

## Ankara'daki İran Restoranları: Kültürel Kimlik Üzerine Etnografik Bir Araştırma

*Iranian restaurants in Ankara: An ethnographical research on cultural identity*

Ayla Deniz<sup>1\*</sup>, Muhammet Öksüz<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Ankara

<sup>2</sup>Siirt Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Siirt

**Öz:** Etnik restoranlar, insan hareketliliğinin böylesine arttığı bir dönemde, hem kültürel korumanın kurumsallaşmış biçimleridir hem de tüketim üzerinden farklı kültürlerin buluşma mekânıdır. Bir göçmen ülkesi olan Türkiye'de de uluslararası göçmenlerin açtıkları etnik restoran sayısında artış vardır. Bu makalede, yemek, kültürel kimlik ve göçmen restoranları arasındaki dinamik ilişki Ankara'daki İran restoranları örneğinde ortaya konmaya çalışılıyor. Bunu yaparken restoranlar sahipleri, aracı yapılar ve müşterilerle yapılan görüşmelerin kayıtlarından ve katılımlı gözlem notlarından yararlanılıyor. Çalışmada, mekânsal bir kümelenme göstererek tüketimin yeni bir coğrafyasını yaratan İran restoranlarının sadece etnisite üzerinden değil, sınıf ve toplumsal cinsiyet üzerinden de kendi kurumsal yapısını geliştirdiği ve kültürel koruma fonksiyonunu bu yapılar üzerinden inşa ettiği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Etnik restoran, kültürel kimlik, göç, İran, Ankara.

**Abstract:** Ethnic restaurants are not only institutionalized forms of cultural protection, but also melting points of different cultures through consumption in a period of such an increasing human mobility. There is also an increase in the number of ethnic restaurants opened by transnational immigrants in Turkey, an immigrant-receiving country. In this article, the dynamic relation between food, cultural identity and immigrant restaurants is tried to be revealed based on the example of Iranian restaurants in Ankara. While doing this, records of the interviews made with restaurant owners, intermediating entities and customers and participant observation notes were utilized. In this field research, it was observed that the Iranian restaurants, which have created a new geography of consumption by showing a spatial aggregation, have developed their own corporate structures not only based on ethnicity, but also on the class and gender and that they have built their cultural preservation function based on these structures.

**Keywords:** Ethnic restaurant, cultural identity, migration, İran, Ankara

### 1. Giriş

Göç insanların, aşına oldukları beslenme biçimini değiştirdikleri, yeni alışkanlıklar edindikleri, yeni davranışlar sergiledikleri ve yeni kültürel deneyimler yaşadıkları bir süreç olabildiği kadar, kültürel olarak alıştıklarından vazgeçmeleri anlamına da gelebilir. Beslenme biçimi de kültürün bir parçasıdır ve gündelik olarak tekrar edilerek üretilir. Özellikle göçün ilk yıllarında göçmenler, alıştıkları beslenme biçimini sürdürmekte zorlanabilirler. Bu zorluk kendini özellikle kültürün bir bileşeni olan din üzerinden, o dinin yasakladığı besinlerden kaçınma veya o dinin belirli günlerde

---

\* İletişim yazarı: A. Deniz, e-posta: adeniz@ankara.edu.tr/ayladeniz07@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: 15.09.2017

Makale Basıma Uygun Tarihi: 14.12.2017

tüketilmesini önerdiği gıdalara erişme durumunda kendini gösterir. Değişen zamanda ve mekânda dine uygun beslenme ritüellerinin sürdürülmesi oldukça zordur. Buna, Yahudilerin sosyal kimliğinin önemli bir parçası olan ve sıkı kurallarla çevrilmiş bir beslenme biçimi olan Kosher (Buckser, 1999) ve Sebt (Şabbat) gününde yemek pişirme yasağı; Hristiyanların Paskalyadan önce gelen büyük perhiz sırasında tereyağı yememeleri (Zubaida, 2000: 38) ve Müslümanların domuz eti ve alkol tüketmemeleri örnek olarak verilebilir<sup>1</sup>. Aynı dine mensup olunsa bile, insanların yaşadıkları coğrafyaların onlara sunduğu olanaklar, tarihsel köken ve bundan beslenen deneyimler dâhilinde bir yemek kültürü ve beslenme rejimi gelişir. Değişen coğrafyada bu malzemeleri bulamamak, hayatın devamı için vazgeçilmez olan gıda tüketimini, temel bir problem haline getirir, bu problem çözülmeden de göçmenin diğer alanlarda kendini var etmesi zorlaşır. Göçmenler için bu sorunu aşmanın iki yolu vardır: Beslenme biçimini değiştirmek veya geleneksel beslenme biçimine uygun kurumsallaşmış yapılara ulaşmak. Birinci seçenek, ancak diğer seçeneğin ortada olmadığı durumda tercih edilir, çünkü alışkanlıklar vazgeçmek kolay değildir. İkinci seçeneğe denk gelen kurumsallaşmış yapılar, göçmen restoranlarıdır. Göçmen restoranlarının varlığı, bir yandan göçmenin eski beslenme biçimini sürdürmesine, onun diğer göçmenlerle bir araya gelmesine, kültürünü korumasına ve sosyal sermayesini geliştirmesine yardımcı olurken, diğer yandan yerliler ve diğer göçmenler için yeni bir beslenme alanı oluşturarak kültürel yakınlaşmaya olanak tanır.

Alışılan beslenme biçimini sürdürme isteği (Greco Morasso ve Zittoun, 2014: 36), Dünya genelinde özellikle göçmen alan ülkelerde göçün artışına paralel olarak etnik restoranlarda da bir artışın gerçekleşmesine neden olmuştur. Bu, kimi araştırmacılara göre etnik mutfakın küreselleşmesidir (Sunanta, 2005). Etnik mutfak, etnik grupların göç ettikleri ülkelerde, göçmenlerin izini takip eder ve başlangıçta hedef kitlesi göçmenlerdir. Bu açıdan, dünyanın her yerinde kendine müşteri bulan küresel standart beslenme zincirlerinden farklıdır.

Bu makale, yemeğin kurumsallaşmış biçimi olan restoranlarda kültürel kimliğin temsiline, Ankara'daki İran restoranları üzerinden bakmaktadır. Çalışma kapsamında, öncelikle kültürel kimlik inşasında göçmen restoranlarının rolüne, Türkiye'ye yönelik göçlerde İranlıların konumuna ve Ankara'da yaşayan İranlılara dair bir çerçeve sunulduktan sonra, restoranlara ilişkin bilgiler paylaşılacaktır. Sonrasında ise restoran sahipleriyle, restoranla ilişkili kurumların temsilcileriyle ve müşterilerle yapılan derinlemesine görüşmelere ve restoran ziyafetlerinde yapılan gözlemlere dayanarak, makale amacına uygun bir tartışma geliştirilecektir. Toplulukların hikâyesini ve tarihini taşıyan yemek hakkındaki çalışmaların azlığı dikkate alınarak yapılan çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2. Kültürel Kimlik ve Göçmen Restoranları

Kültür; kökü toplumun bütün uzuvlarına işleyen geniş bir olgu olup, incelendiğinde toplumun esasını teşkil eden yapı taşlarını ortaya çıkarması açısından bir hayli zengin kaynak sunar. Bir toplumun ortak yeme içme gibi beslenme alışkanlıklarını da kapsayan kültürel yapısına bakarak, o bir toplum hakkında genel bir görüşe sahip olunabilir (Bilginer-Erdoğan, 2013: 17) yani kültürel kimliği anlaşılabilir. Stuart Hall'a (1990: 223-225) göre kültürel kimlik; paylaşılan tek bir kültür, birçok başka benliğin içine gizlenen bir tür tek bir toplumsal ortak benlik ya da yapay olarak dayatılan "benlikler"; paylaşılan ortak bir tarih ve soydur. Kültürel kimlikler, insanların ortak tarihsel deneyimlerini ve kültürel kodlarını yansıtır ki bunun üzerinden benzerliği gösteren "biz" ya da farklılığa vurgu yapan "onlar" bölümlenmeleri ortaya çıkar. Böylece kültürel kimlik üzerinden bir sadakat bilinci ve aidiyet ilişkisi kurulur. Hall (1996), kişinin içinde bulunduğu gruba aidiyetinin ve sadakatının, kimlik

<sup>1</sup> Elbette yemeğe ilişkin bu sosyal sınırlar zamanda değişime de uğrayabilir. Mesele, mersin balığı tüm pulsuz balıklar gibi haram sayılıyordu ta ki 1983'te Ayetullah Humeyni bir fetva ile yasağı kaldırarak mersin balığı ve yumurtasını helal ilan edene dek (Broomberger, 2000:191).

oluşumunun önemli bir parçası olduğunu belirtmiştir. Assmann'a (2015: 149) göre ise, ortak kimlik üzerinden kültürel sistem ortaya çıkar ve bu kuşaklar boyunca sürdürülür.

Kültürel kimlik geçmişten bugüne gelindiğinde bir "olma halini", bugünden geleceğe gidildiğinde "olmaya devam etmeyi" içerir. Kimlikler, sabit sosyal inşalar değildir; öznelerin deneyimleri ve yapısal kısıtlamaları yansıtan verili sosyal oluşumlar içinde inşa edilir ve yeniden inşa edilirler (Koç ve Welsh, 2002: 1). Yani, kültürel kimlik, tek ya da durağan değildir, zamanın ve mekânın kesişiminde hayatın farklı alanlarında kendini var eder (Weedon, 2004). Bu yeniden üretim süreci gündelik hayatta çeşitli somut pratiklere bakılarak anlaşılabilir ki bunlardan beslenme, insanın vazgeçemediği bir pratik olduğu için ilk sırada yer alır. Bir yemeğin adından ve hazırlanış biçiminden nerenin, kimin yemeği olduğunun ipuçlarını çıkarmak olasıdır (Bromberger, 2000:186-191). Yemek bir zorunluluk olduğundan beri, bizim kim olduğumuzu gösteren en güçlü sembol olmuştur. Yemek üzerinden tanımlanma ve kimlik kazanma etnik, dini ve sınıf eksenli olabilir ama etnik kimliklenme özellikle yabancı olanlar yani göçmenler için yapılıdır (Fox, 2014; Mintz ve Du Bois, 2002).

