



Journal of Anatolian Gastronomy Researches

Araştırma Makalesi – Research Article

Türk Mutfak Kültürü Ekseninde İletişim ve Yemeğin Toplumsal Fonksiyonları Communication and Social Functions of Food in the Axis of Turkish Culinary Culture

Nazlıcan GENÇTÜRK

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 07/04/2023

Kabul tarihi: 08/05/2023

Yayıntarihi: 18/06/2023

Anahtar Kelimeler:

ÖZET

İnsanların temel ihtiyaçlarından biri olan yemek yeme ile iletişim arasında yadsınmaz bir bağ bulunmaktadır. Yemeğin hemen hemen her kültürde kendine özgü yapılışı ve sunumunun bulunması yemeğin, kültürün nesilden nesile aktarılmasını sağlayan bir iletişim aracı olduğunu kanıtlamaktadır. Ayrıca yemeğin farklı kültürlerde bireylere biçilen toplumsal rolleri anlama açısından önemli bir role sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bunun yanı sıra özel günlerde tüketilen yiyeceklerin anlamı olmakla birlikte, kişilerarası iletişime ve toplumsal birleşmeye de katkı sağlamaktadırlar. Bu çalışmada Türk mutfak kültürü ekseninde yemek ve iletişim arasındaki ilişkiye değinilirken yemeğin toplumsal fonksiyonları da incelenmiştir.

ARTICLE INFO

Background:

Received: 07/04/2023

Accepted: 04/05/2023

Published: 18/06/2023

Keywords:

ABSTRACT

There is an undeniable link between eating and communication which is one of the basic needs of people. The fact that food has its own unique cooking and presentation in almost every culture proves that food is a communication tool that ensures the transfer of culture from generation to generation. In addition, we can say that food has an important role in understanding the social roles assigned to individuals in different cultures. In addition to this, the foods consumed on special occasions have a meaning, and they also contribute to interpersonal communication and social cohesion. In this study, while the relationship between food and communication in the axis of Turkish culinary culture is mentioned, the social functions of food are also examined.

Giriş

Yemek yeme ihtiyacı öncelikle fiziksel bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Biyolojik gereksinimlerin yanı sıra insana haz veren bir psikolojik yanı da olmakla birlikte kültürel bir yapıya da sahiptir (Abdurrezzak, 2014, s. 2). Yemek yeme, kültürel etkileşimler ile birlikte şekillenerek, insanlık tarihini biçimlendirmenin yanı sıra hayatın merkezinde yer almaktadır (Çaycı, 2019: 35). Her toplumda, bireylerin belirli yiyecek türlerine ve niteliklerine duygusal, ahlaki, dini ve sağlıkla ilgili anlamlar yüklemesi sebebiyle yiyecekler oldukça semboliktir (Ochs ve Shohet, 2006, s. 39).

Yiyecek hazırlama ve tüketim süreci, bireylerin aileleri ve arkadaşlarıyla bir araya gelerek sosyalleştiği etkinlikler olarak görülmektedir (Schmalz, Joyner, Duffy, Bricker ve Blomquist, 2020, s. 518). Yiyecekler ve tüketimleri biyolojik bir olay olmanın yanı sıra sosyo-kültürel bir konu olmaktadır (Beşirli, 2012: 179). Sosyal ilişkilerin oluşturulmasında ve devam ettirilmesinde kullanılan kültürel etkenlerden biri olan yemek hem bir gruba aidiyeti sağlamlaştırmaya hem de grupları birbirinden ayırmaya hizmet etmektedir (Mintz ve Du Bois, 2002, s. 109). Bu sebeple yemekler fiziksel bir ihtiyaç olmanın yanı sıra duygusal anlamlar da içermektedir. Bazı yiyecekler bireylerin güçlü duygular hissetmesine sebep olabilir. Bireylere geçmiş deneyimleri hatırlatabilir ve daha önceki zamanlarda yaşayan bireylerin benzer deneyimlere sahip olduğunu düşündürebilir. Bu sebeple yemeğin mekansal olarak bir araya getirmesinin yanında zamansal olarak da bir araya getirdiğine ulaşılabilir (Dalessio, 2021, s. 2-3).

