



T.C.
Kültür ve Turizm Bakanlığı
Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü

9 MİLLETLERARASI
TÜRK HALK
KÜLTÜRÜ KONGRESİ

MADDİ KÜLTÜR

TELEVİZYON VE YENİ MEDYADA YÖRESEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRLERİNİN YENİDEN ÜRETİMİ

Prof. Dr. Gülcan SEÇKİN¹ - Doç. Dr. Hüseyin ÇELİK²

Geleneksel Türk yemek kültürü geniş bir çeşitlilik arz etmektedir. Göçlerin odak noktası ve toplanma yeri olan Anadolu bölgesi çok geniş çapta ve türlü bitkisel ve hayvansal potansiyeli barındırmaktadır. Bu nedenle doğu ve batının kesişme noktası olan bu bölgede çok zengin ve farklı yemek kültürleri oluşmuştur. Bunun nedeni Orta Asya'dan göç eden Türk topluluklarının çeşitlilik arz etmesi ve Anadolu'ya geldiklerinde farklı ve değişik kültürlerle karşılaşmalarıdır. Bu göç günümüze dek sürmüş ve bu bölgede geniş bir maddi ve maddi olmayan kültür alanı meydana getirmiştir.

Esasen bütün olağanlığı içinde beslenme-yiyecekler, kıyafetler-giyinme, ev, eşya, barınma, komşuluk, çevre, vb. envanteri çıkarılabilecek sayısız şeyler anlamları özenle incelenmeyi gerektiren maddi ve maddi olmayan kültürün alanına ait olgulardır. Tüm sıradanlığı ya da olağanlığı içinde gündelik hayati ve ona ait bütün bu unsurları kavramak için nesnelere veya yapıtları üreten etkinliklerin incelenmesi ve çözümlenmesi gerekir. Bu bizi öncelikle üretimin, yeniden üretimin çözümlenmesine, üretici etkinliklerin kendilerini yeniden ürettikleri, kendilerini kuran ilişkilere yeniden başladıkları, bu ilişkileri yeniden ele aldıkları, ya da tam tersine kademeli değişiklikler veya sıçrayışlarla dönüştükleri koşulların çözümlenmesine götürür. Bu şekilde hangi tarihsel dönem, gündelik yaşam konu edilirse edilsin, bu incelemeler üretimin somut sorunları ve koşullarının yaşandığı mekânı, insanların toplumsal varoluşunun üretilme biçimini belirtir. Bu çer-

1 Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölüm Başkanı.

2 İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü.



çeve, tarih, ekonomi-politik, sosyoloji, vb. bilim dallarının disiplinler arası ya da disiplinler buluşması gibi yaklaşımlarla bu çözümlenmeye katkıda bulunmasını gerektirir. Maddî hayat ve kültürün bir unsuru yiyecek, mutfak, beslenme-pişirme kültürü gibi toplumsal hayatın kısmî bir gerçekliği üzerine düşünmek, bu kısmî gerçekliğin bir şeyleri açığa çıkaracağını kabul etmek, tam da bunu ummaktır. Başka bir şekilde söylenirse, “her araştırma er ya da geç toplumun, “insan”ın veya dünyanın genel bir kavranışına bağlanır. Yöntemsel olarak aykırı biçimde, bütünden ve küreselden yola çıkılmasa da sonunda bir bütünlüğe varmak gerekir. Şu halde gündelik hayatın herhangi bir kısmî gerçeğini kavramak, çözümlemek ya da açıklamak sonunda toplumsal bütün ölçeğinde kavrayışları ve değerlendirmeleri gerektirir.