Beslenme sadece sık, tekrarlı ve zorunlu olduğu için değildir, bazı seçimler de içerir. Yemek seçimlerimiz, bireysel, kültürel, tarihsel, sosyal ve ekonomik etkilerle şekillenirler. Biz, ne yiyeceğimizi, nasıl yiyeceğimizi, ne zaman yiyeceğimizi öğrenirken, kendi kültürümüzü, normlarımızı ve değerlerimizi de öğreniriz ve bu süreç boyunca kim olduğumuzu öğreniriz. Bu tür kültürel pratikler ve seçimler ise, göçmenlerin adaptasyonu, çeşitliliği, kimliklenmesi, mesafesi ve entegrasyonu hakkında bilgi verir (Koç ve Welsh, 2002: 1-2). Ayrıca yiyecek seçimi, kişisel aidiyeti anlamının sembolik bir yolu olduğu kadar tüketimin ritüellerini de gösterir (Secondulfo, 2004'den aktaran Gasparetti 2012). Bu bağlamda yemeğin politik, sosyal, tarihsel bağlamı vardır (Lupton 1994: 666)<sup>2</sup>, sadece bir gıda olmanın ötesinde kültürün anahtar bileşeni, aidiyet duygusunun merkezidir (Fischler, 1988) ve hem kişisel hem de sosyal düzeyde, kimliğin inşası sürecinde başat bir rol oynar (Bisogni vd., 2002; Möhring, 2007: 84).

Kültürel kimliğin parçası olan yemek, aynı zamanda bir mekânlaştırma pratiğidir. Çünkü kalpteki bir yerle, dünyadaki ki yeri birbirine bağlar, göçmenin anavatanıyla ilişkisini zamanın ve mekânın ötesine taşır (Ray, 2004). Çünkü mutfak kültürü, kültür ve geleneğin her zaman en uzun süre ayakta kalan bölümüdür (Roden, 2000: 153). Mutfak kültürünün iz bıraktığı mekânlar, bir topluluğun kendi tarihini öğrenmesini ve hatırlamasını sağlar. Bu mekânlaştırma pratiği, göçmenin farklı mekânlarla sosyal, kültürel ve tanıdık bağlarını sürdürmesinde temel bir rol oynar (Fernandez-Armesto, 2002) ve bu bağlantı, onu yaratan çoklu kültürel formlar aracılığıyla biçimlenir, sürdürülür ve tartışmaya açıktır (Counihan ve van Esterik, 2008).

Ev özlemini gidermenin bir yolu haline geldiği için nostaljik bir öge olan yemek (Sutton, 2001), etnik restoranlar aracılığıyla kurumsallaşır. Aynı zamanda bu restoranlar, göçmen gruplarının gündelik pratiklerinin uzun süre sürdürülmesinden doğan ve çeşitli şekillerle yaratılan ritüellerin kaybolmasını engeller, yemek merkezli bir hafıza yaratır (Holzman, 2006: 372). Kimliğin yeniden üretimi için gerekli olan tekrarı, mekânlaşabilme avantajıyla sağlayan etnik restoranlar, göçmenler için buluşma, biz duygusunu yaşatma ve biz olma halini sürekli hatırlama ortamlarıdır.

Yemek tüketilerek öğrenilir. Yani yemeği yemek kadar bunu hazırlamak da kültürel kimliğin önemli bir parçasıdır. Bu noktada etnik restoranlar göçmenlere doğal bir öğrenme ortamı sunar, göçmen için yeni mekândaki diğer tüketim pratiğini öğrenmeyi ve sürdürmeyi kişisel bir tercih haline

<sup>2</sup> Bu bağlama göre yemeğin kazandığı anlamın gücünü Anya von Bremzen, Sovyet Mutfağının son yüz yılını, toplumdaki dönüşümlerle birlikte anlattığı kitabında şöyle ortaya koymaktadır: Yazar, Merkez Komitenin çocuklarının gittiği kreşte yedirilen havyanı öğürmesini anlatırken, tükettiği elit parti havyanıyla birlikte Sovyet karşıtı annesinin hazmedemediği ideolojiyi de yuttuğunu hissettiğini belirtmektedir (2015: 11).

getirir. Kimliği sürdürmenin zor olduğu yerinden edilmiş topluluklarda ve çok etnisiteli yerlerde (Naidu ve Nzuza, 2014: 333-334) etnik restoranlar, özellikle yeni nesil göçmenlerin yemeğin yapımını öğrenme fırsatı bulamadıkları durumlarda, onlara bu yiyeceklerin hazırlarını sunarak, gündelik beslenme sorununu çözenin ötesinde nesiller arası kimlik aktarımına da katkı sağlar. Bundan uzaklaşarak yeni bir beslenme rejimine geçmek, bu yiyecekleri tüketmeye alışmak kadar, bunları tüketme şeklini ve bunların yapımına dair bilgiyi edinmeyi de zorunlu kılar. Bu bakımdan göçmenin etnik restoranın doğal olarak sunduğu öğrenme ortamına kavuşması, diğer beslenme rejiminin öğrenme sürecini bir zorunluluk değil, tercih haline getirir.

Birey, varlığını sürdürmenin vazgeçilmez bir ögesi olan yemeği istese tek başına hazırlayıp tek başına tüketebilir, evde yaptıkları kökene özgü yemeklerle kolektif belleği korumaya çalışabilirler. Hatta iletişim olanaklarının artışıyla internetteki çok sayıda yemek kanalı/sayfası üzerinden aynı yemeğin farklı tariflerini karşılaştırma fırsatı da bulunabilir. Oysa evrensel bir uygulama olarak insanlar topluca yemek yemeyi tercih ederler (Tapper ve Zubaida, 2000). Çünkü yemeklerin kolektif anlamını yaratan, birlikte tüketim pratiğidir. Birlikte tüketim için açılan restoranların evden farkı, düzenli bir malzeme tedariki sağlaması ve kesintisiz bir hatırlama ambiyansı yaratmasıdır. Bir başka farkı ise, ailelerin çeşitli sebeplerle küçülmesi ve ailenin bir arada yemek yeme pratiğinin zayıflaması sonucunda, restoranların, evde yalnız yenebilecek bir yemeği, o yemekle ilişki kuran birçok kişiyle aynı anda yeme olanağını sunmasıdır. İster iki kişi olsun, ister bir şölende olsun ortak tüketim de kültürel ve toplumsal anlamlar taşır. Bu eylemlerin kimi paylaşma eyleminin içinde, kimi biçiminde ve göreneğinde, kimiye paylaşılan yemeğin niteliğinde ve düzeninde yatar (Tapper ve Zubaida, 2000: 13).

Sıklıkla küresel ve yerelin buluştuğu topluluklarda toplumsal modernleşmenin toplumsal dönüşüm yarattığı bu dönemde medya ve ticaret kadar göç ve göçmen topluluklarının yarattığı kurumlar da değişime katkı sağlar (Turgeon ve Pasielli 2002). Möhring (2007: 80), değişime katkı sağlayan kurumlardan biri olan etnik restoranları yemek tüketilen bir yerel mekân olarak tanımlarken, bunun aynı zamanda konumu bakımından yerelüstü olduğunu belirtir. Bu yerelüstü yapı, yerelin ve ötesinin karşılaşmasını ve etkileşmesini sağlar. Edward C. Stewart ve James Lull (2007), bireylerin diğer bireylerle olan etkileşimleri sonucu nesnel kültürü öğrendiklerini, kültürün fiziksel ve toplumsal deneyimlerle birey tarafından seçilerek içselleştirildiğini ifade eder. Bu bağlamda yeni kültürel bir form ve pratik olarak göçmen restoranları batı kültürünün yerel kültürleri etkisi altına aldığı bir dönemde her ikisinin buluşmasını sağlar. İnsanlar hem bu restoranlarda evden uzaklaşmadan yeni tatları deneme imkânına kavuşurlar hem de kültürler arası etkileşimin sağlanmasıyla yabancı olan tanıdıklaşır. Sonuçta toplum göçmenleriyle bu restoranlarda buluşabilir (Turgeon ve Pasielli 2002). Bu açıdan restoranlarda göçmen kültürünün nasıl sunulduğu oldukça önemlidir.

### 3. İran'dan Türkiye'ye ve Ankara'ya Göçe Tarihsel Bir Bakış

Uluslararası göç, Dünya gündemi kadar Türkiye gündeminin de ilk sıralarındadır. Farklı kaynak bölgelerden Türkiye'ye gelenlerin bir kısmı için Türkiye transit geçiş ülkesiyken, bazıları için kalıcı bir hedeftir. Transit geçiş için uygun koşulların gelişmediği durumlarda da yine kimi göçmenler için kalıcı bir yerleşime dönüşebilmektedir. Türkiye'deki göçmenler, ülkede bulunma durumlarının yasal yönüne veya göç motivasyonlarına göre farklı şekilde gruplandırılabilir. Bunlar arasında ilk ayırım yasal duruma vurgu yapan düzenli-düzensiz ayrımıyken, göç motivasyonları dikkate alındığında öğrenci göçü, evlilik göçü, emekli göçü, yaşam tarzı göçü veya işçi göçü gibi çok sayıda farklı tanımlama ortaya çıkar. Bütün bu kategoriler de zamanda ve mekânda değişime uğrarlar ki bir düzenli göçmenin yasal ikamet süresini aşması onu düzensiz hale getirirken, öğrenci olarak göç eden birinin çalışana dönüşümü veya evlenerek evlilik üzerinden yeni bir statü kazanımı mümkündür. Bu bağlamda sadece Türkiye'de değil, Dünya'da göç araştırmalarının en temel tartışma noktalarından biri

olan tanımlama meselesi, akışkan kategoriler nedeniyle oldukça zordur. Bu tanımlama ihtiyacının kökeni ise, tanıma göre belirlenen çerçevede dâhilinde göç olgusunun anlaşılması ve bu tanımlamanın içerdiği sorunları sınırlamasıdır. Bu bağlamda Türkiye'deki göçmenlere baktığımızda, kategorik geçişkenlik gittikçe artmaktadır. Bu yapı içinde de bütün bir grubu ilgilendiren ortak noktaları saptamak, bu noktalara göçmenin eklenme biçimini anlamak ve ortak olmayanları ortaya koymak önemlidir.