Hemen hemen her toplum belli ritüeller ve merasimlerle zamanlarının bir bölümünü yemeğe ayırmaktadır. Bu sebeple yemek toplumsal bütünleşme ve dayanışma araçlarından biri olarak görülmektedir. Eğlenceler, sohbetler, misafir ağırlama, düğün, nişan, adak, bayram ritüelleri ve dinsel törenler yemek kültürüyle birlikte gelişerek toplumda bir iletişim ağının oluşmasını sağlamaktadır. (Sağır, 2016, s. 272). Her toplumda yeme içme eylemi aslında toplumsal etkileşim ve törenler için ortamlar hazırlamaktadır (Beşirli, 2012, s. 54). Bu sebeple, yiyecekleri de başka insanlarla sözel olmayan bir biçimde paylaşım yaptığımız bir iletişim biçimi olarak görebiliriz (Greene ve Cramer, 2011, s. 10). Çalışmada yemek ve iletişim arasındaki ilişki Türk kültürü kapsamında incelenecek olup yemeğin toplumsal fonksiyonlarına Türk kültürü ekseninde değinilmektedir.

Bir İletişim Aracı Olarak Yemek ve Yemek Kültürü

Yemek bireysel ve toplumsal yönleri olan kültürel bir unsurdur (Beşirli, 2010, s. 161). Geçmiş zamanlardan bu yana Türk mutfak kültüründe de olduğu gibi her millette toplumsal bir simge olan yemek; iletişim, sosyal statü, güç gibi etkenleri temsil etmesi sebebiyle önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple yemeği sembolik bir iletişim biçimi olarak nitelendirebiliriz. Toplumların yemek çeşitlerinden, yemeğin yapılışına, sunulmasına ve yenilen yemeklerin sırasına, güç ve statü ilişkisine kadar olan bütün etkenler insanlar ve toplumlar arasındaki en önemli iletişim araçlarıdır (Abdurrezzak, 2005, s. 14). Bu doğrultuda çoğu zaman başkalarıyla olan etkileşimlerimiz birlikte yemek yemeyi içermektedir (Herman, 2003, s. 873). Örneğin, Türk kültüründe çayın kişilerarası iletişime zemin hazırladığı bilinmektedir. Bununla ilgili yapılan bir çalışmada çay içme kültürünün iletişim ve kişilerarası iletişime katkı sağladığı, misafirlere öncelikle çayın ikram edildiği ve en çok tüketildiği mekanların kahvehaneler, çay ocakları ve kafeteryalar olması sebebiyle kişilerarasındaki sohbet ve iletişimdeki rolünün büyük olduğunu

vurgulanmaktadır. Ayrıca bireylerin çayı genellikle aile bireyleri ve arkadaşlarıyla birlikte içmekten hoşnut olduğu ve bu sebeple kişilerarası iletişime katkı sağlayan bir eylem olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak ise kişiler günlük yaşamlarında çayı iletişim kurmada önemli bir araç olarak görmektedirler (Çalışır, Türkal, Türten, Kütükoğlu ve Özarslan, 2019).

İletişim, yeme olaylarında dolaylı olarak gerçekleşir ve güç, farklılık, üstünlük ve kontrol vasıtasıyla gösterilmektedir. Yemek ortamlarında mesajlar sohbet yoluyla direkt iletilir (Goode, 2005, s. 176). Toplu yenen yemeklerde insanlar daha uzun iletişim kurmaktadır. Bunun sebebi ise doyma hissinin daha uzun bir zamana yayılması olarak bilinmektedir. Bunun yanı sıra fast food türü yiyecekler veya hızlı yenen yemekler ise iletişimin kısa ve sohbetin ise basit olmasına neden olmaktadır (Abdurrezzak, 2014, s. 8). Güler (2010), Türk mutfak kültürünü ve yeme alışkanlıklarını incelediği çalışmada toplu yemek yeme geleneğinden de bahsetmektedir. Toplu yemek yeme geleneğinin çok eskilere dayandığı ve insanların doğumdan ölüme kadar bütün süreçlerde bu geleneği devam ettirdiklerine değinmiştir. Yeni doğan bebek ziyaretinde loğusa şerbetinin yanında konuklara ayran, pilav veya pide ikram edildiği, Ramazan aylarında toplu iftar yemekleri yendiği ve düğünlerde de toplu yemeklerin yapıp yendiğine değinmiştir.

