
İlkay Kanık
GASTRO GÖSTERİ
AYRINTI

Beyaz Kitaplar Dizisi
Ayrıntı Yayınları



İLKAY KANIK: Beykent Üniversitesi Medya ve İletişim Sistemleri Bölümü öğretim üyesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nün kurucu öğretim üyesidir. Aynı üniversitede, lisans ve yüksek lisans programlarında gastronomi ve iletişim alanında dersler vermektedir. Yıldız Teknik Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Bölümü'nün kuruluş aşamasında beş yıl medya, iletişim, tüketim toplumu ve sinema dersleri vermiştir. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü›nü bitiren İlkay Kanık, Marmara Üniversitesi-Orta Doğu Araştırmaları Enstitüsü-Ortadoğu Sosyoloji ve Antropolojisi Bölümü'nden yüksek lisans, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Radyo, Televizyon, Sinema Bölümü'nden, "Seyirlik Yemek: Moderniteden Postmoderniteye Yemeğin Sinematografisi" tezi ile doktora derecesi almıştır. Daha sonra TÜBİTAK bursu ile 2013 ve 2014 yılları arasında New York The New School'da, Food Studies Bölümü›nde doktora sonrası akademik çalışma yaptı; Prof. Fabio Paresecoli denetiminde Amerika, İtalya, Türkiye ve Hindistan'ın gastronomik kültürel miraslarını ve görsel yemek kültürlerini filmler üzerinden karşılaştırarak inceledi. Aynı zamanda, New York University Tisch Center for Hospitality, Tourism, and Sports Bölümü'nde Restoran Yönetimi üzerine sertifika dereceleri aldı. New York'ta ICE Institute of Culinary Education'da, Yemek ve Medya (Food Media) konulu programa katıldı. New York'ta The Food Film Festivalinde çalıştı. Kanık, *Metro Gastro* Dergisi'nde görsel yemek kültürü üzerine, *Mutfak ve Yaşam* dergisinde restoran yönetimi ve pazarlama iletişimi üzerine, *Folklor-Edebiyat*, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* dergilerinde ise yemek kültürü ve medya konuları üzerine makaleler yayınlamıştır. The International Visual Sociology Association (IVSA), USA National Restaurant Association üyesidir. Gazete ve dergilerin reklam ve haber bölümlerinde ve Borusan'da elektronik ticaret bölümünde çalıştı. Beyoğlu'ndaki Üçüncü Mevkii lokantasında aşçı olarak çalıştı. "Yeşilçam'ın Mezesi Meyhane", *Meze Gastronomisi*, Overteam Yayınları; "Seyredilen Açlık", *Açlık*, Metro Kültür Yayınları; "Arı", "Bal'ın Modern Mit ve Temsilleri", *Ballı Yazılar*, Metro Kültür Yayınları, *To Eat or Not To Eat Meat*, Rowman & Littlefield yayınları kitaplarına bölümler yazdı. Kanık'ın *Gastro Sinema* kitabı Alfa yayınlarından 2018 yılında, *Gastro Endişe* kitabı 2019 yılında yayınlanmıştır.

Gastro Gösteri

Popüler Kültür Ürünlerinde Yemeğin Kültürel Gösterisi

İlkay Kanık

Ayrıntı: 1020
Beyaz Kitaplar: 15

Gastro Gösteri
Popüler Kültür Ürünlerinde Yemeğin Kültürel Gösterisi
İlkay Kanık

Son Okuma
Hakan İsmail Şiriner

© İlkay Kanık, 2016

Bu kitabın tüm yayın hakları
Ayrıntı Yayınları'na aittir.

Kapak Fotoğrafı
Lauri Patterson / Et / Getty Images Turkey

Kapak Tasarımı
Gökçe Alper

Dizgi
Esin Tapan Yetiş

Baskı
Ali Laçin - Barış Matbaa-Mücellit
Davutpaşa Cad. Güven San. Sit. C Blok No. 286
Topkapı/Zeytinburnu - İstanbul - Tel. 0212 567 11 00
Sertifika No: 33160

Birinci Basım: *Ekim 2016*
İkinci Basım: *Ekim 2019*
Baskı Adedi *2000*

ISBN 978-975-539-989-8
Sertifika No.: 10704

AYRINTI YAYINLARI
Basım Dağıtım San. ve Tic. A.Ş.
Hobyar Mah. Cemal Nadir Sok. No.:3 Cağaloğlu – İstanbul
Tel.: (0212) 512 15 00 Faks: (0212) 512 15 11
www.ayrintiyayinlari.com.tr & info@ayrintiyayinlari.com.tr

twitter.com/ayrintiyayinevi facebook.com/ayrintiyayinevi instagram.com/ayrintiyayinlari

Gastro Gösteri

Popüler Kültür Ürünlerinde Yemeğin Kültürel Gösterisi

İlkay Kanık

BEYAZ KİTAPLAR DİZİSİ

KAVUNLU NATÜRMORT
Ahmet Sipahioğlu

N/HAYIR!/AFORİZMALAR
Stanislaw J.

DÜNYANIN İLK İNSANLARI HANSEL VE GRETEL'Dİ
Niels Vogel

GÖĞÜ DELEN ADAM SAMOA'YI ANLATIYOR
Erich Scheurmann

OZMOS KRONOS
Adam Şenel

MUTSUZLUK KILAVUZU
Paul Watzlawick

KADINLAR İÇİN ÇUVALLAMA KILAVUZU
13 ÖNERİ
Luisa Francia

İYİDEKİ KÖTÜ
YA DA HEKATEVARİ ÇÖZÜMLER
Paul Watzlawick

BİR TÜRK FİLMİ OLARAK KANSER
Kanserle İletişim
Prof. Dr. Ahmet Erözenci

KÖMÜRKİRCHEN
"Kömür Yalnız Kara Değil"
Yaşar Miraç

ANNE BAK KRAL ÇIPLAK
Kuralsızlığın Kuralları
Melih Pekdemir

İçindekiler

— Giriş 9

Birinci Bölüm
Gastro Gösteriler ile Türkiye Tarihinin
Sosyolojik ve Sembolik Analizi

Osmanlı'dan Cumhuriyete Geçiş: Yemek Kitapları ve
Modernleşme 19
1940'lar ve 1950'lerde, Türkiye'de Yemek Kültürünün
Değişiminde Amerika Etkisi: Aile Dergisi 29
Gösteri Başlıyor... Seksenler ve Sonrası, "Issız"
Yuppie Alper 42
İki Binler ve Tarihin Yeni Performans Gösterileri:
Osmanlı Yemekleri 57

İkinci Bölüm
Gastro Kültürel Ürünlerin Gösterileri

"Arı" ve "Bal"ın Modern Mit ve Temsilleri 67
Yemek ve Semboller: Biftek, Patates 80
Ağrı Dağı Efsanesi: Roman ve Yemek 93
Seyredilen Açlık 102
Amerika'nın Yemek İkonu, Sosyal Medya ve
Mutfak Feminizmi 111
Karga Yumurtası, Pizza ve Sınıf Analizi 123
"Göç Çocuğu" Fatih Akın Sinemasında Yemek 131
Pişirilen Sanat 149

Giriş

Yemek yeme eylemi, duyusal ve kültürel etkileşimlerle, insanın hayatta kalmak için yapmak zorunda olduğu bir faaliyet olarak insanlık tarihini biçimlendirecek şekilde hayatın merkezine farklı formlarla taşınmıştır. Görmek, koklamak, dokunmak, tatmak, duymak, yeme eyleminin duyusal aşamalarının hissedilmesini sağlarken bedensel hazzın da bu duyusal aşamalara eşlik etmesi ile fizyolojik sindirim gerçekleşmektedir. Kültürün aracılığı sayesinde, insanların beraber yaşamasını sağlayan toplumsal sindirimin gerçekleşmesi için ise, yenilene atfedilen düşünsel anlamlar devreye girmiştir. İnsan soyunun devamında, hayatta kalmayı sağlayan zorunlulukların hep ekin; yani kültür ile biçimlendiği ve böylece

varlığını sürdürdüğünü görürüz. Yemek yeme eylemi; yenilecek ürünün üretiminden hazırlanmasına, pazarlanmasından tüketimine kadar, haz alınacak, hayata anlam katacak şekilde, tarih boyunca her coğrafyada, o coğrafyanın koşullarına özgü anlamları ekmiş ve kültürler oluşturmuştur. Zaman içerisinde, insanlık tarihinin sosyal, ekonomik ve siyasi değişimi ile birlikte, beslenme biçimlerimizin kodları; yani kültür de değişmiştir. Kitlesel besin üretimlerinin ve tüketimlerinin yaşandığı günümüzde, gastro-ekonomi, tüketilenin popüler kültürel boyutunun niteliğini ve niceliğini biçimlendirir. Kitlesel olarak öğretilen gastro ihtiyaçlarımız ve bu ihtiyaçlarımızı gidererek elde ettiğimiz hazlarımız, kültürel ürünleri üretenler tarafından belirlenmektedir. Yeme-içme ritüelleri toplumları biçimlendirirken popüler yazınsal ve görsel kültür ile etkileşimi neticesinde içeriğini zenginleştirmiş, aynı zamanda çekici, tüketimi eğlenceli, yeni ürünlerin ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Bu eğlenceli ürünlerin genel olarak misyonu ise, yeni yeme-içme seçeneklerini ürünleri tüketecek kitleye öğretmedir. Bilgi ve eğlence kavramlarının birleşiminden oluşmuş eğitlence, bu durumu açıklayan bir kavramdır.[1] Eğlence ve gösterinin içine giren eğitim, yeni bilgilendirme kaynağı olarak ortaya çıkar. Guy Debord, *Gösteri Toplumu* kavramını kuramlaştırırken eğlenceli olmanın başarıyı getirdiğine vurgu yapar. Gösterinin "nesnelleşmiş bir dünya görüntüsü" ürettiğinden bahseder. Debord, *gösteri*nin, sistemin kabulünde, varlığının sürdürülmesinde ve meşrulaştırılmasında etkin bir işlevi olduğunu vurgular. "Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür." diyerek bu edilgen kabullenişi vurgular.[2] Beslenme ihtiyacının, gastro gösteri içinde sunumu da bu ihtiyacın öznesinin nesnelleştirilerek eğlenceli bir form kazanması ile biçimlenmiştir. İnsanın tarih boyunca hayata anlam katması ve bu anlamı paylaşması ile kültür biçimlenirken, kültürün üretti-

1. Douglas Kellner, *Medya Gösterisi*, Çev. Zeynep S. Doğruer, Açılım Kitapları, 2010, İstanbul, s. 25-26.
2. Guy Debord, *Gösteri Toplumu*, Çev. A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, 1996, İstanbul, s. 14-16.

ği anlamların paylaşımının etki ettiği alan da, dönemsel olarak iletişim olanaklarının belirlediği alanla şekillenmiş ve sınırlanmıştır.

Kitle iletişim araçlarının gelişimi ve bütün dünyada ekonomik ilişkilerin ülke sınırlarını aşan faaliyetlerinin artması ile bu faaliyetleri yaygınlaştırma işlevini üstlenen popüler kültür de hızla yayılmaya, başka kültürler ile etkileşim içinde yeni melez popüler kültürler üretmeye başladı. Özellikle iletişim kanallarını kullanma fırsatını en çok yakalayan ve kültür endüstrisinin içinde 'bilinçli' bir üretimle toplumsal yapıyı biçimlendirenler, aynı zamanda küresel bir hâkimiyet gözeterek etki alanını yaygınlaştırdıkları popüler kültürü üretenlerdi. Bütün dünyada hızla yayılan popüler kültürler, yeme-içme ekonomisine müdahale ederek ve ilgili ürün ve hizmetleri cazip hâle getirerek popüler yeme-içme faaliyetlerini yaygınlaştırdı. Yeme-içme ekonomisinin hacmini artıran yeni kültürel anlatılar üretilmeye başlandı. Bu kitap çalışması içinde, seyircisi olduğumuz gastro gösterilerin üretildikleri toplumsal yapıların özelliklerine vurgu yapılarak, birinci bölümde Türkiye yemek kültürünün tarihsel değişimi ve dönüşümü incelenmiş, ikinci bölümde ise, Türkiye de dahil olmak üzere, dünyanın farklı coğrafyalarındaki gastro gösteriler ele alınmıştır. Bu kitap kapsamına alınan gastro gösteri ürünleri; kitlelere siyasi, ekonomik, toplumsal mesajlar üreten yemek ile ilişkili görsel ve kültürel ürünler olarak ortaya çıktıkları veya ele aldıkları tarihsel bağlamları içerisinde irdelenmiştir.

Göz Göre Göre Yemek

Yeme-içme faaliyetleri, insanlığın hayatta kalmasında gerekli olan temel faaliyetler olarak sınıflandırıldığı gibi, işlevsel olarak da, temporal (zamansal), sembolik, sinemasal ve popüler kültür (gündelik yaşam pratikleri) açısından, iletişimin temel öğeleri olarak sınıflandırılır. Yemek, tüm insanlık tarihinin toplumsal ritüellerinin kökenini oluşturur; ritüel de iletişim demektir.[3] İletişim olmadan yemek olmaz.

3. Dinsellik tarihinin ritüel köklerinin yemek ve gıda ile olan ilişkisini kap-

Görmek ve yemek bir bütündür. Görsel kültürün hâkim olduğu günümüzde, şunu rahatlıkla söyleyebiliriz: "Görmeden yediğiniz her şeyin tadı eksiktir." Yemeğin tadına ilk önce göz bakar. Modern toplumun içerisinde, yemek adeta sadece "iletişim" için yenir. Yenilenin ifade ettiği anlam, yemeğin tercih edilme ve tüketilme sürecinde görsel ve kültürel olarak kodlanmış, toplumsal olarak paylaşılan, modern toplumun ürettiği anlamlardır. Bu anlamların anlaşılabilmesi için yeme eylemlerine ve ortaya çıktığı kültürel üretim ilişkilerine bakılması gerekir.

Yemek yeme eylemini genel olarak değerlendiğimizde, her şeyden önce gündelik zaman dilimlenmesinin bir ifadesi olarak ortaya çıkar; sabah, kahvaltı; öğlen, öğle yemeği; akşamüstü, beş çayı; arkasından akşam, akşam yemeği ile işaretlenir. Bu günlük zaman bölümlenmesinin dilsel olarak yapılanmasının uzun bir tarihi vardır. Batı Avrupa dillerindeki bu üç zamanlı bölünme, daha sonra, kapitalizmin yaygınlaşması, üretim sistemlerinin değişimi, insanların daha uzun saatler çalışması, gıdanın nicelik olarak artması ve gıdaya ulaşmanın kolaylaşması ile diğer kültürlere de aktarılmıştır. Kültürel olarak bu benzeşme, neyi yiyip neyi yemediğimize, aynı zamanda ne zaman, nerede yediğimizden, nasıl ve kiminle yediğimize göre farklılaşmaktadır.

Kültürler arası farklılaşmalar, etkileşmeler ve benzerleşmeler tarihsel süreç içinde yeme-içme eylemlerimizin içerisine girmiştir. Sembolik değer olarak Leonardo da Vinci'nin "Son Yemek-The Last Supper" tablosu, cennet imgesini doğrudan somut bir şekilde tanımlayan bir kavram olarak, neredeyse eski potlaçların dramatik ifadesi gibidir. Genel anlamı ile baktığımızda şölen, yemek demektir ve aslında şölene içkin olan tüm temalar yemek ile tanımlanır. Bu herkesin ortak tatlar ile karnının doyması ve bu tokluk hissi ile rahatlama duygusunun sosyal bir şekilde yaşanmasını

samlı olarak, Sir James Frazer'in *The Golden Bough* kitabında bulabilirsiniz (Wordsworth Reference, 1993; ilk yayınlanışı 1922.)
[James G. Frazer; *Altın Dal*, Çev. Mehmet H. Doğan, Payel Yayınları, İstanbul.]

içeren bir kutlamadır. Bu kutlamalar güç gösterisi olarak kullanılmıştır. Tarih içinde sofraların şatafatı ve göz alıcılığı, gücün gösterisine dönüşmüştür. Modern toplumlarda ise, popüler görsel kültürün gösterisi yeni güç gösterileridir. Sinemadan kitaplara, televizyon programlarından bloglara kadar bu gösteriler, farklı biçimde modern insanın tükettiği gösterilerdir.

Popüler kültürün (gündelik hayatın) yayılma ortamı olarak yemek, özellikle modernitenin güncel bölümünde, kültürün taşıyıcısı olarak ortaya çıkar. Sabah kahvaltısında içtiğimiz sadece kahve değildir; kahve adeta sembolleri ile içilir.[4] Tadına, romantik bir şekilde geldiği ülkenin kahve bahçeleri de eklenmiştir. Küresel markalar, yemek tarzları da yaratmışlardır. Örneğin, küresel olarak McDonald's markasının uygulaması ile tanınan ve diğer markaların da taklit ettiği beslenme tarzı, birçok sembolizmi içinde taşıyan popüler kültür öğesidir. Beslenme biçimindeki değişimler, Türkiye de dahil, birçok ülkeyi etkilemiş ve dünyadaki, üretim ve tüketim ilişkilerindeki değişimler ile birlikte şekillenmişlerdir.

Bu kitap, yemeği tarihsel, kültürel anlatılarının içerisinde, sembolik değerleri ile bir iletişim öğesi olarak ele almaktadır. Modern toplumun içerisinde doymak, mide sınırlarını aşan disiplinler arası bir alan olduğundan kitaptaki her bir bölüm, özellikle popüler kültürün içerisinde yemek hazırlanmasından paylaşımına kadar sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi ilişkilerin belirleyiciliğinde şekillenen konuları ele alır. Çünkü yemeğin iletişim boyutu değerlendirildiğinde denilebilir ki: Yemek, günlük hayatımızın anlamını biçimlendirerek kim olduğumuzu ifade etmemizi sağlayan bir iletişim aracıdır.

Yemek yemenin değişimi ve dönüşümü, toplumun değişimi ve dönüşümünün aynası gibidir. Ne yenildiğinden nasıl yenildiğine kadar, günlük yaşamın parçası olan yemeiçme farklılaşmaları, o topluma dair sosyolojik analizlerin konusunu da oluşturur. Kitabın birinci bölümünde, Türki-

4. Anthony Giddens, *Sosyoloji*, Yay. Haz. Cemal Güzel, (2. Baskı), Ayraç Yayınları, 2005, Ankara, s. 4-5.

ye'deki yeme-içme deneyimlerinin dönüşümleri incelenmiştir. Yemek kültürünün değişimi takip edilerek Türkiye tarihindeki değişimlerin izdüşümü bu bölüm kapsamında aktarılmıştır. Aynı zamanda bu izdüşümünün takibi, alafranga ve alaturka zıtlığını ve tercihini yaşayan bir Türkiye'den, Amerikanlaşmanın etkilerinin yaşandığı, arkasından ise neoliberal etkinin altındaki bir Türkiye'de postmodern ıssız bireylere geçişin ve post Osmanlı tadı keşfinin tarihinin takibidir de.