Bu çalışma, yukarıda bahsedilen kategorik geçişkenliğin yoğun bir şekilde görüldüğü İranlı göçmenler üzerinedir. İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü 2016 yılı kayıtlarına göre, İranlılar, Türkiye'de ikamet izni, öğrenci ve çalışma izni ile bulunan yabancılar arasında ilk onda yer almaktadırlar<sup>3</sup>. Türkiye'nin İranlı göçmenler tarafından tercih edilme nedenleri arasında, İran'a coğrafi yakınlığı, bölgedeki komşuları arasındaki gelişmiş konumu, İranlılardan vize istememesi ve de İran kültürüne yakın bir kültüre sahip olması sayılabilir (Akis-Kalaylıoğlu, 2014a: 200). İran'la Türkiye ilişkilerinin tarihsel kökeni Osmanlı Devleti'ne ve hatta öncesine dayansa da, yakın zamanda özellikle insan hareketliliğine yol açan gelişmeler, Cumhuriyet'in modernleşme projesiyle Türkiye'nin bölgedeki diğer ülkelere göre görece iyileşen konumu yanında, 1979 İran İslam devrimiyle İran'daki yapısal dönüşümlerdir. Yani İran'dan Türkiye'nin de dâhil olduğu farklı ülkelere göçün tarihi eski olsa da, yakın dönemdeki göçlerin 1979 İslam devrimiyle yeni bir biçim kazandığı ve yayılım gösterdiği söylenebilir. Zamanla hem göç nedenleri çeşitlenmiş hem de göçe katılanların sayısı yüz binler ve hatta milyonlarla ifade edilmeye başlanmıştır (Akis-Kalaylıoğlu, 2014b: 46-47).

Türkiye'de yaşayan İranlıların yoğun olarak tercih ettikleri şehirlerden biri de Ankara'dır. Ankara'nın bu süreçte bir cazibe merkezi olmasının farklı nedenleri vardır. Bunlar arasında, özellikle Batı Avrupa'ya, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Kanada'ya gitmek isteyenlerin, İran'da göç başvurusu yapabilecekleri bir resmi muhatabın olmamasından dolayı Ankara'ya gelmeleri, eğitim için buraya gelenlerin çok sayıda üniversiteyi burada bulmaları, zamanla Ankara'da güçlenen diasporanın göçün ilk dönemlerinde gereken desteği sunma olasılığının oluşu, kurumsallaşmış göçmen yapılarının varlığı, bir dönem zengin İranlılar arasında Ankara'da konut sahipliğinin yaygınlaşması, Ankara'nın diğer büyük şehirlere göre görece daha yaşanabilir oluşu gibi nedenler sayılabilir. Ankara'da yaşayan İranlıların bir kısmı, Türkiye'ye giriş yaparken Türkiye-İran arasında uygulanmakta olan 90 günlük turist vizesinden faydalanmaktadırlar. Bu sayede 90 gün bitiminde ülkeye tekrar çıkış-giriş yaparak bir 90 gün daha kalış sürelerini uzatmaktadırlar (Akis-Kalaylıoğlu, 2014a: 192). Bu bağlamda Türkiye'nin komşu ülkeleriyle son on yıllarda deneyimlediği döngüsel hareketliliğin, İran örneğinde de söz konusu olduğu söylenebilir.

#### **4. Saha Çalışmasına ve Katılımcılara İlişkin Bilgiler**

Margaret D. LeCompte ve Jean J. Schensul (1999: 9) etnografik araştırmanın 7 özelliğini şöyle sıralar; laboratuvar yerine doğal bir ortamda yürütülür; katılımcılarla yakınlığı ve yüz yüze etkileşimi içerir; katılımcıların yaklaşımlarını ve davranışlarının kesin yansımalarını sunar; yerel kültürel teoriler oluşturmak için tümevarımcı, etkileşimli ve özyinelemeli veri toplama ve analitik stratejiler kullanır; hem nitel hem de nicel veriyi içeren çoklu veri kaynaklarını kullanır; tüm insan davranışlarını ve inanışlarını sosyo-politik ve tarihsel bağlam içinde ifade eder ve kültür kavramını sonuçların yorumlandığı bir merceğe olarak kullanır. Araştırma yapılan grupla birlikte zaman geçirmeyi, uzun süreli gözlemi ve derinlemesine görüşmeyi içeren (Schensul vd., 1999) ve kültür çalışmalarında yararlılığı bakımında oldukça tercih edilen etnografik araştırma (Wolcott, 1999) kültürün bir bileşeni olan mutfağa odaklanan bu çalışmada da, araştırma odağına uygunluğu bakımından tercih edilmiştir. Bununla birlikte araştırmaya ilham veren durum, araştırmacılarca zaten bu restoranların bilinmesi, araştırmacıların bu restoranların tüketicileri olmaları ve bir araştırmacının

<sup>3</sup> [http://www.goc.gov.tr/icerik6/ikamet-izinleri\\_363\\_378\\_4709\\_icerik](http://www.goc.gov.tr/icerik6/ikamet-izinleri_363_378_4709_icerik) (Son Erişim Tarihi: 27.03.2017).

ailesinin bir bölümünün İran asıllı olmasının kültürel yakınlık yaratmasıdır. Bununla birlikte araştırmacının ailesinin araştırmacıya mutfak konusunda bir kültürel aktarımı olsa bile dil konusunda kültürel aktarımının olmaması, araştırmacı konumunu kolaycı bir içeride oluşla açıklamayı olanaksız kılmaktadır. Zira içeriden araştırma, araştırmacının araştırma yürüttüğü nüfusun bir üyesi olması (Kanuha, 2000) kadar, onun kimliğinin, dilinin ve deneyimlerinin çalıştığı grupla ortaklaşması (Asselin, 2003) da demektir. Bununla birlikte, grubun tarihine ve kültürüne bir düzeyde aşinalık, araştırmacıyı tamamen grubun dışında konumlanmaktan da alıkoymaktadır. Bu nedenle, araştırmacılardan birinin görece net dışarıdan konumu yanında, ikincisinin *arada kalmış* ya da *içerideki yabancı* (Wolcott, 1999) konumunun, araştırmacının zenginleşmesine katkı sağlaması yönünde kullanılmasına özen gösterilmiştir. Araştırmacı konumlarının akışkanlığı, katılımcılarla iletişim kurmada yararlı olmuştur. Etnografik araştırmalarda, araştırmacı ve araştırılan arasındaki sınırlararası geçişkenliğin etik sorunlara yol açabileceği göz önüne alınarak, bu sınırın aşıldığının hissedildiği durumlarda görüşmelere devam etmek yerine, dış gözleme ağırlık verilmiş, gözlem ve görüşme mekânları değiştirilmiştir. Bununla birlikte bu çalışmada bilginin tarafsızlığından ziyade konumsallığı üzerinden bulgular paylaşılmıştır. Zira aynı araştırmayı, farklı dönemlerde ve başka özelliklerdeki araştırmacıların yapması, farklı sonuçlar ortaya çıkarabilir. Son olarak, bulguların bir kısmı betimsel düzeyde paylaşılmış ve bundan sonraki araştırmalar için bir altyapı bilgisi sağlanmıştır.

Çalışma kapsamında belirlenen restoranlara ve ilişkili yapılara 2017 yılı Şubat ve Mart aylarında düzenli aralıklarla gidilmiştir (Daha uzun saha çalışmasının yapılması, araştırmacıların mevcut konumlarından dolayı mümkün olmamıştır). Restoranların kuruluşu, dekorasyonu, menü oluşturma süreci ve malzeme tedariki konusunda bilgi alınmıştır. Restoranlarda yemekler yenirken, müşteriler ve restoran sahiplerinin ilişkileri gözlenmiştir. Ziyaretler için günün farklı saatleri tercih edilerek, gün içinde olası profil farklılıklarının anlaşılmasına çalışılmıştır. Restoran sahiplerinin, yakın ilişkide olduğu çeşitli müşterileri bizim araştırmamızdan haberdar etmesiyle, bu kişilerle görüşmeler yapılmıştır. Toplamda 10 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır ve bu süreçte bir kişiyle birden fazla görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların 6'sı erkek, 4'ü kadındır. Görüşme yapılan kişilerin yaşları 20-55 arasında değişmektedir. Hem öğrenciler hem de profesyonel meslek sahipleriyle görüşülmüştür. Görüşme yapılan kişilere ilişkin kimlik bilgisinin korunması için, doğrudan alıntılarda, katılımcıların yalnızca yaş ve cinsiyet bilgileri paylaşılmıştır. Çalışma kapsamında, *anahtar görüşmeci* olarak isimlendirilen ve grup hakkında bilgisi fazla olan kişilerle ilişki kurulmuştur. Bu nedenle görüşmeci sayısının artırılma kaygısı taşınmamış, bunun yerine daha ayrıntılı bilgiye ulaşmak için mevcut görüşmeler derinleştirilmeye çalışılmıştır.

## 5. Ankara'daki İran Restoranları: Kültürel Kimlik Üzerine Etnografik Bir Araştırma

### 5.1. Ankara'daki İran Restoranları ve İlişkili Yapılar

Ankara'daki İran restoranları ve bunlarla ilişkili yapıların tamamına yakını Kızılırmak Caddesi üzerinde kurulmuştur. Bu ilişkili yapılar arasında restoranlara müşteri de sağlayan ama asıl fonksiyonu İran'dan Türkiye'ye vize başvurusu veya turizm amacıyla hizmet veren acenteler, İran'dan getirdiği ürünlerle restoranlara ve Ankara'daki İranlılara satış yapan bir market, hem İranlıları hem de çevresindeki ülkelerden gelenleri bir arada tutmaya çalışan ve topluluğa yönelik faaliyetler yapan dernekler sayılabilir (Şekil 1)



Şekil 1. Çalışma Alanını Gösterir Harita

Restoranların lokasyon seçiminde belirleyici olan etkenler çeşitlidir. Öncelikle İran'da ABD, Kanada ve İngiltere büyükelçilikleri bulunmadığından vize işlemleri için İranlıların bir kısmı Ankara'ya gelmektedirler. Bu ülkelere gitmek isteyen İranlıların vize başvurusu yapacakları kurumlar ve İran Büyükelçiliği bu bölgede yer almaktadır. Büyükelçiliklerin hemen yanındaki semtlerde kira bedeli yüksek olduğu için de, bu alandan uzaklaşmadan hemen onun çeperinde restoranlar açılmıştır. Başka bir sebep, restoranların yer aldığı Kızılay bölgesinde, Ankara'da ulaşım imkânının en iyi olduğu yerler arasında bulunması, kentin merkezi konumunda olması ve yeme-içme hizmeti veren çok sayıda restoranın burada kümelenmesidir. Bu açıdan da hem İranlı hem de diğer uluslardan müşterilerin ve restoranlara malzeme sağlayan toptancıların restoranlara erişimleri kolaydır. Diğer sebep ise, yapılan görüşmelere dayanarak Ankara'da yaşayan İranlıların genellikle Kızılay'ı da kapsayan Çankaya bölgesinde yaşamalarıdır. Bunda da yine restoranların müşteriye yakınlığı önemsemesi belirleyicidir. Çünkü bu restoranlar internet üzerinden hizmet veren yemek siparişi sitelerinde yer almamalarına rağmen, restorana yakın ikamet eden devamlı müşterilerine paket servis hizmeti sağlamaktadırlar.