Bir tarihçi için toplumsal gruplara, sınıflara, ülkelere, dönemlere göre insanların yeme pratiklerini, beslenme tarzlarını, ne yediklerini, nasıl yediklerini, yiyeceklerini nasıl temin ettiklerini, nasıl ürettiklerini, ekonomik, sosyal, dinsel çerçeve içinde nasıl biçimlendiklerini, sofraların nasıl kurulduğu, kap kacakların toplumsal tabakalara göre nasıl farklılık gösterdiğini bilmek önemlidir. Ve en önemlisi bütün bu yeme içme kültürüne ait en küçük şeyleri dahi belirleyen bir üslup vardır. Bugünkü modern gündelik hayat ise bu tür bir üsluba duyulan nostalji ve inatla üslup aranması gibi özellikleriyle öne çıkar. Eski üslupları kullanmaya çalışma çabaları bolca izlenir. Kuşkusuz geçmiş toplumları anlamak için ayrı evi, mobilyayı, kıyafetleri, beslenmeyi ayırtmamak uygun olur. Ancak bugün tam da ürün ve sermaye piyasasının yaygınlık kazanmasıyla her şey bu baskın kültür tarafından belirlenir olmuştur (Lefebvre, 2007). Modern gündelik yaşamda, küreselleşme yerel kültürleri seçmeci biçimde metalaştırmış ve kültürlerin çözülmesinin ardından bakılmıştır.

Gündelik hayat diyalektik bir etkileşimdir.

1980’ler Türkiye’si toplumun tüketmeye doğru yol aldığı, taze bir heyecanla koştuğu yıllardır. “O güne kadar üstüne dikilip biçilen modern kimliğin parçalanması sürecinde, Türkiye’nin Doğulu ya da taşralı yüzünü kültürel alanda yeniden keşfettiği, medyanın, reklamcılığın bir bolluk toplumu görüntüsü vermeyi başardığı yıllardır (Gürbilek, 1992).” Taşradan, kırdan gelip yerleşen için modern şehir hayatının imkanlarını kullanma fırsatları doğmuş, kendi kültürel kimliğini yaşama, kendi yerliliğini, köylülüğünü, taşralılığını ifade ediş sürecine doğru bir gidiş, bir fırsatlar alanı açılmıştır. Ancak yine de bunu yaşama çabası eklektik bir biçimde gerçekleşmiştir. Hem yerel mutfaktan bir şey pişirilir, hem de dışarda fastfood yemek önemli bir faaliyet ve sosyalleşme sayılır. Bir yandan Dallas izlenir, Sue Ellen saç kestirilir, acılı ya da acısız arabesk dinlenir, köyden getirilen ürünler hem tüketilir ancak kentliliğin gözünden bakılıp bir yandan küçümsenir, sevinçle market ürünü benimsenir, vd. Her toplumsal katmanda maddî ve maddî olmayan mal ve hizmetlerin tüketici bireyleri, böylece dünyaya açılır gibi olur. Dahası medya ve reklamlar tutkulu bir biçimde herkes için bolluğa işaret eder. Piyasa, yüzeyselliği, gündelik hayatı estetize eder bir yaklaşımla, pazarladığı yeni mallarını satmanın fırsatlarına kavuşur (Gürbilek, 1992). 80’ler ve 90’larda bütün dünyada ve Türkiye’de de yatırımlar hizmet, finans ve iletişim sektörlerine kaydırılır (Eagleton, 2006). Türkiye’de gündelik hayat bu yeni çerçevede yapılandırılmaya diğer bir deyişle parçalanmaya, bölümlendirilmeye başlanır. İş, özel hayat, aile hayatı, boş zaman, alışveriş, ticari ve kısmen planlanmış eğlence örgütlenmesi, vb. Bu kültürel çözümlenme sürecinde geleneksel kültürün önemli bir bölümünü oluşturan yemek, mutfak kültürü de bu parçalanmadan, çözümlenmeden nasibini almıştır. Tüketim seçenekleriyle bolluk vaadiyle genişleyen piyasanın sıkı

gözetiminde modern gündelik yaşam örgütlenmesi yemek pişirme kültürünü, pişirme becerilerini zayıflatmıştır. Kuşaktan kuşağa özellikle kadınlar üzerinden aktarılan zengin yemek kültürü maddi ve söylemsel düzlemde gerilemiştir. Babadan oğula geçerek meslek olarak yapılan aşçılık, ya da işletmecilik örnekleri sürerken, küresel yemek firmalarının sunduğu hızlı yemek kültürü büyük bir ilgi ve açlıkla karşılanmıştır. Yerel yemek kültürlerini temsil eden geleneksel ev yapımı yemeklere özellikle genç tüketicilerin ilgisi azalırken, çalışma ve eğitim yaşamının sıkı örgütlenmesi de başlı başına bu pratikleri zayıflatmıştır.