Yemek, toplumsal hayatın içinde ihtiyaç olma halinden uzaklaşarak iletişim kurma biçimine evirilmiştir. Ne yediğinden, nasıl ve nerede yediğine kadar bu sembollerle donatılmış bir kültürel beslenme ve paylaşım ile, midenin yanında zihin de doyar. Artık söz konusu olan hayatta kalmak için doymaktan öte, hayatın daha da anlamlı hale getirildiği bir beslenme rejimi (post) modern insanın hayatını şenlendirir. Bu (post) beslenme rejiminin sembolleri, günlük hayatımızda ilişkilerimizden, popüler kültür ürünlerinde üretilen dile kadar yayılmıştır. Örneğin edebiyat, sinema gibi modern kültür ürünleri, yemeğe dair sembolleri zengin bir anlatım için anlatısına dahil eder. Bu sayede karakterler biçimlenir ve daha da görünür hale gelir. İkinci bölüm kapsamında yenilen ve içilene dair sembollerin günlük hayatımızda kapladığı yer, sosyolojik ve antropolojik bir bakış açısı ile değerlendirilmiştir. Edebiyattan farklı olarak sinema, görsel dili ile yenilene içilene dair anlatıları seyirciye aktarır. Anlatıların aktarımına dair edebiyat ile sinema arasında benzer bir işlevsellik olsa da, seyretmek ve gözetlemek izni, araç olarak sinema anlatı tarzına önemli bir güç katar. Bu durumda yeme adeta bir oyuncu, bir yıldız haline dönüşmüştür. Baudelaire, Paris Sıkıntısı'nda yer alan "Yoksulların Gözleri" şiirinde, yoksul gözlerin, gördükleri ışıltılara nasıl sahip olmak istediğini anlatır.[5] Görmenin gücü, benzer bir bakışla değerlendirildiğinde sinemada da vardır. Sinemada da, sınıflar arası gösteriş biçimleri ve sınıfsal ifade, gözlerin

5. Marshall Berman, *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*, Çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker, İletişim Yayınları, 1994, İstanbul, s. 201-205.

ne gördükleri üzerinden tanımlanmaktadır. Ulaşılmak istenenin farklı, eğlenceli, egzotik ışıltılı bir şekilde aktarılması, yemeğin sinemada temsil biçimlerinde de benzer bir şekilde görülür. Gözler, yemek ve haz ilişkisinde, filmi seyreden seyirci için adeta yeme eylemine dahil olunan bir deneyim haline dönüşmüştür. Benzer şekilde, bu kitabın inceleme alanına dahil edilen, edebiyat eserleri, dergiler ve magazinlerin içinde yeme-içme ile ilgili haberler, reklamlar, çizgi filmler ve karakterleri, yeme-içme yerlerimiz, restoranlar, gastro gösterilerin ve performansların bolca yer aldığı yeme-içme deneyimlerinin kültürel boyutunu zenginleştiren önemli alanlardır. Kitap, kitlelere mesajlar üreten medya ürünlerinin içinde yeme-içmeye dair aktarılan performansların, gastro gösterinin bir parçası olarak nasıl temsil edildiğini toplumsal yapının dönemsel analizleri çerçevesinde, aktarmaktadır.[6]

6. Bu kitabın temelini teşkil eden bazı makalelerim, editörlüğünü Nilhan Aras'ın yaptığı, Türkiye gastronomi kültürüne önemli katkılar sağlayan *Metro Gastro* dergisinde yayınlanmıştır.

Birinci Bölüm

Gastro Gösteriler ile Türkiye Tarihinin Sosyolojik ve Sembolik Analizi

Osmanlı'dan Cumhuriyete Geçiş: Yemek Kitapları ve Modernleşme

"Siz neyi tercih ettiğinizi söyleyin, –alaturka mı alafranga mı?– size kim olduğunuzu söyleyelim." Günümüzde karşımıza seyrek çıkan bu ayrım bir zamanlar yaşam tarzlarının iki karşı kutbunda farklı iki dünyaya karşılık gelmekteydi. Günlük yaşama dair tercihler bu iki kelime üzerinden derin alt anlamları ile kodlanmıştı. Yaşamsal ihtiyaçlarımızın vazgeçilmezlerinden olan beslenme konusunda da bu iki kutbun birine dahil olmak, tercihleri belirlemekteydi. Birey ve toplum için alaturka ve alafranganın ne anlama geldiği, adabımuaşeretten yemek adlarına kadar birçok alanda dönemsel olarak yeniden üretilmişti.[1]

1. Ahmet Mithat'ın kitabı, hayatın her alanındaki alafranga olmanın ayrıntılarını yazdığı bir eserdir. Ahmet Mithat Efendi, *Avrupa Âdâb-ı Muâşereti*

Geç Osmanlı'nın ötekisi olan *Batı* ile karşılaşma, Erken Cumhuriyet'te de, duygusal ve mantıksal boyutta Batı'yı anlamaya çalışmayı ve beraberinde Batı'yı farklı alanlarda içselleştirme biçimlerini getirmiştir. Bu iki dönem, Frenklerin ya da Avrupalıların örf ve âdetlerine göre kullanılan alafranganın günlük yaşam içinde icat edilmiş farklı özgün formlarını da ortaya çıkarmıştır. Bu formlar Geç Osmanlı'da ve Erken Cumhuriyet'te farklı bakış açıları üretmiştir.[2] Bir roman ve bir yemek kitabı sayesinde, Cumhuriyet öncesi ve sonrasında insanların ürettikleri anlamlar karşılaştırarak incelenirse eğer, ortaya çıktıkları dönemin analizinin de kapıları açılacaktır. Bu inceleme; özellikle yemek kitabı sayesinde Erken Cumhuriyet'in Batı ile ilişkisini alafrangalık üzerinden çözümlemeye çalışacaktır. Erken Cumhuriyet'te basılan yemek kitapları, önemli bir görevi yerine getirmenin mutluluğunu yaşayan sunuşları ile kitlelere hitap eden eserlerdir.[3] Bu kitaplar karşılaştıkları Batı ile ait oldukları Doğu arasında kalan hedef kitlesinin yaşadığı ikilemlerde, genellikle onları rahatlatacak şekilde "alaturka" ve "alafranga" başlıklarıyla sunulmuşlardır.

Osmanlı İmparatorluğu'nda, yoğunlukla II. Mahmut yönetiminde başlayan, Tanzimat reformlarıyla şekillenen Batı ile temasın niteliği zaman içinde farklılaşmıştı, ancak anlamlandırılmaya çalışılan Batı, Doğu'nun karşısında gizemli bir yabancıydı. Yaşam tarzı tamamen farklı olan Batı, geleneksel yaşam tarzının da tam tersinde bir yerlerde konumlanmıştı. Zıtlıkların birinin, diğerini görünür kıldığını düşünürsek bu noktada alaturka ve alafranganın birbirini daha anlaşılabilir kıldığını da söyleyebiliriz. Alaturka günlük yaşamda Doğu'ya dair olanı anlatan bir kelime iken alafranga tam tersine, Batı'ya ait olana karşılık gelir.[4] Batılı değer-

---

yahut Alafranga, İsmail Doğan ve Ali Gurbetoğlu (ed.), Ankara, Akçağ, 2001, s. 100-107.

2. Kudret Emiroğlu, *Gündelik Hayatımızın Tarihi*, Dost Yayınları, 2001, Ankara, s. 305-308.

3. Janet Theophano, *Eat My Words, Reading Women's Lives Through The Cookbooks They Wrote*, Palgrave Macmillan, 2003, s. 49-51.

4. *Büyük Lügat Ansiklopedisi*, Meydan Yayınları, 1969, s. 264-273.

ler, Osmanlı İmparatorluğu'nda ve ardından Türkiye Cumhuriyeti'nde yaygın bir konum edinirken, alaturka ve alafranga ayırımı alafrangayı yaşam tarzına dahil eden içeridekini veya onu reddeden dışarıda kalanı tarif etmek amacıyla da kullanılmıştır.[5]

Öteki ile karşılaşma, reddetme veya kabul şeklinde bir etkileşimle toplumsal yapılarda değişime neden olur. Toplumsal yapının değişimi, bu yapının mikro alanlarından birisi olan beslenmenin biçimsel ve içeriksel dönüşümüne de yansır. Bu yüzden, belli bir dönemin günlük beslenme alışkanlıkları, o dönemdeki toplumla ilgili önemli bilgileri taşırlar. Bourdieu'nün *habitus* kavramı beslenme çerçevesinde sosyal yapının inşasını, geçirgenliklerini ve ürettiği anlamları anlamamıza yardımcı olacaktır. Bourdieu toplumsal gruplardaki sınıfsal ayırımları, ekonomik imkânlılıklar dahilinde oluşturulan *habitus*larla açıklar. Her sınıf kendi varlığını, kendi yaşam alanlarının temsillerini *habitus* çerçevesinde belirleyecektir. Bourdieu'ye göre bir sınıfa dair bir yaşam tarzı, oluşturulmuş sınıfsal bir zevki tüketme ya da ona ulaşabilme gücü çerçevesinde bir başka sınıfın yaşam tarzının sınırlarını oluşturur.[6]

İmparatorluk'tan Cumhuriyet'e alaturkanın ve alafrangaanın değişen anlamları yemek kitapları üzerinden Bourdieu'nün *habitus* kavramı ile incelendiğinde, bu iki kavramın toplumsal yapının dönüşümündeki işlevselliği daha anlaşılır olacaktır. Bir dönemin yemek kitaplarının kapağına mutlaka eklenen "alaturka" ve "alafranga" notunun, aynı zamanda kitapların bölümlerini de biçimlendirmesi ve bu terimlerin zamanla

5. Alaturka eski Türk gelenek, görenek, töre ve hayatına uygun olan Osmanlı usulü olarak nitelendirilirken aynı zamanda düzensiz, yöntemsiz ve basit olana karşılık gelir. Zıt sözcüklerin karşılıklı olarak anlamları güçlendiğini varsayarsak, alafranga ise Frenklerin ve Avrupalıların töre, âdet ve hayat tarzlarına uygun, alaturkadan farklı olanı veya Avrupa tarzında bir uygarlığı benimsemiş, eğitim almış, kişi olarak nitelenir. Şimdilerde ise bu farklılıklara oksidantalizm, oryantalizm; Avrupamerkezcilik, karşı Avrupamerkezcilik veya kolonyalizm, anti-kolonyalizm açısından yaklaşıyoruz.

6. Pierre Bourdieu, "Structures, Habitus, Practices" *Contemporary Sociological Theory*, Edit. Craig Calhoun, Josefh Gerteis, Blackwell Publishing, s. 277-287.

değişen kullanımı, tarihsel akışın içinde farklı "Batı" algılamalarının göstergesi olmuştur. Batı gibi olma, Batı değerlerini benimseme zamanla züppelikten modernliğe doğru pozitif bir anlam kayması yaşamıştır. Bu ayırım yemek kitapları ile kullanıma girdikçe, toplum tarafından içselleştirilecek ve ayırt eden bir *habitus*a dönüşecektir.

Tarih İçinde Alafranganın Değişerek Olumlanan Anlamı

Yaşam tarzını ifade eden zevklerin ve tercihlerin birbirleriyle uyumlu olduğunu görürüz. David Chaney'in ifadesi ile "Bir kişinin, hoşlanacağı resim ya da müzik gibi, belli bir alandaki zevkini bilmek", "O kişinin yemek tercihi gibi, başka alanlarda seçimlerinin tahmin edilmesine olanak sağlar." Hayat tarzlarından beslenen bu referanslar, toplumsal yapı ayrımının anlaşılmasında önemli bir bakış açısı sağlayacaktır.[7] Bourdieu, sınıfların *habitus*larında biçimlendirdikleri ve anlamlandırdıkları zevkleri ile yaşam tarzlarını inşa etmelerini toplumsal yapı ile yakın ilişki kurarak anlatır. Toplumsal yapının içerisinde farklılaşan konumlar, kendi *habitus*larının içerdiği tüketim örüntüleri ile anlamlandırılmaktadır. Bu tüketim pratikleri, aynı sınıf içerisindeki benzer davranış kalıplarına sahip olmaya teşvik eder ve benzerlik aidiyet ilişkilerini de şekillendirir. Burjuvazinin halktan kendini ayıt eden âdâba uygun beslenmesini örnek olarak veren Bourdie, yemeğe saldırmama, en son yemek alandan sonra yemeğe başlama gibi yemek masasındaki ölçülülük ve ritmi sınıfsal aidiyetin göstergesi olarak tanımlar.[8] Bu tüketim ayırımını biçimlendiren üretim, mutfak terimlerinde de kendisini gösterir. Yeme-içme işini bilen kişilerin elinde kaliteli malzemelerin form bulması ile ortaya çıkan yaratıcı mutfağa, Fransızca bir terimle *haute cuisine* adı verilir. Bu tanımın karşısında, Jack Goody'nin ifade ettiği gibi, *alçak mutfak* vardır. *Haute cuisine* kavramını içerik olarak tanımlamaya

7. David Chaney, *Yaşam Tarzları*, Çev. İrem Kutluk, Dost Yayınları, 1999, Ankara, s. 73.
8. Pierre Boudieu, *Ayrım*, Çev. Derya Fırat, Günce Berkkurt, Heretik Yayınları, 2014, Ankara, s. 264-300.

çalışan Goody, "Köylülerin yöresel yemeği ile egzotik yabancıların yemeklerini birleştiren, dönüştüren; sınıf ve yemek pişirme yöntemleri bakımından hiyerarşide en üstte duran, geniş kapsamına sahip ve bakış açısı en geniş olanıdır." diyerek bu yüksek mutfağı tanımlar.[9] Yüksek ve alçak mutfak kavramları, bu mutfaklara atfedilen değerle biçimlenmiştir. Mutfaklara atfedilen değer, mutfak emperyalizminin, hâkim güçlerin ve etki altında kalarak değişime tabi olanların anlaşılmasını sağlar.

Raymond Williams'a göre, toplumun ürettiği kültür bugün ve gelecek arasında bir bağ kurar. Toplumun gelecekle bağlantısı kültürün içerdiklerinden ayrı düşünülemez.[10] Alafranganın alaturka karşısında farklılığı, yeniliği Cumhuriyet'ten önce başlamıştır. Doğu ve Batı'ya ait olma arasındaki gerilim, Batı'nın hayatımızdaki yeri, o dönemin kültürel ürünlerinde belirgin bir biçimde ortaya çıkar. Bu, doğal olarak canlı tartışma alanlarından birini oluşturur. Batı'nın değerlerini yaşam tarzları haline getirenlerin komik duruma düştükleri varsayılır ve bu durum dönemin kültürel ürünlerinde hicivsel bir dille aktarılır. Bu anlatılar özünde, "Bize ait olmayan alafranga değerleri taklit edenler, kendilerinin bile farkında olmadıkları gülünç duruma düşerler." düşüncesini vurgular. Bu ikilem Türk edebiyatında farklı biçimlerde anlatıların içine dahil edilmiştir. Dönemin romanlarından *Araba Sevdası,* işte tam da bu arada kalmışlığı anlatır.

Recaizade Mahmut Ekrem'in 1898 yılında yayınlanan bu Türk edebiyatının bu ilk realist romanında, Bihruz Bey'in alafranga yaşam şekli eleştirilir. Burjuva yaşam şeklini tükettikleri, giydikleri ve kullandığı dil ile gösteren Bihruz Bey'in züppe hali eleştirel bir şekilde kurgulanmıştır. Ro-

9. Jack Goody, *Yemek, Mutfak, Sınıf*, Çev. Müge Günay Güran, Pinhan Yayınları, 2013, İstanbul, s. 130-131.

10. "Toplumun ne olacağına dair bilgi kültürün içinde gizlidir." Aktaran: Murat Belge. Williams'tan bu alıntıyı yapan Murat Belge "Sonunda değişimin nereye doğru gideceğinin cevabını kimse bilemez" diye ekler. Ona göre toplum, kendi modelini bulacaktır. Murat Belge, *Tarihten Güncelliğe*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1997, s. 49.

manda Bihruz Bey'in, Batı ile Doğu arasında eklektik kalan yaşam tarzı, aynı zamanda sınıfsal olarak burjuvanın yaşam tarzı şeklinde aktarılır. Bihruz Bey için alaturka, geleneksel olduğu için olumsuzlanırken alafranga ise sahip olunmak istenen hoş bir sedadır.[11] Bihruz Bey karakterini yaratan Recaizade Mahmut Ekrem ise bu sedayı hicivsel bir dille eleştirmektedir. Bu örnekte de olduğu gibi, toplumsal bir yansıma olarak okunabilecek romanlardaki karakterler, bize kendi değerleri ve sınıfsal algılayışları konusunda bilgiler verirler. Bihruz Bey'in, Batılı olmak ile ilişkisi ve alafranga olarak addedilen şeyler ile yaşam tarzlarını oluşturması, sınıfsal bir ifadenin göstergesi olmuştur.[12]

Osmanlı İmparatorluğu'nun ardından Türkiye Cumhuriyeti kurulur. Yeni Cumhuriyet kendisini modern olarak niteler. Batı ise, yeni Cumhuriyet inşa edilirken, sadece hukuk, eğitim, yönetim biçimi ile değil, aynı zamanda tüketim alışkanlıkları ile de onun gibi olunmak istenen ötekidir. Bu olumlu ilişkiler sonucu Batı ile karşılıklı etkileşim, alafrangayı yaşam tarzı olarak merkezi bir yere taşır. Batı etkisi ardından gelen modernleşme ise sistematik bir şekilde yaşam tarzından daha çok akıl, bilim ve sekülerleşme ile bağlantı kurarak sosyal yaşamı değiştirecektir. Cumhuriyet yönetiminde, hukuk karşısında birbirlerine eşit olan kadın ve erkek, devletin verdiği eğitim ile "kim" olduklarını inşa edeceklerdir. Bu arada sınıfsal farklılaşma oluşmaya ve belirginleşmeye başlayacaktır.

Cumhuriyet'in modern kızları ve erkekleri, Batı tarzı bir eğitim alırken, alafranga geçmişte eleştirilen züppe kimliğinden modern olana dair bir olumlu anlam atlaması yaşayacaktır. Yemek kitapları ise modern olanı da içerdiğini,

11. Recaizade Mahmut Ekrem memlekete yeni giren ve birçoklarınca benimsenen yabancı devlet hayranlığını (bilhassa Fransız hayranlığını) eleştiren eserler yazmıştır. Bu, Batı özellikle de Fransız hayranlığını dönemin yazarlarından Hüseyin Rahmi'nin Şık ve *Mürebbiye* romanları, ayrıca Ahmet Mithat Efendi'nin *Felatun Bey ile Rakım Efendi* romanları da benzer biçimler işler. Şükrü Kurgan, *Recaizade Ekrem*, Varlık Yayınları, 1954, İstanbul, s. 11-12.

12. Recaizade Mahmut Ekrem, *Araba Sevdası*, Kanaat Yayınları, 1963, İstanbul.

alafranga ekini ekleyerek gösterecektir. Böylece kendi *habitus*unu yaratacaklardır. Bundan böyle yemek hazırlamak ve tüketmek, bunların içeriği ve biçimi sosyoekonomik göstergelerle sınıfsal bir ayırım haline dönüşmüştür. Farklı sınıflar arası sınırlar bu ayırım ile çizilir. Her sınıf kendi varlığını, kendi yaşam alanlarının temsillerini bu *habitus* çerçevesinde belirleyecektir.[13] Üst sınıfın içselleştirerek yaşam tarzı haline getirdiği zevk, alt gruplar tarafından sürekli olarak taklit edilecektir.[14] Yemek kitapları üst sınıfın tükettiklerinin, alt sınıfın tüketebilir hale gelmesinde oynadığı rolle, sınıfsal ayrımın varlığının işaretidir. Alaturka, alafranga yemekler ve bu ayrımı temsil eden yaşam tarzları belli bir *habitus* kurgular ve sınıfsal hareketliliğin dinamizmini de içinde taşır. Bu, *habitus*un inşasının nasıl kodlandığını bir yemek kitabının çözümsel analizi ortaya çıkaracaktır.

