından şekillendirilmiştir. Büyük hazır yemek zincirleri, güçlü marka kültürleri ve etkili pazarlama stratejileri ile dünya genelinde tanınmışlardır. Örneğin, McDonald's ve Burger King gibi markalar, küresel reklam kampanyaları ve ikonik logoları ile dünya genelinde bilinirlik kazanmışlardır. Hazır yemek zincirleri genellikle franchising modelini kullanarak dünya genelinde yayılmışlardır. Bu model, yerel girişimcilere işletmelerini belirli bir marka altında açma ve işletme fırsatı sunarak küresel genişlemeyi hızlandırmıştır. Hazır yemek menülerinin standartlaştırılması, hazırlık süreçlerini basitleştirir ve malzeme tedarikini kolaylaştırır. Zincirlerin dünya genelinde benzer bir yemek deneyimi sunmalarını sağlar. Hazır yemek, genellikle uygun fiyatlı ve hızlı servis sunma konusunda tanınır. Bu özellikleri, tüketicilerin dünya genelinde tercih etmelerine ve bu tür restoranlara olan talebi artırmalarına katkıda bulunmuştur. Hazır yemek kültürü, farklı kültürleri etkilemiş ve yerel mutfakları etkileyerek küresel bir yemek deneyimi oluşturmuştur. Örneğin, Japonya'da sushi ile hazır yemek zincirlerinin popülerliği artmıştır. Küresel olarak yayılan hazır yemek, sağlık ve beslenme konularında endişelere neden olmuştur. Hızlı hazırlık süreçleri ve yüksek kalorili içerikleri, obezite ve diğer sağlık sorunlarıyla



ilişkilendirilmiştir. Hazır yemek endüstrisinin küresel büyümesi, ambalaj atıkları ve kaynak kullanımı gibi çevresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu durum, sürdürülebilirlik konusundaki endişeleri artırmıştır. Küreselleşme, hazır yemek endüstrisinin dünya genelinde yayılmasında etkili bir faktördür. Kültürel etkileşimi artırmış, standartlaştırılmış menüler ve uygun fiyatlı seçeneklerle tüketicilere geniş bir yemek yelpazesi sunulmuştur. Yayılmanın beraberinde getirdiği sağlık, çevre ve kültürel endişeler, hazır yemek sektörünün değişen bir ortamda uyum sağlamasını gerektirmektedir (De Vogli, 2015, s. 10-17).

## 8. DİYET, OBEZİTE, YEMEK KÜLTÜRÜ VE SAĞLIK SORUNLARI

Diyet, obezite ve yemek kültürü, bir bireyin beslenme alışkanlıkları, sağlığı ve yaşam tarzı üzerinde derin etkileri olan konular arasında yer almaktadır. Bu üç kavram birbirleriyle sık sık etkileşim halinde bulunur ve bireylerin sağlıklı bir yaşam sürmelerinde önemli bir rol oynarlar. Diyet, bir kişinin günlük besin alımını ve yeme alışkanlıklarını ifade eder. Diyet sadece kilo kontrolü ile ilgili değildir; aynı zamanda genel sağlık, enerji seviyeleri, zihinsel sağlık ve uzun vadeli hastalık riskleriyle de ilgilidir. Sağlıklı bir diyet, dengeli ve çeşitli besin gruplarını içerir. Yeterli vitamin, mineral, protein, karbonhidrat ve yağ alımına odaklanmak, vücudun ihtiyaç duyduğu besinleri karşılamada önemlidir (Polivy, 1985, s. 193). Obezite, vücutta aşırı yağ birikimiyle karakterize edilen bir durumdur. Obezite, genellikle enerji alımı ile enerji harcaması arasındaki dengenin bozulması sonucu ortaya çıkar. Fiziksel aktivite eksikliği, yanlış beslenme alışkanlıkları, genetik faktörler ve hormonal dengesizlikler obezitenin nedenleri arasında yer alabilir. Obezite, kalp hastalığı, diyabet, hipertansiyon ve diğer birçok sağlık sorununa yol açabilen ciddi bir sağlık sorunudur (Shashikiran, 2004, s. 131).

Yemek kültürü bir topluluğun, bölgenin veya ülkenin benimsediği yeme alışkanlıklarını, yemek pişirme yöntemlerini ve yemekle ilgili diğer gelenekleri ifade eder. Yemek kültürü, tarihi, coğrafî, sosyal ve ekonomik faktörlerden etkilenir. Yemek kültürü, bireylerin yemek seçimlerini ve yeme alışkanlıklarını büyük ölçüde etkiler. Geleneksel yemek kültürleri genellikle yerel ve doğal malzemelere dayanırken, küreselleşme ile farklı kültürler arasında yemek etkileşimleri artmıştır. Yanlış diyet alışkanlıkları, aşırı kalorili gıdaların tüketimi ve yetersiz fiziksel aktivite, obezitenin ana nedenleri arasında yer alır. Sağlıklı bir diyet, kilo kontrolü ve genel sağlığın korunması açısından önemlidir. Yemek kültürü, bireylerin hangi gıdaları tercih ettiğini ve ne zaman yediklerini belirleyebilir. Geleneksel yemek kültürleri genellikle dengeli ve doğal beslenmeye odaklanır. Küreselleşme ve hızlı yaşam tarzı değişiklikleri, yerel yemek kültürlerinin yerini hazır yemek ve işlenmiş gıdaların almasına neden olabilir. Bu da obezite riskini artırabilir. Bahsedilen kavramlar arasındaki dengeli ilişki, sağlıklı bir yaşam sürmeyi ve obezite gibi sağlık sorunlarından kaçınmayı destekleyebilir. Bireyler, kişisel ihtiyaçlarına ve kültürel bağlarına uygun bir diyet ya da yaşam tarzı seçimine odaklanarak sağlıklı bir denge sağlayabilirler (Brown, 1991, s. 31-57).