Ayrıca hazır yemek paketleri market raflarında hayatı kolaylaştırmak üzere, bir zaman sorunu yaşayan kent sakinlerine sunulurken dışarda yemek yeme kültürü sosyalleşme, eğlenme, gezmenin ayrılmaz unsuru olarak AVM'lerde insanları yakalaya dursun, medya endüstrisi de yiyeceklere, yemek pişirmeye ilişkin ritüelleri, zengin bilgi ve tecrübeleri program malzemesi haline getirmekte seyirlik nesneye dönüştürürken, yitirilen becerileri, unutulmuş pişirme biçimlerini usul ve erkânlarını yeniden canlandırmaktadır. Bir bakıma bir yandan beceriksizleştirilen kadın ve erkeklere gündüz kuşaklarında ve digital platformdaki tematik kanallarda (beIN Gurme TV, vd. kanallarda...) aralıksız dünya mutfakları, yerel yemek kültürü ya da kategorik olarak ayrılan yemek türleri, tüm yiyecek stüdyoda programın ana bölümlerinden biri olarak ya da başlı başına program olarak seyirciye akşam ve gece saatlerinde de sunulmaktadır. Programlar akarken, izleyemeyenler için kanal ya da programların internet sayfalarından indirilip bilgisayar ya da diğer mobil cihazlardan yeniden izlenebilmektedir.

Kuşaklar Arasında Yemek Kültürünü Aktarma Pratiklerinin Zayıflaması

Öğrenim gören, meslek edinmeye odaklanan, sonunda ücretli çalışma hayatına giren kadınlar, bu rol ya da sorumluluğu üstlenmeleri olmazsa olmaz bir koşul ya da durum olmaktan görece çıkararak ailelerindeki önceki kuşak kadınlardan yemek kültürünü öğrenme, sürdürme ilgi ve becerilerinden, geleneksel gerekçelendirmelere dayandırılan zorunluluklardan uzaklaşmışlardır. Böylece aile içinde özellikle kadınlar üzerinden sürdürülen yemek pişirme pratikleri kuşaktan kuşağa aktarılamamıştır. Yemek pişirme, mutfakta zaman geçirme, ev içi diğer pratikler, başka üretimlere ayrılacak zamanları tüketen, karşılığı olmayan faaliyetler olarak da gizli, açık bir küçümsemeye maruz kalmıştır. Modernleşme, bireyselleşme, ilerleme yorumsamalarının bir kısmı da uzunca bir süre bu tür bir çerçeve sunmuştur. Kentlileşme sürecinde gündelik hayatın örgütlenme biçiminin ev içi yaşam pratiklerine çok fazla zaman bırakmaması, dışarda, yeme mekânlarının popülerleşmesi, küresel fastfood mekânlarının salgın halde ilgi çekmesi, bir değer olarak sunulması süreci yaşanmıştır. Bu ve benzeri yeme içme yerlerinin çalışanlar için hızlı karın doyurma hizmeti sunması, öte yandan evin dışında zaman geçirme, eğlenme, dinlenme mekânları arasında başı çekmesi de bir faktör olmuştur. "Ev yemekleri"nin hızlı yiyecek ve yemek endüstrisi karşısında yerinin sarsılması, ekonomik mantıkla yönlendirilmiş restoran ve benzeri yemek endüstrisini güçlendirmiştir. Temiz mekânlarda "eski ev tarzı yemekler" sloganıyla artık evde yapılmaz zamanı azalan, becerisi kaybedilen yemekler, fastfood'a karşı daha sağlıklı yemekler isteyenlere önerilmiştir. Yöre mutfaklarını temsil eden restoranlar da kentlerde yerini almıştır: "Osmanlı mutfağı", "Selçuklu mutfağı", "Antakya mutfağı", "Kayseri Mutfağı", "Bolu-Mengen mutfağı", vd.