Restoranların birbirine yakın olmasının yukarıda sayılan nedenleri dışında, restoran sahiplerine göre, İran'da aynı işi yapanların birbirine yakın bulunmaya çalışması da var. Bunun da özellikle o bölgede kısa sürede sabit bir müşteriye ulaşmaları durumunda ortaya çıktığını söylediler. Bağlantılı işler de aynı şekilde bu alanda artmaya başlamıştır. Şöyle ki, ilk restoran açıldığında caddede bir tur şirketi varken, zamanla tur şirketleri, restoranlar gibi çoğalmıştır. Bunda, sunulan hizmetleri talep edenlerin sayısındaki artış belirleyicidir. Sonuçta bu alandan çok da uzak olmayan birkaç semtte benzer işletmeler olsa da, yukarıda bahsedilen yerde, tüketimin yeni coğrafyası yaratılmıştır.

Bu bölgede üç İran restoranı ile içinde İran mutfağını da içeren karma bir menü sunan bir kafe vardır. Restoran sahiplerinden alınan bilgiye dayanarak restoranların en eskisinin 7 yıl önce açıldığı öğrenilmiştir. En eski restoranın sahibi, restorani beş yıl önce başka bir İranlı'dan devralmıştır. Eski restoran sahibi ise 12 yıl Türkiye'de yaşadıkten sonra İran'a dönmüştür. Restorani devralan kişi, dekorasyonu ve menüyü değiştirmemiştir. Bunun nedeni, değişen işletmecinin devamlı müşterilerin alıştıkları ortamı ve menüyü kaybetmesini, kendisinin de bu nedenle müşterileri kaybetmeyi istememesidir. İkinci restoran, önce Türk<sup>4</sup> bir işletmeci tarafından açılmış, sonra başka bir İranlı tarafından devralınmıştır. Eski işletmecinin Türk aşçısı menüye Türk yemekleri de eklemiştir. Restoran devralındığında ise, bir süre eski karma menü sunulmaya devam edilse de, bir süre sonra müşterilerin etnik yemek talepleri doğrultusunda menü güncellenmiştir. Müşterilerin, Türk yemeklerini başka restoranlarda zaten bulabildiklerini belirtmeleriyle menü güncellense de, restoranın

<sup>4</sup> Burada etnik olarak Türk olanlar değil, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olanlar kastedilmektedir.

adında İran'a ekli Türk ifadesi korunmuştur. Üçüncü restoran ise, piyasada en tanınır olandır, hatta Ankara'daki etnik restoranlarla ilgili haberlerde de yer almıştır. Diğer restoranlara göre dekorasyonu daha gösterişlidir. Bu restoranın sahipleri, diğer restoran sahipleri kadar görüşme konusunda istekli olmasalar da<sup>5</sup>, müşteri olarak katılımlı gözlemler ve yapılandırılmamış sorularla çeşitli bilgilere erişilmiştir. Bu restoranın sahibi daha önce yukarıda adı geçen ikinci İran restoranında çalışmış, onun da öncesinde İran Büyükelçiliği'nde aşçılık yapmıştır. Son olarak küreselleşmeyle yaygınlaşan Dünya mutfağından seçmelerden oluşan yiyeceklerin yanında İran yemeklerinin de yapıldığı bir kafe vardır. Bu kafenin isminde veya menüsünde İran'a dair izler yoktur. Bu nedenle diğer restoranlar kadar İranlıların kültürel temsilinin izlerini sunmamaktadır<sup>6</sup>.

Restoranların sahipleri, yüksek eğitim düzeyine sahiptir, tamamı üniversite mezunudur, İşletme sahiplerinin içerisinde iç mimar, mühendis, bankacı olan vardır<sup>7</sup>. Böyle bakıldığında, daha önce restoran üzerine eğitim almamış olsalar da, farklı sektörlerde çalışma deneyimleri vardır. Bugünkü konumları, Ankara'da dönemin koşulları içinde şekillenmiştir. Yani İran'dan buraya restoran açmak için gelmemişlerdir. Restoran sahipleri işveren oldukları için düzenli göçmen statüsündedirler ama onların yanında çalışanlar için aynısını söylemek mümkün değildir. Göçmenlerin işgücü piyasasında konumu, en başta yasal statüleri üzerinden olmaktadır, bunu eğitim, yaş, cinsiyet, etnisite, medeni durum gibi diğer kategoriler izlemektedir. İranlı göçmenler arasında belgesiz olanların inşaat gibi kayıt dışılığın fazla olduğu sektörler dışında (Danış, 2010), bu çalışmada görüldüğü gibi, restoran ve bağlı işlerde çalıştıkları söylenebilir. Bu açıdan, Ankara'da yaşayan ve yüksek gelirli-statüli işlerde çalışan kâğıtlı göçmenlerden (Akis-Kalaylıoğlu, 2014a: 193) ayrılmaktadırlar. Restoranların çalışanları arasında bulunan kimi aşçıların çalışma izni varken, bir kısmı 90 günlük izinlerle Türkiye-İran sınırından giriş çıkışlar yapmaktadır. Restoranların sahiplerinin ve çalışanlarının büyük kısmı İran'ın kuzeyindeki şehirlerden gelmişlerdir. Sınıra yakın bir yerden gelişleri, giriş-çıkış maliyetini azalttığı için, bu hareketlilik gündelik hayatın sıradan bir pratiğine dönüşmüştür. İran'ın güneyine göre daha liberal olduğu ifade edilen bu bölgede yaşayanların, yurtdışı bağlantıları ve yurt dışına çıkma isteklerinin yüksek olduğu da belirtilmiştir.

Restoranlara binlerce müşteri getiren ve bağlı iş olarak bahsettiğimiz tur şirketlerinin tamamı sadece İranlıları Türkiye'ye ulaştırmak için kurulmuşlardır. Yani Türkiyeli olan kişileri İran'a ulaştırmak gibi bir faaliyetleri yoktur. Bu şirketlerin yine tamamına yakını İran'da olmayan ABD, Kanada ve İngiltere Büyükelçiliklerinin Türkiye'de olması sebebiyle sadece vize işlemleri ile ilgilenmektedirler. Vize için gelenlerin dışında, gezmek, yakınları ziyaret etmek veya alışveriş için gelenler de vardır. Ancak bu kategorilerde gelenlerin sayısı oldukça düşüktür. Türkiye'deki güvenlik sorunlarıyla ilişkili olarak kamusal mekânlarda patlayıcı maddeyle yapılan eylemler ve terör olayları sebebiyle, İran'dan vize işlemleri dışında gelenlerin sayısında düşüşler yaşanmaktadır. Yine son zamanlarda ABD'nin İran vatandaşlarının ülkeye girişinde daha yoğun kontroller uygulaması ve sınırlı kota tartışmaları, vize işlemleri için Türkiye'ye gelenlerin sayısının düşmesinde etkilidir. Yukarıda bahsedilen şirketler aracılığıyla vize başvuruları için Türkiye'ye gelenlerin genelde orta sınıftan olduğu, daha alt sınıftan olanların Ermenistan'a, üst sınıftan olanların ise Birleşik Arap Emirlikleri'ni, tercih ettikleri söylenmiştir. Yılda ortalama 15.000 kişi<sup>8</sup>, Türkiye'deki vize işlemleri için bu şirketlere

<sup>5</sup>Daha önce restoran sahibiyle farklı amaçlarla görüşmeler yapıldığı, vaatler verildiği ama bunların gerçekleştirilmediği belirtildi.

<sup>6</sup>Elbette bu izleri bilerek yok etmesi de bir kültürel temsil biçimi olabilirdi. Ancak kafenin negatif veya pozitif yönde böyle bir motivasyonu olduğunu hissetmedik. Kafe, öncelikle ticari kaygılarla açılmıştı ve farklı talepleri olan müşterileri aynı anda çekmeye çalışmaktaydı.

<sup>7</sup> Özellikle mimarlık ve mühendislik eğitimi almış olan restoran sahipleri, eğitimlerinin faydasını restoranların dekorasyonunda yaşamışlardır.

<sup>8</sup>İki ülke arasındaki yoğun insan hareketliliği, İran ve Türkiye arasındaki uçuşlara da yansımıştır. Ankara, Adana, Antalya, Bodrum aktarmalı seferlerle Tahran'a seferler düzenlenmektedir. Direk uçuşlar ise İstanbul üzerinden yapılmaktadır. Sadece Tahran'a değil aynı zamanda İsfahan, Meşhed, Tebriz, Şiraz ve Ahvaz'a da uçak seferleri bulunmaktadır.

(<https://www.enuygun.com/ucak-bileti/ir-iran/?gclid=CLGOr8qjo9MCFUQo0wodF1sATg> – Son Erişim Tarihi: 14.04.2017)



başvurmakta, şirketler anlaştıkları oteller ve İran restoranlarıyla gelenlerin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde, İran kültürünün nasıl temsil edildiğine öncelikle restoranların dekorasyonu, müziği, menüsü ve yemeğin sunumu üzerinden bakılmıştır. Sonrasında İranlıları bir araya getiren ve yeme-içmeyi de kapsayan etkinliklere bakılmıştır. Son olarak da öncelikle etnik tüketicilerin eğilimleri ve bu grup dışında kalan tüketicilerin motivasyonları ortaya konmaya çalışılmaktadır.

### 5.2. İran Restoranlarında Kültürel Kimliğin Temsili

Toplumsal sınırları belirlemede bir kültürel “ayraç” olan yemek (Zubaida, 2000: 36), kültürün belirgin bir ögesi ve kolektif belleğin taşıyıcı unsurudur. Yemeğin ortak belleği inşa etmede önemli bir rolü vardır: Yemeğin sunulduğu ve paylaşıldığı mekânlar yoluyla topluluğun ortak kimliğinin nesiller boyu korunmasına katkı sağlanır. Nora'ya göre (2006: 18), bugün hala hafızamızla yaşıyor olsaydık, mekânları ona adama ihtiyacı duymazdık ve tarihin aktardığı hafıza olmasa, mekânlar da olmazdı. Bu mekânlar, topluluğun ortak hafızasını, kültürün sunumu ve aktarımı üzerinden gerçekleştirirler. Bu bakımdan insanların temel ihtiyaçlarının giderilmesi ihtiyacı süreklilik gerektirdiği için, bu ihtiyaca hizmet eden mekânların kültürel tasarımı, topluluğun bir anlamda sunumunu içerir. Bu sunum Ankara'daki İran topluluğunun tek ve sabit bir kültürel katmanda hareket ettiklerini elbette iddia edemez, aynı iddiasızlık İran'da tek bir kültür olduğu konusunda da geçerlidir. Bununla birlikte restoran sahiplerinin ve etnik müşterilerin genellikle İran'ın kuzeyinden gelmelerinden dolayı, gelen kişilerin bazı ortak kültürel pratikleri paylaşmaları söz konusu olabilir. Bununla birlikte, tüketici yelpazesinin geçen zamanda çeşitlenmesi nedeniyle, mekânda tüketilerek üretilen temsile İranlıların genel olarak katkı sağladığı söylenebilir.