Alaturka, Alafranga Mükemmel Yemek Kitabı

Fahriye Nedim'in *Alaturka ve Alafranga Mükemmel Yemek ve Tatlı Kitabı*, 1933 yılında İnkılâp Kitaphânesi'nden çıkar. Kısa saçlı, askılı yeşil elbisesi ile başında aşçı başlığı olan bir kadının yer aldığı kapak ile sunulan bu kitap alaturka ve alafranga alt bölümlerine ayrılır. Yazar kitabın kimler için yazıldığını ve neyi hedeflediğini kitabın iç kapağında ve girişinde anlatır. Aile için yazılmış bir kitap olup alaturka ve alafranga yemeklerin nasıl pişirileceği ve alafranga sofranın nasıl bir yemek düzeni ile sunulacağını anlatır. Aynı zamanda, herkesin anlayabileceği bir şekilde *sade* olarak yazıldığı kitapta özellikle belirtilir.

Bu dönemde benzer kitaplar yayınlanmaktadır. Yazdığı kitabın bu benzer kitaplardan farkını yazar önsözde belirtir. Fahriye Nedim önsözde, o güne kadar birçok kitap basıldığını kaydederek, bunların *kapsayıcı* ve *eksik* olmasından

13. Bu noktada aslında, ait olduğu sınıfın, cinsiyetin niteliklerini temsil eden kadının değişen yüzü, Osmanlı'dan, imparatorluktan; ulusal devlete, cumhuriyete geçen yeni yapının da değişen yüzü olmuştur.
14. Jean Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri*, Çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009, İstanbul, s. 22-23.

dolayı işe yaramadığına dikkat çeker. Bazı kitaplar, *fazlasıyla büyük* ve *ayrıntılı*dır. Bu nedenle, *pahalı ve geniş kesim için satın alması olanaksız* hale getirilmiştir. Fahriye Nedim hangi sınıfa hitap ettiğini, hedef kitlesini açıkça belirtir. Bu kitap, usta aşçıları olan zengin aileler için yazılmamıştır. Fahriye Nedim'in ifadesi ile "vakit ve nakitlerini" hesap etmeye mecbur olan orta halli ve fakir aileler için yazılmıştır. Kitabın amacı, bu ailelere fazla lüzumsuz masraflara girmeksizin, lezzetli, nefis yemekler ve tatlıların nasıl pişirileceğini öğretmektir

Okuyanın anlaması için sade yazdığını özellikle belirten Fahriye Nedim, pahalıya mal olabilecek alafranga ve alaturka yemekleri de eklediğini söyler.[15] Kitabın bölümlerinde dikkat çekici özellik alafranga bölümünde yemek isimlerinin aynı zamanda Fransızca okunuşları ile verilmesidir. Taze fasulye (ala metridotel), havuç (ala burginyon), iç bakla (ala briton), yahni (ragu) kebabı (rozbit), Sığır beyni (an matelote), salamuralı but kebabı (jigotmarine) bunlar arasında yer alır. Aynı zamanda bazı yemekler direkt orijinal isimleri ile verilir; *alaparizien*, *bechamel* salça, *metridotel* salça, İtalyan çorbası, *alakonti* çorbası, *Potofö* denilen et suyu, İtalyan salçası, *alakonti* çorba, sığır but *kotlet*pane, *alaprovansal* mantar, *pat brize*, *pat föyye*, *pat sable*, *pat enöy*... Bir önceki dönemde bu ifade tarzı züppelik olarak nitelendirilirken, artık modernliğin işareti haline dönüşmüştür.[16]

Yemek tariflerine gelince alaturka bölümü karşılaştırma yapılmadan verilirken, alafranga bölümü alaturka yemeklerdeki farklılıklara ve benzerliklerine vurgu yapılarak aktarılır. Örneğin *potofe* denilen et suyu hazırlanırken

15. Kitabın genel olarak bölümlerinin dağılımına baktığımızda ise alaturka yemekler, et suları ve çorbalar, salçalar ve terbiyeler, yumurtalar, kebaplar, pirzolalar, külbastı ve ızgaralar, haşlamalar ve söğüşler, yahniler, tavalar, her türlü dolmalar, sebze yemekleri, pilavlar ve makarnalardır. Alafranga yemekler ise alafranga salçalar, çorbalar, et yemekleri, sebze yemekleri, kümes hayvanları ve av kuşları, salatalar, turşular, alafranga börekler, alaturka tatlılardır. Daha sonra ise buna salatalar, turşular, börek ve hamur tatlıları, helvalar, revaniler ve lokmalar eklenir.

16. Burada verilen yemek isimleri, Fransızca okunuş biçimleri ile kitapta yazıldığı biçimiyle aktarılmıştır.

alafrangada, alaturkada olduğu gibi eti parça parça kesmek âdet olmadığı, sicim ile etin bütün olarak bağlanması gerektiği bilgisi eklenir. Et yemekleri için ise şunlar söylenir:

> Alafranga aşçılıkta en ziyade ehemmiyet verilen et yemekleridir. Türkiye'de ve bütün şark memleketlerinde olduğu gibi Avrupa'da her türlü etli ve kıymalı sebze yemekleri pişirmek âdet değildir. Orada etler, haşlama, kebap, kızartma, pirzola, biftek yahni ve saire gibi yalnız pişirilir ve sebzeler bunların yanlarına garnitür olarak konulur ve öyle yenir. Bunun içindir ki, Avrupa aşçılığı, uzun zaman tecrübe neticesi olarak bir sığırın, bir dananın, bir koyunun, bir domuzun neresinden ne gibi yemeklerin daha nefis olduğunu anlamış ve pişirilecek her yemek için hayvanın gövdesinden ona mahsus bir kısım tayin etmiştir. Orada bir aşçı veya ev kadını kızartma yapacağı zaman kasaba kızartmalık istediğini söyler, kasapta ona kızartma yapılmak mutat olan yerden âdet olan şekilde bir parça et kesip verir. Bizde olduğu gibi herhangi bir yemek için hayvanın her neresinden olursa olsun et almak ve satmak mutat değildir. Bizde ise pişireceği yemeğe hangi etin lazım olduğunu tayin ve takdir etmek aşçının vazifesidir. Çünkü ekseri kasaplarımız bunu bilmezler. Bunun için etin nereden olması gerektiğini söyleyeceğim.

Bu metinde de görülebileceği gibi, farklı olan ötekinin sahip olduğu bilgi ile neden farklı olduğu açıklanmış ve kasapların, bir operatör gibi işlerinde nasıl uzmanlaştıkları vurgulanarak anlatılmıştır.

Genel olarak değerlendirdiğimizde, Cumhuriyet'in ilanının üzerinden 10 yıl geçmiştir. Bu yemek kitabı da yeni kurulan Cumhuriyet'in kadınları için yazılmış bir eser olarak yayınlanmıştır. İmparatorluktan devralınan alafranga züppeliği, sınıfların *habitus*unu oluşturan modern *ileri*yi ifade eder bir şekilde kullanmaya başlanmış, aynı zamanda Bourdieu'nün belirttiği *kültürel sermaye* haline dönüşmüştür. Bu dönemde, Cumhuriyet'in ilk yıllarında yayınlanan Fahriye Nedim'in yemek kitabının alafranga tarifleri Fransızca okunuşları ile verilmiş ve olumlu yani pozitif bir vurgu ile aktarılmıştır. Oysaki imparatorluk döneminde Recaizade Mahmut Ekrem'in *Araba Sevdası* kitabında Bihruz Bey'in

kullandığı Fransızca ise, toplumun gülünç ve aykırı saydığı yapmacıklara ve aşırılıklara kaçan anlamı ile züppelik olarak aktarılmıştır.

Fahriye Nedim'in, ele aldığımız dönemi incelememizi sağlayan, kitabında hitap ettiği "*vakitlerini ve nakitlerini düşünen orta halli ve fakir ailelerin*" alafranga yemekleri, pişirerek veya tüketerek günlük hayatlarının parçası yapmaları önemlidir. Bu durum, modernleşmek isteyen yeni Cumhuriyet'in, etkileşim içinde olan birbirinden farklı sınıf *habitus*larının oluşmasında da işlevseldir.

Sonuç olarak diyebiliriz ki, Erken Cumhuriyet'in, *Alaturka, Alafranga Mükemmel Yemek Kitabı*, Geç Osmanlı dönemi romanları ile birlikte değerlendirildiğinde, aslında alafranga züppeliğin, alaturka modernliği nasıl beslediğini bize gösterir. Diğer taraftan dünya önemli değişimler yaşamaya devam eder. Dünyadaki güçlerin kutuplaşması, ekonomik eşitsizlikler, yeni bir dünya savaşının yaşanmasına neden olmuş ve arkasından ABD'nin müdahalesi ile savaş sonrası döneme ABD varlığı damgasını vurmuştur. Bütün dünyayı etkileyen Amerikanlaşma, aynı zamanda Türkiye'de de etkisini göstermektedir.

1940'lar ve 1950'lerde, Türkiye'de Yemek Kültürünün Değişiminde Amerika Etkisi: Aile Dergisi

Türkiye, İkinci Dünya Savaşı'na girmemiş olsa da, dönemin savaş ekonomisi Tek Parti yönetimini büyük ölçüde yıpratmıştı. 1946 seçimleriyle çok partili dönem başlıyordu. Ancak, savaş sonrası Avrupa'daki gelişmeler soğuk savaşa yol açacak, iki bloklu bir dünya oluşacaktı. Türkiye, uzun yıllardır izlediği "tarafsızlık" politikasını bir yana bırakacak ve Batı Bloğunda yer alacaktı. Bu dönemde, Truman Doktrini, ardından Marshall Planı, Türkiye'nin giderek Amerika'nın yörüngesine girmesinde belirleyici olmuştu.[1]

1. Gülten Kazgan, *Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi,* İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, İstanbul, s. 79.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de "Amerikan rüyası" gün geçtikçe zihinleri kuşattı. Demokrat Parti 1950 yılında iktidara geçtiğinde, Cumhurbaşkanı Celal Bayar Türkiye'nin "Küçük Amerika" olacağını söylüyordu. Truman Doktrini, ardından Marshall Planı ile başlayan Amerikan yardımı, tüm 50'li yıllarda sürdü. Türkiye'nin önünde artık Amerika bir modeldi. 20. yüzyılın başlarında Avrupa'ya öykünen Osmanlı'nın yerini 50'li yıllarda Amerikan rüyasına kapılan Türk insanı almıştı. Şarkın, alaturkanın karşısında modern olarak addedilen Batı, Avrupa'dan Amerika'ya doğru bir eksen kayması yaşamıştı. Türkiye'de batı kaynaklı bilginin merkezi Amerika referansı ile aktarılmaya başlamıştı. Yaşamın hemen tüm alanlarında bu durum bariz bir biçimde gözleniyordu. Amerikan yardımı sonucu, Türkiye giderek daha fazla Amerikan malı tüketir olmuştu. Bu yenilik, kültürel alanda kendini göstermeye başlamıştı. Bütün bu değişimlerden beslenme kültürü de nasibini alacaktı.

Amerikan kültürü ve Amerikan yaşam tarzı İkinci Dünya Savaşı sonrasında, artık tüm dünyada müzik, sinema, giyim tarzı gibi birçok ayrıntıyı belirler olmuştu. Bu dönem Amerikan hayranlığının bütün dünyada arttığı bir dönemdir. Nitekim son yıllarda "Amerikanlaşma" (Americanization) olarak akademik literatürde aynı dönem tekrar incelenmeye başlandı. Bu dönemde yaşanan "Amerikanlaşma"nın birçok göstergesi dönemin süreli yayınlarında izlenir oldu.[2] Türkiye'de özel sektör bankacılığının ilk isimlerinden Yapı Kredi Bankası tarafından yayınlanan *Aile* dergisindeki yayınlanan yazılar incelendiğinde de, derginin yayınlandığı dönemde varlığı belirginleşen ve giderek de yaygınlaşacak olan Amerika'ya duyulan özlem ve onun gibi olma isteği görülür.

2. Gürel Tüzün makalesinde, Korkut Boratav'ın kitabında belirttiği gibi savaş sonrasında ABD'nin kapitalist dünyanın yeni ve tartışmasız lideri olarak ortaya çıkması ve ABD kaynaklı sermayenin dünya ekonomisindeki genişlemenin başlıca aracı haline gelmesinin etkilemesi ile Amerika'nın nasıl dönemsel etkileri olduğundan bahseder. Gürel Tüzün, 1950-60 Döneminde Sanayileşme, *75 Yılda Çarklardan Chip'lere*, Edit. Oya Baydar, Tarih Vakfı Yayınları, 1999, İstanbul, s. 147.

Çok zengin bir içeriğe sahip *Aile* dergisinin beslenmeye ayırdığı sayfalar, derginin yaşam tarzı olarak örnek aldığı Amerika gibi ileri düzeyde bir tüketim toplumunun beslenme kültürünü aktarmakta idi. Bu bilgiler, dönemsel olarak Türkiye gibi az gelişmiş bir ülkede yayınlansa bile, insanların hayal dünyasına katkıda bulunabilecek nitelikte derlenmişti.[3]

Diğer taraftan bu düş dünyasının ötesinde 1950'li yılların ilk ve orta öğrenimdeki genç nesillerin Amerikan yardımıyla gelen süttozu, peynir ve tereyağı ile büyüdüklerini unutmamak gerekiyor. Okullarda beslenme saati böylece, Amerikan yardımıyla birlikte başlıyordu. 1950'li yılların Türk insanı Amerika'ya hem şükran duyuyor hem de onu merak ve hayranlık içinde takip ediyordu. Amerika özleminin yaşamın tüm safhalarında gündemde oluşu doğaldı. *Aile* dergisinin de, bu çorbada tuzu vardı. Amerikalıların nasıl insanlar olduğuna dair farklı yazılar bu derginin sayfalarında yerini almaya başlamıştı. Amerikan etkisi yeni bir kültürel yapının oluşumuna ortam hazırlıyordu.

Öte yandan beslenme, 50'li yıllarla beraber artan kentleşme ile biçim değiştirmiş ve farklı beslenme olanakları, "köylü"den "şehirli"ye doğru demografisini değiştiren Türkiye için farklılaşmaya başlamıştı.[4] Kentleşmeyle birlikte protein tüketimi artmıştı. Et tüketmek artık Kurban Bayramlarına özgü olmaktan çıkıyor, kent insanının günlük yaşamının bir parçası oluyordu. Bu durum, kente göçle birlikte, gelir düzeyinin yükselmesiyle de bağlantılıydı. Ayrıca et yemek, artık ete ulaşabilmenin ötesinde sağlık gibi nedenlerle tercih edilmekteydi. Köyde yumurtasını pazarda satıp tahıl tüketen köylünün yerini şehirde et, tavuk, yumur-

3. Profesör Grimes sembolizm turizminden bahseder. Amerikan rüyası ise oluşturduğu göstergesel sosyal yaşam miti ile bütün dünyayı merak ve istek içinde bırakmıştır. O kadar renkli ve mutlu bir dünyadır ki bu, ulaşılmak istenen olmuştur. Bu sosyal yaşamın her bir parçası da sembolizm turizminin bir parçasına dönüşmüştür. Ronald L. Grimes, *Symbol and Conquest*, Cornell University Press, 1976, s. 8-9.

4. Çağlar Keyder, *Türkiye'de Devlet ve Sınıflar*, İletişim Yayınları, 1993, İstanbul, s. 188-189.

ta tüketen kentli alıyordu. Tabii tüm kent sakinleri aynı oranda tüketim olanağına sahip değildi. *Aile* dergisinin de hedef kitlesi dergiyi çıkaran Yapı Kredi Bankası'nda mevduatı olan görece varlıklı kesimdi. Bu kesim et tüketebiliyor ve hatta dergide okuduğu Amerikan yaşam tarzı özentisini bir ölçüde gerçekleştirebiliyordu. Bu yüzden *Aile* dergisinin analizi dönemsel olarak Türkiye'nin belli sosyoekonomik seviyeye sahip kesiminin yaşadığı toplumsal ve kültürel hareketliliğin biçimini de bize gösterme fırsatını verecektir.

Aile Dergisi

Aile dergisi Vedat Nedim Tör'ün hazırladığı, o dönemin önemli edebiyatçılarının yazılar yazdığı, aynı zamanda dönemin düşünce yapısını biçimlendiren önemli bir dergiydi. Bu dergi, Yapı Kredi Bankası'nın 1947 ve 1952 yılları arasında ikramiyeli aile cüzdanı sahibi olanlara armağanı olarak hazırlanıyor ve posta ile evlere gönderildiği gibi bayilerde de satılıyordu.[5] Vedat Nedim Tör, ilk sayıdaki ön sözünde kıtlık ekonomisin aile üzerindeki olumsuz etkilerini gündeme getiriyor, bu durumun ailede sinir bozukluklarına neden olduğunu söylüyordu. Bu konuda yapılacak en iyi şeyin dinlenme olduğunu belirten Tör, bunun için en önemli aktivitelerden birisinin okumak olduğunu belirtiyordu. *Aile* dergisinin amacı, Tör'ün aynen dergiyi sunuş yazısında aktardığı gibi, "İnsanların dinlenme ihtiyacını en zevkli ve faydalı bir tarzda doyurmaktı." Aynı zamanda "Aile zevkini yükseltmeyi, sinirleri rahatlatmayı ve yaşama şevkini artırmayı" hedefleyen dergi bir ölçüde "Savaş yoksulluğunun ardından insanları mutlu kılacak ve boş zamanlarında onlara umut aşılayacaktı."[6]

Dergide bulunan yazılar büyük ölçüde Amerika kaynaklıydı. Amaç "Amerikan rüyası"nı Türkiye'ye taşımaktı. Beslenme kültürünün şekillenmesi de bu doğrultuda ele

5. *Aile* "Ev Dergisi", Doğan Kardeş Yayınları Basımevi, İstanbul, 1947, 1948, 1950, 1951, 1952 yılları arasında bu yazı için toplam 20 sayı taranmıştır.
6. Vedat Nedim Tör, 1947'de yayınlanan ilk sayıdaki editör yazısında, neden bu dergiyi yayınladıkları ve amaçlarını bu şekilde açıklamaktadır.

alınıyordu. Derginin, 1947'den, 1952'ye kadar çıkan tüm sayıları incelendiğinde, yeme-içme ve beslenme ile ilgili haberlerin iki ana eksende toplanmış olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki reklamlar, diğeri ise ilgili konuda yazılmış ve çevrilmiş, özel olarak seçilerek dergiye eklenmiş yazılardı. Söz konusu yazılar kendi içerisinde yetişkinlerin ve çocukların beslenme alışkanlıklarına yönelik yazılar olarak alt bölümlere ayrılıyordu. İncelenen bütün bu dergilerin, özelikle de 1949'dan itibaren beslenme üzerine yazılmış yazıların büyük çoğunluğu, Amerika'da yayınlanan dergilerden alıntılandığı da belirtilerek, mutlaka "Amerika'ya" ve "Amerikan yaşam kültürüne" gönderme yapıyordu.[7]

Dergideki Reklamlar

Bu dergideki yeme-içmeye dair reklamlarda yer alan ürün çeşitlerini sınıflandırdığımızda, ya buzdolabı gibi yiyecekleri modern koşullarda koruyan dayanıklı eşya ya da dayanıksız tüketim maddesi olan yağ, şarap, şekerleme, çocuk maması ve gazoz olarak sınıflandırılabilecek farklı yiyecek içecek ürünleriydi. Reklamlarda yer alan ürün çeşitlerinin sınırlılığı aslında Türkiye ekonomisi azgelişmişliğini yansıtıyordu. Topu topu sekiz gıda ürününün reklamı vardı. Bu reklamların metinleri ise yine dönemin önemli sloganı olan mutlu aile hayalini yansıtacak şekilde "sıhhat, neşe ve tatlı" sıfatları eşliğinde verilmekteydi. Diğer taraftan şunu da hatırlamak gerekir ki, o dönemde Amerikan rüyasının ürünleri Türkiye'ye sınırlı sayıda gelmektedir.