Büyük bir ekonomik getirisi olan turizm sektörünün bel kemiği ulusal yemek kültürleri ve dünya mutfaklarıdır. Turistik işletmeler özellikle yerel yemek kültürlerini, onlara ait yiyecek, içe-



cek kültürünü yeniden üretme görevini yerine getirmektedir. Ayrıca hemen her yörede, pek çok şehirde kurulan sayısız dernekler, 1980'lerden başlayarak Kültür ve Turizm bakanlığı, milli folklor dairesi Türk mutfağı üzerine sempozyumlar düzenleyerek bugüne kadar yöresel mutfakların unutulmaması için çalışmalar yapmıştır. Bakanlık ilk defa turizm şurasında “gastronomi” başlığı açmıştır. Dünya gastronomi pazarından pay almak önemli bir hedef haline gelmiştir. Başlı başına yemek yemenin eğlence, dinlence, sosyal faaliyet, keyif, terapi gibi bir faaliyet sayılması, farklı tasarımlarıyla, servis yaklaşımlarıyla ayrımlanan kaliteli yemek mekânları arayışları, bizzat seyahat konusu olacak kadar belirleyici bir pratiğe dönüşmüş, yemek sektörünü en yaygın hizmet, eğlence sektörlerinden biri haline getirmiştir.

Ülkenin tanıtımı için üretilen kitap ve filmlerde ulusal mutfağın zenginlikleri, başlı başına kültürel miras alanlarından biri olarak sunulur. Osmanlı mutfağı, Türk mutfağı, yöre mutfakları gibi isimlerle değerli çalışmalar yapılmış ve kitapçılarda yerini almıştır. Geçmiş yemek kültürünü derleyen ve kaybolmaya yüz tutmuş, ya da unutulmuş yemekleri, yapılış biçimlerini, malzemelerini, neye iyi geldiğini, sunuluş biçimlerini, kendi yapıp sunulduğu dönemlerin, mekanların, yapanların yaşamlarını, koşullarını, ne anlama geldiğini de kısmen anlatan eserler üretilmiştir. Sivil toplum örgütleri çeşitli dernekler, kurum ve kuruluşlar kongreler, festivaller, yarışmalar, kurslar düzenleyerek, uluslararası gastronomi etkinliklerine katılarak bu topraklardaki mutfak kültürünü konu edinmeyi sürekli bir iş haline getirmiştir.

Küçümsenen beceriler, yeniden ve popülerleşerek geri döndü..

Yiyecek ve yemek pişirme endüstrisinin gelişmesi ve popülerleşmesiyle birlikte erkeklerin ve kadınların yemek pişirme pratikleri maddi sonuçları olan, meslek olarak icra edilen, giderek santsal bir faaliyet olarak tanımlanan, üniversitelerde, yüksekokullarda kurulu bölümleri olan, çok anlamlı, takdir edilen, getirisi yüksek beceriler, meslekler arasına girmiştir. Hizmet sektörlerinde genç kadın ve erkeklerin çalışması süreci desteklemiştir. Yemek yapma becerisi küçümsenirken, modernleşme pratiklerine uygun bulunmazken, yukardaki genişleyen alanlara ilave olarak TV kanallarında, Youtube’da, mikrobloglarda kadın ve erkeklerin entelektüel, sanatsal, eğlenceli, çekici, yaratıcı sunuşlarla, çeşitli tarzlarda program yapması, yazı ve video sunumlarıyla binlerce takipçi çekmesi yaygın ve cezbedici bir durum haline gelmiştir. Yabancı kanalları, Youtuber’ları izleyen takipçiler çoğalmıştır.

Geleneksel medyanın bir kültür hizmeti: Yemek kitabı ekleri. Öncelik dünya mutfağı.