Hazır yemek tüketimi, uzun vadeli sağlık sorunlarına yol açabilen bir dizi olumsuz etkiye sahip olabilir. İşlenmiş, yüksek yağlı, yüksek şekerli ve düşük besin değerine sahip yiyeceklerin sık tüketilmesi, çeşitli sağlık sorunlarına neden olabilir. Hazır yemek genellikle yüksek kalorili ve düşük besin değerine sahip olduğu için aşırı tüketildiğinde kilo artışına neden olabilir. Obezite, kalp hastalıkları, diyabet, hipertansiyon ve diğer birçok sağlık sorununa yol açabilen ciddi bir sağlık durumudur. Hazır yemek, doymuş ve trans yağlar içerebilir. Bu tür yağlar, kolesterol seviyelerini artırabilir ve kalp hastalıkları riskini artırabilir. Hazır yemek tüketimi, insülin direncini artırabilir ve tip 2 diyabet riskini artırabilir. Hazır yemek menülerinde genellikle yüksek şeker içeriği bulunan içecekler ve tatlılar da diyabetle ilişkilendirilebilir. Hazır yemek genellikle yüksek sodyum içerir. Yüksek sodyum alımı, kan basıncını artırabilir ve hipertansiyona yol açabilir. Obezite, yüksek kan basıncı, yüksek kolesterol seviyeleri ve insülin direnci gibi faktörlerin bir araya gelmesi, metabolik sendrom riskini tetikler. Metabolik sendrom ise kalp hastalığı dışında diyabet gibi ciddi durumların riskini ortaya çıkarabilir. Hazır yemek tüketimi, karaciğerde yağ birikimine neden olabilir. Aşırı yağ birikimi, karaciğerde yağlı karaciğer hastalığına (steatoz) yol açabilir. Hazır yemek genellikle lif açısından yetersizdir. Bu durum, sindirim sistemi sağlığını etkileyebilir ve kabızlık, şişkinlik veya sindirim sorunlarına neden olabilir. Hazır yemek genellikle vitamin, mineral ve diğer önemli besin öğeleri açısından yetersizdir. Yetersiz beslenme, vücutta çeşitli eksikliklere neden olabilir. Hazır yemek içinde kullanılan malzemeler, bazı insanlarda alerjik reaksiyonlara yol açabilir. Alerjik reaksiyonlar hayati tehlike oluşturabilir. Bu sağlık sorunları, hazır yemeğin düzenli ve aşırı tüketimi ile ilişkilidir. Sağlıklı beslenme alışkanlıkları, dengeli bir diyet ve düzenli fiziksel aktivite, potansiyel sağlık sorunlarının riskini azaltacaktır. Bireysel sağlık durumu ve ihtiyaçlarına uygun bir diyet planı oluşturmak önemlidir (Fatima, 2017, s. 350-354).

Son yıllarda, hazır yemek ve paket servis sektörü dünya genelinde hızla büyümekte ve insanların beslenme alışkanlıkları üzerinde önemli etkilere sahip olmaktadır. Hazır yemek ve paket servisi, pratik ve hızlı bir beslenme seçeneği sunarken aynı zamanda beslenme zorlukları ve sağlık sorunlarına yol açabilen bir dizi özel sorunu da beraberinde getirmektedir. Hazır yemek menülerinde ve paket servis seçeneklerinde genellikle yüksek kalorili yiyecekler bulunmaktadır. Bu durum, aşırı enerji alımına ve kilo artışına neden olabilir. Hazır yemek ve paket servisinde sunulan birçok yiyecek, düşük besin değerine sahiptir. Özellikle işlenmiş gıdalar ve atıştırma ürünleri, vücudun ihtiyaç duyduğu temel besin öğelerini yetersiz bir şekilde sağlayabilir. Hazır yemek menülerinde sıkça bulunan yağlı ve şekerli içerikler, obezite, kalp hastalıkları ve diyabet gibi sağlık sorunlarına neden olabilir. Hazır