Ancak bütün bu reklamlar arasında baş tacı edilen buzdolabıydı. Modernleşmenin simgesi 50'li yıllarda buzdolabı olmuştu. Ancak o günkü ithal fiyatıyla buzdolabı ülkede ancak küçük bir azınlığın satın alabileceği bir dayanıklı tüketim aracıydı. Amerika'nın Kelvinatör buzdolapları derginin başköşesinde yer alıyordu.[8] Dönemin yeni modern

7. Derginin beslenme üzerine yazıları aktarılırken dönemsel dil bilerek gözetilmiş ve yazıda aynen aktarılmaya çalışılmıştır. Dilin dönemsel olarak aktarımı, verilen bilginin içeriği hakkında da önemli ipuçları vermektedir.
8. Türkiye'ye buzdolabının ilk gelişi 1930'lara gitse de buzdolabına 50'li yıllarda talep artmıştır. Buzdolabına sahip olabilenlerin sayısı arttığı gibi o

ülkesi olarak şevk ve merakla benimsenen Amerika'ya atıflar, dayanıksız tüketilebilir gıdaların reklam metinlerinde de yerini almıştı. Çocuğun sıhhatini korumak için onu "alelade" hububat ve pirinç unları yerine özel bir çocuk maması ile beslemek gerektiğini vurgulayan reklam yine *Amerika'nın en son gıda ürünlerine* göre hazırlanan PARO'yu tavsiye ediyordu. Reklama göre, beş saf vitamin, kalsiyum, fosfat ve süt şekeri yavruların sıhhat, sağlık ve neşe kaynağı olacaktır.

Dergideki Haberler

Dergide dönemin ünlü yazarlarının edebî yazıları dışında aynı zamanda makale tarzı bilgilendirici yazılar da vardı. Bu yazılar Amerikan süreli yayınlarından veya çok satan kitaplardan alıntılanarak ve Türkiye örneği ile de harmanlanarak hazırlanmış yazılardı. Bu haberler "Amerika'da yapılan araştırma", "Amerika'daki bir üniversitede yapılan çalışma" şeklinde nitelendirmelerle desteklenerek okura güven telkin ediyordu. Yeme-içme ve beslenme ile ilgili yazıların içeriklerinde, 1947'den 1952'ye dek yayınlananlar arasında belirgin bir farklılaşma görülmekteydi. Bu farklılaşma yazının başında değindiğimiz "Marshall Planı" adıyla anılan, 1947 yılında önerilen ve 1948 ve 1951 yılları arasında yürürlüğe konan ABD kaynaklı ekonomik yardım paketi ve sonrasında Amerika ile ekonomik, siyasal ve kültürel ilişkilerin güçlenmesi sonucuydu. Oysa ilk sayılarda bazen kişi ismi olmadan ama genellikle Ekrem Muhittin Yeğen'in yemek tarifleri verilirken, bir iki yıl içerisinde beslenme çok modernist bir şekilde başka bir alana kayıyordu. İlk defa 1948'de, sonbahar sayısında, yemek ve bilinçli yemeyi anlamaya çalışan "Ne Yemeli, Nasıl Yemeli" diye soran bir yazı yayınlanmış ve bu yazı ile birlikte beslenme ile ilgili yazıların içerikleri değişmeye başlamıştı. 1949 kış sayısın-

artık modern evleri temsil eden modern ev ihtiyacı haline gelmiştir. Daha sonra ise Arçelik ilk yerli üretime başlamıştır.
Kudret Emiroğlu, *Gündelik Hayatımızın Tarihi*, Dost Yayınları, 2002, Ankara, s. 129.

dan itibaren ise dikkat çekici bir şekilde, yiyeceklerin besin değerleri, hangi vitaminleri içerdikleri ve nasıl yararları olduğu sorularının cevaplarını veren yazılar dergide yer almaya başlamıştır.[9] Bu arada dergide ilk defa,[10] 1948 kış sayısında, yeni yıl gecesi için bir hindi tarifi verilmişti.[11] Amerikalıların Şükran Günü hindisi, Türkiye'de kutlanan yılbaşlarında bundan böyle aday temel besin maddesiydi. Amerika mitosu, bu haberler ile yavaş yavaş Türk okurlarının zihninde yer ediyor; onların damak beğenilerini şekillendiriyordu.

Yetişkinler

Aile dergisinin beslenme ile ilgili olarak yetişkinlere yönelik yazıları bilgi verici ve bilinçlendirici bir amaçla hazırlanmıştı. Bu yazılar modern Türkiye'nin beslenme alışkanlıklarını biçimlendirme sorumluluğunu da adeta üstlenmişti. Özellikle yetişkinler için hazırlanan yazılar belirgin bir şekilde çocuklara yönelik bilgilendirmeden ayrılırken, aynı zamanda beslenmeye yönelik iş bölümü cinsiyetçi bir şekilde tanımlanmaktadır. Örneğin *Ev İşleri, Erkekler ve Yemek Pişirmek Evin Ekmek İhtiyacı* başlıklı bir yazı Amerikan ailesinin iş bölümünü toplumsal cinsiyete göre doğallaştırarak anlatır. Bu yazı, dönemin toplumsal cinsiyet ve iş bölümü ilişkisinin anlaşılmasında dikkat çekici ve bilgilendirici bir yazıdır. Amerikalı yazar Robert Lewis Allen, bir gün karısının mektep arkadaşları ile buluşması ve onlarda kalması nedeni ile evde bir hafta sonunu iki küçük kızı ile yalnız geçirmiş ve bu deneyimini anlatmıştı. Kahvenin zararlı olup olmadığını soran yazı ise *Reader Digest*'tan

9. *Healthy* dergisinden yapılan bir çeviri ile yanıtlanıyordu.
10. Derginin önceki sayılarında yılbaşı için böyle bir tarif yoktur.
11. Elias Canetti taklit ile dönüşüm arasında orta noktada bile bile kaymakta olan geçici bir aşama olduğundan bahseder. Buna da "simülasyon" adı verir. Bu simülasyon kitle üzerinde kurulacak iktidarı da belirler. Hindi tarifini rastgele seçilmiş bir yemek tarifi olarak düşünmemek için bir nedeni Canetti ile takip edebilir miyiz?
Elias Canetti, *Kitle ve İktidar*, Çev. Gülşat Aygen, Ayrıntı Yayınları, 1998, İstanbul, s. 365.

çevrilmişti. Yalnızca Amerika'da 900 farklı markada kahve olduğundan bahsediyordu. "Bu kadar çok kahve tüketimi var ise acaba bunun insanlar üzerine etkisi nasıldır?" diye bir soru soran yazar, kafeinin insanlar üzerindeki etkisini soruşturuyordu. Dr. H. L. Hollingworth, araştırma sonuçlarında kahvenin ufak tefek işlerde çok hızlı bir uyarılmayı sağlıyorsa da "zihni ve fikri faaliyetlerde" daha geç ama devamlı etkisi olduğunu iddia ediyordu. Ama kahve tiryakiliğinin diğer tiryakiliklerle karşılaştırarak olumsuz etkisi olan bir tiryakilik olmadığı bu yazıda özellikle belirtilir.[12]

Bu arada, Türkiye'de çay üretilmeye yeni başlanmış ise de, derginin 1951 sonbahar sayısında, *The English Time*'dan yapılan alıntıda, çay hakkında genel kültürel bir bilgi verilmiştir. "Çayı kim keşfetmişti?" sorusu ile başlayan yazı, bugün en çok nerelerde içildiğini, nerelerde yetiştiğini, çay içmenin çalışmamıza engel olup olmayacağını ve en iyi çayın ne şekilde yapılacağını anlatıyordu.[13]

"Harika ilaçlardan daha müessir bir gıda: Et" başlığı ile verilen yazı ise et ile tedavi edilen hastalıklardan bahsediyor ve bu konuda hekimlerin görüşlerine yer veriyordu. "Meğer kilo düşürmek için bile et lazımmış" alt başlığı ile verilen yazı Amerikan *Coronet* dergisinden çevrilmişti. Yazı yalnızca et yiyerek beslenen Eskimoların üzerinde yapılan araştırmalardan ve etin bu sayede öneminin anlaşılmasından bahsediyordu. Hatta ilaçlar yerine, nefis et yemeklerinin tedavi gücü olacağını vurguluyordu. Et yemenin sirozla ilişkisi kuruluyor ve hamile kadınlar için protein almanın önemi anlatılarak et hakkında ayrıntılı bilgi veriliyordu.[14]

Bir başka yazı, doğal olarak laktik asit içeren ayran ile ruh ve sinir hastalıklarında laktik asitle sağlanan iyileşme arasında bağ kuruyordu. Amerika'da her türlü hastalıkları tedavi etmek için yapılan uzun çalışmalardan sonra sinir mütehassısları yepyeni bir ilaç keşfetmişlerdi. Yazıya göre, Duke Üniversitesi'nde ruhî ve fikrî depresyon, şiddetli ve

12. Sonbahar, 1950, s. 44-45.
13. Sonbahar, 1951, s. 69.
14. İlkbahar, 1951, s. 62-63.

sebepsiz iç sıkıntısına tutulmuş hastalara laktik asidin bulunduğu ilaçlar verilmiş, tedavi sonunda hastaların tamamen iyileştiği görülmüştü. Laktik asidi ayran, süt kesiği, ekşimik gibi sütten yapılan gıdalarda bol miktarda bulunmaktaydı.[15]

Bilinen sebzelerin kökenleri konusunda Amerikalı tarım uzmanı Victor R. Boswell'in bir makalesi çevrilmişti. Yazı sebzeler arasında patatese özel önem veriyordu. Patates Güney Amerika kökenliydi. Daha önce önemsenmeyen patates zamanla Eski Dünya'ya yayılmıştı.[16] Beslenme üzerine bir başka yazıda ise, Amerikalı yazar Faber Birren, renklere verilen reaksiyonun yeme isteğinde nasıl belirleyici olduğundan bahsediyordu. Yemekler ve renkler arasında bir bağ kurarak kırmızının iştah açtığından, sarının ise daha az iştah açıcı olduğundan ve sarı ile yeşilin birleşmesinden ortaya çıkan rengin ise iştahı kapadığından söz ediyordu.[17]

G. Hauser insan gıdaları üzerine kitaplar yazmıştı. Gıda ve onun etkilerinin bilimsel sonuçları ile bilinçlendirme kazandıran Dr. Hauser'in Çok Yaşamak İçin Genç Kalın adlı kitabı birçok tanınmış kişi ve sinema yıldızının beğeni ile okuduğu bir eser olduğu vurgulanıyordu. Dergide Amerika'nın en çok satılan kitaplarının başında geldiği özellikle belirtiliyordu. Makalede yaşlı bir Hollywood yıldızı olan Adeline de Reynolds genç görünüşünü önerilen beslenme alışkanlığı ile açıklamaktaydı. Adeline de Reynolds, "Çok Yaşamak İçin Genç Kalınız Programı"nı takip etmişti. Columbia Üniversitesi'nden Dr. Henry Sherman'ın vurguladığı gibi "abıhayat" iyi gıdadan geçmekteydi. İyi gıdadan vurgulanan ise kararında yemek ve içerik olarak da protein tüketmek olarak tasvir edilmekteydi. Aynı zamanda yazı üç maddenin mutlaka mutfakta bulunması gerektiğinden bahseder, bunlar ise bira mayası, süttozu ve yoğurttu. Bunun nedeni de sağladıkları vitaminlerle açıklanıyordu. Ve pro-

15. Bu yazının içeriği, yazının yayınlandığı dönemde, ayranın Amerika'da çok yaygın tüketildiğine dair bir bilgiyi de okuru dolaylı yolla vermektedir!!! Yaz, 1950, s. 41-42.
16. Sonbahar, 1951, s. 70-71.
17. Yaz, 1951, s. 69.

tein yokluğu insan bezelerinin[18] çalışmasını engelliyor ve erken yaşlanmaya neden oluyordu.[19] Vitaminler üzerine bir başka yazı ise, İngiliz *Sunday Graphic*'ten çeviri idi. A, B, C vitaminleri ve görme duyusu arasındaki ilişkiyi vurgulayarak, sağlıklı gözler için nelerin yenmesi gerektiği konusunda bilgi veriyordu. Ne ile beslendiğimiz görme ve işitme kabiliyetini belirliyordu.[20]

The American Mercury dergisinden çevrilen makalede, New York'ta Tıp Cemiyeti Başkanı Dr. C. Ward Crampton'ın yaşlılık üzerine araştırmaları ve bulduğu sonuçları paylaşılıyordu. "*Kırkından sonra genç kalmak isteyen adamın yemek listesi*" başlıklı yazı, altmış yaşında olunsa dahi çok daha genç yaştakilerin böbreğine, kalbine sahip bir yaşlı olunabileceğinden bahsediyordu. Ama eğer şişmansanız ve yemek tarzınız bilinçli değil ise tam tersine seksen yaşındaki birinin organları ile aynı konumda olabiliyordunuz. Ve üstelik altmış yaşından sonra delikanlı hayatı yaşayabilmek için insan yediklerine dikkat etmeliydi. Bu konuda ayrıntılı protein, vitamin ihtiyaçları yazıda aktarılmaktaydı.[21]

Zayıflamak elinizde diyerek zayıflamayı anlatan bir başka yazıya göre, aynen yazıda aktarıldığı gibi, *"Sakal ve bıyık gibi artık şişmanlık da güzel olmaktan* çıkmıştı." Bu yazı da *New York Times*'tan alınmıştı. Narinliğin asıl güzellik olduğundan bahsederek, kalbi yormadan şişmanlıktan kurtulmak tavsiye ediliyordu.[22]

Amerika'da ergenlik çağındakilere hitap eden *Seventeen* adındaki dergiden çevrilen yazı ise şeker hastalığı ve yeme alışkanlıkları arasında bir bağ kuruyordu. Karol adında bir genç kadını örnek vererek hastalık anlatılıyor ve beslenme ile ilişkisine değiniliyordu. Bu ilişkide de iki farklı yaklaşım olduğu kaydediliyordu. İlk gruba göre şeker hastası, yiyeceğini daima kontrol ederek yemeliydi. Önüne gelen yiyeceğin

18. O dönemde tıbbi terimlerin günlük hayatın içinde bir o kadar doğallaştırılarak ve sıradanlaştırılarak kullanıldığını görmekteyiz.
19. Yaz, 1951, s. 41-47.
20. Kış, 1952, s. 33-34.
21. Kış, 1951, s. 63-65.
22. Sonbahar, 1951, s. 39-40.

protein karbonhidrat ve yağ kıymetlerini bilmeli ve ona göre "lazım kıymette" yemeliydi. Diğer bir grup ise serbest diyet taraftarıydı. Yani şekeri olanın gıda nimetlerine dikkat etmeksizin istediğini yemesine müsaade ediyordu. Hastada bir zayıflama olursa insülin dozunu artırıyorlardı.[23]

Çocuklar

Çocukların beslenmesine dair bölümler ise özellikle dikkat çekiciydi. İyi bir neslin yetiştirilmesinde beslenmenin önemi vurgulanırken aynı zamanda anne babaların bu konudaki duyarlılıkları yine Amerika referanslı bilgilerle pekiştiriliyordu. Çocuğunuzu doğmadan önce besleyiniz, diyerek ceninden itibaren beslenme önemseniyordu. Amerikalı *Parent's* dergisinden alınmış ve annenin beslenmesine vurgu yapan yazı, gürbüz bir çocuğa sahip olunması için hamilelik dönemindeki beslenmeye dikkat çekerek ve sahip olunan eski bilgilerin ne kadar yanlış olduğu vurgulanmıştı. İyi beslenmenin olumlu sonuçlarını anne karnındaki ceninin çok kolay etkilendiğine vurgu yaparak anlatır. Anne ne yerse, bebek de aynısını yer ve normal olarak büyür bilgisi eskiden kalmış yanlış bir bilgi olarak vurgulanmaktaydı. Anne protein, mineral ve vitamin bakımından faydalı yiyecekler yemeye dikkat etmeliydi.[24]

Aynı zamanda doğumdan sonra bebeklerin beslenmesi de önemliydi. Bebek emzirmenin bir zevk olduğunu vurgulayan yazıda, Amerikalı yazar Eleanor Lake, inek sütü yerine anne sütünün gerekli ve önemli olduğunu savunuyordu. Yeni Zelanda'dan mütehassıs Dr. Truby Hing'in açıklaması ise bu konuda anne ile çocuğun birbirlerine nasıl muhtaç olduklarını vurguluyordu. Ancak bebek için doğru gıdanın anne sütü olduğu belirtilirken çocuk emzirmenin de doğumun devamı olduğu kaydediliyordu. Ayrıca, sıhhatli çocuklar yetiştirip anneliğin zevkine varmanın önemli bir aşaması çocuk emzirmekti.[25] Anne sütü ile beslenmenin

23. Yaz, 1950, s. 73-74.
24. Kış, 1952, s. 62-64.
25. Kış, 1951, s. 49-50.

önemine dikkat çeken yazı bir örnek ile pekiştiriliyordu. Chicago'da 20.000 çocuk üzerinde yapılan araştırmada "*ana*" sütüyle beslenen çocuklarda egzama vakalarına, başka sütlerle beslenenlerden 7 kat daha az rastlanmış olduğunu belirtiyordu. Anne sütü aynı zamanda diğer mikroplardan da koruyordu. Ayrıca süt veren annenin stresten de uzak durması gerektiğinden bahsediliyordu.[26]

Parent Magazine'den yapılan bir başka çeviride çocuğun yemek yememesi ile düşülen zor durum ve bunu nasıl halledileceğinden bahsediliyordu. Çocuğun eğer iştahı yoksa onlara, "zorla yedirmeyin", "sürekli yemek yeme halinde olmasın" gibi önerilerde bulunuluyordu.[27]

Sabah kahvaltısının önemini aktaran yazı ise Amerika'da "derslerinde geri kalan talebelere" yapılan bir anketin sonuçlarını veriyordu. 50.000 öğrenciye sabah kahvaltısı edip etmedikleri sorulmuş ve çocukların yeterli ölçüde beslenmedikleri ortaya çıkmıştı. Iowa Üniversitesi'nin bir araştırmasında, kahvaltı verilen deneklerin daha başarılı olduğu sonucuna varılmıştı. Yazıda sabah kahvaltısının en ucuz aynı zamanda günlük beslenme ihtiyacının üçte birini karşılayan bir öğün olduğu belirtilmiş ve bu öğünün önemi bir kez daha vurgulanmıştı.[28]

Bu arada, dişlerin çürümesi ile beslenme arasında kurulan bağ ise oldukça dikkat çekiciydi. Son üç yıl içerisinde Northwestern Üniversitesi Dişçilik Okulu'nun düzenlediği büyük anket diş çürüğünün, kültürlü insan hastalığı olduğunu ortaya koymuştu. Karbonhidrat tüketimi, şeker, pasta, tatlılaştırılmış içkiler diş çürüğünde birinci etkendi. Çünkü önceki dönemlerden kalma insan kafataslarında, böyle bir diş sorunu olmadığı görülmüştü.[29]