Bu sunuma ilk olarak dekorasyon ve çalınan müzik üzerinden bakarsak, restoranlar içerisinde İran ve Türk bayrakları bulunmaktadır. Bunun yanında dekorasyonun önemli bir ögesi nargilelerdir. Nargile İran'da sık tüketildiği için, hem nargile servisi yapılmakta hem de restoranların süslemesinde kullanılmaktadır. Bu nargilelerin üzerinde İran tarihine damga vurmuş kişilerin resimleri yer almaktadır (Foto 1). Ayrıca ülkeye ait geleneksel halılar, ayakkabılar, İran ekmeği de sergilenmektedir (Foto 2).



Foto 1. Nargilenin üzerinde tarihsel figür



Foto 2. Dekorasyon unsuru olarak kullanılan İran ekmeği

Bir diğer önemli dekoratif unsur kaktüslerdir. Çöl kültürünün hatırlatıcısı olan kaktüs türü bitkilerin dışında, İran coğrafyasına ait dağ, göl, şehir, mimari, tarihi kalıntı, kültürü içeren fotoğraflar, restoranlarda kullanılmaktadır. Yine duvarlarda restoranlarda hakkında basında çıkan haberler vardır. Bu haberlerin dili elbette Türkçedir. Genel olarak görsel kültürü sunmaya yönelik bu dekoratif düzenlemeler yanında, sözlü kültürün sunumu, çalınan müziklere bakılarak anlaşılmaya çalışılmıştır. Mekânlarda Türkçe şarkılar çalınsa bile çoğunlukla Farsça parçalar tercih edilmektedir.

Dekorasyon ve müzik genel olarak değerlendirildiğinde, bayrak kültürün milliyet boyutunu temsil etmektedir. Doğaya ilişkin fotoğraflar, belirli bölgelerden çekildiği için o bölgelerden gelenler için daha fazla etkileme gücüne sahip olsa da, bu mekânların sosyal anlamı genişletildiğinde Ankara'daki bütün İranlıların vatan özlemine dokunmaktadır. Basit malzemelerle yapılan İran ekmeği de, topluluğun o restorandaki asıl buluşmasının sembolik unsurudur. Ekmek parası için ülkeyi terk edenlere göç nedenini, duvardaki o konumuyla yemek boyunca hatırlatır. Ayrıca bu ekmek, Türkiye'de belirli bölgelerde yapılan tandır ekmeğiyle benzediği için, İran dışında gelenleri de etkilemektedir. İran'ın tarihsel figürlerine ilişkin unsurlar da en iddialı kısımlardır. Çünkü bütün topluluğu memnun edecek ortak tarihsel figürlerin yaratılması zorlu bir süreçtir, özellikle yakın zamanda bir devrimle büyük bir toplumsal dönüşümün yaşandığı İran'dan gelenler için bu, bir politik çatışma alanıdır. Bu nedenle tarihe damga vuran kişilerin temsili, nargilelerin üzeriyle sınırlandırılmıştır.

Restoranların menülerine ve yemeğin sunumuna bakıldığında ise, hemen tamamında menüdeki yemek isimlerinin Latin alfabesiyle yazımının karşısında Farsça isimlerinin eklendiği görülmüştür. Bazı yemekler, Türk yemeklerine benzediği halde, Türkçe karşılıkları kullanılmamış, buna yakın isimler de üretilmiştir. Mesela Adana kebabına benzeyen yemek, "Adana kebabı" sanılabileceği için Farsçada olduğu gibi "kıymalı kebab" olarak çevrilmiştir (Foto 3).



Foto 3. Bir restoranın menüsü

Menüde çorbalar dışında her yemeğin yanına mutlaka safran soslu buharda pişirilmiş, yağsız pilav ikram edilmektedir. Yemeklerin zengin baharatla hazırlanması ve pilavın yağsız olması ikisi arasındaki dengeyi sağlamaktadır. Restoranlarda sunulan yemeklerin çoğu, aslına uygun yapıldığı halde, bazı yemekler tüketicinin talepleri doğrultusunda değiştirilmiştir. Bu, yerli müşterinin talepleri kadar, uzun süre Ankara'da yaşayan ve Türkiye'de yaşayanların yemek alışkanlıklarından etkilenen İranlıların etkisiyle de gerçekleşmiştir. Mesela yemek sonrası sunulan kahvenin acı bulunmasından dolayı daha yumuşak içimi olan kahveler sunulmaya başlanmıştır. Yemeklerle birlikte sunulan içecekler arasında küresel içecek zincirlerinin ürünleri kadar geleneksel içecekler de vardır ki bunlardan ilki naneli ayrandır. İçecek sunumu bakımından küresel ve yerel olan birleşmektedir. Restoranın dekorasyonunda büyük tandır ekmeği kullanılsa da, yemeklerin yanında küçük dilimli lavaş ekmeği sunulmaktadır. Bunun nedeni lavaşın küçük fırınlarda hızla yapılması ama tandır ekmeği için uygun tandırın bulunmamasıdır. Ayrıca tandır büyük yapıldığı için az sayıda tüketici için uygun değildir, israfa neden olmakta ve lavaşa göre hızlı bayatlamaktadır. Yemeklerin sunumunda Amerikan servis takımları kullanılmaktadır. Yemek tabakları da standart restoranlarda olan düz beyaz tabaklardır. Bununla birlikte bazı yemeklerin sunumunda güveç ve süslemelerde yerel ürünler kullanılmaktadır. Bir katılımcı, sunulan yemeklerin, Türkler ve İranlıların ortak bir kültüre sahip olmalarından dolayı neredeyse aynı olduğunu belirtmiştir. Türkiye'de bile ülke içinde yemek kültürünün bölgesel farklılığı dikkate alındığında, elbette İran kültürüyle ortaklaşmalar bulunabilir. Bununla birlikte eğer bu benzerlik aynılık duygusu yaratsaydı, restoranların açılmasına gerek kalmazdı. Demek ki yemeğin ve bunu sunan restoranın anlamı, sanıldan daha fazla.

Menünün sürekli sunumu için düzenli bir malzeme tedarikinin sağlanması gerekir. Bu açıdan restoranlar, hayvansal ürünleri Türkiye'den alsalar da sumak, zerdeçal ve siyah biber gibi baharatları, başta pirinç ve mercimek olmak üzere bakliyatları, Türkiye'de yetişmeyen otlardan yapılan yemekler için sebzeleri, kuru limonu ve pilavların üzerine konulan zerişi (ekşi üzüm) İran'dan getirtmektedirler. Bu açıdan İran'la bağlantı kurmanın tek sebebi malzemelerin Türkiye'de olması değildir. Türkiye'de bulunan bazı malzemelerin fiyatlarının İran'da Türkiye'ye göre daha uygun olması da önemli bir sebeptir. Malzemeyi İran'dan getirenler ise, lokanta sahipleri ve çalışanlarından sık sık İran'a çıkış-Türkiye'ye giriş yapanlar, İran'dan Türkiye'ye çeşitli amaçlarla gelenler ve tur firmalarıdır. Bunun dışında restoranların bulunduğu cadde üzerinde yer alan markete de, İran'dan ürünler getirilmekte ve

bu ürünler satılmaktadır. Bitki suyundan şekerlemelere, cipslerden makarnalara kadar çok çeşitli ürünün satıldığı bu market, görece pahalı olduğu için restoranlar için temel bir tedarik noktası değildir. Genellikle Ankara’da yaşayan İranlılara hizmet vermektedir ama restoranlarda malzeme sevkiyatında bir problem yaşanması durumunda ilk başvuru yeri durumundadır. Bu açıdan marketin yer seçiminin de pek çok açıdan stratejik olduğu görülmektedir.

### 5.3. Birlikte Tüketerek Evi Yaratmak

Yukarıda değinildiği gibi, özellikle vize işlemleri için gelenlerin orta sınıftan olsalar da<sup>9</sup>, Ankara’da yaşayan İranlılarda bir çeşitlilik söz konusudur. Grubun çeşitliliği, sınıf temelli bir genellemeyi kolaylaştırmasa da, restoranda sunulan yemeklerin fiyatlarına bakıldığında, düşük gelirli kişilerin kolayca erişmelerinin mümkün olmadığı anlaşılabilir.<sup>10</sup> Zaten restoran sahipleri müşterilerinin genelde orta ve üst gelir grubundan olduğunu, daha alt gelir grubunda olanların da geldiğini ama bunun sıklığının az olduğunu belirtmişlerdir.

Ankara’da İran restoranları olduğunu öğrenerek buraya yemek yemeye gelenler, Ankara’da bu restoranları bulduklarına şaşırılmışlardır. Bu şaşkınlığın temelinde restoranların nasıl bu kadar tüketici buldukları ve sayılarının hızla arttığı yatmaktadır. Vize işlemleri için bir anda yüzlerce kişinin geldiği günler dışında, bir restoran her gün ortalama 50-60 kişiye hizmet vermektedir ve sabit müşterileri vardır. Bu kişilerin bir kısmını İranlı öğrenciler oluşturmaktadır.

Restoranlar, farklı özelliklere ve taleplere sahip müşteriler için bir buluşma noktasıdır. Bu, restorana göç edilen yerde ihtiyaç duyulan dayanışmanın mekânı haline getirmektedir. Dayanışmanın politik, ekonomik, sosyo-kültürel yönleri vardır. Bir görüşmecinin belirttiği gibi:

*“Yani bir mekân olsun ki İranlılar hem yemeklerini yesinler. İranlılara bilgi veriyoruz. Buraya İranlılar geliyorlar, her şeyi tanımıyorlar. Otel istesinler, şey istesinler, yardım ederiz bu konuda, yani şey yapıyoruz, danışma yapıyoruz İranlılara. İşlerini hallederiz. Bir yer istiyoruz ki İranlılar da gelsinler, geliyorlar, Türk müşterilerimiz de geliyorlar. Kendilerini evinde hissetsinler diye. Misafirler buraya geldiklerinde bir hafta burada kalıyorlardı bir hafta Türk restoranlarına gidiyor. Bir hafta sonra buraya geliyorlar” (40 yaş, erkek).*

Restoran sahipleri, müşterilerini haklarında uzun analizler yapabilecek kadar tanımaktadırlar. Bu da, topluluğun restoran etrafında bir araya gelmesinin bir nedenidir. Çünkü topluluğun özellikle resmi kurumlarla veya Türkiye’deki eğitim veya sağlık sistemiyle ilgili bilgiye ihtiyaçları olduğu durumlarda, tanıdık müşterilere danışılmaktadır. Görüşme ve gözlem için restoranlarda bulunduğu zamanlarda, restoran sahiplerinin müşterileri karşılama biçiminden onlarla kurduğu karşılıklı tanıdıklık ilişkisinin gücünü kolayca anlaşılabilir.