yemek ve paket servisi yüksek tuz içeriğine sahiptir. Yüksek tuz tüketimi, hipertansiyon ve kardiyovasküler problemler gibi sağlık sorunlarına yol açabilir. Hazır yemek restoranları ve paket servis genellikle büyük porsiyonlar sunar. Bu durum, bireylerin aşırı miktarda yemelerine ve fazla kalori almına yol açabilir. Hazır yemek ve paket servisi, obezite riskini artırabilir. Yüksek kalorili, düşük besin değerine sahip yiyeceklerin sık tüketimi, kilo artışına ve obeziteye sebep olabilir. Yüksek yağ, tuz ve şeker içeren hazır yemek, kalp hastalıkları riskini artırabilir. Doymuş yağlar ve trans yağlar, kolesterol seviyelerini olumsuz etkileyebilir. Hazır yemek ve paket servisi, tip 2 diyabet riskini artırabilir. Yüksek şeker içeriğine sahip içecekler ve atıştırmalıklar, insülin direncini artırabilir. Hazır yemek tüketimi, metabolik sendrom riskini artırabilir. Bu durum, obezite, yüksek tansiyon ve insülin direncini içeren bir dizi sağlık sorununu içerir. Hazır yemek ve paket servisi, vücudun ihtiyaç duyduğu temel besin öğelerini yeterince sağlamaz. Bu durum, vitamin ve mineral eksikliklerine neden olabilir. Hazır yemek ve paket servisi, hızlı ve pratik bir beslenme seçeneği sunarken aynı zamanda sağlık üzerinde olumsuz etkilere yol açabilen bir dizi beslenme zorluğunu beraberinde getirir. Bilinçli beslenme alışkanlıkları, dengeli diyet, sağlıklı yaşam tarzı seçimleri, hazır yemek ile paket servisinin potansiyel sağlık risklerini azaltmaya yardımcı olabilir. İnsanların bu tür beslenme seçeneklerini daha bilinçli bir şekilde değerlendirmeleri ve sağlıklı beslenmeye odaklanmaları önemlidir (Jaworowska, 2013, s. 310-318).

## 9. YEMEK SOSYOLOJİSİNE GENEL BİR BAKIŞ

Bu makalede, yemek sosyolojisi bağlamında hazır yemeğin topluma etkileri incelenmiştir. Hazır yemek, sadece bir besin kaynağı olarak değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak da önemli bir rol oynamaktadır. İnsanların hızlı yaşam tarzlarına uygun, pratik ve genellikle uygun fiyatlı olan hazır yemek, toplumun beslenme alışkanlıklarını sosyal ilişkilerini şekillendirmekte ve bir dizi etki oluşturmaktadır. Hazır yemeğin topluma etkilerini anlamak için, bu beslenme biçiminin sosyal ve kültürel dinamikleri nasıl etkilediğini incelemek önemlidir. Hazır yemek, hızlı hazırlanışı ve hızlı tüketimi ile günümüzün hızlı yaşam tarzına uyum sağlar. İnsanlar, yoğun iş programları ve zaman kısıtlamaları nedeniyle sıkça hazır yemek tercih edebilirler. Büyük hazır yemek zincirleri, dünya genelinde şubeler açarak kültürler arası etkileşimi artırmıştır. Örneğin, McDonald's veya Burger King gibi markalar, farklı ülkelerde aynı menüyü sunarak kültürler arasında bir tür kültürel birleştirme sağlamışlardır (Harrington, Ottenbacher & Fauser, s. 551).

Hazır yemek, geleneksel aile yemekleri yerine daha hızlı ve bireysel bir beslenme modelini teşvik edebilir. Bu durum, aileler arası iletişim ve sosyal bağları etkileyebilir. Hazır yemek, genellikle uygun fiyatlı olmasıyla bilinir. Bu durum, ekonomik sınıflar arasında beslenme eşitsizliklerine neden olabilir. Düşük gelirli bireyler genellikle daha ucuz ve hızlı yiyecek seçeneklerini tercih ederler. Hazır yemeğin aşırı tüketimi, obezite, diyabet ve kalp hastalıkları gibi sağlık sorunlarına yol açabilir. Toplumun genel sağlığını olumsuz etkileyebilir. Hazır yemek, sadece bir besin kaynağı değil, aynı zamanda toplumsal bir olgu olarak da değerlendirilmelidir. Bu beslenme biçimi, hızlı yaşam tarzına uyum sağlaması ve kültürel etkileşimi artırmasıyla önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, hazır yemeğin topluma etkileri sadece olumlu değil, aynı zamanda olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Özellikle sağlık sorunları ve beslenme eşitsizlikleri gibi konular, hazır yemeğin daha eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesini gerektirir. Toplumun genel sağlığı için, bilinçli beslenme alışkanlıkları teşvik edilmeli, besin değeri yüksek ve dengeli diyetlere öncelik verilmelidir. Hazır yemek endüstrisi, bu bağlamda sorumluluk alarak sağlıklı seçenekleri teşvik edebilir ve toplumun genel refahına katkıda bulunabilir (Katz & Krueger, 1992, s. 6-21).

Hazır yemek zincirleri, olumsuz sağlık etkileri, hayvan zulmü iddiaları, işçi sömürsü vakaları ve insanların yeme alışkanlıklarının geleneksel yiyeceklerden uzaklaşması gibi çeşitli endişeler nedeniyle eleştirilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü, obezite krizinden büyük ölçüde sorumlu tuttuğu gıda pazarlarına dair bir çalışma yayınlamış ve bu eğilimi tersine çevirmek için daha sıkı düzenlemeler önermiştir. Eleştirilerle mücadele etmek için hazır yemek restoranları daha sağlıklı seçenekler sunmaya başlamıştır. Sağlık eleştirilerinin yanı sıra hazır yemek sektörünün daha çevre dostu olması yönünde öneriler de vardır. Zincirler buna “ambalaj atıklarını azaltarak” yanıt vermiştir (Di Foggia & Beccarello, 2022, s. 1-14). Bu kadar popüler olmasına rağmen hazır yemek zincirleri sadece iş ve sosyal beceriler üzerinde değil, öğrencilerin sağlıkları ve akademik performansları üzerinde de olumsuz etkiler oluşturmuştur. Hazır yemek, yemek sosyolojisi açısından çeşitli eleştirilere maruz kalmış ve bu eleştiriler, beslenme alışkanlıkları, toplumsal ilişkiler, kültürel etkileşimler ya da ekonomik dinamikler gibi pek çok faktörü içermektedir. Hazır yemeğin yüksek kalorili, yağlı ve şekerli içerikleri, obezite, diyabet ile kalp hastalıkları gibi sağlık sorunlarına yol açabileceği eleştirilerini beraberinde getirmiştir.