Aile dergisinde yer alan tüm bu bilgiler, aslında 50'li yıllarda günü birlik yaşayan insanımız için o güne kadar alışmadığı sağlık normlarıydı. Bütçesinin önemli bir kısmı-

26. Kış, 1950, s. 46-47.
27. İlkbahar, 1951, s. 55-56.
28. Sonbahar, 1950, s. 41-43.
29. İlkbahar, 1951, s. 37-38.

nı beslenmeye ayıran ve kıt kanaat geçinen, iki savaşın etkisini doğrudan veya dolaylı olarak yaşamış Türkiyeliler için, "Amerikan rüyası" ancak bir düş olarak algılanabilirdi. Ama yine de yayılımcı bilgi anlayışı Türkiye insanının da zamanla beslenme konusunda edinimler kazanmasını engellemeyecekti. Bu süreç kentleşme ve gelir düzeyiyle yakından ilgiliydi. 50'li yıllarda orta sınıf teldolap ile yetiniyordu ama 60'ların başından itibaren yerli üretim buzdolabı artık çamaşır makinesiyle birlikte temel dayanıklı tüketim maddeleri arasında yer almaya başlamıştı. Gelir düzeyinin yükselmesi insanların protein tüketimini artırmış, beslenme konusu giderek eğitimin bir parçası olmuştu. 60'lardan itibaren "Amerikan rüyası" artık günlük yaşam tarzına dönüşmeye başlamış, beslenme dahil tüketim normları giderek küreselleşmişti. Bunun yanı sıra artık mutfaktan "laboratuvar" diye bahseden Amerikan ev ekonomistlerini örnek alan Türkiye'de sayıları hızla artan kız enstitülerinin *bilgili kadın için mutfağı en mükemmel laboratuvar haline çevirme gayretleri*[30] ve *Aile* dergisinin modernist bilgileri birbiri ile örtüşmekteydi. Zaman içinde ise Türkiye, küreselleşmenin ve onun ürettiği değerlerin etkisi altına girmeye başlamıştı. Artık, kadınlık-erkeklik tanımlamalarını ifade eden yaşam biçimleri küreselleşmenin etkisi ile değişime uğramış ve geleneksel olandan oldukça farklılaşmaya başlamıştır. Meslekler artık farklılık katan artistik boyutları ile yeni toplum biçiminde, yeni temsil biçimlerine sahipti. Uzaklaşılan kırsal ve geleneksel değerlerin karşısında; aşçı olmak veya şef olmak, modern ve metroseksüel olmak, birey olmak, şehirli olmak adeta "yalnızlaşmış", "ıssız" ama "cool" bireyler yaratmaya başlamıştı. Bu dönemin yemekleri karın doyuran yemekler değildi. Farklı olmanın ifade edildiği, ayırt edici hayat tarzının görsel ve kültürel diliydi sanki.

30. Yael Navaro-Yaşin, "Evde Taylorizm: Türkiye Cumhuriyeti'nin İlk Yıllarında Ev İşinin Rasyonelleşmesi (1928-40)", *Toplum ve Bilim*, Bahar, Sayı 84, 2000, s. 51.

Gösteri Başlıyor... Seksenler ve Sonrası, "Issız" Yuppie Alper

Douglas Kellner, medya gösterisinin ekonomiden kültüre, günlük yaşantıdan, politikaya kadar her alanı istila etmesine vurgu yaparken, Guy Debord'un gösteri toplumunu tanımlayan çalışmasının soyut ve teorik kaldığını düşünen Kellner, bu istilaları *Medya Gösterisi* kitabında somut örneklerle analiz eder. Popüler kültürlerin üretiminde başarılı olmak, eğlenceli olmayı gerektirir, eğlenceli olmak da kitlelere ulaşmanın yolunun olmazsa olmazıdır. Gösteri artık eğlencesi ile hayatın her alanındadır. Tüketim kültürü, ürün merkezli üretilen eğlencelerin mekanizmaları aracılığı ile hızla etkinliğini yaygınlaştırmakta ve artırmaktadır.[1] Yemek, insan

1. Douglas Kellner, *Medya Gösterisi,* Çev. Zeynep S. Doğruer, Açılım Kitapları, 2010, s. 37-23.

hayatının önemli bir bölümünü kaplayan, hazırlanılmasından yenilmesine kadar geniş bir alanda gerçekleşen bir faaliyetler bütünüdür. Toplumsal, siyasal ve ekonomik yapıların değişimi ve bu faaliyetlerin içinde özellikle yemek endüstrisi pazarının genişlemesi ile gastro gösterilerde, eğlencenin mekanizmalarına dahil olarak gösterilerini biçimlendirmektedir. Çünkü yemeğin, kişinin kimliğini toplumun en küçük biriminden en geniş birimine kadar şekillendiren, her dönemin şekillendirdiği bir dili vardır. Bu dilin olanakları sayesinde popüler kültür yemeği Fabio Parasecoli'nin belirttiği gibi en etkin şekilde kullanır.[2] Ama özellikle dünya pazarının iyice küreselleştiği 1980'li yıllar, tarihsel süreç içinde yiyecek ve içecek kültürünün bu pazarda boy gösterisi için önemli bir dönüm noktasıdır. Küreselleşme, bütün tatların zaman ve mekân sınırlaması olmadan dünyada hızla hareketini sağlamıştır.[3] Yenilen ve içilene dair kültürel bilgiler, popüler medyada dolaşıma geçtikçe tüketimi de yaygınlaşmaktadır. Yemek endüstrisi ürünleri, küresel şekilde hareket edip yerel olarak mesajlarını oluşturma profesyonelliğinde dünya pazarında dolaşıma sokulur. Küreselleşen dünyada ve Türkiye'de yemeğin gösterimi, iletişim araçlarının gelişmesi ile kitlelere hızla ulaşmaktadır.

Yemek yemenin özel anlamları vardır. Bu anlamlar bireysel ve kolektif faaliyet olarak küresel platformda yerini alır. Burada esas olan gösterinin ulusal sınırları aşan kabul coğrafyasıdır. Guy Debord *Gösteri Toplumu* kitabında, gösterinin kendisini nasıl sunduğu ile toplumsal kabul arasındaki ilişkiye dikkat çeker. Gösterinin *birleştirme aracı* işlevi olduğunu söyler. Bunu da "*Gösteri kendini, hem bizzat toplum olarak, hem toplumun bir parçası olarak ve hem de bir birleştirme aracı olarak sunar. Gösteri toplumun bir parçası olarak, özellikle, bütün bakış ve bilinçleri bir araya getiren bir sektördür.*" diyerek vurgular.[4]

2. Fabio Parasecoli, *Bite Me*, Berg Publishers, 2008, s. 2.
3. Yemekler üretildikleri yerin adı ile gurme piyasasında aranmaktadır.
4. Guy Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, Çev. A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, 1996, İstanbul, s. 14-15.

Gösterinin gösterdikleri, hem biçim hem de içerik olarak sistemin işlevselliğini gizler ve onun yerine gösterinin söylemek istediğini yerleştirir. Böylece, metaların sağladığı gösteri toplumsal yapının anlamlarını inşa eder.[5] Bu gösteri, Türkiye'de 80'ler ile beraber insanların günlük hayatlarında yerini almaya başlamıştır. Vitrinlerde çikita muzlar, neskafe, sigara, ithal peynirler yerlerini alır ve bahsedilen gösteri başlar... Turgut Özal "İcraatın İçinden" programları ile, önce devlet ve daha sonra özel televizyonlarda ekranlardadır. Kulaklarda "*Arım, Balım, Peteğim*" şarkısı, *Papatyalar*... Ve artık, Türkiye Cumhuriyeti'nin 1980'lerde serbest ekonomiye geçişi, seyirlik gösterilerle başlamış ve birçok anlam üreten bu performanslar günlük hayatın bir parçası olmuştur.[6]

Seyirlik malzemeye dönüşen yemeğin gösterisi tam da küreselleşme ve liberalleşme ile yaşanan ulusal ve uluslar üstü değişimin kompakt bir örneği gibidir. Artık neyin yenildiği önemli değildir. Yenilenin tanımlayan ve ayırt eden anlamı önemli olandır. Gösterinin merkezinde meta olduğu için gösterinin konusu ve içerdikleri metanın hedeflediği toplumları da etkileyecek ve onların düşünce sistemlerini bu gösteriler belirleyecektir. Türkiye'de özel televizyonların arka arkaya açılmaya başlaması, tüketim kültür gösterisinin mecralarını da genişletmiştir. Bu televizyonlarda yok yoktur. "Arabesk yasağı" devlet denetimli sınırlarından fırlayarak piyasanın özgürlüğünü anlatırcasına her bir kanalda göz kırpmaktadır. Aynı zamanda yabancı ürünlerin rahatlıkla piyasaya girdiği bu yeni dönemde, yeni mekânlar gösteri dünyasında yavaş yavaş yerlerini almaya başlamıştır. Lüks lokantalar, kafeler, barlar eski ve yeni küçük burjuvazinin yeni mekânları haline dönüşmüşlerdir. O dönemin Türki-

5. George Ritzer, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Çev. Şen Süer Kaya, Ayrıntı Yayınları, 2011, İstanbul, s. 137.

6. 6 Kasım 1983'te Turgut Özal başbakan seçilmiş ve Özal'lı yıllar başlamıştır. Döviz alım satımı serbestleşiyor, Yürürlüğe giren ilk ithalat ve ihracat rejimi ile 70'li yıllarda kaçak olarak ülkeye sokulan sigara, çikolata, alkollü içkiler gibi ürünler vitrinlere çıkarılmaya başlanmıştır. Rıfat Bali, *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a*, İletişim Yayınları, 2002, İstanbul, s. 17.

ye'sinde çok az insanın sahip olduğu bu bolluk ve zenginlik gösterisi, sahip olamayanlar için seyirlik bir malzemeye dönüşmüştür. 1984 yılında *Hürriyet* gazetesinde yayımlanan bir sokak röportajında dönemin tanımlaması ile 'ortadirek'ten bir kadına, Türkiye'ye ithalatın serbestleşmesi ile yeni giren malları alacak gücü olmadığı halde nasıl olup da iktidarı desteklediği sorulduğunda kadının gazeteciye verdiği cevap bu durumu özetler gibidir: "Özal'ın getireceği bolluğu, vitrinlerde izlemek parayla değil ya..."[7] Sınırlı bir şekilde parçası olsanız da, gösteriyi seyretmek, haz verir.

Dönemsel olarak gösterinin yenilen ve içilenlerle nasıl şekillendiğine bakıldığında ekonomik ve siyasal değişimlerin nasıl toplumsal yapıyı değiştirdiği de anlaşılır. Yabancı markalar, yiyecek ve içecekler Türkiye pazarına girmeye başlamıştır. Bu arada çalışma hayatı, bu yeni ekonomik sistem ve Türkiye'ye giren yeni markaların açtığı iş alanları ile beraber değişmeye başlar. Artık dönem değişmiş, serbest ekonomiye açılan, yeni Türkiye pazarına hitap edecek olan reklam dünyası, yabancı reklam şirketleri ile birleşerek gösteriyi küresel düşünse de, yerel davranma misyonu ile daha da şenlendirmiştir. Diğer taraftan yeni pazarın hedef kitlesi ve gözbebeği genç kentli profesyoneller bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ortaya çıkmaya başlar. Bu genç '*yuppie*'ler,[8] yeni orta sınıf olarak belli bir hayat tarzına sahiptirler.[9] Böylece, Türkiye'nin yeni küçük burjuvazisi 'yuppie'lerin beğenileri diğer seçkinlerinkilerle beraber gösteri dünyasının içeriğini ve biçimini de oluşturur.

---

7. Bali, 2002, s. 18, 27-28.
8. "İngilizce 'yuppie' yani 'genç' (young), 'kentli' (urban) ve 'profesyonel' (professional) sözcüklerinin ilk harfleriyle anılan terim daha önceki sınıflardan farklılaşan bir 'yeni orta sınıf'ı tarif etmek için kullanılmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe yer alan işlerindeki başarıları, yaşam tarzları, farklı bakış açıları ve beğenileriyle diğer sınıflardan ayrılan bu sınıfın temsilcilerini Türkiye'de olduğu gibi küreselleşme sürecinde yer alan pek çok ülkede görmek mümkündür." Ronald Reagan döneminde Amerika'da doğmuş, sanayi ve finans kuruluşlarında kısa sürede büyük servetler kazanan beyaz yakalı genç sınıf. Bali, 2002, s. 41.
9. Ali Şimşek, *Yeni Orta Sınıf*, L&M Yayınları, İstanbul, 2005, s. 17.

George Ritzer, gösterinin ürün-meta anlatısıyla müşterisinin karşısında tüketilmesi için, tüketiciye belli bir anlamın oluşturtması gerektiğini belirtir. Bu noktada, yemek pazarını destekleyecek şekilde yemeğe anlam ithaf edilmesi de kaçınılmaz olacaktır.[10] Artık hiçbir şey eskisi gibi değildir. 1980'lerdeki radikal ekonomik değişim ile birlikte insanların iş yaşamları, aldıkları gelirin farklılaşmasıyla ne yedikleri, nerede ve nasıl yedikleri de değişmeye başlamıştır. Yemeklerin neler olduğuna bakıldığında uluslararası mutfakların gösteriye dahil olduğu görülür. Aynı zamanda bölgesel farklı mutfaklar da (Antep, Urfa, Hatay, Konya v.b.) yeni mekânlarında müşterilerini beklemektedir. Yaşam tarzlarının içine dahil olan farklı tatlar ile deneyim kazanmak ve bu deneyimden elde ettiği bilgi ile kültürlenmek, küresel âdâb-ı muaşeret haline gelmiştir. Artık ne yediğin, adeta nasıl bir dünya vatandaşı olduğunu gösterir. Sunduğu hayat tarzı ile kim olduğunu ifade etmeyi vaat eden restoranlar modern müşterilerini bekler. Aynı zamanda, geleneksel ile arasına mesafe koyan bu yeni 'modern'ler, eğer yerel bir tat almak isterlerse 'anne', 'hala', 'teyze' gibi isimli lokantalarda ev hissini de tadabilirler. Diğer taraftan bu restoranlar, kim olduğunu naif ama renkli bir şekilde ifade ederken ulusal mutfağın tanımlamasına, dahası ulusal mutfağın kurgusal bir şekilde oluşmasına da neden olur.[11] Bu küresel, başkasının hemen yanı başımızdaymış gibi olduğu dünyada, onlar suşi ise biz de rakı, şiş kebap ve lokumuzdur.

Liberal ekonomiye eklemlenen Türkiye'nin bu genel durumu, dönem gazetelerinden takip edildiğinde nasıl bir değişim yaşadığı anlaşılabilmektedir. Yabancı ülkelerin yemekleri ise her açılan yeni lokanta ile birlikte "*Beyaz Türkler 'suşi' yiyor*", "*Erçel, biberi bıraktı 'suşi'yi örnek gösterdi*" başlıkları ile gazetelerde yer alarak yeni tüketim gösterisine

10. Ritzer, 2011, s. 152.

11. Meltem Ahıska ve Zafer Yenal, *Aradığınız Kişiye Şu An Ulaşılamıyor/ Türkiye'de Hayat Tarzı Temsilleri. 1980-2005*, Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi, 2006, İstanbul, s. 382.

dahil olmuştur. Bir taraftan da artan gurme yazarları, bu yemekler hakkında kültürel bilgiler vermekte ve kendi deneyimlerini paylaşmaktadırlar.[12] Bu da, dünya vatandaşlığının bir parçası olmanın en kestirme yolu gibi gözükmektedir. Tüketim kültürünün ayırt ediciliği, seçkinci ve hayat tarzlarını tanımlayarak besleyen gücü, bu farklı lezzetleri tatma konusunda insanları teşvik etmektedir. İyi yemeğin ne olduğu tarif edilmeye başlanmış ve kültürel olarak yeme ve içme bilgisi kültürlü olmayı veya küresel dünyada ne kadar küresel olunduğunu anlatan bir dil üretmeye başlamıştır.

Yine 80'lerden itibaren farklı lezzetlerin Türkiye'ye gelebilmesi ile bu konuda deneyimli, yaşamdan zevk alan ve onun lezzetlerini tadan yeme-içme kanaat önderleri gazete sayfalarında ve televizyon ekranlarında yer almaya başlamışlardır. Aynı zamanda yemeğin sadece karın doyurmak değil, bir kültür olduğu felsefesi yeme-içme kanaat önderlerinin özellikle üzerinde durduğu konudur. Rıfat Bali'nin de aktardığı gibi, bu gurme yazarlarının bazı ortak özellikleri de vardır. İyi yemekten anlamak; değişik şarapların farkını bilmek, İstanbul, Paris, Londra, Milano veya New York'un en iyi lokantalarında birden fazla yemek yemiş olmak ve aynı zamanda oranın şef garsonlarını bilecek kadar ayrıntılara hâkim olmak gerekir. Yemek yemek sadece beslenmek değildir. Dönemsel olarak sahip olduğu anlam yenilen ile birlikte tüketilir. Suşi yemek Japonlar'la ilgili bir bağ kurar. Aynı zamanda Japonya'nın ekonomik mucizenin bir simgesi olması, sanırım Türkiye'nin yeni yüzü için, farklı ülkelerin tatları denilince akla gelen ismin "suşi" olmasına neden olmuştur. Dönemin gazete haberlerinde dünyanın ne tükettiğine dair bilgiler aktarılırken, Türkiye'de suşiyi tüketiyor olmak önemli bir göstergedir. Dönemin Merkez Bankası'nın başkanı gazetede bir röportajında, Japon lokantalarının artması ve suşinin resmi yiyeceğe dönüşmesine

12. Çin ve Japon mutfaklarının sayısının artmasını yorumlayan Merkez Bankası'nın eski başkanı Gazi Erçel, İstanbul'da 2'den 10'a çıkan Japon lokantalarına gururla dikkat çeker. Bali, 2012, s. 130.

neden olduğu ve bunun da o ülkenin iletişiminin ne kadar iyi olduğu anlamına geldiğini belirtmiştir. Aynı dönemde bu değişimi takip eden ana akım medyadan bir gazetenin genel yayın yönetmeni olan Mehmet Y. Yılmaz suşi yemenin "bir klas meselesi" olduğunu belirterek beyaz Türklerin nasıl suşi yediğinden bahseder.[13]

Rıfat Bali *Tarz-ı Hayattan, Life Style'a* kitabında 80'ler ve 90'lardaki Türkiye'de yeme mekânlarının değişimini gazete haberleri gibi kaynaklardan faydalanarak anlatır. Bali, değişen yemek kültürü hakkında da bilgi veren bu çalışmasında lokanta, kafe ve gece kulüplerine gelenlerin nasıl yaşa ve medeni duruma göre farklılaştığına dikkat çeker. Bu durum, bu yeni orta sınıfın nasıl sosyalleşeceğini anlatan bir mekân profili de çizer. Örneğin, 'yuppie'lerin evlenene kadar gittikleri mekânlardaki farklı deneyimlerini aktarır; daha yenilikçidir. Diğer taraftan kırklarında genç kalabilmiş yöneticilerin tercih ettiği mekânlar, daha nezih ve oturmuş zevkleri içeren tatları vaat eden mekânlardır. Aynı zamanda, meslek gruplarına göre de mekânları ayrılmakta olduğunu anlatan Bali; sanatçıların, ünlülerin, gazetecilerin gözde mekânları olduğunu belirtir. Toplumun popüler seçkinlerinin gitmeden önce ne yemek istediklerini önceden söyleyebildikleri bu lokantalar, dönemin gözde mekânları haline gelmiştir. 80'leri takip eden 90'lar ise hayat tarzına uygun yeme mekânlarının açılmaya başlayıp moda olmaya başladığı yıllardır. Bu mekânlar, tarzları ile seçici ve müdavimleri olan mekânlardır. Sıradan değildirler, belli bir yaşam tarzını temsil eden gösterisinin iddiası ile kendisini diğer yerlerden ayırırlar.[14]