Bir İranlı öğrencinin restoran hakkındaki görüşleri şöyledir:

*“İçeri adımımı atıyorum, o yemek kokusu burnuma geliyor ya, sanki evime gelmişim. Okuldayken bir kelime duyuyorum mesela Farsça ama Türkçeye geçmiş. Ona seviniyorum, her duyduğumda istemsizce dönüp bakıyorum. Restorana ilk geldiğimde de Farsça hep konuşuluyor, ben şaşkın şaşkın bakıyorum. İçerisiyle dışarı bir garip oluyor” (25 yaş, kadın).*

Görüşme yapılan bir İranlı kadın, restoran hakkında şunları söylemiştir:

<sup>9</sup>İran’dan Ankara’ya gelenlerin çoğunun ilgili büyükelçiliklere vize işlemleri için geldiğini biliyoruz. Vize işlemleri için gelen bu kişilerin ilk haftalarda Türk yemeklerini yedikleri, sonrasında ise İran yemeklerine özlem duyup bir şekilde bu lokantaları buldukları söylenmiştir.

<sup>10</sup> Elbette dışarıda yemek yemenin sosyal ve kültürel önemi (Deborah, 1994) yanında ekonomik anlamı da vardır (Möhring, 2007: 81)

*“Ben 20 yıldır Ankara'dayım, benim eşim de Kürt, buralı yani. Yemekler çok benzer ama ben yine de her İran'a gittiğimde çantalarımı doldururdum. Bu restoran açılınca eşim de ben de rahat ettik. Canımız isteyince gelip yiyoruz. İnsan İran'a gitmiş gibi oluyor. Sanki buradaki herkes akrabam” (40 yaş, kadın).*

Bir topluluğun yemek üzerinden ortaklaşmasının en iyi izleri, belirli törenlerde olur. Törenlerde toplu yemeğe katılanlar, birbirleri arasındaki dayanışmayı sergilerler; gelecekte karşılıklı destek içinde bulunma sözü verildiğine ilişkin ahlaki bir tavır olarak görülür. Birlikte yemek yiyenler, ortak kimliklerini ve eşitliklerini vurgulamış olurlar (Tapper ve Zubaida, 2000: 13). Törenselleşmiş bir kültürel pratik olan Nevruz da, Tapper ve Zubaida'nın (2000) belirttiği törenler arasında sayılabilir. Nevruz, Ankara'daki İranlıların kültürlerini yaşatmak ve anavatanı olmayan yerleri anavatanlaştırmak için yaptıkları bir dizi etkinlikten biridir. Nevruz'da üç kez toplanılmakta ve kutlamalar yapılmaktadır. Bu kutlamalar Bahar Bayramı olan Nevruz'un gelişinden önce (Çarşamba Suri, bu günde ateş yakılıp üzerinden atlanıyor fakat şehirde bu mümkün olmuyor), asıl Nevruz sırasında ve Nevruz bayramının bitişinde yapılmaktadır. Nevruz temelde doğa ile ilintili olarak baharın gelmesi, toprağın yeniden ekilmesi ve bereket getirmesi için kutlanır. Bu üç nevrusun kutlanma biçimleri ise birbirinden farklıdır.

Ankara'da çalışma yapıldığı dönem, Nevruz etkinliklerinin olduğu zamana rastlamıştır. Bu kapsamda Ankara'da restoran sahipleri, restoranın alanı küçük olduğu için otel salonu kiralanmıştır. İranlı aşçıların pişirdiği yemeklerin sunulduğu ve yerel dans müziklerinin çaldığı bu etkinlikte yüzlerce kişi bir araya gelmişlerdir. Bu kutlama canlı yayınlarla İran'daki tanıdıklarına izletilmiştir önceki yıllardaki gibi. Ayrıca fotoğraflar çekilerek sosyal medya ortamında paylaşılmıştır. Çalışma kapsamında izlendiği gibi, yıllardır tekrarlanan bu etkinlikler yoluyla, hem topluluk üyeleri bir araya gelmekte hem de birlikte tüketerek kolektif kimliğin yeniden üretimine katkı sağlanmaktadır<sup>11</sup>.

Nevruzun bitişine yakın yapılan etkinliklerin açık havada olması ise bu günü diğerlerinden farklı kılmaktadır. Nevruzun son günü olduğu için, bu cemrelerin düşmesiyle ilişkilidir, baharın başlamasını temsil eder. Havaların ısınmasıyla beraber doğadaki canlanma ve yeniden doğuşun izlenmesi amaçlanmaktadır. Bu nedenle, İran'dan Ankara'ya gelenler, ilk geldikleri yıllarda Ankara Gölbaşı'nda doğaya çıkmış, Eymir ve Mogan Gölleri'ni ziyaret etmişlerdir. Sonraki yıllarda ise Bolu Abant Gölü'ne gidilmiştir. Her iki durumda da yeşilin ve mavinin yan yana gelmesi için göl kenarı ve ormanlık alan tercih edilmiştir. Bu yerler, daha önce İranlıların Nevruz için gittikleri Hazar Denizi'ni ve Urmiye Gölü'nü benzerleriyle hatırlamayı sürdürmek istemeleridir. Nevruz kapsamında gidilen yerlere evlerde hazırlanan İran yemekleri taşınmakta, bütün yemekler toplulukla birlikte tüketilmektedir.

Nevruz döneminde, Farsça da “S” harfi ile başlayan 7 çeşit ürün hazırlanmakta ve bir masada sergilenmektedir. Hazırlanan ürünler arasında sikke, sim (elma), sence (iğde), sarımsak, sirke, sebze (filizlendirilmiş)<sup>12</sup> ve sumak en fazla tercih edilenlerdir. Bunun yanına canlı balık ve Kuran-ı Kerim de masaya konmaktadır. Bütün hepsinin bir araya getirilmesiyle bir kültür köşesi oluşturulmakta ve tüm Nevruz boyunca bu ürünler, restoranların dekorasyonunun bir parçası halinde sunulmaktadır (Foto 4).

<sup>11</sup>Etkinliğin biletli olması, ancak bu ücreti ödeyebilecek olanların katılımını mümkün kılmıştır. Ayrıca etkinlik önemli bir topluluk faaliyeti olmasına rağmen dernek ve büyükelçiliği kapsayan kurumlardan katılım gerçekleşmemiştir. Bunda kurumların bağımsız bir tavır sergilemeye çalışmaları etkilidir.

<sup>12</sup>Nevruz kutlamaları için sebze olarak bitki çimlendirmeleri konusu daha önce ifade edilmişti. Bu markette bu dönemlerde çimlendirilmiş sebze de satılmaktadır. Bu, kültürün maddi kazanç sağlama aracı olarak da kullanılmasına bir örnektir.



**Foto 4.** Nevruz öncesi bolluk ve bereket getirmesi için hazırlanan ve belirli bir süre sergilenen ürünler

Bu ritüele uyulunca yılın bereketli, huzurlu, zenginlik içerisinde geçeceğine inanılmaktadır. Gidilen her restoranda filizlendirilmiş sebze demetleri, balık ve diğer ürünlerin sergilendiği bir köşe görülmüştür. Restorana gelenler bu köşeyi incelemekte ve restoran sahiplerine sorular sormaktadırlar. Yine restoran gelen İranlı müşteriler arasında bu geleneği evde sürdürmenin oldukça önemsendiği anlaşılmıştır.

Diğer önemli etkinlikleri ise Şeb-i Yelda Günü'dür ve 21 Aralık günü kutlanmaktadır. Bir anlamda kışa hazırlık günüdür. Bu gecede *karpuz* kesilmesi önemli bir etkinliktir. Bu güne yakın zamanlarda çeşitli meyveler biriktirilerek bu gece yenmektedir. Biriktirilen meyvelerin 21 Aralık günü yenmesi durumunda, yiyecek kişilerin kış boyunca hiçbir hastalığa yakalanmayacağına inanılmaktadır. Yine restoranlar bu geleneğin sürdürüldüğü bir alan olarak ön plana çıkmakta ve bu geleceği yaşatmak isteyenleri bir araya getirmektedirler<sup>13</sup>.

#### 5.4. Bir Boğazdan Geçirmek

Göçmenler kendilerini aşına olmadıkları bir ortamda bulduklarında, günlük hayatın vazgeçilmez bileşeni olan yemek onları diğerleriyle fiziksel, duygusal ve bilişsel etkileşime mecbur bırakır. Göçmen ve diğerleri arasındaki sosyo-politik ve ekonomik güç ile kültürel sermaye farkları, her iki tarafın da konforsuz olacağı konumlar yaratabilir (Parasecoli, 2014: 420). Bu, küçük bir sermayenin yeterli olduğu göçmen restoranlarının açılmasının bir nedenidir. Ancak karşılaşmanın konforsuzluğundan kaçınılan bir ortam, bir süre sonra önemli bir karşılama mekânına da dönüşebilir. Bu dönüşümü gösteren şey ise, restoran müşterilerinin etnik grubun dışına genişlemesidir.

Restoranların müşterilerinin İranlılar dışındakilere genişleme eğilimine bakıldığında ilk sırada Türklerin olduğu görülmektedir. Türk müşteriler arasında öğrenciler kadar öğretim elemanları ve doktorlar gibi orta-üst gelirli insanlar da vardır. İranlı öğrenciler Türkiyeli arkadaşlarını da bu lokantalara getirerek kendi kültürlerini tanıtmaya fırsatı bulmaktadırlar. Ayrıca üniversiteye başlama sürecinde Türkçe dil hazırlık eğitimi alanlar ve bu eğitimi verenler ile üniversitelerde Fars Dili ve Edebiyatı bölümünde eğitim veren İranlı ve Türk öğretim elemanları ve onların Türk öğrencileri de bu

<sup>13</sup>Ankara'daki İranlılar bu tür etkinliklerde birbirlerinden haberdar olmayı çoğunlukla sosyal medya ortamlarından sağlamaktadırlar. Facebook, Instagram üzerinden etkinlikler oluşturularak bir zincir halinde Türkiye'deki İranlılara etkinlik bilgisi ulaştırılmaktadır. Ayrıca yaygın haberleşme uygulamalarından biri olan Whatsapp'a benzer bir uygulama olan ve İranlı mühendislerince geliştirilen Telegram uygulaması da grup-içi haberleşmelerde yaygın olarak kullanılmaktadır.

lokantalara gelmektedir. Bu bölümlerde İran Yemek Kültürü hakkında ders içeriklerini bulunması bu lokantaları tercih etmelerinde önemli bir etkidir. Böylece, öğrenilmeye çalışılan kültürün, ulusaşırı mikro mekânında tanınması ve teorik bilginin pratikle buluşması mümkün olmaktadır.