## 10. SONUÇ

Yemek sosyolojisi perspektifinden bakıldığında, hazır yemeğin sağlık açısından riskli olması, toplumun genel sağlığını etkileyebilir ve sağlık sistemine ek yük getirebilir. Hazır yemek menülerinin genellikle düşük besin değerine sahip olması, vücudun ihtiyaç duyduğu temel besin öğelerinin yetersiz alınmasına neden olabilir. Bu durum, toplumun beslenme alışkanlıklarının yetersizleşmesine ve beslenme eksikliklerine yol açabilir. Eleştirilenlere göre, hazır yemek kültürel çeşitliliği azaltabilir ve geleneksel yerel yemek kültürlerini gölgede bırakabilir. Yemek

sosyolojisi açısından, hazır yemeğin kültürel çeşitlilik ve yerel lezzetleri bastırması, toplumsal bir kayıp olarak değerlendirilebilir. Hazır yemek endüstrisinin hayvan zulmü ve etik olmayan hayvancılık uygulamalarına katkıda bulunduğu iddiaları, toplumun hayvan haklarına duyarlılığını ve etik değerlerini etkileyebilir. Bu eleştiriler, hazır yemeğin sürdürülebilirlik ve etik sorumluluk açısından değerlendirilmesini gerektirebilir. Hazır yemek zincirlerinin özellikle çocuklara yönelik agresif pazarlama stratejileri, yemek sosyolojisi açısından çocukların beslenme alışkanlıklarının olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Bu durum, toplumun gelecek nesillerinin sağlığını etkileyebilir. Hazır yemek endüstrisinde düşük ücretler ve işçi sömürüsüne dair yapılan eleştiriler, sosyal adalet ve ekonomik eşitsizlik konularını gündeme getirir. Yemek sosyolojisi bağlamında, düşük ücretli çalışanların yaşam koşulları ve toplum içindeki yerleri önemli bir sorun olarak değerlendirilebilir. Hazır yemek zincirlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkileri, özellikle ambalaj atıkları ve sürdürülebilirlik konularında yapılan eleştiriler, toplumun çevresel sorumluluklarını düşündüğü bir çağda önemli hale gelir. Yemek sosyolojisi, hazır yemeğin toplumsal, kültürel ve ekonomik dinamikleri nasıl etkilediğini anlamak için önemli bir araçtır. Eleştiriler, hazır yemeğin toplum üzerindeki derin ve geniş etkilerini anlamak ve daha sürdürülebilir ve sağlıklı beslenme modellerine geçiş yapmak için bir itici güç olabilir.

Hazır yemek, Türkiye’de son yıllarda yaygın bir şekilde tüketilen bir beslenme biçimi haline gelmiştir. Bu durumun toplumsal etkileri çeşitli boyutlarda değerlendirilebilir. Türkiye’de hazır yemek, yoğun iş temposu ve hızlı yaşam tarzına uygun bir alternatif olarak benimsenmiştir. İnsanlar, hızlı servis ve pratik hazırlanışı nedeniyle hazır yemeği tercih ederek zaman tasarrufu sağlamaya çalışmaktadırlar. Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası hazır yemek zincirleri, kültürel etkileşimi artırarak globalleşmeye katkıda bulunmuştur. Aynı menülerin farklı ülkelerde sunulması, kültürler arası etkileşimi tetiklemiştir. Hazır yemek tüketimi, geleneksel Türk mutfağının yerini almakta ve bireylerin beslenme alışkanlıklarını değiştirmektedir. Bu durum, daha önce evde hazırlanan geleneksel yemeklerin yerine hazır yemeğin tercih edilmesiyle ortaya çıkan bir değişimi işaret eder. Hazır yemeğin aşırı tüketimi, obezite ve sağlık sorunlarına yol açabilir. Özellikle genç nesilde görülen obezite sorunu, Türkiye’de hazır yemek tüketiminin sağlık üzerindeki olumsuz etkilerini gösteren bir belirleyici olabilir. Hazır yemek sektöründeki büyüme, istihdam yaratma potansiyeli taşımaktadır. Ancak, genellikle düşük ücretli ve düşük nitelikli işler sunan bu sektör, işçi sömürüsü ve düşük gelirli çalışanların karşılaştığı ciddi sorunlara yol açabilir. Türkiye’de hazır yemek zincirleri, özellikle çocukları hedefleyen pazarlama stratejileri uygulayarak, çocukların hazır yemek kültürüne erken yaşta alışmalarına katkıda bulunabilir. Ayrıca, oyuncak hediyeler, renkli ambalajlar ve çocuk menülerinin öne çıkartılmasıyla hazır yemek, çocuklarda erken yaşlarda bir tüketim alışkanlığı oluşturabilir. Hazır yemek restoranlarının yaygınlaşması, şehirlerdeki mekân kullanımını etkileyebilir. Alışveriş merkezleri, caddeler ve şehir merkezleri üzerindeki etkileriyle hazır yemek, toplumsal çevre üzerindeki dokuyu değiştirebilir. Hazır yemek tüketimi, geleneksel Türk yemek kültüründen uzaklaşarak daha hızlı ve bireysel bir beslenme alışkanlığına işaret edebilir. Aileler arası yemek kültürü ve sosyal etkileşim, hazır yemeğin yaygınlaşmasıyla değişebilir. Türkiye’de hazır yemeğin toplumsal etkileri, hızlı yaşam tarzına uyum, kültürel değişim, beslenme alışkanlıklarının evrimi ve ekonomik dinamikler gibi bir dizi faktörü içermektedir. Bu etkilerin değerlendirilmesi, hazır yemek tüketiminin toplum üzerindeki geniş kapsamlı etkilerini anlamamıza yardımcı olabilir.