Diğer taraftan bu dönemde Türkiye'nin simgesel kaynakları farklı gıda ürünleri de gösteri dünyasında yerlerini almaya başlamıştır. Örneğin, artık Türk yemek kültüründe kaliteli ve damıtılmış zeytinyağı sahneye çıkmaya başlamıştır. Zeytinyağı mucizesi, sarımsak, kekik gibi farklı versiyonları, bir de stil sahibi yeni şişe tasarımları ile tüketim

13. Bali, 2002, s. 129-130.
14. Bali, 2002, s. 127.

kültürünün içerisinde görücüye çıkmıştır. Gurme zeytinyağları damak tadına düşkün yeni hedef kitlenin beğenisine sunulmuştur. Zeytinyağı kentli seçkinlerin masalarında yer almaya başlar. Yine bir başka gazetenin genel yayın yönetmeni, bu damıtılmış tatlar ile hayatını nasıl heyecanlandırdığını bir bir anlatır.[15] Diğer taraftan şarap da sınıf atlamıştır. Akşamcıların, avamın içkisi olan şarap birden seçkinci bir içecek haline gelmiştir. Şaraba dair ön yargı, şaraptan anlayan kültürlü kesimin sayesinde, yavaş yavaş yıkılmıştır. Bunun için, Özal'ın özel yılbaşı davetinde davetlilere şarap sunması ve diğer seçkinleştirici faaliyetler ile birlikte şarap, soyluluğun simgesi haline dönüşmüştür.[16] Şarap üretimi, sıradan bir girişimcilik değildir. Bunu kanıtlarcasına adlarının baş harflerini taşıyan şarap markaları üreten Türkiye burjuvazisi bu içeceğe hak ettiği değeri zamanla kazandırmıştır.[17]

Yemek ve Hayat Tarzı

Hayat tarzının oluşturulmasında, gerçekliğin estetikleştirilmesi, üslubu daha önemli hale getirmiştir. Üslubun bu kadar önemli olması da modayı; yani estetik yeni bakış açılarını desteklemektedir. Bu sayede, hayatın kendisi bir sanat eseri haline dönüşür. Oluşturulan hayat tarzları ise gösteri toplumunun yeni imgelemleri ile beslenmektedir. Metalar artık kullanım değerlerini ve gerçek önemini yitirmiştir. Bireyselleşmiş hayat tarzları, tüketim kültürü içinde haz almayı önemser.[18] "Üsluplaştırılmış yaşam" seçkinlerin veya bu sınıfa dahil olmak isteyenlerin sahip olmak istedikleri hayat şeklidir. Yaşam tarzının oluşması ile artık hiçbir şey eskisi gibi değildir. Diğer taraftan yaşam tarzına sahip olmak, gerçekleştirilmesi için gerekli olan çeşitliliğin pahalı olma-

15. Bali, 2002, s. 131-132.
16. David Chaney, simgesel kaynakların güç ve kimliği belirlediğini söyler. Davis Chaney, *Yaşam Tarzları*, Çev. İrem Kutluk, Dost Yayınları, 1996, Ankara, s. 98.
17. Bali, 2002, s. 148,153.
18. Mike Featherstone, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev. *Mehmet Küçük*, Ayrıntı Yayınları, 2005, İstanbul, s. 144-146.

sından dolayı, aynı zamanda lükstür.[19] Bali, Türkiye'de 90'lardaki yaşam tarzına sahip bir yöneticinin profilini çizerken aynı zamanda 80'lerin tarifini verir. Modern bir yönetici ve işadamının sahip olması gereken vasıflar arasında, kaliteli lokantalarda yemek yemek, giyim kuşama özen göstermek, en iyi puroları içmek, şaraptan anlamak, boş zamanlarında özel koleksiyonlarla uğraşmak vardır. Yine aynı dönemin yeme ve içme zevki ve bundan haz alma göstergeleri, aynı zamanda belli yiyecek içecekleri tüketmektir. Bu hazzı isimleştirme noktasında ilk sırayı şampanya ve puro ikilisi, daha sonra ise havyar ve konyak almıştır. 80'ler ve sonrası, Türkiye'de konulu mekânların açıldığı dönem de olmuştur.[20] Belli bir zevkin göstergesi bu mekânlar, seçkin tatlara hitap ederek dönemin işadamı, iş kadını yöneticisi ve bankacısını farklılaştıran ve ayrıştıran göstergeler haline dönüşmüştür.

Tematik tüketimin gerçekleştiği yer ve zaman, kendi gerçekliğini yaratmaktadır. Restoranlar neyi sunmak istiyorlarsa o temanın imajları ile birlikte bir sunum hazırlayacaklardır.[21] Tematik tüketim, gösteri dünyasının yaratılmasında sahnenin tarzını belirler. İnsanlar burada, restoran veya kafenin işlevini ait olma ve parçası olma biçiminde değiştirir. Böylece insanları gösteri dünyasının bir parçası yapan tüketim, günlük yaşama kadar sızar. Hayat tarzlarını belirler.[22] Tematik restoranlar zincirinin küresel olarak kolayca konumlanmalarında, bu restoranların ortaya koydukları tema ile sundukları farklı ve eğlenceli olma vaatleri önemlidir. Müşterilerine, yenilen yiyeceklerden, geçirilen zamanın hissettirdiklerine kadar tiyatro benzeri bir performans sergilerler. Oluşturulmuş temanın bir parçası olmak esastır.[23]

19. Jean Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri*, Çev. Ali Bilgin, Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009, İstanbul, s. 59-60.

20. Ahıska, Yenal, 2006, s. 131.

21. Ritzer, 2011, s. 142.

22. David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, Çev. Sungur Savran, Metis Yayınları, 2010, s. 123.

23. Örneğin Hard Rock kafeler neredeyse bütün dünyaya yayılmıştır. Dünyanın o bölgesinde bulunduğuna dair bir imge tişörtlere yerleştirilir ve böylece ziyaretçi bu seyahatini kanıtlayabilir. Bu şekilde küresel hareketliliğin

McDonald's restoranları, özellikle ilk açıldıkları yıllarda, aslında tematik bir restoran olma kaygısı taşımasa da, farklı ve Amerika'dan gelen bir marka olması nedeniyle, Amerikan kültürü temasını doğal olarak üstlenmişlerdir. Amerikan hızlı yaşam tarzının küresel simgesel ismi bu fast food (hızlı yemek) restoranının özgün, yerel, konulu gösterileri ile dönemsel olarak Türkiye yeme-içme tarihinde önemli bir yeri vardır. 1986 yılında Taksim'de ilk McDonald's'ın açılmış, yöneticiler ve işadamları hafta sonları çocukları ve eşleri ile McDonald's'a gitmeye başlamışlar ve adeta bu vesile ile Amerikan deneyimini yaşamışlardır.[24]

"Issız" Yuppie Alper

Bütün dünyaya yayılan yemek gösterisinde artık mutfak şeflerinin yıldızlaştığı bir dönem başlamıştır. Yemek kanalları televizyonda 24 saat yemek programları göstermektedir. Ünlü şefler yemek tariflerini bazen egzotik, bazen de her zaman bulunabilecek malzemelerle hazırlamaktadırlar. Yemek kültürü bilgisi insanların talep ettiği ve takip ettiği bir konu haline dönüşmüştür. Rachael Ray, kendi adıyla sunduğu "Show" programında her gün stüdyoda yemek yapar. Jamie Oliver ise yemek ile devrim yapmak üzere televizyonda ve internette bir hareket başlatmıştır.[25] İspanyol Ferran Adria ise bir sanatçı gibi kimya ve yemeği birleştirmektedir. Yemek artık sıradan değil, bir konsept içinde sunulan bir tat ve hazdır. Bu şefler daha sonra gazete, dergi ve diğer mecralarda popülerliklerini artırmaktadırlar. Gurme olma artık yemek kültürü ile birlikte edinilen bir vasıf haline dönüşmektedir.[26]

---

popülerliği de oluşturulur. Yemek yemek önemli değildir. Planet Hollywood ise Amerikan sinema dünyasını bir restoran uzaklığına taşır. Eğlence vurgusu ile Amerikanlaşma bütün dünyada popülerleşir ve böylece Amerika'dan doğan markalar küresel olarak hâkim markalar haline dönüşür. Ritzer, 2011, s. 142.

24. Bali, 2002, s. 48.

25. İlkay Kanık, "Küreselleşme Sürecinde Kültürel Melezleşme Örneği Olarak Yemek Kanalları ve Programları", *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Cilt 22, Sayı 86, 2016/2, s. 237-256.

26. Parasecoli, 2008, s. 2.

Çağan Irmak'ın yönetmenliğini yaptığı *Issız Adam* (2008) filminin ana karakteri lokanta sahibi bir şeftir. Türkiye koşullarında, yaşamsal bir ihtiyaç olan yemek yemenin kamusal alanda popülerleşerek biçimlerinin seçeneklerinin artması ve yemek kültürünün yaşam stilinin bir parçası haline dönüşmesi, aynı zamanda bu mesleği yapanların mesleki konumlanmasını da değiştirmiştir. Yemek hazırlama ve sunma mesleği, toplumsal statüsünü artırmış ve aşçılıktan şefliğe transfer olmuştur. Aynı zamanda kişisel performansı önemseyen sanatsal bir anlam da bu mesleğin popülerliğini ve cazibesini yaygınlaştırmıştır. Filmin kahramanı Alper, trend olan mesleği ile yuppie tanımlamasına uyan bir karakterdir. Film, Alper'in, "ıssız" olarak nitelendirilmesini daha da görünür kılacak Ada isminde bir genç kadının hayatına girmesi ve onun ile yemek dili üzerinden kurulan duygusal bir yakınlaşmasını anlatır. Aynı zamanda, filmin adına vurgu yapacak şekilde ana karakterin Alper'in, hayatında hiçbir şeye bağlılık göstermeyerek, yönetmenin tanımlaması ile "ıssız"lığı, karakterin kendini tanımlaması ile "özgürlüğü" tercih etmesinin öyküsüdür.[27]

27. "*Alper 30'lu yaşlarda, gurme sayılacak düzeyde yemek kültürü olan kendi restoranının sahibi iyi bir aşçıdır. Lüks yaşamayı seven, işinde başarılı ama özel yaşantısını her gün farklı kadınlarla birlikte olarak düzene koyamamış, hayatını lokantasında yaptığı yemekler, rastgele günü birlik ilişkiler arasında yaşayan birisi iken hayatının akışı, bir gün Beyoğlu'nun arka sokaklarında, aradığı eski plak için bir kitapçıya girmesiyle değişir. Ada 20'li yaşlarının sonlarında, güzel, çocuk kostümleri tasarlayıp diken, Alper'in yaşamının aksine çok mütevazı, hayatta fazla inişleri çıkışları olmayan genç bir kadındır. Bir gün eski bir kitabı bulabilmek için Beyoğlu'nda dolaşırken Alper ile aynı kitapçıya girer. Çapkın bir adam olan Alper, Ada'nın güzelliğinden etkilenir ve Ada'yı takip etmeye başlar. Ada'nın aradığı kitabı bulmuştur. İlk sayfasına telefon numarasını yazar. Ada'nın işyerine kadar devam eden takip, Alper'in tanışma bahanesiyle aldığı kitabı Ada' ya vermesiyle son bulur. Ada ve Alper'in yaşamlarında ilk defa karşılaştıkları tutkulu aşkın ilk sinyalleri bu kitapla başlar. Alper kopamadığı özgür hayatının içerisinde Ada'ya yer açmaya çalıştıkça yaşamının daraldığını fark eder. Aşkı ve özgürlüğü arasında kalan Alper'in sessiz çığlıklarını duyamayan Ada, kendini aşkın rüzgârına kaptırmıştır bir kere. Ve yaşam bir kere daha aşk oyununun perdelerini Ada ve Alper için açacaktır. "Issız Adam" modern hayatın yalnızlaştırdığı insanları anlatan, yemekler, anneler, eski şarkılar ve aşk üzerine bir film.*" http://www.sinematurk.com/film/21492-issiz-adam/.

Filmin akışında Alper karakterini modern bir yalnıza dönüştüren kırılma noktası, sınıfsal bir analiz ile daha da anlaşılır kılınabilir. Alper veya onun lokantasına gelen yuppie'lerin yaşadıkları ekonomik, sosyal dönüşümlerin kültürel boyutları; dönemsel insan profillerini de örnekler.[28] Türkiye koşullarında 80'ler, onu takip eden 90'lar ve 2000'lerde ekonomik tabanlı bir kültürel büyüme ve onun sınıfsal etkileri gözle görülür hale gelmiştir. Bu filmde de bu etkinin öznesi olan yeme, içme, giyim, ev dekorasyonları gibi zevkleri ile kendini farklılaştıran Alper, yeni orta sınıfın bir prototipi gibidir. Alper'in sınıfsal ifadesi aslında zevkleri ile anlatılırken aynı zamanda büyümüş olduğu aileden farklılığı, filmin anlatısına yerleştirilen annenin kısa bir ziyareti ile çarpıcı hale getirilir. Yeni orta sınıfın kültürel sermaye edinme sürecinin kendisini geleneksel alt ve orta sınıflardan farklılaştırdığı yargısı,[29] Alper ve anne karşılaşmasında yaşanır. Örneğin, annenin geleneksel alt sınıfa ait tercihleri ve davranış biçimleri artık Alper'in dahil olmadığı ve parçası olmaktan utandığı, hatta öfke ile karşılık vererek dayanamadığı bir durum yaratmıştır. Bununla beraber, geç kapitalleşmenin alt ve üst sınıf arasındaki duygusal gerginlikleri, geleneksel ile modern arasında kalan burjuva davranışını biçimlendirir. Annesinin, İstanbul'a turşular, reçeller, zeytinyağları ile gelmesi, Alper'in evi için "aynı reklamlardaki gibi bir ev" tanımlaması yapması; Alper'in yabancılaştığı veya ait hissetmediği geleneksel yaşamla yüzleşme anlarını daha görünür kılar. Aynı zamanda filmin içinde ana karakterin yaşam tarzı olarak nasıl bir farklılaşma yaşadığı, Anadolu'da Alper'in doğup büyüdüğü kasaba evine Ada'nın ziyareti ile seyirciye hatırlatılır.[30] Burada Alper karakterinin

28. Rıfat Bali, *Tarz-ı Hayat'tan Life Style*, Nurdan Gürbilek, *Vitrinde Yaşamak* ve Can Kozanoğlu, *Cilalı İmaj Devri*, Ali Şimşek, *Yeni Orta Sınıf* gibi terimleri ile tartışır. Ayrıca Bkz. Nurdan Gürbilek, *Vitrinde Yaşamak/19-80'lerin Kültürel İklimi*, İstanbul, Metis Yayınları, 1992; Can Kozanoğlu, *Cilalı İmaj Devri*, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992.

29. Şimşek, 2005, s. 11.

30. Can Ahıska, "Issız Adam Üzerine Bir Sınıf Analizi Denemesi", *Yeni İnsan Yeni Sinema*, 2009, Kış 08-09, Sayı 22, s. 78.

yaşadığı ikilem, modern ve geleneksel arasında bir yerlere sıkışmış ve bir türlü ait olamayan bir bireyin yalnızlığı üzerinden kurulur.

Oysa Alper'in kendisini ait hissettiği şehir, onun özgürlük olarak addettiği cinsel maceraları da dahil; hiç sorgulamadan istediği her şeye izin verir. Bunun yanı sıra profesyonel hayatında yaptığı yemekler, müşterileri tarafından bir sanat eseri olarak tanımlanır. Gurme köşe yazarı müşterisi gelir ve krallar gibi ağırlanır. O da karşılığında, köşesinde "Aşkla yapılan her şeyi seviyorum, özellikle de yemek, aynen akşam Alper'in yerinde yediği yemekler gibi yapılınca..." tanımlamasını içeren övgü dolu sözler yazar.

Şehirde kalabalıklar arasında sık sık gördüğümüz karakterlerimiz yemek yeme biçimleri veya kahve içme türleri ile birbirleri hakkında yaşam stili yorumları yaparlar. Yemek, örneğin bu filmdeki havuçlu kek gibi, bir ilişkinin başlamasında romantik bir rol oynarken, aynı zamanda bir ilişkinin bitiminde de belirleyici olabilir. Ait olunmak istenmeyen gelenekselin temsili zeytinyağlı dolma, yutulamayan bir yemek olarak ilişkinin bitmesinde farkına varmadan önemli bir rol alır.

Yemek; bireyselleşmiş, geleneksel yaşamdan kopmuş, kendi anlamlarını inşa eden bu genç şehirli profesyonellerin hayatına, felsefi bir yaklaşımla, anlam ve zevk katar. Alper, yeni tanıştığı kadına yemek yapar ve ona yemeğe bambaşka bir gözle nasıl bakılacağını, aynı zamanda yemeğin nasıl yenmesi gerektiğini öğretir. Sebzeleri dinlemelidir, onlar ne yapman gerektiğini sana söylerler. Onlara bakmayı, görmeyi, yemeyi bilmek gerekir. Bir yemeği her şeyden bir tutam koyarak yapmak görgüsüzlüktür. Her malzemenin pişme süresi farklıdır ve önemli olan uyumdur. Sirke, hardal baskın lezzetlerdir. Yemeğe eklerken iki kere düşünmek gerekir; çünkü harika durdukları yerler de, katliam yaptıkları yerler de vardır. Ve tabii ki seçkin lezzetlerin ifadesi olarak şarap ise yemekten sonra yudumlanmalıdır. Alper, Ada'ya yemek ve şarap arasındaki ilişkiyi şu sözler ile anlatır: "İlk lezzet en önemlisidir ve ikinci lezzet (şarabın tadı) onu takip eder"

Bu bilgi yemeğin lezzetini almada önemli, bilinmesi gereken bir ipucudur." Böylece seyirci ile birlikte Ada da, günlük hayatının sıradan aktivitesi olan yemek yemenin estetik ve kültür boyutlarında bir değişim hisseder ve bu durum Alper'e âşık olduğu ana karışır.

Sonuç olarak 80'ler ile beraber küreselleşen ve devlet güdümünden sıyrılarak liberalleşen Türkiye, bu dönem ve sonrasını içine alan gösteri toplumunun yeni insan profillerini yaratmıştır. Tüketim kültürü, aynı zamanda yemeiçme konusunda belli bir yaşam tarzına sahip, bir önceki nesilden daha farklı, sınıf atlamış bir hedef kitle oluşturmuştur. Büyük bir seyirci kitlesi ile karşılaşan[31] "*Issız Adam*" filmindeki Alper örneğindeki gibi kitleleri gösteri dünyasının bir parçası yapan tüketim, günlük yaşamlara kadar sızar. Hayat tarzlarını belirler. Yeni tüketim araçları ve inşa ettiği düşünce biçimlerinin; düşünme ve yaşam tarzımıza radikal etkisi vardır.[32] Bu durum modern insanı iyiden iyiye bireyselleştirerek, ıssızlaştıran bir etkidir. Adeta hayat tarzlarının modern bedelleridir. Diğer taraftan, bir de farklılıkların kuşattığı ve tüketim değeri haline geldiği dünyada, kim olduğumuz yeni bir keşif alanı haline gelmiştir. Bu yeni Postmodern keşifler, tarih içinden bulunup seçilerek pazarda dolaşıma sokulan metasal değerler haline dönüşmüştür.