İran restoranlarının, Türkler dışında önemli bir müşteri grubu da Ankara'da kısa ya da uzun süreli ikamet eden yabancılarıdır ki bunlar arasında büyükelçilik çalışanları ilk sırada yer almaktadır.

Bir restoran sahibinin ifade ettiği gibi:

*“Diğer ülkelerden, Amerika’dan, Avrupa’dan misafirler de geliyorlar. Amerika, Panama Büyükelçiliği... Onlar kendiliklerinden geliyorlar. Ajans falan değil. Araplar da bizim yemeklerimizi çok beğenirler. Bizim sabit müşterilerimizden Arabistan ve Kuveyt Konsolosluğu (Büyükelçilik anlamında kullanıyor) her hafta bizde yemek yerler. Şimdi biraz şey oldu, korkuyorlar<sup>14</sup>, biz onlara yemeklerini gönderiyoruz” (45 yaş, erkek).*

Arap ülkelerinden gelen kişilerin bu restoranları tercih etmesi hem İran yemeklerinin Arap mutfağına çok benzemesiyle hem de bu ülkelere ait lokantaların Ankara'da bulunmamasıyla ilişkilidir. Ortadoğu yemek kültürünün birçok noktada benzerliği sebebiyle Irak, BAE, Katar, Tunus vb. ülkelerin büyükelçilik çalışanları ve vatandaşları da bu restoranları tercih etmektedir. Avrupa ülkeleri, Amerika ve Panama elçiliklerinin bu restoranlara gelmesinin sebebi ise farklı lezzetleri tatmaya yönelik merakla ilişkilidir. Yine, yılda ortalama 15 bin kişinin vize amacı ile ABD, Kanada ve İngiltere Büyükelçiliğini ziyaret etmeleri buradaki elçilik çalışanlarının kendi kültürlerine ilgi duymalarını sağlamış ve başvuru sahiplerinin verdikleri bilgilerle bu restoranlardan yemek sipariş ederek yemeye başlamışlardır.

Etnik restoranlara artan ilgide, Türkiye’de tüketici orta sınıfın genişlemesi ve yemeğin doymak için yemekten ziyade bir deneyime dönüşmesi etkilidir ki bu ulusaşırı göçün artışıyla gittikçe daha geniş bir kitleyi etkilemektedir. Brightwell’e göre (2012) etnik restoranda yiyecek tüketiminin anaakımlaşması, ulusaşırı alan yaklaşımını da destekleyen bir göstergedir. Restoranın müdavimi bir Türk öğrencinin belirttiği gibi:

*“Ben Bartın’lıyım. Bizde böyle bir şey yok. Ben Ankara’ya gelince dedim ki ne kadar çok göçmen var. İstanbul filan hep öyleydi ama Ankara’da yoktu o kadar eskiden. Göçmen gelince arkasından hemen lokanta da geliyor, dil kursları da geliyor, mağazalar filan da geliyor. Bir şehirde göçmen ne kadar diye sorduğunda ben sayılara bakmam, böyle dükkânlar var mı diye bakarım” (25 yaş, erkek).*

Aynı zamanda etnik yiyecekler otantik buldukları için (Ebster ve Guist, 2004) insanların gündelik beslenmesinde gittikçe popüler olmaya başlamıştır (D’Antuono ve Bignami, 2012). Bir katılımcının ifadesiyle:

*“İnsanlar küreselleşmeyle birlikte Dünya’yı daha fazla merak etmeye başladılar. Kimler, neler yiyor bilmek ve denemek istiyorlar. Şimdi Ankara’dan İran’a gidemeyiz ama lokantaya gelince insan İran’a gitmiş gibi oluyor. Bu duyguyu yaşamak güzel, egzotik yani” (35 yaş, erkek).*

Son olarak İran restoranlarında kadınların görünürlüğü dikkat çekicidir. Hem müşteri hem de çalışan olarak restoranlarda bulunan kadınlar, konumlarını geldikleri bölge kadar, buldukları ülkede kazandıkları statüyle de inşa etmişlerdir. İster liberal ister muhafazakâr bir bölgeden gelmiş olsunlar, İranlı kadınlar kendilerini Türkiye’de daha özgür hissettiklerini söylemişlerdir. Bir restoran ziyareti sırasında, restoranın içki ruhsatı olmadığı için, yakınlardaki bir büfeden bir İranlı erkeğin Türk rakısı aldığı ve restoranda kadınların da yer aldığı İranlı bir grupla bu içkiyi içtikleri görülmüştür. İlgili kişiler, bunun kendilerini Türkiye’de konforlu hissettikleri noktalardan biri olduğunu belirtmişlerdir. Ancak elbette bu pratiğin Türkiye’nin her yerindeki karşılığının aynı olacağı söylenemez ki o restorani ve o restoranın bulunduğu yeri farklı yapan da budur.

<sup>14</sup> Son dönemlerde Kızılay merkezli patlamalar, restoranlar sahiplerinin, sabit müşterilerinin işyerlerine ve evlerine servis yapmalarına yol açmıştır.

## 5. Sonuç

Bir göçmen kurumu niteliğindeki etnik restoranlar, göçmenler arasında güçlü ağların kurulmasını ve bunların sürdürülmesini sağlar. Böylece hem gelenek sürdürülebilir ki bu tarihsel ortaklaşmadır, hem de topluluğun birlikte hareket etmesi söz konusu olabilir ki bu sosyal örgütlenmedir. Etnik restoranlar, göçmenleri diğer topluluktan izole etme riskini taşıdıkları kadar yaşanan ülkedeki toplumla bütünleşme ihtimalini de yaratır. Yani bu restoranlar başlangıçta yalnızca o etnik grubu beslerken, zamanda daha geniş bir müşteri profiline ulaşabilir<sup>15</sup> ve yemek üzerinden toplumların yakınlaşmasına katkı sağlayabilirler. Bütün bunlar restoranın sunduğu kültürel ortamda gerçekleşir, bu nedenle restoranlarda kültürün temsili oldukça önemlidir. Ankara'daki İran restoranlarında inşa edilen kültürel ortam, kültürlerin aktarımı, üretimi ve buluşması için oldukça iyi bir örnektir. Zira bu etnik restoranlar İran yemek kültürü ile beraber bu yemek kültürünün sunumu için yapılan dekorasyon ve müzikle, yemek dışı kültürün de görünürlüğünü artırmıştır.

Yapılan çalışmada da görüldüğü gibi, Ankara'daki İran restoranları kişisel girişimcilikle büyük bir topluluğun birbiriyle ilişkilenebilmesine yardımcı olmaktadır. Sadece İran ve Türkiye arasında değil, yabancı temsilcilikleri de dikkate alarak farklı ülkelerin vatandaşları için, bir boğazdan tek kültürü geçirmektedir. Bu etnik restoranlar farklı ulus ve etnik yapıya mensup kişiler tarafından tercih edildiklerinden, yemekler ve içecekler tadılırken, tüketicilerin kendi ulus ve etnik yapılarıyla ilişkili lezzetlerle karşılaştırma şansları da olmaktadır. Mesela, İran restoranlarında, barbunya diye bilinen baklagili "lobiya" olarak adlandırmaları ve bu adlandırmanın Rize'nin bazı bölgelerindeki adlandırmayla aynı olması, restoranların Rizeli tüketicileri için duygusal bağı güçlendirici bir etki yaratmaktadır. Bütün bunların toplamında ise, hem yerel kültürün korunmasının hem de kültürler-arası benzerliğin keşfiyle, etnik gruplar-arası yakınlaşmanın sağlanmasına katkı sağlanmaktadır.

ABD, Kanada ve İngiltere Büyükelçiliklerinin İran'da açılması durumunda, özellikle vize başvurusu yapmak için Ankara'ya gelenler azalabilir ve yukarıda ifade edilen birbiriyle ilişkili yapılar arasındaki bağlantılar zayıflayabilir. Öyle ki yakın zamanda ABD'nin Türkiye'den yapılacak vize başvurularını sınırlaması bile, İranlıların vize başvurusu için başka ülke arayışlarına yönelmesine neden olmaya başlamıştır. Bununla birlikte ilişkilerin güncel politika içinde nasıl şekilleneceği, restoranları da etkileyecektir. Bu çalışma, ABD büyükelçiliğinin aktif vize başvurusu aldığı dönemdeki genel görünüm içinde, bir yan ekonomi haline gelen restoranların kolektif kültüre etkisine odaklanmıştır. Değişmeye başlayan koşullar altında restoranların varlıklarını sürdürme biçimlerini anlamak için ise, başka araştırmalara ihtiyaç vardır.

## Teşekkür

Makalemize katkılarından dolayı Sayın Ergin Gökkaya'ya çok teşekkür ederiz.

## Referanslar

- Akis-Kalaylıoğlu, Y. (2014a). Uluslararası Göç Bağlamında Bourdieu'nun Kavramları: Ankara'da Yaşayan İranlılar Örneği. *İdeal Kent: Kent Araştırmaları Dergisi*, 14, 182-205
- Akis-Kalaylıoğlu, Y. (2014b). Ankara'daki İranlı Düzenli Göçmenlerin Farklı Sermayeleri ve "Düzenli" Kalma Stratejileri. *Nüfusbilim Dergisi*, 36, 33-66
- Asselin, M. E. (2003). "Insider Research: Issues to Consider When Doing Qualitative Research in Your Own Setting". *Journal for Nurses in Staff Development*, 19(2), 99-103.
- Assmann, J. (2015). *Kültürel Bellek: Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

<sup>15</sup>Hatta baskın bir beslenme biçimine de dönüşebilirler. Mesela Almanya'da etnik restoranların açılması, 2. Dünya savaşı sonrası çevre ülkelerden işçi göçüne kapıların açılmasıyla başlamıştır, böylece önce İtalyan restoranları sonra Türk ve diğer etnik restoranlarla özellikle Akdeniz mutfağı, ülkede yayılmıştır. Yani etnik restoranlar, başta kendi tüketicilerinin izinden açılmıştır, ancak zamanda kendi etnik grubu dışındakilerin de ilgisini çekmiştir (Möhring, 2007).