Ayrıca yemek geçmişten günümüze ritüellerde doğurganlığı, refahı, iyi bir evliliği ve ahireti garanti etmek için kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra devletin, kilisenin, şirketlerin, bir kişinin gücünü ve zenginliğini göstermek için kullanılmaktadır. Dini, ulusal ve etnik kimlikler yoğun bir şekilde gıda ile bağlantılıdır. Her grup kendini özel ve istisnai olarak görüp bunu yemeklerle göstermeye çalışmaktadır. Örneğin; Fransız kimliği beyaz ekmele ifade edilirken Güney İtalyanlar domates sosunu sahiplenmektedirler. Bu kimlik aynı zamanda negatif yönde de olabilmektedir. Örneğin; Müslümanlar ve Yahudiler domuz etini, Budistler ise sığır etini tüketmemektedirler (Civitello, 2008, s. 13-14). Bu sebeple yemek kültürü bir iletişim sistemidir ve her dönemde toplumun belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Orkun, 2009, s. 2).

Yemeğin Toplumsal Fonksiyonları

Statü Simgesi

Yiyecekler belirli sosyal statüler ile sık sık ilişkilendirilip ona göre seçilmektedir. Bu kapsamda cinsiyet önemli derecede dikkat çekmektedir (Goode, 2005, s. 173). Yiyeceklerin toplumsal cinsiyet kapsamında incelendiğinde güçlü olarak kabul edilen yiyeceklerin erkeği, zayıf olarak kabul edilenlerin ise kadını temsil ettiğini görülmektedir. Örneğin; et ve et ürünleri erkeği, sebze ve meyve ürünleri ise kadını temsil etmesi gibi bir simgesellik ön plandadır (Beşirli, 2017, s. 38). Genellikle sağlıklı veya daha küçük porsiyonlarda sunulan yiyecekler, bireylerde daha kadınsı olarak görülmele birlikte sağlıksız veya daha büyük porsiyonlarda sunulan yiyecekler ise daha erkeksi görülmektedir (Vartanian, Herman ve Polivy, 2007, s. 265).

Yemek ve güç ilişkisi düşünüldüğünde güç temelli farklılaşmanın en çok yemeğin paylaşımı ve tüketimi konusunda olduğu gözlenmektedir. Grup üyelerinin besin temini sürecinde yerine getirdikleri roller ve grup içindeki statüleri paylaşımında önemli bir rol oynamaktadır (Beşirli, 2010, s. 162). Toplumların veya bireylerin ekonomik durumları yemek tercihlerini ve yemek yeme düzenlerini de etkilemektedir (Yalçın, 2014, s. 178). Yiyeceklerin toplumsal ayrımları simgelemek için önemli rol oynadığı bilinmektedir. Bazı

belirli gıdalar yüksek bir sosyal sınıfı ifade ederken bazı belirli gıdalar ise düşük bir sosyal sınıf konumunu ve yoksulluğu ifade etmektedir. (Çaycı, 2019, s. 100).

Bu kapsamda toplumlarda tüketilen yiyeceğin niteliği ve tüketim miktarına göre güç temelli farklılık oluşmaktadır. Tüketilen meyve ve sebzelerin tazeliği veya organiklik durumu ön plana çıkmakla birlikte bu farklılaşma yemek tarzına da yansımaktadır. Yemek yeme tarzı farklı toplumsal kesimleri yansıtırken yemek adabı denilen kuralları da oluşturmaktadır (Beşirli, 2017, s. 151). Örneğin; yüzyıllar boyunca Doğu'da ve daha sonra Batı'da, sadece seçkin kişilerin tüketebildiği şeker, Osmanlı döneminde de sadece sarayın ve seçkinlerin tüketebildiği bir ürün olarak bilinmektedir. Halk ise tatlı yiyecekleri sadece bayram, düğün, sünnet gibi özel günlerde tüketebiliyordu. (Samancı, 2013, s. 41). Aynı şekilde pilav, Hindistan ve Bangladeş'te tüm sosyo-ekonomik statü seviyelerine sahip aileler tarafından tüketilirken; pilavın hazırlanmasında kullanılan yağ türünde farklılıklar bulunmaktadır. Zengin aileler saf yağ kullanırken, yoksul aileler hindistan cevizi sütü kullanmaktadırlar. Ayrıca Orta Çağ İngiltere'sinde köylüler yaşamını peynir, ekme ve diğer ucuz ürünlerle sürdürürken, soylular 30 farklı çeşit yiyecek çeşidi bulunan sofralarda, ziyafetlerde yer almaktaydılar (Fieldhouse, 1995, s. 79-81).