Diğer taraftan küreselleşme sürecinde kimliklerin kendilerini tekrar ifade etmeye çalıştıklarını görürüz. 'Kimiz? Bizi diğerlerinden ayıran özelliklerimiz nelerdir? Bu özellikler artık kendimizin ve kim olduğumuzun ifadesinde önemli bilgi kaynaklarıdır. Postmodern toplumsal düzende kişi kendisini tarihsel akış içerisinde kes, yapıştır formatı ile tekrar anlamlandırır. Sıkıcı değildir. Tarih, olup bitmiş bir geçmişte değildir. Tarih, bugünümüzü anlamlandırdığımız, küreselleşme içerisinde, bir vitrine[33] dönüşen kimliğimizin

31. 2008 tarihinde vizyona giren ve 2 milyon 788 kişi tarafından izlenen, başrollerini Cemal Hünal ve Melis Birkan'ın paylaştığı *Issız Adam*'ın gişe başarısı oldukça dikkat çekicidir. http://www.sabah.com.tr/Yasam/2010/09/22/ask_karin_doyurmuyor.

32. Harvey, 2010, s. 123.

33. Nurdan Gürbilek, Türkiye'de 80'lerde yaşanan kültürel değişimi "vit-

beslendiği, ilham aldığı kaynaklar olarak tekrar devşirilir. Bunun bir yansıması olarak Türkiye Cumhuriyeti'nden önce var olan Osmanlı İmparatorluğu artık tarih kitapları içerisinden çıkmış, çağdaş Türkiye'nin günlük pratik yeme-içme eylemlerine dahil olmaya başlamıştır. Bu ifade ediş, bir şekilde post-Osmanlı tadı olarak, yemek tabaklarında yediklerimizden ve bu yemekleri yediğimiz mekânlara kadar, bir *değer* olarak paylaşılmaya başlanmıştır.

rin" metaforu ile anlatır. Nurdan Gürbilek, *Vitrinde Yaşamak*, Metis Yayınları, 2014, İstanbul.

İki Binler ve Tarihin Yeni Performans Gösterileri: Osmanlı Yemekleri

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği, aynılaşmaya karşı, farklılıklarının görünür olmasını isteme refleksi, hem geleneği, hem tarihi önemli bir kaynak olarak görmüştür. Küreselleşme süreci içerisinde, tarihi, benliğin farklılığını, biricikliğini ifade eden performansların içinde tüketmek, küreselleşmenin olumsuz etkilerinden kendini koruma yollarından bir tanesi olarak popülerleşmiştir. Osmanlı mutfağının, özellikle de 2000'lerde, toplumsal benliğe değer katan bir kaynak olarak yeniden keşfi, tarihin yenilenebilir bir formata girmesi, tüketim kültürünün performans sunumlarının da niteliğini artırmıştır.

Oooo, buyursunlar efendim, hoş geldiniz, sefalar getirdiniz... Sizi Bâb-ı Hazz-ı Osmanlı'dan içeri buyur ediyoruz. Şimdi sizi bambaşka bir âleme götüreceğiz. Hiç denemediğiniz tatlar ile tarihe(geçmişe) doğru güvenli bir gezinti yapacağız. Restoranımızın mekânı bu seyahatiniz için her zaman emrinize âmâdedir. Dokunmaktan korkmayınız; burası sizin *Saray*ınız ve siz bir süreliğine bu *Saray*ın *Sultan*ısınız.

Ve menü açılır... İçerisinde seçilen her bir tat ayrı bir yolculuğun göstergesidir. Tatmak istediğinizi, kendi Osmanlı'nızı menüden seçer ve sipariş edersiniz. Terkib-i Tuffahiyye, Terkib-i Çeşidiye, Medfune, Kuzu Saray Kebap, Dane-i Saru, Barboros Kebap, Ali Nazik Kebap, Ballı Mahmudiye, Hünkârbeğendi, Kuzu Tandır, Şehriyeli Kuzu İncik, Şerbetler...

Geçmişte kalmış olsa da, "Osmanlı" deyince saray, saray deyince padişah ve çevresi, bu yüzden de saray mutfağını akla getiren günümüzdeki Osmanlı mutfağı, her geçen gün sayıları artan benzer çağrışımlı restoranlar ile adeta günümüzde tarihin içinde yolculuk edebilme olanağı sunar. Sarayda tüketilenleri tatmak ayrıcalığı, belki o dönemde mümkün olmasa da, şimdi istediğimiz her şeye ulaşma imkânı olduğunu düşündüğümüz modern sonrası zamanlarda, yeni farklı bir deneyim olarak tüketicilerine kapılarını sonuna kadar açmıştır.

Osmanlı'nın tadı, düşünsel formda anlamlı ve somut olarak tüketilebilir bir tada dönüştürülme sürecinden sonra; müşterilerine aynı zamanda, tarihsel deneyim hazzı verecek çekici bir seçenek olarak sunulur. Göstergeleri ile hazırlanmış bu mekânın tüketicisi, modern insanın arzu ederek satın aldığı ve tükettiği diğer bütün deneyimler gibi, tatma, hissetme ve sindirme deneyimini yaşar.[1] Bu Osmanlı mutfak performansını tatma deneyimi, farklı, ulaşılabilir, anlam dünyası oluşturulmuş ve sonrasında ise güvenli olarak eve

1. Hayaller, imajlar ve hazların tüketilmesinden bahseder. Mike Featherstone, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev. *Mehmet Küçük*, Ayrıntı Yayınları 1996, İstanbul, s. 49-58.

geri dönülebilen ve öteki ile buluşmanın vaat edilen hazzı ile sonuçlanan bir deneyimdir.

Osmanlı mutfağı olarak kendini ifade eden günümüzdeki restoranların kurgusu göstergelerle kodlanmış, menüdeki yemeklerden duvardaki bir resmin ayrıntısına kadar belirlenmiştir. Zaman ve mekân algısı içerisinde, tarihsel bilgilere atıfta bulunan tatlar, tüketim kültürü içerisinde kendi anlatısını yaratır. Yemeye dair bir mekânın kurgusunun kuramsal bir yaklaşımla, modern sonrası olarak adlandıracağımız postmodern dönem performans özelliklerini taşıyıp taşımadığını anlamaya çalışacağımız bir söylev analizi bu bölümde hedeflenendir. Modern sonrası zamanlarda tüketim kültürünü ve tarihin tüketilmesinin estetiğini anlamak için ilk önce küreselleşme ve tüketim kültürü ilişkisini tanımlamamız gerekir.

Küreselleşme ve Tüketim Kültürü

Küreselleşme ile beraber farklılıklar ve bu farklılara karşılık gelen kimlikler, tüketim kültürü dilinin çeşitlendirilmesinde eşsiz bir kaynak sağlamıştır. Bütün dünyada ötekinin anlamlandırılmasında alternatif bir alan olarak hızla yayılan yemek kültürü, farklının deneyimlenmesinde güvenli bir alan olarak kozmopolit kültürlerin içinde yerini almıştır. Küreselleşmenin, dünyaya bir köy dedirten birbirine benzer hale getirdiği gücü aynı zamanda farklı olmanın cazibesini de tüketim kültürünün içerisinde kullanıma sokmuştur.[2]

Günümüzde "Osmanlı" olarak kullanıma giren terim, tarihin belli bir döneminde var olmuş olan Osmanlı İmparatorluğu'na atıfta bulunarak geçmiş ve bugün arasında kurulan postmodern bağları temsil eder. Günümüzde algılanan "Osmanlı kimliği" geçmiş ile bugün arasındaki tarihsel, toplumsal ve kişisel anlatının içeriğini zenginleştirerek tüketime de zengin olanaklar sağlar. Osmanlı mutfağını mercek altına alarak bakarsak, geçmişe ait bir kimliğin, yeniden,

2. M. McLuhan, The Gutenberg Galaxy: *The Making of Typographic Man,* University of Toronto Press, 1962. [Marshall McLuhan, Gutenberg Galaksisi, Çev. Gül Çağalı Güven, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.]

tadına bakılır bir şekilde kullanıma girdiğini görürüz. Günümüz insanının beslenme sayesinde Osmanlı ile kurduğu bu tarihsel bağ, her türlü ayrıntısı ile farklı ama tat ile hissedilir hale dönüşmüştür. Farklı yorumlarla inşa edilmiş, kodlanmış birbirinden farklı hale dönüşmüş tadına bakılan "Osmanlı" kimlikleri oluşmaya başlamıştır. Postmodernite, modernitenin dışladığı gelenek, geçmişi ödünç almış ve bu iki olgu tüketim kültürü içerisinde yemek kültürünün biçimlenmesini hem içerik hem de biçimsel olarak etkilemiştir. Osmanlı mutfağının sunumu da bundan nasibini almıştır.[3]

Gelenekli, Geçmişli (Post) Modernite ve Yediğin, İçtiğin

Postmodernitenin en önemli özelliklerinden birisi geçmiş ve onun yaşam biçimine karşılık gelen gelenek ile bağların farklı formatlarla tekrar kurulmasıdır. "Osmanlı"nın temsil ettiği gelenek ve geçmiş ile kurulan bağ, postmodern tüketim kültürü içerisinde farklı şekillerde temsil edilmektedir. Bu alanların en önemlilerinden birisi beslenme kültürüdür. "Bana ne yediğini söyle sana kim olduğunu söyleyeyim" sözü[4], modern sonrası dünyanın bireysel ve toplumsal kimlik inşâsının malzemelerini de kapsar. Osmanlı mutfağı sunan restoranlar, mekânsal düzenlemeleri, yemek servislerinin tadı ve görüntüsü ile müşterilerine deneyimlemeyi vaat ettiği tarihsel döneme dair bir dünya oluşturmuştur. Bu durum modern toplumdaki bireyin gelenek, geçmiş ile bağ kurmasını, bu bağ sonucu kim olduğunu inşa etmesini sağlar.[5] Modernitenin geçmiş ve geleneği olumsuzlaması onu yok sayması karşısında kendini konumlandırmada zorluk çeken birey, postmodern toplum içerisinde ise kurduğu bu bağlar ile çok daha anlamlı ve ifade edebilir bir yaşam alanı yaratabilmiştir.[6] Yediği tat rastgele değildir. Teknolo-

3. Mark Gottdiener, *Postmodern Göstergeler*, Çev. A. Nur, E. Cengiz, H. Gür, İmge Yayınları, Ankara, 2005.
4. Jean Anthelme Brillat Savarin, *The Physiology of Taste*,Merchant Books, 2009, s. 14.
5. Christian Boudan, *Mutfak Savaşı*, Çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, 2006, İstanbul, s. 248-250.
6. David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, Çev. Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul, 2010, s. 55-83.

jik gelişmelerle, tarihte hiç olmadığı kadar zaman ve mekân algısının değiştiği günümüzde, aidiyet hissi güçlü ve seçilmiş olan ile inşa edilen kimlik, bireyin yaşadığı dönemlerde karşılaştığı durumlar için fonksiyoneldir.[7] Michel Foucault, insanlığın yazdığı tarihi kendi içinde bulunduğu konumu anlamlandırmak için bir araç olarak kullanıp bir sığınak haline getirdiğinden ve sığınak görevi gören anlatı üreten böyle bir işlevsellik yüklediğinden bahseder. Gündelik hayatımız ve onun içinde ayrılmaz bir parça olan beslenme ise her gün yeniden yazılan bu işlevsel tarihin önemli anlamlandırma noktalarından birisidir.[8] Defne Karaosmanoğlu, yemek konusunun önemine dikkat çekerek geçmişin yeniden yaratılmasında ve sunumunda yemeğin ne kadar kritik rolü olduğunu vurgular. "Ottomanness" Osmanlıcılık kavramının, yemek performansları ile nasıl üretildiğini analiz eder. Karaosmanoğlu çalışmasında, İstanbul'daki restoranların Osmanlı kimliğini yeniden üreterek kendi kimliklerini ifade etmelerinden bahseder.[9]

Mutfakla Oluşturulan Yeni Gerçeklikler

Ervin Goffman'a göre performans, durumların içinde katılımcıların, diğer katılımcıları etkilemeye yönelik tüm etkinlikleridir. Etkilemek özen ister. '*Seyirciler, gözlemciler, diğer katılımcılara*' tekrarı olabilen önceden belirlenmiş eylemler gösteri halinde sunulur. Bu sunulan eyleme *rol* veya *rutin* adını veren Goffman, performansların toplumsal ilişkileri ortaya çıkardığından bahseder. Günlük yaşamın içerisinde gösterilen performanslar, hem oyuncuyu hem de seyirciyi bu performansın parçası yapmak amacındadır. Böylece, günlük yaşamın içinde, benlikler, kimlikler şekil-

7. Nigel Watson "Postmodernizm ve Yaşam Tarzları", Der. Stuart Sim, *Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü*, Çev. Ali Utku, Mukadder Erkan, Ebabil Yayıncılık, 2006, s. 45-46.
8. Ann Game, *Toplumsalın Sökümü: Yapıbozumcu Bir Sosyolojiye Doğru*, Çev. Mehmet Küçük, Dost Yayınları, Ankara, 1998 s. 67-76.
9. Defne Karaosmanoglu, *Eating The Past Multiple Spaces, Multiple Times - Performing 'Ottomanness' in Istanbul*, International Journal of Cultural Studies, Volume 12(4): 339-358.

lenir. Bunun için ilk önce kişinin oynadığı role inanması gerekir. Bir rol canlandırıldığında, canlandıran kişi, bu role seyredenler tarafından inanılmasını ister. Goffman tarafından standart ifade donanımı olarak tanımlanan vitrin ise performansın bir başka faktörüdür. Aynı zamanda vitrin, "kolektif bir temsil"dir. Bir başka etken olarak tanımlanan dramatik canlandırma ise gerçekçiliği artırır. Çünkü performansın başkalarına anlamlı gelebilmesi için dramatik, ifadeli bir şekilde mesajların aktarılması gerekir ve böylece dramatik canlandırmada *etkileşim* gerçekleşmiş olur. Goffman, tören ve idealize etme arasında bir ilişki olduğundan bahseder. Günlük yaşamın içerisinde benliğin oluşmasında ortak değerleri öne çıkartan performansların tören olarak ifade edilebileceğinden bahseder. Böylece, bu törenler sayesinde toplumun değerleri onaylanır ve kabul edilir. İdealize etme, törenlerle meşrulaştırılır. İfade denetiminin elde tutulması bir başka unsurdur. Performansı gösterenin yani oyuncunun ortaya koyduğu performans, yanlış anlama veya başka nedenlerle tam olarak seyirciye ulaşmayabilir; bu durumda bütünü ile uyum içinde, performansın mesajını destekleyecek şekilde, parçalara yükleyerek, ifade denetiminin elde tutulması sağlanır. Yanlış sunum ise performans sürecinde karşılaşılan bir başka durumdur, performansın içinde var olabilir bu durum algıyı etkileyebilir. Yanlış sunumlar bazen kabul edilebilirliği artırdığı gibi, bazen de bütün performansı olumsuz etkileyebilir. Gizemli hale getirme ise, performansın sunumuna getirilen kontrollü sınırlandırmalar, seyirciye koyulan mesafenin korunması ve bu sayede hayranlık yaratılması ile gerçekleşir. Performans seyirciyi etkilerken, şu iki faktör sonuç olarak algılanabilir: gerçeklik ve düzmece. Gerçeklik algısı, seyircinin, performansı ortaya koyan oyuncunun içtenliğine inanması ile güçlenir. Bunu Goffman "hakiki, içten, dürüst" performanslar olarak nitelendirir. Düzmece ise, seyirci için hazırlanan, "oyun" performanslardır.[10]

10. Ervin Goffman, *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, Çev. Barış Cezar, Metis Yayınları, 2004, İstanbul, s. 29-81.

2000'lerde Osmanlı yemeklerinin günlük hayatın içerisinde popülerleşen performanslarındaki modern ve postmodern benliğin ifadesi, Goffman'ın performans değerlendirmesi üzerinden incelenirse şu sonuçlara varılabilir: Osmanlı konsepti restoranlarını açanların ve bu restoranlara gitmek isteyenlerin, tarihsel yolculuk performansına inanmaları gerekir. Bu inanma sürecinin tamamlanması için restoranın, yemeklerin, garsonların, menünün yani vitrinin her bir ayrıntı ile bu yolculuk performansını desteklemesi önemlidir. Yemeklerin törensel sunumları, durumun idealize edilmesini kolaylaştıracaktır. Yanlış anlamaları önlemek için; yani performans büyüsünün bozulmaması için, her bir detayın esas performansı desteklemesi gerekir. Hem restoranların, hem yemeklerin ve bu yemekleri sunanların inandırıcılıkları gerçeklik hissinin verilmesine fırsat verir. Performansın gizemi, akılda kalıcılığı güçlendirecektir. Restorana gelen müşteri seyirci ile kurulan kontrollü mesafe ve sınırlandırmalar, her şeyi açıklamamak, bazı şeyleri mesafeli olarak bırakmak, Osmanlı mutfağının 2000'lerde sunumunu daha otantik hale getirmektedir. Osmanlı mutfağı, performansı sunanların bu noktada performansa inanmaları, içten olmaları, hakiki ve dürüst olmaları; seyircide gerçek, otantik veya düzmece anlamının oluşmasını belirleyecektir.

Derrida'ya göre insanlar gerçekliği dil aracılığıyla inşa ederler. Bu mekanizma, inşa edilen göstergelerin, gerçekliğin parçası haline dönüşmesini sağlar ve gerçeklik olarak addettiğimiz durumlara ve nesnelere belli isimler vererek işler. Verilen isim nesne ile öyle bir özdeşleşme içinde olur ki, biz bu nesneler arayıcılığıyla düşünür ve konuşuruz. Sanki nesneler öyle istiyormuş gibi ve sadece bu şekilde tanımlanabilirlermiş gibi düşünürüz. Bu yüzden, dil ve gerçek, sosyal hayatı anlamlandıran ayrıntıların toplumsal olarak paylaşımını karşılıklı olarak üstlenir.[11] Derrida'ya göre Osmanlı mutfağının günümüzde tüketiminin popüler hale gelmesi değerlendirildiğinde; kendisine Osmanlı mutfağı sunuyoruz

11. Jacques Derrida, *Göstergebilim ve Gramatoloji*, Çev. Tülin Akşin, Afa Yay, 1994, İstanbul, s. 31-35.

diyen restoranların, duvarlarındaki süslemelerden, mekâna eşlik eden müziğe, yiyeceklerin sunulduğu kap kacağın biçimine kadar "her şeyin gittiği" bir düsturla yeniden yaratılmış bir dil ve tarih inşa ettiği görülür. "Osmanlı" mutfağı kitleler tarafından tüketime girdiği zaman, eklemlenmiş bir yapı ile her bir bireyin kendi Osmanlı'sını yarattığı yeni bir gerçeklik ve anlam düzeyi oluştuğunu görürüz. Baudrillard'ın dediği gibi simülasyon gerçeğin yerine geçecektir. Teknoloji ve enformasyon bu simülasyonun oluşumunu belirleyecektir.[12] Artık internetten Osmanlı mutfağı tariflerini hikâyeleri ile birlikte takip edebileceğiz. Yemek yediğimiz yerdeki imgelerle bu algımız daha da pekişecektir. Türkiye'de tüketiciler için Osmanlı mutfağı, günümüzde köy haline dönüşmüş küreselleşen dünyanın tüketim kültürü içerisinde farklı; aynı zamanda Hint, Çin, Meksika mutfağı kadar yabancı bir turistik mekân gibidir.