Hazır yemeğin topluma etkilerini inceleyen bu makale, yemek sosyolojisi alanında önemli bir konuyu ele almıştır. Hazır yemek tüketiminin artmasıyla birlikte, beslenme alışkanlıkları, sağlık durumu, kültürel değerler ve toplumsal ilişkiler üzerinde önemli değişimler yaşanmaktadır. Makale, hazır yemeğin tüketimini artıran faktörleri, bu tüketimin sosyal ve kültürel sonuçlarını, sağlık üzerindeki etkilerini açıklamıştır. Elde edilen bilgiler, hazır yemek endüstrisinin toplum üzerindeki derin etkilerini anlamak ve daha sağlıklı toplumlar oluşturmak için önemli ipuçları sunmaktadır. Hazır yemek, son yıllarda dünya genelinde popülerliğini artırmış ve modern yaşam tarzının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Ancak, bu tür beslenme alışkanlıklarının toplum üzerindeki etkileri hem sağlık hem de sosyal açıdan önemli sonuçlar doğurmaktadır. Hazır yemek ürünleri genellikle yüksek kalori, yağ, şeker ve tuz içerir. Bu da uzun vadede obezite ve aşırı kilo sorunlarına yol açabilir. Yüksek doymuş yağ ve trans yağ içeriği kalp hastalıkları riskini artırır. Hazır yemek tüketimi, kolesterol seviyelerinin yükselmesine ve damar tıkanıklıklarına neden olabilir. Yüksek şeker ve işlenmiş karbonhidrat içeriği, insülin direncini artırarak Tip 2 diyabet gelişme riskini yükseltir. Yetersiz lif içeriği nedeniyle hazır yemek, sindirim sistemi sorunlarına, kabızlık ve bağırsak düzensizliklerine yol açabilir. Hazır yemek, hızlı tüketilebildiği için ailelerin birlikte yemek yeme alışkanlığını zayıflatabilir. Bu da aile bağlarının zayıflamasına neden olabilir. Hazır yemek zincirlerinin yaygınlaşması, yerel ve geleneksel mutfakların arka planda kalmasına yol açabilir. Bu da kültürel çeşitliliğin azalmasına sebep olabilir. Hazır yemeğin kolay erişilebilirliği, insanları evde yemek yapmaktan uzaklaştırarak zamanla yemek pişirme becerilerinin azalmasına neden olabilir. Hazır yemek endüstrisi büyük miktarda tek kullanımlık plastik ve kâğıt ambalaj üretir. Çevre kirliliğine ve atık yönetimi sorunlarına katkıda bulunur. Hazır yemek zincirleri, özellikle et üretimine dayalı ürünlerde, yüksek karbon ayak izine sahiptir. Bu durum, sera gazı emisyonlarına katkıda bulunarak iklim değişikliğine olumsuz etki yapar. Hazır yemek endüstrisi, genellikle düşük ücretli, güvencesiz işlerin yoğun olduğu bir sektördür. Bu da çalışanlar arasında gelir eşitsizliği ve iş güvencesizliği gibi sosyal sorunlara yol açabilir. Hazır yemek tüketimiyle ilişkili sağlık sorunları, uzun vadede toplumsal sağlık harcamalarının artmasına neden olabilir.

Sağlık sistemine ek yük bindirir. Hazır yemeğin toplum üzerindeki etkileri karmaşıktır ve bu etkiler, bireylerin beslenme tercihleri, yaşam tarzları ile toplumun genel sağlık politikalarıyla yakından ilişkilidir. Sağlıklı bir toplum için bu etkilerin farkında olmak ve dengeli beslenmeyi teşvik etmek önemlidir. Hızlı yemek, zamandan tasarruf eder ama sağlıktan ödün verir. Geleneksel yemek sabırla yapılır, hazır yemek hızla yenir; biri kültür, diğeri tüketimdir. Modern hayatın koşturmacasında hazır yemek, durup dinlenmeden yemenin adı olmuştur.

### DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu çalışma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

### ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarın, herhangi bir kurum veya kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi veya katılımı (hibe, eğitim bursları, konuşmacı bürolarına katılım, üyelik, istihdam, danışmanlık, hisse senedi sahipliği veya diğ. özkaynak payları, uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

### YAZARLIK KATKI BEYANI

Akbaş, A.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Nihai onayın verilmesi; Karagöz, D.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Proje yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

### ETİK BEYAN

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

### YAPAY ZEKA KULLANIM BEYANI

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışmanın hiçbir aşamasında yapay zeka araçları kullanılmamıştır.