Geleneksel mecra gazeteler yemek ve beslenme üzerine yazılar, tarifler sunmuştur. Kültür hizmeti olarak bizim lezzetlerimiz başlıklı, ya da çeşitli yemek kategorilerine ilişkin kitapları, ekleri okurlarına kupon biriktirmeleri karşılığında yıllar boyunca dağıtmıştır. Pahalı popüler yemek dergileri uzun yıllar kitapçılarda yerini almış, sahaflara düşen eski sayıları bile aynı fiyatlara satılmıştır. Yöre mutfaklarından çok modern mutfak kültürünü anlatan kitaplar, dergiler üretilmiştir. Yeni medyanın yaygınlaşması ile birlikte internet gazetelerinin köşelerinde yazarlar mutfak yazıları yazmaya yoğunlaşırken, yemek, sağlıklı beslenme, pratik tarifler gibi başlıklarla açılan pek çok sayfada her gün onlarca içerik sunulmaya başlanmıştır.

Televizyon kanallarında yemek-mutfak programları ana yayın kuşaklarından biri haline gelmiştir.

1990'larda çok sayıda özel televizyon kanalının açılmasından çok sonra özellikle son on yılda televizyon kanallarında, yemek programları patlaması yaşanmıştır. Tiyatro sanatçısı Gülriz Sururi'nin sunduğu yemek ve esasen sohbet programı "A La Luna" beş yıl sürmüştür. 2008'de başlayan 2015' kadar süren ve pek çok versiyonu yapılan "Yemekteyiz" yarışma programı, Amerika'da Masterchef programının başarılı olması üzerine benzer programlar hemen burada da ulusal kanallarda başladı. Program formatı İngiltere'den ithal edilen "3-2-1 Pişir", Serra Yılmaz, bugüne kadar Temel İçgüdü ve İtalyan İşi isimli iki yemek ve sohbet programı, Sedef İlyar' "Mutfak'ta yenilik var programı, yöreleri gezerek yapılan "Kültür Aş". TRT'nin çok değerli bir çalışması ki uzun yıllar devam etmiş ve bir dokümanter olarak kayda geçebilecek niteliğe erişmiş "Gezelim Görelim" programı yörelerimizin doğasını, yöre sakinlerinin gündelik yaşamlarını, geleneklerini, eğlencelerini, yemeklerini ayrıntılı biçimde sunmuştur.

Televizyon kanalları özellikle gündüz kuşağında ve sabah saatlerinde evdeki kadın izleyiciyi hedefleyen yemek ya da mutfak programları yapmaktadır. Şık mutfak eşyalarıyla donatılı - geleneksel ev yapımı ürünler kurutulular, reçeller, turşular, konserveler, bakliyatlar, baharatlar, vb. şeylerin sıcak renkleriyle sıralandığı- bir mutfakta, program sunucusu kendisi yemek yaparak seyirciye sunmaktadır. Ya da stüdyonun merkezi bir yerinde kurulu tezgâhta, çoğu zaman işi sadece yemekleri yapmak ya da yardım etmek olan, pek fazla söze karıştırılmayan aşçılar stüdyoda kurulu pişirme alanında asıl işi yapmaktadır. Sunucular, programın formatına göre, yemek becerilerini sunacak blog yazarlarını, kendi mutfağında yemek yapan, TV figürü olmayan çeşitli yaşlardaki yemek becerileri olan kadınları davet etmekte, yapılan yemekler ve verilen tarifler eşliğinde sohbetler edilmektedir. Böylece mutfak becerisi olan herhangi bir kadın stüdyoda sunucu ile ünlü bir figür gibi sohbet ederek becerilerini sunmakta. Böylece TV izleyen herhangi bir kadının, erkeğin yaşamına yer ya da alan açılarak samimi, izleyiciyi saran programlar ortaya çıkarılmaktadır. Hazırdaki stüdyo izleyicisi yayına gerek duyuldukça katılırken, bütün bu dinamik unsurlarıyla ekran başındaki izleyicileri tutacak bir akış izlenmektedir. Uzun zaman dilimine yayılan bu programlarda sağlık, estetik, güzellik ve beslenme konularında uzman isimler davet edilmekte, sağlığa yararlı gıdalar, yemekler, tarifleri, pişirme biçimleri, gösterişli, haz veren yemek sunumları yapılmakta, bütün bunlar izleyicilerin programları izleme davranışlarını pekiştirmeyi hedeflemektedir. Başka bir formatta, sadece şov dünyasının tanınmış figürleri davet edilerek, seyircisiz bir stüdyo mutfakta, sohbet eşliğinde yemek sunumları yapılmaktadır. Yemek programları sanatsal bir faaliyet gibi de tasarlanmaktadır. Servis edilişi, sunum tarzları, sunum masasının hazırlanması gibi unsurlar izleyicileri yetiştirmektedir. Tanınmış mutfak eşyası markalarının üreticileri dizilere, kadın kuşakları içindeki bu tür programlara da sponsor olmaktadır.