Yemekte sunulan yiyecekler kişiye statü kazandıran unsurlardan biridir. Egzotik ve pahalı yiyecekler genellikle yüksek statüyü göstermektedir (Çaycı, 2019, s. 102). Ayrıca yemek kimliğinin bir parçası olarak statü ve sosyo-ekonomik seviyeler; gurme yiyecekler, lüks restoranlar, mutfakları yücelten medya yayınları aracılığı ile sosyal belirteçlerden biri olmuştur (Montanari, 2006, s. 94).

Dostluk, Arkadaşlık ve İletişim

Türk kültüründe misafirperverlik toplum tarafından önem verilen temel değerlerden biridir. Misafirin rahat edebilmesi için uğraşılır, misafire karşılık beklenmeden ikramlarda bulunulur, hizmetler edilir (Toprak, 2019, s. 76). Bir toplum üyesi olarak bireylerin sosyalleşmesi için kültürel bir alan olan yemek zamanları uygun bir ortam oluşturmaktadır (Ochs ve Shohet, 2006, s. 35). Türk kültüründe misafirperverlik ve sofraya açmak arasındaki ilişkiyi Toprak (2019), Samsun ilini baz alarak incelemiştir. Misafirlere açılan sofrada bulunulan yörenin en güzel yemeklerine yer verildiğine değinmektedir. Ayrıca kurban bayramı, hıdrellez, düğün, asker uğurlama gibi sosyal etkinliklerde insanların sofraya açarak en güzel yemekleri sunduklarına ulaşılmıştır.

Yemek, yaşam sevincinin ve eğlenme isteğinin zevk alma tutkusuyla en üst seviyeye ulaştığı toplumsal bir pratiktir (Sağır, 2016, s. 17). Abdurrezzak (2014), yemeğin sosyo-kültürel işlevi, yemek ve güç arasındaki ilişki, yemeğin kültürel bağlamda incelenerek halk edebiyatı türündeki şiirlere yansımaları, yemek ve mizah ilişkisi ve son olarak ise modern yaşamla birlikte gerçekleşen değişimlerin yemek yeme kültürü üzerindeki etkilerini incelenmiştir. Toplumların yemek çeşitlerinden yemek yeme alışkanlıklarına, yemeğin sunulduğu şekilden yenilen yemeğin sırasına kadar birçok sosyokültürel etkenler yemek ile insanlar arasındaki iletişim aracı olarak görülmektedir.

Yemek zamanları bireylerin sadece beslenme ve yeme faaliyetleri için değil aynı zamanda sosyal düzeni güçlendiren ilişkiler kurmak için de evrensel durumlar oluşturmaktadır. Ayrıca yemek zamanları, bu olayları karakterize eden iletişimsel uygulamalar yoluyla bilginin ve ahlaki perspektiflerin sosyal inşasını kolaylaştırmaktadır (Ochs ve Shohet, 2006, s. 36). Ertürk'e göre (2018, s. 1219) bireylerin dışarıda yemek

yemeyi tercih etmesinde aileyle ve arkadaşlarla birlikte olmak, değişik bir ortamda olma isteği, kişisel özel gün kutlaması, sosyalleşmek, eğlenmek gibi etkenler yer almaktadır. Bireylere neden dışarıda yemek yedikleri sorulduğunda alınan cevap çoğunlukla sosyalleşmek istedikleri için tercih ettikleridir. Bu sebeple insanlar çoğunlukla dışarıda arkadaşlarıyla birlikte sohbet ederek yemek yemeği tercih etmektedirler (Warde ve Martens, 2003, s. 204). Dışarıda yemek yeme eylemi ise sadece boş bir zaman aktivitesi olarak değil aynı zamanda bir tür kültürel ayırım ve mutfak mirası ile ilişkilendirilen bir ifadedir (Becuç ve Lurbe i Puerto, 2017, s. 3).

Sağır (2013), Safranbolu'da gün algısını ve sosyalleşmeyi incelerken bireylerin genellikle yaşlılık zamanlarına denk gelen emeklilik dönemiyle birlikte zamanlarının genişlemesi ve toplumsal rol kaybıyla birlikte yeni sosyalleşme alanları aradıklarını belirtmektedir. Bu sosyalleşme alanlarından birisinin de gün algısı (altın günü, para günü, akşam toplantıları, dini sohbet günleri, kahve günü vs.) olmakla birlikte bireyler, bu sayede rol kaybından çıkıp çevreyle iletişim kurarak hem maddi ve manevi kazanç sağlamakta hem de eğlenceli vakit geçirmektedirler. Günlerde genellikle yapılan yemeklerin cevizli çörek, karpuz, tatlı olduğu karpuzun olmadığı zaman ise lokma tatlısı ve şekerli cevizli lokumun sunulduğuna ulaşılmıştır. Ayrıca gün kavramının insanları bir araya getirme, kadınlara farklı bir toplumsal rol sağlayarak birbirleriyle etkileşim kurarak sosyalleşme kavramı içerisinde ele alınabileceğinden bahsedilmektedir.