### KAYNAKÇA

- Aktaş-Polat, S., & Polat, S. (2020). A theoretical analysis of food meaning in anthropology and sociology. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(3), 278-293.
- Akyürek, S., Özdemir, Ö., & Kutukuz, D. (2022). Yemek Sosyolojisi Kapsamında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Türkiye Örneği. *IV. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi Bildiri Kitabı* 16-20 Kasım, Bodrum-Muğla.
- Allan, C., Bamber, G. J., & Timo, N. (2006). *Fast-food work: are McJobs satisfying?*. *Employee Relations*, 28(5), s. 402-420.
- Allcott, H., Diamond, R., Dubé, J. P., Handbury, J., Rahkovsky, I., & Schnell, M. (2019). Food deserts and the causes of nutritional inequality. *The Quarterly Journal of Economics*, 134(4), 1793-1844.
- Bankole, E., Harris, N., Rutherford, S., & Wiseman, N. (2023). A systematic review of the adolescent-directed marketing strategies of transnational fast food companies in low-and middle-income countries. *Obesity Science & Practice*, 9(6), 670-680.
- Bartiaux, F., & Salmón, L. R. (2014). Family dynamics and social practice theories: An investigation of daily practices related to food, mobility, energy consumption, and tourism. *Nature and Culture*, 9(2), 204-224.
- Beşirli, H. (2012). *Yemek sosyolojisi & Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış*, Ankara: Phoenix.
- Binder, A., Naderer, B., & Matthes, J. (2021). Shaping healthy eating habits in children with persuasive strategies: Toward a typology. *Frontiers in Public Health*, 9, 676127. 1-11.
- Block, J. P., Condon, S. K., Kleinman, K., Mullen, J., Linakis, S., Rifas-Shiman, S., & Gillman, M. W. (2013). *Consumers' estimation of calorie content at fast food restaurants: Cross sectional observational study*. *BMJ*, 346, f2907. s. 1-10.
- Brown, P. J. (1991). *Culture and the evolution of obesity*. *Human nature*, 2, s. 31-57.
- Carolan, Michael. (2016). *The sociology of food and agriculture*. Routledge.
- Chukwuemeka, O. W., & Onuoha, B. C. (2018). *Dynamic capabilities and competitive advantage of fast foods restaurants*. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(3), s. 7-14.
- De Vogli, R., Kouvonon, A., & Gimeno, D. (2015). 'Globozization': ecological evidence on the relationship between fast food outlets and obesity among 26 advanced economies. In *Food and Public Health* (pp. 10-17). Routledge.
- Di Foggia, G., & Beccarello, M. (2022). An overview of packaging waste models in some European countries. *Recycling*, 7(3), 38, 1-14.

- Akbaş, A. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 84–99
- Fatima, Ammatul. & Srivastava, Sangita. (2017). *Impact of fast food on health. International Journal of Applied Social Science*, 4, s. 350-354.
- Freeman, A. (2007). Fast food: Oppression through poor nutrition. *Calif. L. Rev.*, 95, 2221.
- Germov, J., & Williams, L. (2016). *A sociology of food and nutrition: The social appetite*. Oxford University Press, USA.
- Gültekin, H. (2019). *Yemek sosyolojisi bağlamında üniversite öğrencilerinin yemek yeme alışkanlıklarının değerlendirilmesi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Fauser, S. (2017). QSR brand value: Marketing mix dimensions among McDonald's, KFC, Burger King, Subway and Starbucks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 551-570.
- Hinrichs, C. C. (2010). Sustainable food systems: Challenges of social justice and a call to sociologists. *Sociological Viewpoints*, 26(2), 7. 1-12.
- Holm, L. (2013). Sociology of food consumption. *The handbook of food research*, 324-337.
- Ibisworld. (2024). *Global Fast Food Restaurants - Number of Businesses 2005-2029*. Erişim adresi: <https://www.ibisworld.com/> (27.01.2024).
- Jaworowska, A., Blackham, T., Davies, I. G., & Stevenson, L. (2013). *Nutritional challenges and health implications of takeaway and fast food*. *Nutrition reviews*, 71(5), s. 310-318.
- Katz, L. F., & Krueger, A. B. (1992). The effect of the minimum wage on the fast-food industry. *ILR Review*, 46(1), 6-21.
- McIntosh, W. A. (1996). *Sociologies of food and nutrition*. Texas: Springer Science & Business Media.
- Miller, B. M. (2014). The Evolution of a Fast Food Phenomenon: The Case of American Pizza. In *The Routledge History of Food* (pp. 249-269). Routledge.
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Murcott, A. (2005). Food as an expression of identity. In *The Future of the Nation-State* (pp. 49-77). London: Routledge.
- Murcott, A. (2019). *Introducing the sociology of food and eating*. Bloomsbury Publishing.
- Özcan, A., & Sümer, G. Ç. (2015). *Küreselleşmenin kimliksiz kentleri ve Mcdonalds kent kültürü*. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 7(13), s. 238-256.
- Palma, M. A., Ness, M. L., & Anderson, D. P. (2017). Fashionable food: a latent class analysis of social status in food purchases. *Applied Economics*, 49(3), 238-250.
- Penfold, S. (2012). *Fast food*. In *The Oxford Handbook of Food History* (p. 279). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Polivy, J., & Herman, C. P. (1985). *Dieting and bingeing: A causal analysis*. *American psychologist*, 40(2), s. 193.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*. 7(4), 2675-2695.
- Scanlan, S. J. (2003). Food security and comparative sociology: Research, theories, and concepts. *International journal of sociology*, 33(3), 88-111.
- Schröder, M. J., & McEachern, M. G. (2005). *Fast foods and ethical consumer value: A focus on McDonald's and KFC*. *British food journal*, 107(4), s. 212-224.
- Shashikiran, U., Sudha, V., & Jayaprakash, B. (2004). *What is obesity*. *Med J Malaysia*, 59(1), s. 131.
- Spencer, R. A., Rehman, L., & Kirk, S. F. (2015). Understanding gender norms, nutrition, and physical activity in adolescent girls: a scoping review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12, 1-10.
- Statista. (2024). *Global Ready Meal Market Share*. Retrieved January 29, 2024, from <https://www.statista.com/>
- Statisticsanddata. (2024). *Biggest fast food chain in the world*. Retrieved January 29, 2024, from <https://statisticsanddata.org/>.
- Thornton, L. E., Lamb, K. E., & Ball, K. (2016). *Fast food restaurant locations according to socioeconomic disadvantage, urban–regional locality, and schools within Victoria, Australia*. *SSM-population health*, 2, s. 1-9.
- Van Dress, M. G. (1980). *Fast food industry growth*. *National Food Review*, 9, s. 35-37.
- Wacker, M. (2020). *History of eating habits, food cultures and traditions in Western Europe*. In *Nutritional and Health Aspects of Food in Western Europe* (pp. 1-17). Academic Press.
- Wang, W. C., Worsley, A., & Cunningham, E. G. (2009). Social ideological influences on food consumption, physical activity and BMI. *Appetite*, 53(3), 288-296.
- Ward, P., Coveney, J., & Henderson, J. (2010). *A sociology of food and eating: Why now?*. *Journal of Sociology*, 46(4), s. 347-351.