Amerika'da örneğin yemek programında sağlık, mutluluk, aile, arkadaşlık, romantizm, kilo kaybı, seyahat ve macera kaynağı olarak her açıdan yemeğe odaklanılmaktadır. Programlarda yiyeceklerle ilgili her şey konu edilir. Yeni gıda trendleri, gıda ve kent bahçeleri. Blogger ve yemek kitabı yazarları bu mikro bloglardan içerik üretip sunarken bir yandan da TV kanallarında program sunuyor ya da yemek-mutfak programlarına konuk oluyor, becerilerini sergiliyor, bilgilerini paylaşıyorlar. Hem yemek programı hem de talk-show niteliğinde programlar üretilmektedir. Çok



çeşitli özel konuklarla birlikte yaratıcı ve renkli setler, bunu mükemmel bir gösteri haline getirmeye yardımcı olur. CBS kanalında Rachel Ray Şov'da, Ray program süresince seyirciyle, öylesine etkileşime girer ki, bir kız arkadaşınızla zaman geçirdiğinizi hissettirir. İzleyicilerin sorularını yanıtladığı soru ve cevap bölümü, çeşitli konuklarıyla yemek hazırlamak ve sohbetin yanı sıra mutfak önerilerini izleyiciye en sıcak biçimde sunar. Yiyecek bilimi, evde yiyeceklerin hazırlanması ve saklanması, yakın geçmişe ait -retro- yemek örnekleri sunulur. Yemek yapma becerilerini sınayan yarışma programları yapılır. Reality televizyon yarışmaları sunulur. Dünyaca ünlü şef, Gordon Ramsay'ın Hell's Kitchen yarışma şovu dünya çapında izlenmiştir. DVD'leri mağazalarda satılmaktadır. Kamu televizyonunda Test Kitchen gibi programlar, Cooking Channel'da en iyi restoranlar, fırınlardan gelen tatlıların konu edilmesi. Seyahat kanalı, food Paradise programıyla mutfak belgesel TV şovu yapmaktadır. TLC'de Cake BOSS, vd.

Türkiye'de televizyonların en önemli kuşağı olan dizilerinde, mutfak hikâyelerin merkezinde değildir. Ancak yerli dizilerde zenginliğin temsil edildiği apayrı, geniş ve çok sayıda hizmet edenin çalıştığı bir alan olarak görünür. Ancak bu haliyle de olsa mutfak ya da zengin yemek masaları anlatılarda yerini alır. Televizyon reklamlarında da mutfak ve yemek pişirmeye ilişkin ürün ve araçların pazarlanmasını içeren metinlerde kadın ya da zaman zaman erkeklerin de yapabileceği beceriler olarak bu pratikler temsil edilir.

Amerika'da ünlü restoran işletmecisi ünlü şef Gordon Ramsay kendi sunduğu yemek programlarının yapımcısı olarak MasterChef (2005), Hell's Kitchen (2010), Ramsay's Kitchen Nightmares (2007-2014), the F Word, programı başarılı olunca Türkiye'de TV kanalları benzer formatta programlar yapmaya başlamıştır. Aynı format tekrarlanmış MasterChef Türkiye adıyla sunulmuştur. Sadece yemek yarışması değil, bir şov programıdır. Yemek yapımı ve sunumu televizyon kanallarında başlı başına şov programı formatında sunulan seyirlik haz nesnesi, eğlence kaynağıdır.