Kahve içmenin ise statünün psikolojik olarak yükselmesini sağladığı düşünülmektedir. Değer verilen misafir olma, güzel ağırlanma ve önemli konular konuşma gibi durumlarda genellikle kahve tercih edilmektedir (Abdurrezzak, 2014, s. 7). Türk kültüründe misafirperverlik ve sosyallik simgelerinden biri olan kahve içme ile ilgili Ulusoy'un (2011) yaptığı çalışmada Türk toplumundaki kahve ve sohbet ilişkisine, eskiden kahvehanelerde insanların edebiyat veya toplumsal meseleler konuşmak için toplandıklarına değinmektedir. Sonuç olarak ise kahvenin günümüzde sohbet etmek amacıyla misafirlere ikram edildiğine ve günümüzde hala sohbet amacıyla kahvehanelerde buluşulduğuna ulaşılmıştır. Türk toplumunda kahve içme kültürü geleneksel yeme içme kültürünün önemli bir parçası olmakla birlikte arkadaşlar arasında veya akrabalar ile toplanmanın önemli bir aracıdır (Nar, 2014, s. 516).

Aynı zamanda İstanbul kahvehanelerinin halk edebiyatında özellikle sözlü kültür alanının gelişmesine katkı sağlayan bir ortam oluşturduğu bilinmektedir. Beyazıt'ta bulunan Küllük Kahvesi ise Reşat Nuri Güntekin, Yahya Kemal Beyatlı, Necip Fazıl Kısakürek, Tarık Buğra, Peyami Safa, Cahit Sıtkı Tarancı gibi Türk edebiyatında oldukça önemli bir yere sahip olan şair ve yazarların yetişmesinde ve bir araya gelerek sohbet edip, edebiyat konuşmasında önemli bir paya sahiptir (Yıldız, 2015, s. 96-103). Ayrıca kahve falı sosyalleşme ve toplumsal ağ oluşturma bakımından özellikle kadınlar tarafından tercih edilmektedir. Genellikle aynı sosyal ortam içindeki bireyler belirli bir samimiyeti paylaşmakta ve birbirlerinin fallarına bakmaktadırlar (Alagözlü, 2007, s. 7). Özellikle kahve içme kültüründe "40 yıl hatırı vardır" inancı, kahveden sonra fal ortamlarını da sohbetli ve eğlenceli bir ortama dönüştürmektedir (Soydaş ve Yazıcı, 2018, s. 126).

Ziyafet ve Özel Günlerde Eğlence ve İletişim Aracı

Ziyafetler, gündelik yemek yeme pratiğinden farklı olarak; yemeğin birçok kişi ile beraber paylaşılmasıdır. Ziyafet sofrasında sunulan yemeklerin fazlalığı, çeşitliliği,

hazırlanışı ve yemeğin sunuluşu ile tüketilişi, normal öğünlerden çok daha farklı ve karmaşık bir pratiğe denk düşmektedir (Boyalı, 2019, s. 11). Ziyafetler; cenaze, evlilik, savaş sonrası kutlama, şifalı bayramlar, hasat bayramları gibi belirli kültürel içerikler ve dini bayramlar, topluluk kutlamaları, dayanışma bayramları, ekonomik şenlikler gibi sosyal ve ekonomik işlevler altında toplanabilir. Ayrıca ziyafetler, tarih öncesi topluluklarda da sosyal statüsü yüksek kişiler tarafından kendi statülerini korumak amacıyla kullanılmıştır. Bunun yanı sıra ziyafetlerin politik kaygı gütmeyen topluluklar üzerinde birleştirici özelliği bulunan sosyal bir uygulama olduğu da bilinmektedir (Erden ve Temür, 2019, s. 179-184)