- Bilginer-Erdoğan, Ş. (2013). *Toplumsal Bellek ve Medya: Toplumsal Hatırlama ve Unutma Biçimleri (Seksenler TV Dizisi)*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bisogni C. A., Connors M., Devine C. M., Sobal J. (2002). Who We Are and How We Eat: A Qualitative Study of Identities in Food Choice, *Journal of Nutrition Education and Behavior*
- Bremzen, A. von. (2015). *Sovyet Mutfak Sanatı: Yemek ve Hasret Anıları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Brightwell, M. G. S. L. (2012). A Taste of Home?: Food, Identity and Belonging Among Brazilians in London. Londra Üniversitesi, Coğrafya Bölümü, Doktora Tezi.
- Broomberger, C. (2000). Kuzey İnan'da Yemek Alışkanlıkları ve Kültürel Sınırlar. *Ortadoğu Mutfak Kültürleri*. Tapper, R. ve Zubaida, S. (ed.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 186-202.
- Buckser, A. (1999) Keeping Kosher: Eating and Social Identity among The Jews Of Denmark. *Ethnology* 38(3):191-209.
- Counihan C. ve van Esterik P. (2008). *Food and Culture: A Reader*. Routledge
- Danış, Didem (2010). İstanbul'daki Iraklı Göçmenlerin Parçalı Eklemlenme Sürecinde Toplumsal Ağlar. Pusch B. ve Wilkoszewski T. (ed.). *Türkiye'de Uluslararası Göç: Toplumsal Koşullar ve Bireysel Yaşamlar*. İstanbul: Kitap Yayınevi
- D'Antuono, L. F. ve Bignami, C. (2012). Perception of Typical Ukrainian Foods among an Italian Population. *Food Quality and Preference* 25(1), 1-8
- Deborah L. (1994). Food, Memory and Meaning: The Symbolic and Social Nature of Food Events. *The Sociological Review*. 42 (4), 664-685
- Ebster, C. ve Guist, I. (2004). The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 7(2): 41-52.
- Edward C. S. ve Lull J. (2007). *Culture in Communication Age*, Oxford: Blackwell
- Fernández-Armesto, F. (2002). *Near a Thousand Tables. A History of Food*. New York
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Social Science Information*. 27, 275-292.
- Fox, R. (2014). Food and Eating: An Anthropological Perspective. *Social Issues Research Centre*.
- Gasparetti, F. (2012). Eating *tie bou jenn* in Turin: Negotiating Differences and Building Community Among Senegalese Migrants in Italy. *Journal of Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment, Food and Migration* 20, 3-4, 257-278
- Greco-Morasso, S. ve Zittoun, T. (2014). The Trajectory of Food as a Symbolic Resource for International Migrants. *Critical Practice Studies*, 15 (1), 28-48
- Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora, *Identity: Community, Culture, Difference*, Rutherford J. (ed.). Londra: Lawrence ve Wishart
- Hall, S. (1996). *Critical Dialogues in Cultural Studies*, Londra ve New York: Routledge
- Holzman, J. D. (2006). Food and Migration. *Annual Review of Anthropology*. (35), 361-378
- Kanuha, V. K. (2000). "Being" Native Versus "Going Native": Conducting Social Work Research as an Insider. *Social Work*, 45 (5), 439-447.
- Koç, M. ve Welsh, J. (2002). Food, Foodways and Immigrant Experience. Multiculturalism Program, Department of Canadian Heritage at the Canadian Ethnic Studies Association Konferans Metni, Halifax
- LeCompte, M. D. ve Schensul, J. J. (1999). *Designing and Conducting Ethnographic Research*. AltaMira Press
- Mintz, S. W. ve Du Bois, C. M. (2002). The Anthropology of Food and Eating. *Annual Review of Anthropology*. 31, 99-119
- Möhring, M. (2007). Foreign Cuisine in West Germany, *GHI Bulletin*, 41
- Naidu M. ve Nzuza N. (2014). Transnationalised Memories among Migrants: How 'Indigenous' Food Can Bring Home Closer. *Anthropologist*, 17(2): 333-340.
- Nora, P. (2006). *Hafıza Mekânları*, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Parasecoli, F. (2014). Food, Identity and Cultural Reproduction in Immigrant Communities. *Social Research*. 81 (2)
- Ray K. (2004). *The Migrant's Table: Meals and Memories in Bengali-American Households*. Philadelphia: Temple University Press
- Roden, C. (2000). Ortadoğu'da Musevi Yemekleri. *Ortadoğu Mutfak Kültürleri*. Tapper, R. ve Zubaida, S. (ed.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları., 152-157.
- Schensul, S. L., Schensul, J. J. ve LeCompte, M. D. (1999). *Essential Ethnological Methods*. AltaMira Press
- Secondulfo, D. (2004). Dimmi Come Mangi E Ti Dirò Chi Sei. Cibi, Luoghi E Relazioni Nel Menù Del Sociologo. *Foodscapes. Stili, Mode E Culture Del Cibo Oggi*, Guigoni, Ed. A. 49-68. Milano: Polimetrica.
- Sunanta, S. (2005). *The Globalization of Thai Cuisine*. Paper Presented at The Canada Council For Southeast Asian Studies Conference, York University, 14-16.
- Sutton, D.E. 2001. Remembrance of Repasts: An Anthropology of Food and Memory, Oxford, Birleşik Krallık: Berg
- Tapper, R. ve Zubaida, S. (ed.) (2000). *Ortadoğu Mutfak Kültürleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Turgeon L.ve Pastinelli M. (2002). Eat the World: Postcolonial Encounters in Quebec City's Ethnic Restaurant. *The Journal of American Folklore*, 247-268
- Weedon, C. (2004). Identity and Culture Narratives of Difference and Belonging. *Cultural and Media Studies*. Open University Press
- Wolcott, H. F. (1999). *Ethnography: A Way of Seeing*. AltaMira Press

Zubaida, S. (2000). *Ortadoğu Yemek Kültürlerinin Ulusal, Yerel ve Küresel Boyutları*. Ortadoğu Mutfak Kültürleri. Tapper, R. ve Zubaida, S. (ed.). Tarih Vakfı Yurt Yayınları. İstanbul, 32-45.

### Extended Abstract

Immigrants continue their dietary habits by means of ethnic restaurants available in the country where they have immigrated. Existence of these restaurants helps immigrants preserve their cultures by sustaining their former diets on the one hand and allows cultural intimacy by creating a new place of diet for locals and other immigrants on the other hand. In this context, cultural identity is spatialized, sustained and represented through restaurants. Ethnic restaurants facilitating the required repetition for re-production of identity through spatialization are meeting points for immigrants wherein they can experience the sense of "us" and remember the feeling of being "us".

This article looks at representation of cultural identity at restaurants, which are institutionalized forms of diet, based on Iranian restaurants in Ankara. According to the records of the Ministry of Interior Directorate General of Migration Management pertaining to 2016, Iranians are in top 10 among all foreigners in Turkey with a residence permit, student permit and working permit. Geographical proximity to Iran, its developed position among the neighbours in the region, no visa requirement for Iranians and having a cultural similarity to the Iranian culture can be counted among the reasons of preference of Turkey by Iranian migrants (Akis-Kalaylıoğlu, 2014a: 200). Developments that have increased human mobility recently are Turkey's improving position when compared to other countries in Turkey through the modernization project after the Republic as well as structural transformations in Iran after the Islamic Revolution in Iran in 1979. Ankara is one of the cities preferred by Iranian people. There are different reasons why Ankara is the centre of attraction during this process. Arrival of those, who would like to go to Eastern Europe, United States of America (USA) and Canada to Ankara due to the absence of any official institution through which they can make application, wide range of universities available for those who visit Turkey for university education, possibility of providing support by the diaspora becoming stronger in Ankara in time, during the early periods of immigration, existence of institutionalized immigrant structures, proliferation of house ownership by rich Iranians in Ankara during a particular period, Ankara's suitability for living when compared to other metropolises are among these reasons.

Iranian restaurants (3) in Ankara and nearly all entities related to these have been established on Kızıllırmak Street (Kızıllıay). Among these associated entities, there are agencies providing customers to the restaurants but whose primary function is to provide visa application to Turkey or tourism services (it is indicated that average of 15.000 people visit agencies every year for visa proceedings), a market that sells its products imported from Iran to the restaurants and Iranians living in Iran and associations that try to keep both Iranians and migrants from its surrounding countries together and organize activities addressing the society. Proximity to the embassies, being a transportation intersection point in Ankara, existence of many restaurants and Iranians residing close to the region can be counted as the reasons of accumulation of the restaurants at Kızıllıay.

In this study, cultural representation in the restaurant was addressed based on decoration, music and menu. When cultural representation means are evaluated in general, it is noticed that nationalist elements such as a flag is used in decoration in addition to nature photos especially related to the Northern region. Iranian bread attached on the wall of a restaurant is a symbolic element of actual unification of society at that restaurant. With its position on the wall, it reminds those who had left their country for earning a living during eating period of their reason of immigration. Besides, since this bread is similar to *tandır* bread made in certain regions in Turkey, it also affects those other than Iranians. Elements related to historical figures of Iran are the most assertive parts. Because it is

very difficult to create common historical figures that will satisfy entire society, which is a political area of conflict especially for those coming from Iran where a giant social transformation had taken place as a result of the revolution recently. Therefore, representation of history changing people was limited with imprinting on hookas. Restaurants, where Iranian music is usually played, add tables on which at least 7 products with names starting with the letter "S" in Iranian are put during Nevruz period, to their decorations and make organizations that bring the society together during this period. When restaurant menus were checked, it was seen that Iranian names for the foods in the menu were also added right across their names in Latin. Although some foods are like Turkish food, their Turkish considerations were not used and names closer to those were generated.

When customer profile was evaluated, it was seen that restaurants were preferred by middle and upper-class people considering the food prices and interviews made. Low income group also eats at these restaurants but not as frequent as others. From gender perspective, appearance of women is noted. This leads to the opinion that women feel themselves comfortable here and also they have income sufficient for affording to consume these foods continuously. Other than the Iranian customers, the restaurants have Turkish customers as well as foreigners who reside in Ankara for short or long term. Embassy employees occupy the first place among the foreigner group.

Considering the intra-group diversity, while ethnic restaurants are tools for mediating their homesickness and protecting their culture for Iranian immigrants, they are authentic experiences and environments to understand cultural similarities for others. As a conclusion of the study, it was seen that Iranian restaurants in Ankara have helped a huge society associate with each other through personal entrepreneurship.