Medya Takip Ajansı *Interpress*'in yaptığı araştırmaya göre, Nursel Ergin'in sunduğu "*Nursel'in Mutfağı*" hakkında çıkan 57 haberle geçtiğimiz ayda zirvede yer alırken, "*Turgay Başyayla ile Lezzet Yolculuğu*" isimli yemek programının da Şubat ayında 30 haberle gündeme geldiği belirlendi. TV kanallarının yayınladığı programların yazılı basında çıkan haberlerini kapsayan *Interpress*'in araştırmasına göre, öne çıkan 14 yemek programının yazılı basında toplam 155 haberle yer aldığı saptanırken, Şubat ayında yazılı basında çıkan haberler içinde üçüncü sırada "*Lokman Bizim Şehirde*" adlı yemek programı hakkında ise 16 haber çıktığı belirlendi. Haberlerde dikkat çeken diğer yemek programlarının ise sırasıyla "*Bizden Lezzetler*", "*Ardanın Mutfağı*", "*Tadı Damağımızda*", "*Lezzet Haritası*", "*Pastane*", "*Sokak Lezzetleri*" ve "*Bizim Lezzetlerimiz*" olduğu tespit edildi." ³

Yeni medya yemek becerilerine sonsuz alan açar ve hizmet eder

Yeni medya, yemek sepeti gibi internetten hızla sipariş alıp kapıya yemek ulaştıran sitelerin çoğaldığı bir mecra olduğu kadar yemek tarifleri, yemek kültürlerinden örnekler, sağlıklı bes-

3 <http://www.magazinkolik.com/nurselin-mutfagi-en-cok-izlenen-yemek-programi-oldu-47599h.htm> (e.t.12.3.2016)

lenme gibi konular üzerine kurulu yüzlerce sitenin, yanı sıra Youtube yemek kanallarının binlerce takipçi ve katılımcı ile izlendiği bir platform sunmaktadır. Yüzlerce video yayınlanmaktadır. Kullanıcılar da kendi videolarını yollamaktadır.

Kendisini yemek blogger yazarı olarak tanımlayan çalışan ya da evde emek harcayan kadınlar yeni medyaya içerik de üretirken kendi becerisini sergileme olanağı bulmaktadırlar. Evde, mutfakta, aile ya da diğer topluluk buluşmalarına hazırladığı yemeklerin hazırlanışını bizzat küçük bir prodüksiyona konu ederek videoya çekmekte izleyicilerine sunmaktadır. İnternette yemek sayfalarını oluşturanlar, sayfaları takip edenlerin kendi bilgi ve tecrübelerini sunmalarını da teşvik ederek sayfaları zenginleştirirken, bir yemeğin çok çeşitli tariflerini, pişirme biçimlerine ait bilgileri de derlemektedir.

Yemek.com YouTube Kanalı, 450 bine yaklaşan takipçi sayısı ile haftada 5 gün 400 video yayınlamaktadır. İdil Tatarı YouTube Kanalı, Kevserin Mutfağı Yemek Tarifleri YouTube Kanalı. Spor ve yemek odaklı Fit Yemek YouTube Kanalı. 24 binden fazla abonesiyle hamile beslenmesi, bebek beslenmesi gibi konularda video paylaşan , **İki Anne Bir Mutfak** YouTube Kanalı, Ayşe Tolga İyi Yaşam YouTube Kanalı, **İrem** Guzey YouTube Kanalı, Dilara Koçak YouTube Kanalı, Ecem Eats YouTube Kanalı, Pişirmece Youtube Kanalı, Melis'in Mutfağı YouTube Kanalı., Aşk ve Tereyağı, Yemeğin Gücü Adına, Onedio Yemek. Yine tanınmış sayısız yerli yabancı yemek Youtuber'ları izlenmektedir. Web sayfası, Youtube kanalı, twitter, FB, Instagram'dan takibi mümkün olan sayısız kanal ve site mevcuttur.

Eski beceriler geri dönüyor.