Kutlama yemekleri, düğün, doğum günü, cenaze gibi özel günlerde ve törenlerde insanlar çeşitli duygularını paylaşmak için bir araya geldikleri sırada ortama uygun yiyecek ve içecekler servis edilmektedir. Bu sayede yiyecekler, insanlar arasında iletişim kurma açısından köprü vazifesi görmektedir (Çaycı, 2019, s. 103). Bu kapsamda bayramları ele alacak olursak bayramlar ve bayramlarda uygulanan ritüeller ve bayramlarla bütünleşen yemekler önem kazanmaktadır. Toplumlar, bayramları herkesi etkileyen olaylar, durumlar, düşünceler ve eylemlere bağlı biçimde yaratmaktadır. Zamanla sürekli hale gelerek gelenek halini almıştır. Bayram sofraları kutlama sofraları içinde en dikkat çekici olanı olarak bilinmektedir. Bayram ve festival sofralarının başka bir özelliği ise kültürlerarası yakınlaşma ve iletişimi güçlendirmeleridir. Bu gibi özel günlerde yenen yemekler ve kurulan sofralar din, dil, ırk ve cinsiyet ayırt etmeden herkes tarafından kutlanmaktadır. Günümüzde oldukça zengin bir kahvaltı menüsüyle hazırlanan bayram sofraları özellikle Türk Mutfağının en önemli yemekleriyle donatılmaktadır. Yöreden yöreye farklılık göstermekle birlikte, çorba, yaprak sarması, su böreği, komposto, baklava gibi geleneksel Türk yemekleri ve tatlıları tercih edilmektedir. Eğer kutlanan Kurban Bayramı ise kurban etinden yapılan kavurmayla kahvaltı yapılmaktadır. (Türkyılmaz, 2016, s. 31-36).

Birçok dinde yemek, toplumsal birleşmenin önemli faktörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Aynı inanca sahip insanlar cenaze törenlerinde birlikte yemek yemenin yanı sıra genellikle belirli yiyecekler tüketmektedir (Çaycı, 2019, s. 40-41). Sağır'a göre (2016) ölüm ve yemek arasındaki ilişkiye bakıldığında ise cenaze törenlerinden sonra yemek verilmesi dikkat çekmesi gereken bir pratiktir. İslam dininin etkisiyle sevabının ölü ruhuna gittiği düşünülerek fakirlere ikram edilen yemekler ve mevlit geleneğiyle helva, şeker gibi yiyeceklerin dağıtıldığı görülmektedir. Bu sayede yemeğin toplumsal bir işlev kazanarak insanlar arasındaki dayanışmayı ve birlikteliği arttırdığı bilinmektedir. Bu sebeple yemek sosyal ağı bir arada tutan temel bir araç olarak görülmektedir.

Türk kültüründe düğünlerde ve sünnet düğününde yemek verilmesi ayrı bir önem taşımaktadır. Eski zamanlarda, düğün sahibi evine gelen konuklara yemek ikram ederken, günümüzde yemekli düğünler tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra, Ramazan ayında toplu olarak iftar yemeği verilmesi, hacca giden kişilerin yakınlarına yemek vermesi veya mevlit okutması şehir ve kırsal kesimde günümüzde hala uygulanan gelenekler arasında yer almaktadır (Özyılmaz, Aluclu ve Akın, 2014, s. 149). Özel günlerde düzenlenen yemek etkinlikleri ve bu organizasyonların asıl amacı iletişimle ilgilidir (Beşirli, 2017, s. 214). Özel günlerde verilen yemek, birlik ve beraberlik açısından bir mesaj niteliği taşımaktadır (Sezgin ve Onur, 2017, s. 206). Bu gibi zamanlarda pek çok insan belirli yemekler yiyerek grup kimliğini doğrular ve geleneklerini de yaşatmaya

devam eder (Stoeltje, 2005, s. 162). Türk toplumu özel günlerde özellikle tatlıya yer vermektedir. Özel gün tatlıları; aşure, baklava, çikolata, güllaç, helva, hoşmerim, lokma, lokum, pasta, zerde olarak belirlenmiştir (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017, s. 26).

Bir yiyecek tek başına yemeğin tamamını oluşturmamaktadır. Her yemek, yemeği tüketen kişiye bir mesaj vermektedir (Watz, 2008, s. 96). Bununla birlikte yemek ikramı bir dostluk göstergesi olarak bilinmektedir. İnsanlar genellikle tatlı yiyecekler hediye ederek, hediyenin verildiği kişiye olan sevgi, ilgi ve sempatilerini göstermektedirler (Çaycı, 2019, s. 104).