Wood, V., Gwilliam, R., Rajandream, M. A., Lyne, M., Lyne, R., Stewart, A., & Nurse, P. (2002). *The genome sequence of Schizosaccharomyces pombe*. *Nature*, 415(6874), s. 871-880.

Yang, H., & Tate, M. (2012). A descriptive literature review and classification of cloud computing research. *Communications of the Association for Information systems*, 31(1), 37-59.

Ziauddeen, N., Fitt, E., Edney, L., Dunford, E., Neal, B., & Jebb, S. A. (2015). *Variability in the reported energy, total fat and saturated fat contents in fast-food products across ten countries*. *Public health nutrition*, 18(16), s. 2962-2969.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Food sociology, as a subfield within the discipline of sociology, is an area that examines people's behaviors, cultural practices, eating habits, food-related symbols, and social interactions concerning food (Holm, 2013, p. 324). Food sociology focuses on understanding the social dynamics related to nutrition and food culture. By examining the eating habits of different cultures, food sociology aims to understand people's food choices, preparation methods, and consumption rituals. Food is related to social class and status (Palma et al., 2017, p. 238). What we eat, where we eat, and how we prepare food are all connected to our social class and status. Food plays a significant role in the formation of individual and group identities. People can express their cultural connections and reinforce group identity through food. According to Carolan, food is associated with rituals and ceremonies in many cultures. Meals shared on special occasions or during community events can strengthen social bonds. Under the influence of the media, food culture and food trends can change. Television programs, social media, and other forms of communication can shape perceptions of food. The culture of fast consumption, with the spread of fast food chains, has become a significant factor affecting eating habits and social interactions. Food sociology also addresses sustainable nutrition topics. It evaluates the social impacts of food production, consumption, and waste management. By examining eating habits and nutrition in a social and cultural context, food sociology offers various perspectives for understanding people's relationship with food. Research in this field can help us better understand the impact of nutrition and food culture on social structures (Carolan, 2016, p. 33).

Food sociology is a research field that examines food and nutrition issues from a sociological perspective (Scanlan, 2003, p. 88). This discipline addresses people's eating habits, food behaviors, food production, distribution, and consumption within cultural and social contexts. Food sociology seeks to understand how the eating habits and food cultures of different societies are shaped or how they acquire meaning within cultural contexts (Aktaş-Polat & Polat, 2020, pp. 278-279). Food sociology focuses on issues of nutritional inequality and social injustice. By examining efforts to provide equal access to food resources and healthy nutrition in societies, it addresses social justice issues (Hinrichs, 2010, pp. 1-12). The structure, size, and operation of the food industry are another important subject of food sociology. Agricultural policies, the effects of industrial agriculture, food security, and sustainable agriculture are examined within this framework. Food plays a significant role in social interactions and rituals. Meals shared during special occasions, family gatherings, or community events can strengthen social bonds. Additionally, the symbolic meanings of specific foods are also explored. Food is a key element in the formation of individual and group identities (Murcott, 2005, p. 49). People can express their cultural, ethnic, or social identities through food preferences and eating habits. Globalization affects the eating habits, recipes, and food cultures of different societies. Global food trends, such as the fast food culture, are also of interest to food sociology. According to Germov, food sociology can examine eating habits and behaviors in the context of gender roles and relations. The impact of gender roles on food preparation, consumption, and sharing in societies is addressed. Food sociology offers a broad perspective to understand food and nutrition issues within social, cultural, and economic contexts. This discipline adopts a multidisciplinary approach to understanding and solving nutrition-related problems (Germov, 2016, pp. 4-10).