Kentlerin sakinleri, son yıllarda yeniden kışlık ürünler hazırlamaya, süt alıp ev yoğurdu yapmaya başlamıştır. TV kanallarının yayınladığı sağlık programları ve yemek programları bu etkiyi sağlayan unsurlar arasında gösterilebilir. Yoğurt yapmak, şehirlerin yakın köylerinde, ya da kente yakın kurulan mandıralarda, ya da küçük aile işletmelerinde toplanan sütlerin günlük olarak mahalle aralarında sıraya giren sakinlere satılmaya başlamasıyla artık marketler de bu işe el atmış, peynir ürünleri satan, mağaza açan firmalar, günlük süt satmaya başlamıştır. İlk önce AOÇ yoğurt yapmak isteyenlere günlük süt sunmuştur. Geleneksel yoğurt çalma, mayalama kültürü yeniden şehirlerde yer yer canlandırılmıştır. Yüz yüze ilişkilerle, komşuluk ilişkileriyle teşvik edilmesi, ailelerin sağlık ve sağlıklı besin konularındaki yüksek kaygılarının durmadan tüm mecralardan pekiştirilmesi bu pratikleri etkilemiştir. Yine mutfak programları kadar, sağlıkla ilgili gıdaları ve piyasadaki zararlı ya da yararsız ürünleri konu edinen, gıda endüstrisini değerlendiren eleştirel bakan tıp uzmanlarının TV kanallarında kamuoyu yaratmasıyla da pekişmiştir.

Sonuç

Bir ulusal mutfağı temsil eden yerel yemek kültürleri, toplumların hayat anlayışlarının, dünya görüşlerinin, toplumsal ilişkiler ve üretim tarzlarının ürünüdür ve toplumların gündelik yaşamlarının değişimini yansıtır. Son iki on yılda tek tipleşmeye, hızlı yemek endüstrilerine karşılık yerel, yöresel, tarihi kültürü savunmak, yeniden üretmek ve korumak, yeni çerçeveler, yaklaşımlar içinde sunmak, büyük ölçekli maddi ve söylemsel getirilerine odaklanmak çabası örgütlü biçimde yaygınlaşmaktadır.



KAYNAKÇA

- Bauman, Zygmunt (2017) *Akışkan Modernite*, Çev.: S. O. Çavuş, İstanbul: Can yayınları.
- Bell, Daniel (1975) *Cultural Contradictions of Capitalism*, New York: Basic Books.
- Eagleton, Terry (2006) *İdeoloji*, İstanbul: İletişim.
- Gürbilek, Nurdan (1992) *Vitrinde Yaşamak*, İstanbul: Metis.
- Lefebvre, Henry (2007) *Modern Dünyada Gündelik Hayat*, İstanbul: Metis.
- <http://yemek.com/nostajlik-yemek-programlari/> Erişim Tarihi:20.11.2017.
- http://www.jstor.org/stable/10.1525/gfc.2007.7.1.50?seq=1#page_scan_tab_contents, Erişim Tarihi: 20.09.2017.
- <http://cdn.yemek.com/mncrop/940/625/uploads/2016/09/burdur-sis-mis.jp>, Erişim Tarihi:18.11.2017.
- <http://yemek.com/burdur-yemekleri/sayfa/1>, Erişim Tarihi:20.11.2017.
- <http://halkgurmesi.com/burdur-sis-tadim-pide-ve-kebab-salonu/>, Erişim Tarihi:18.11.2017.
- <http://www.burdurkulturturizm.gov.tr/TR,70048/yore-mutfagi.html>, Erişim Tarihi:20.11.2017.
- <http://www.burdurkulturturizm.gov.tr/TR,158940/gazel-boregi.html>, Erişim Tarihi:15.11.2017.
- <http://www.trthaber.com/haber/yasam/dunyaca-unlu-sefler-konyada-bulusacak-334977.html>, Erişim Tarihi: 25.9.2017.
- <http://yemek.com/mugla-yemekleri/>, Erişim Tarihi:20.11.2017.
- <http://yemek.com/kirklareli-yemekleri/> Erişim Tarihi:10.11.2017.
- <http://www.tv.com/shows/category/food-and-cooking/> Erişim Tarihi:11.11.2017.
- <http://www.memleket.com.tr/dunyaca-unlu-sefler-konyada-bulusacak-1219249h.htm>, Erişim Tarihi: 08.11.2017.