Sonuç

Yemek yeme sadece biyolojik bir aktivite değil aynı zamanda kültürel aktarımı sağlayan bir eylemdir. Geçmişte ve günümüzde toplumların yemek yeme tercihlerini, yemek yeme alışkanlıklarını, ritüellerini ve yemek kültürünü toplumların yaşadığı bölgenin coğrafi ve politik konumu belirlemekle birlikte dini tercihlerinin de etkisi bulunmaktadır. Yemeğin çoğunlukla dini açıdan getirilen sınırlamalarda önemli bir rol edindiğine ve bu gibi sınırlamaların bireyleri kendini bir topluma ait hissetmesine olanak sağladığına ulaşılmıştır.

Ayrıca yemeğin bireylerin günlük ihtiyaçları gereği tüketilmesinin yanında sembolik bir anlamı da bulunmaktadır. Çaycı'ya göre (2019) bu sembollerden biri yemek ikramının dostluk göstergesi olabileceğiyken, Warde ve Martens'a göre (2003) dışarıda yemek yeme eylemi sosyalleşme istediğinin bir sembolüdür. Öte yandan Beşirli (2017) et ve et ürünlerinin erkeği, sebze ve meyve ürünlerinin ise kadını temsil ettiğinden ve tüketilen meyve ve sebzelerin tazeliği veya organikliğinin de bireylerin veya toplumların sosyal sınıflarını belirlediğinden bahsetmektedir.

Ziyafetlerde ve cenaze, düğün ve bu gibi özel günlerde yemek verilmesinin sosyal statüye katkı sağlamasının yanında bu gibi etkinliklerde yoksul kişilere de yemek dağıtılarak toplumsal yardımlaşma ve dayanışmanın da sağlandığından söz edebiliriz. Ayrıca Türk kültüründe yaygın bir şekilde rastlanan çay ocaklarının ve kahvehanelerin kişilerarası iletişime katkıda bulunduğu ve kahvehanelerde eski dönemlerden beri güncel konuların yanı sıra edebiyattan da bahsedildiği ortaya konulmuştur.

Sonuç olarak yemeğin, toplumsal kültürün nesilden nesile aktarılmasında büyük bir rolü olduğu bilinmektedir. Halk arasında söylenen "Bir kahvenin kırk yıl hatırı vardır." veya "Tatlı yiyelim tatlı konuşalım." gibi söylemler de bu durumu kanıtlar niteliktedir. Yemek kültürünün sürdürülebilirliği ile bu kültürü gelecek nesillere de aktarmak mümkün olacaktır. Böylelikle yemeğin sahip olduğumuz en güçlü sosyal bağlardan biri olduğunu söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

Abdurrezzak, A. O. (2005). Sosyo-kültürel bağlamda yemek ve iletişim, *Milli Folklor*, 9(67), 1-16.

Abdurrezzak, A. O. (2014). İşlevsel teori bağlamında yemek kültürünün iletişimsel yönü. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 1-16.

Alagöz, N. (2007). Bir söylem türü olarak kahve falına yönelik bir inceleme: kahve falı ve ideoloji. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 1-22.

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87). 159-169.

Beşirli, H. (2017). *Yemek sosyolojisi* (2. Baskı), Ankara: Phoenix Yayınevi.

Becu, A. G. & Lurbe i Puerto, K. (2017). Introduction. food history and identity: food and eating practices as elements of cultural heritage, identity and social creativity. *International Review of Social Research*, 7 (1), 1-4.

Boyalı, A. (2019). Açıl sofraya açıl! Değişen şölen alışkanlıkları üzerine (Özel Sayı). *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 4, 9-34.

Ceyhan Sezgin, A. & Onur, M. (2017). Kültür mirası düğün yemeklerinin gastronomi turizmi açısından incelenmesi: Erzincan İli Örneği. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 203-214.

Civitello, L. (2008). *Cuisine and culture a history of food and culture* (2. Baskı), New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Çalışır, G., Türkal, İ., Türten, B., Kütükoğlu, E. & Özarslan, E. (2019). Çay içme kültürünün kişilerarası iletişime katkısı. *Mavi Atlas*, 7(2), 54-87.

Çaycı, A. E. (2019). *Küreselleşen yemek kültürünün dönüşümünde sosyal medyanın rolü: instagram gurmeleri*. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Dalessio, W. (2012). Are we what we eat? Food and identity in late twentieth-century american ethnic literature. New York: Cambria Press.

Ertürk, M. (2018). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenleri. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (3), 1203-1224.