### **Method**

This study employs both descriptive literature review and document analysis methods to examine the social impacts of fast food culture (Yang & Tate, 2018, pp. 37-39). The literature review aims to systematically scan existing research in the field of food sociology and compile data derived from historical, economic, social, and cultural perspectives on fast food culture. Through this method, previous studies examining the effects of fast food consumption on social structure, identity, and relationships have been evaluated from a comparative standpoint. Document analysis is conducted using historical studies on fast food culture, government policies, industry reports, academic articles, and representations in popular culture. These documents have been used as resources to understand the spread of fast food, its socio-economic impacts, and changes in consumption habits. Historical documents, which can reveal the development of the fast food industry and its effects on various segments of society, have been prioritized for analysis. By combining these two methods, the paper aims to both deepen and update the knowledge in the existing literature and provide concrete examples through document analysis to support the social implications of the fast food phenomenon.

## **Finding**

Economically, the fast food industry primarily targets low-income individuals (Freeman, 2007, p. 2221). This can deepen income inequality in society and lead to the spread of unhealthy eating habits. The widespread consumption of fast food can contribute to the rise of obesity and health problems associated with it. Moreover, the global spread of fast food chains can lead to cultural homogenization and a reduction in intercultural interactions. The fast food culture offers a quick meal alternative for individuals living in fast-paced environments. This reflects the need to adapt to the speed of modern life and minimizes meal times. Fast food is a global phenomenon (Miller, 2014, p. 249). It is popular in many countries and has transcended local cultures. This promotes cultural change and interaction, while also raising concerns about homogenization and standardization.

Fast food typically contains high-calorie, fatty, and sugary foods, which can contribute to obesity, diabetes, and other health issues. The relationship between fast food consumption and health has been a focus of social and medical research. Fast food chains often use aggressive advertising and marketing strategies (Bankole et al., 2023, pp. 670-680). These strategies, particularly targeting children, encourage consumption and increase brand loyalty. The fast food industry can also have environmental impacts due to large amounts of packaging waste and resource use. Recycling of packaging materials and sustainability efforts are some solutions aimed at reducing the industry's environmental footprint. Fast food restaurants often provide low-wage jobs, which are typically a first job experience or a source of additional income for young or low-income individuals. However, these jobs are often associated with low pay and limited benefits. With the rise of fast food, traditional food cultures and slower, more careful cooking methods, such as home-cooked meals, are at risk of declining. This can lead to changes in societal food cultures and eating habits. The findings help us understand the broad impacts of fast food on society, while also emphasizing the need for further research and policy interventions in this area.

## **Conclusion**

From the perspective of food sociology, the health risks associated with fast food can impact public health and add strain to healthcare systems. Fast food menus, which are often low in nutritional value, may lead to insufficient intake of essential nutrients needed by the body. This can result in inadequate dietary habits within society and cause nutritional deficiencies. Critics argue that fast food may reduce cultural diversity and overshadow traditional local food cultures. From a food sociology standpoint, the suppression of cultural diversity and local flavors by fast food can be considered a societal loss. Claims that the fast food industry contributes to animal cruelty and unethical farming practices could influence society's sensitivity to animal rights and ethical values. These criticisms may require a reassessment of fast food in terms of sustainability and ethical responsibility. Aggressive marketing strategies targeting children, especially in fast food chains, may negatively impact children's eating habits. This could affect the health of future generations. Criticisms of low wages and labor exploitation in the fast food industry raise issues of social justice and economic inequality. In the context of food sociology, the living conditions of low-wage workers and their place in society are significant concerns. The negative environmental impacts of fast food chains, particularly concerning packaging waste and sustainability issues, become important in a society increasingly focused on environmental responsibility. Food sociology is a key tool for understanding how fast food influences societal, cultural, and economic dynamics. Criticisms can serve as a driving force for understanding the profound and wide-ranging impacts of fast food on society and transitioning to more sustainable and healthier eating models.

Fast food has become a widely consumed form of diet in Türkiye in recent years. The societal effects of this phenomenon can be evaluated from various dimensions. In Türkiye, fast food has been adopted as an alternative that suits the fast-paced work environment and lifestyle. People opt for fast food due to its quick service and convenience, saving time in the process. International fast food chains operating in Türkiye have contributed to globalization by increasing cultural interactions. Offering the same menus in different countries has stimulated cross-cultural integration. Fast food consumption is replacing traditional Turkish cuisine, altering individuals' eating habits. This signals a shift where fast food is preferred over traditional home-cooked meals. Excessive consumption of fast food can lead to obesity and health issues. The growing obesity problem, particularly among the younger generation, may be a defining factor in demonstrating the negative health effects of fast food consumption in Türkiye. The growth of the fast food sector has the potential to create employment, but this industry typically offers low-wage, low-skill jobs, leading to issues of worker exploitation and the challenges faced by low-income workers. Fast food chains in Türkiye, particularly through marketing strategies targeting children, may encourage early exposure to fast food culture. Moreover, the emphasis on toys, colorful packaging, and children's menus can create consumer habits in children from an early age. The proliferation of fast food restaurants can also impact the use of space in urban areas. With its effects on shopping malls, streets, and city centers, fast food can alter the social fabric of public spaces. Fast food consumption indicates a shift away from traditional Turkish food culture toward quicker, more individualized eating habits. Family dining culture and social interactions may also change with the widespread popularity of fast food. The societal effects of fast food in Türkiye encompass a range of factors, including adaptation to a fast-paced lifestyle,

cultural change, the evolution of eating habits, and economic dynamics. Evaluating these effects can help us understand the broad impact of fast food consumption on society.