Erden, A. & Temür, B. (2019). Ziyafet ritüelinin toplumsal konum kazanımındaki etkisi üzerine bir değerlendirme. Çiğdem Atakuman (Ed.), *Arkeoloji'de Ritüel ve Toplum Tematik Arkeoloji Serisi 5* içinde (ss.177-190). İstanbul: Ege Üniversitesi.

Fieldhouse, P. (1995). *Food and nutrition. Customs and culture*. Dordrecht: Springer-Science+Business Media Dordrecht.

Goode, J. (2005), "Yemek", Çev. F. Mormenekşe, *Milli Folklor*, 17(67), 172- 177.

Greene, C. P. & Cramer, J. M. (2011). Beyond mere sustenance: Food as communication/communication as food. J. M. Cramer, C. P. Greene ve L. M. Walters (Eds.), *Food as communication, communication as food* içinde (4-19. Ss.). New York: Peter Lang Publishing.

Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30.

Herman, C. P., Roth, D. A. & Polivy, J. (2003). Effects of the presence of others on food intake: a normative interpretation. *Psychological Bulletin*, 129(6), 873-886.

MINTZ, W. S. & Du Bois, M. C. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99-119.

- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Nar, M. Ş. (2014). Psiko-antropolojik bir olgu olarak fal üzerine nitel bir araştırma. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 54 (1), 507-524.
- Ochs, E. & Shohet, M. (2006). The cultural structuring of mealtime socialization. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 111, 35-49.
- Orkun, N. D. (2009). *Küreselleşmenin değiştirdiği yemek kültürü: İstanbul Beyoğlu*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Özyılmaz, H., Aluclu, İ. & Akın, C. T. (2014). Mutfak kültürünün geleneksel diyarbakır evlerine sosyal ve mekansal yansımaları. *Millî Folklor*, 26 (102), 138-153.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak tokat mutfağı. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 2675-2695,
- Sağır, A. (2016). Ölüm sosyolojisi bağlamında yemek, cenaze ve ölümün sofraya pratikleri üzerine. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20 (1), 271-298.
- Samancı, Ö. (2013). Alafranga tatlıcılık ve pastane kültürü. *National Geographic Traveler*, Eylül: 41-45.
- Schmalz, D. L., Joyner, L., Duffy, L. N., Bricker, K. S. & Blomquist, K. K. (2020). The cycle of food socialization: leisure as resistance. *Annals of Leisure Research*, 23(4), 510-529.
- Sevimli, Y. & Sönmezdağ, A. (2017). Özel gün tatlıları: kültür turizmi açısından önemi, *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 1 (2), 18-28.
- Soydaş, N. & Yazıcı, T. (2018). Eğlence/boş zaman aktivitesi olarak kahve falı iletişimi: kahve bahane, uygulama şahane, 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme, 2018,124-134
- Stoeltje, J. B. (2005). Festival. çev: Petek Ersoy. *Milli Folklor*, 9 (67), 160-169.
- Toprak, A. (2019). Türk kültüründe misafirperverlik ve sofraya açmak/ sofraya çekmek (Samsun Örneği). *Mecmua Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 74-81.
- Türkyılmaz, D. (2016). Eğlencenin tadı: türk ve macar kültürlerinde bayram ve festival yemekleri, *Tatların benzer dünyası: türk-macar ortak yemek kültürü içinde* (31-37). Hoppál, M., Oğuz, M. Ö. ve Ölçer Özünel, E., Ankara: UNESCO Türkiye Millî Komisyonu Yayınları.
- Ulusoy, K. (2011). Türk toplum hayatında yaşatılan kahve ve kahvehane kültürü. *Milli Folklor*, 23(89), 159-169.
- Vartanian, L. R., Herman, C. P., & Polivy, J. (2007). Consumption stereotypes and impression management: How you are what you eat. *Appetite*, 48(3), 265-277.
- Yalçın, M. (2014). Yemek yeme mekanlarının oluşum sürecinde sosyo-kültürel ve fiziksel belirleyiciler. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1 (12), 173-191.
- Yıldız, M. A. (2015). Beyazıt'ta bir kültür ortamı: küllük kahvesi. *Mavi Atlas*, 4, 96-107.
- Warde, A. & Martens, L. (2003). *Eating out social differentiation, consumption and pleasure* (2. Baskı). Cambridge: Cambridge University Press.

Watz, B. (2008). The entirety of the meal: a designer's perspective. *Journal of Foodservice*, 19, 96–104.