Osmanlı mutfağı, Osmanlı İmparatorluğu'nun dağıldığı geniş coğrafyaların tat zenginliğini içerir. Bu yüzden de Osmanlı Mutfağı, Arap Yarımadası'ndan Balkanlar'a kadar lezzet karışımının bütün şaşırtıcılığını bize sunabilir. Diğer taraftan, saray ile de ilişki kurduğu için de sıradan değil, hazırlanması zor ve farklı olması nedeniyle günümüz tüketicilerini etkileme kapasitesine sahiptir. Tarihsel olarak tanınmışlığı ve yerelliği ifade eden "Türk mutfağı" daha çok "Anadolu mutfağına" yani bildiğimiz tatlara karşılık gelirken, "Osmanlı mutfağı"nın kullandığı malzemeler, hazırlanan yemeğe verilen adlar ile farklı ve denenmemiş olması özelliği; bu restoranlara yapılan turistik ziyaret için sanki aynı zamanda beklenendir de. Hem yerellik, hem farklılık denklemin öyle şaşırtıcı bir yerinde durur ki, bütün bu özelliklerinden dolayı bir yabancıdır. Ancak, aynı zamanda Osmanlı Mutfağı, (post) modern birey için küreselleşen dünyada teknolojik gelişmelerle farklı kültürler ve dünyalara ait bilgi bombardımanı içerisindeki kendini güvende hissettiği ve her gün yeniden inşa edip anlamlandırdığı postmodern kimliği için bir sığınaktır da.

12. Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, 2008, İstanbul, s. 158-160.

İkinci Bölüm

Gastro Kültürel Ürünlerin Gösterileri

"Arı" ve "Bal"ın Modern Mit ve Temsilleri

Binlerce yıldır arılar, Tanrı'ya, insanı yaşarken *balıyla* aç bırakmamaya, *peteğiyle* de ölümünden sonra bozulmadan sonsuzluğa doğru taşımaya adeta söz vermişlerdir.[1] İnsanoğlu doğadan kopmadan önce arıları tanır ve onun ürünlerini kutsardı. Arının ve balın tarih içindeki şekillenmiş anlamları, günümüzde değişen toplum yapısı ve hızla gelişen teknoloji ile birlikte modern biçim ve içeriklerle yeniden üretilmiş ve dönüştürülmüştür. Peki bu nasıl oldu?

Modern insan şehirde, kültür endüstrisinin kendisi için hazırladığı dünyada, doğanın temsilleri olan kültürel sana-

1. Cesedi sonsuza kadar korumak için mumyalamak bal peteğinden elde edilen mum ile yapılır.

yi ürünleri ile birlikte yaşar. Doğanın kendisinin değil, üretilmiş temsillerinin biçimi ve içeriği insanın günümüzde sahip olduğu kültürü oluşturur. Medya sayesinde kitleler modern temsiller ve mitlerle tanışır ve bu anlatıları hayatlarının bir parçası yaparlar. *Medya Gösterisi* kitabında Douglas Kellner'in de belirttiği gibi, günlük yaşam artık tüketim toplumu için hazırlanmış gösterilerle şekillenir ve bir ortak haz ve paylaşım alanı yaratır.[2] Böylece modern insan doğadan kopmuş olan hayatında, aynı zamanda yediği ve içtiği şeylerin nesneleri ile değil imajı ile de tanışır ve daha sonra, insanlar bu imajların medyatik hikâyelerini toplumdan topluma ve nesilden nesile aktararak ortak paylaşım ağlarında ortak bir tarihin parçası yaparlar. Televizyon, sinema, gazete, dergi ve internet, "gerçekliğin" göstereni ve masal anlatıcısıdır.[3] Kitlelere hitap eden bu medya araçları sayesinde insanın sahip olduğu tat artık görseldir; tat, esas olan görüntünün iliştirilmiş tamamlayıcısı olmuştur.

İşte bu iletişim ve toplumsal oluşum sürecinde, bin yıllardan bu yana kutsal bir sıvı olarak doğanın insanoğluna armağanı olan bal, bu hediyeyi yapma görevini üstlenen kutsal arılarla birlikte kitle iletişim araçları vasıtasıyla hayatımızda modern biçimlerdeki mitlere dönüşür ve temsil edilir.

Popüler kültür içinde üretilmiş birçok televizyon filmi, öykü kitabı veya çizgi roman karakteri, hep arı ve bal ile ilgilidir. Tarih boyunca bal, her derde deva ve en önemlisi doğanın sunduğu hazır bir nimet olma özelliğini günümüzde başka sanayi ürünlerine kaptırmıştır. Birçok yiyecek, insanlar için tüketilmeye hazır bir şekilde süpermarketlerde alınmayı bekler. Bal da bunlardan biridir; ancak, saf, duru ve doğal güzelliği ile raflarda diğer yiyecekler arasında bir seçenek haline dönüşmüş olsa da, yine de onun yeri ayrıdır.

2. Douglas Kellner, *Medya Gösterisi*, Çev. Zeynep S. Doğruer, Açılım Kitap, 2010, İstanbul, s. 46.

3. George Gerbner televizyonun, çağdaş mitolojilerin masal anlatıcısı olduğunu söyler. Bk. *Communications Technology and Social Policy: Understanding The New Cultural Revolution*, Edit: George Gebner, Larry P. Gross, William H. Melody, New York, Wiley, 1973.

Doğadan kopmuş insan şehirlerde hastalandığında, aldığı birçok kimyasal ilacın yanı sıra; binlerce yıldır yanından ayırmadığı balını sıcak çayının içine döktüğü zaman adeta kendini atalarından miras kalan bilgiyle, kendisini güvende hisseder. Claude Lévi-Strauss'un ifade ettiği gibi, bal doğadır ve insan eliyle işlem görmüş yani kültürleşmiş yiyeceklerden ayrılır. Hiçbir işleme gerek yoktur.[4] Çiçeklerin özlerini toplayan çalışkan arıların hazırladığı şekliyle, tatlı tatlı, yenmeye hazırdır. Modern insan balın, insanoğlunun hayatta kalmasını ve bu dünyadaki varlığının sürekliliğini binyıllardır sağladığını unutmuş olsa ve onu diğer yiyecekler arasında bir seçenek haline dönüştürse de, hem arı hem de bal, modern kültürel anlamlarla hayatımızın parçası olmaya devam eder.

Fiziksel olarak arıyı gerçek hayatın içinde düşündüğümüzde, modern dünyalarımıza uzaklaştığımız doğadan gelen davetsiz bir misafirdir. Bu durumda, arı ve tehlike birbirini çağrıştırır. Arılar güvenli hayatlarımıza girerek, bizi sokmak için etrafımızda geziniyordur. Günümüzde insan ve arı arasındaki korku üzerinden şekillenen hikâyenin taraflarını anlamaya çalışırsak insanın tarafında hikâyenin aslı şöyledir: Arı onu sokmak için saldırmaktadır. Korunaklı dünyamıza gelen bu istenmeyen, korkulan yabancı misafiri gören insan değişik birçok tepki verebilir; örneğin, kendini korumaya çalışırken korkuyla elini kolunu sürekli oraya buraya hareket ettirir, arıyı uzaklaştırmak için arıya doğru ilerler veya kaçar... Peki, arı insanın bu tepkilerini nasıl algılar? Karşıdaki insan kendisine eliyle koluyla saldırıya geçmiştir. Arının amacı ise kendisini gördüğünde etrafında bir oraya, bir buraya hareket eden insanın, kovanına ve kendisine karşı bir tehlike olup olmadığını anlamaya çalışmaktır. Bu nedenle kendisini korumalıdır. Çoktandır unuttuğumuz doğanın dili anlaşılmaya başlandığında karşımıza çıkan gerçek, türünü ve ürününü korumak için arının başvurduğu son çare iğnesi ile sokması olacaktır. Eğer iğnesini kullanır-

4. Claude Lévi-Strauss, *Anthropology & Myth*, Basil Blackwell, 1987, s. 42-45.

sa bu onun sonudur.[5] Bir diğer gerçek ise arıların hepsi iğne taşımaz; örneğin, erkek arıların iğneleri yoktur. Dişi işçiarıların ise geliştikçe olgunlaşan iğneleri vardır, kolonideki binlerce yavru arıyı korumak için bedenleri bir süre sonra iğneye sahip olacak şekilde değişim gösterir. Acaba doğanın bu eşsiz dengesinin bilgisi nasıl olup da modern anlatı içinde soyut bir anlam düzeyine çekilmiştir?

Doğadan uzaklaşmış şehirli insanın hayatında arı saldırganlık, bal da sadece tüketim amaçlı biçimleriyle yer almaktadır. Fakat simgesel anlamda, modern dünyanın ürettiği kültürün içindeki çağcıl temsilleriyle hayatımızı çok daha başka boyutlarda da anlamlandırırlar.

Roland Barthes, yemek olarak tüketilenin anlamının toplum içinde nasıl kodlandığını araştırmıştır. İnsanların, anlamını paylaştıkları sosyal bir yemek dili inşa ettiğinin altını çizen Barthes, bu sayede insanın kendi modern temsillerini de yarattığını söyler.[6] Arı ve bal da bu temsillerin önemli göstergelerini oluştururlar. Her ulusun oluşturduğu modern temsiller ile kendi yemek mitini yarattığını söyleyen Barthes, göstergebilimcinin, dilbilimci gibi "anlamın mutfağı"na girmesi ile mitlerin yapısalcı bir anlam analizini yapabileceğini iddia eder.[7] Ona göre, yemek dergilerindeki yemeğin görsel ve sözsel temsilleri, yemek yeme veya gıda almanın işlevselliğinden çıkarak başka şeylere dönüşmeye başlamıştır. Yemek, cinsellik, şiddet, milliyetçilik gibi göstergesel anlamların çözümlenmesi gerekmektedir. Bu düşüncelerini, üretilen kültürel anlamları, dergilerdeki yemek resimleri üzerinden örneklendirir. Dergilerdeki yemek resimleri fotoğraflanış biçimi ile artık yiyecek olmaktan çıkıp, mitleştirilerek toplumsal hale dönüşür. Barthes, modern mitlerin gücünden bahseder. Mitlerin, güçlerin ve iktidarın söylemek

5. İğnenin üzerinde ok ucuna benzeyen kancacıklar bulunur. Arı iğnesini sapladıktan sonra bu kancacıklar iğnenin geri çıkmasını engeller. Arı iğnesini çıkarmaya çabalar fakat bunu başaramaz. Çoğu zaman bağırsaklarının bir bölümü de koparak iğne zehir keseciğiyle birlikte saplandığı yerde kalır.
6. Roland Barthes, *Göstergebilimsel Serüven*, Çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, Kaf Yayınları, 1999, İstanbul, s. 235-238.
7. Roland Barthes, *Mythologies*, Hilland Wang, New York, 1998, s. 58-61.

istediklerini söyleyen bir mekanizması olduğunu vurgular. Mit yaratan çağdaş söylenceleri takip etmek, toplumsal yapının analizi de sağlayacaktır. Çünkü toplumsal yapının içindeki eşitsiz ilişkiler bu söylenceler ile kamufle edilmekte, yani gizlenmektedir. Politik olan sanki değilmiş gibi aktarılmaktadır. Popüler magazinleri ele alır. Elle dergisinin içerisindeki yemek gösterisine dikkat çeker ve dergide gastro gösteri halinde sunulan bu mutfağa Barthes "görüntü mutfağı" adını verir.[8]

Kültür endüstrisi içinde üretilen doğanın sunumları, kendi bireysel tarihimizin çağcıl bir şekilde bir parçası olup bizi eğlendirirken, aynı zamanda dünyaya bakış açımızı ve ideolojilerimizi belirler. Bu çağcıl sunumlar, şarkılar, tiyatrolar, çizgi karakterler, filmler ve bunlardan doğan endüstriyel ürünler şeklinde hayatımızı donatırlar ve hazlar verirler; kitleler tarafından tüketilerek ortak zevklerimizi oluştururlar.[9] Barthes'ın yemek üzerine geliştirdiği bu çerçeve içinde, tarih boyunca, içeriklerinde arı ve bal olan geçmiş anlatılar, eski masallar, yeni formlarla ve yeni içeriklerle modern mit ve temsiller şeklinde günlük hayatımıza zuhur ederler. Her ülkede farklı şekillerde oluşmuş, içinde arı ve bal olan zamane masalları, oluşturulan karakterleri, yaratılan tınısal lirikleri, bugünün yarına da devreden efsaneleri olur. En önemlisi ise bunun, arıyı besleyen, balı tüketen insanlara, gizli mesajlarını aktaran modern mitolojiler haline dönüşmüş olmasıdır.

"*Arı Maya*" çizgi romanı ile büyümüş bir nesil için arı, *Maya*'dır. Yüz yaşını geçmiş olan *Arı Maya* karakteri, 1912'de, Alman çizgi karakter yaratıcısı Waldemar Bonsels tarafından yazılan "The Adventures of Maya the Bee" kitabının başkarakteridir. Kitabın İngilizceye çevrilmesiyle dünya çapında bir hedef kitleye ulaşmıştır. O zamandan bu zamana *Arı Maya*'nın hayat hikâyesinin günümüze kadar

8. Roland Barthes, Çağdaş Söylenenler, Çev. Tahsin Yücel, Metis, 1998, İstanbul, s. 118-119.

9. Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu,* Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, 2008, İstanbul, s. 94.

çizgi kitaplardan televizyona, oradan da operaya varan canlandırma ve sunulma biçimleri, bu karakterin hayatımızda gerçek bir kahraman haline nasıl dönüştüğünün de hikâyesidir.

Arı Maya geride bıraktığımız bu yüzyılın en ünlü arısıdır. O ve arkadaşları maceradan maceraya koşarken birçok şey öğrenirler ve öğretirler. Bu küçük bal arısı *Maya*'nın başından geçenlerin 1924 yılında Wolfram Junghans tarafından sessiz bir filmi çekilir. Daha sonra, 1975'te Japonya'da, *Bal arısı Maya'nın Maceraları* (*The Adventures of Maya the Honeybee*) adıyla çizgi filmi yapılır. Dünyanın farklı ülkelerinde *Bal arısı Maya'nın Maceraları* gösterilir. Televizyonun da yaygınlaştığı ve evlerin önemli bir gösteri aleti olmaya başladığı bu dönemde, yetişkin olma yolunda değişik bir macera dokusu içinde resmedilen bu küçük bal arısının ünü bütün dünyaya yayılır. Lübnan'da ona *Zena* derler, İran'da ise *Nikoo* diye çağırırlar. Dünyanın birçok bölgesinde farklı dillere çevrilen *Arı Maya* hikâyeleri, çeşitli ülkelerdeki çocukların hayatlarında çok iyi tanıdıkları, sokmayan, saldırmayan ve toplumun nasıl bireyi olmaları gerektiğini onlara öğreten, bir arı simgesi yaratmıştır. Bu bal arısının televizyon ve sinemadaki popülerliği günümüze kadar devam etmiştir. 2012 yılında *Studio 100 Animation* tarafından 78 bölümlük *Arı Maya* çizgi seri hazırlanırken, 2014 yılında ise yönetmenliğini Alexs Stadermann yaptığı çizgi film versiyonu, Arı Maya(Maya The Bee, 2014) sinemalarda gösterilir. Arı Maya örneğinde denilebilir ki, ilk defa böcekgillerden biri, bir film yıldızına dönüşmüştür. Bütün ülkelerin çocukları tarafından sevilen bu sevimli karakteri, Hırvat besteci Bruno Bjelinski 1963'te operaya uyarlar.[10]

Küçük *Maya* bir arı kovanında gözlerini dünyaya açmıştır. Ve tek dünyası burasıdır. Öğretmeni işçi arı Bayan Casandra ona dış dünyanın tehlikesini, kovanın içindeki arı topluluğunun düzenini anlatır ve onu bu toplumun bir parçası yapmaya çalışır. Ama küçük *Maya,* kovan dışındaki dünyayı çok merak eder. Ona öğretilene karşı çıkar ve ko-

10. http://self.gutenberg.org/articles/maya_the_bee_(tv_series).

vandan dışarıya bilmediği bu dünyaya keşif için çıkar. Ait olduğu kovana (topluma) artık ihanet etmiştir ve geri dönemez. Bu sefer acımasız dünyada yeni dostluklar edinir. Dışlandığı kovana tekrar kabul edilmenin hayaliyle, garip ve olağanüstü olaylara karışır. Bir gün kendi kovanını kurtarmasına neden olacak tuzağa düşer ve eşekarıları tarafından yakalanır. Bir de ne duysun! Eşekarıları uzun süredir *Maya*'nın bal kovanına saldırmayı planlamaktadırlar. Bunun üzerine hayatını tehlikeye atarak hemen kovanına gider ve bu hain planı ailesine açıklar. Kovanını büyük bir tehlikeden kurtarmıştır ve affedilir. Sonra, o bütün deneyimlerinin sonucunda, kendi kovanında, küçük bal arılarını dışarısının güvensiz dünyasına ve hayata karşı hazırlayan harika bir öğretmene dönüşür.

Çalışmanın ve bir arada uyumlu olmanın çok önemli olduğu saf arı topluluğu, *Maya*'yı, merakı yüzünden kurallara karşı gelerek yaptığı sadakatsizliği nedeniyle arı toplumundan tecrit ederek cezalandırmıştır. Sonra ise, ideal dünyayı gösteren bal arılarının düzenini bozmaya çalışan eşkıya eşek arılarının saldırısını onlara haber verdiği için, kendi toplumuna dönebilmiş ve statülü ve saygın bir konum kazanmıştır.[11]

Bal arısı *Maya*'nın arkadaşlarını da hatırlarsak çalışmaktan çok da hoşlanmayan ama çok iyi bir dost olan erkek arı *Willi*, kovan dışındaki dünyayı anlatan bilge çekirge *Flip*, kendisini hep farklı hayal eden gübreböceği *Kurt*, uçabilen bir başka arkadaşı sinek *Puck* ve örümcek *Thekla*'dır.

1912'de, Alman çizgi karakter yaratıcısı Waldemar Bonsels'in ortaya çıkardığı bir karakter olan *Arı Maya*, çıktığı dönemin yaygın siyasi yapılanmalarını destekleyecek şekilde, ulus devlet ve totaliter rejimleri ideolojik olarak beslemesi tesadüf değildir. Bu karakterin arı kovanında yaşadıkları, ulus ideolojisinin kitlelere hitap eden popüler kültür ürünlerine yansıtılmasında bir nevi öncü olmuştur. Bu eserler, geleceğin yetişkinlerini toplumsallaştırırken, ulus

11. Waldemar Bonsels, *The Adventures of Maya The Bee*, Thomas Seltzer, New York, 1922.

kimliğinin yaratılması ve güçlenmesini önemseyen "toplumun ulvi değerleri için yararlı" birçok bilgiyi aktaran, eğlenceli anlatılar idi. *Maya* ideal vatandaş olma yolunda, yanlışlar da yaparak maceralar yaşıyordu. Aynı zamanda hikâye, *Maya*'yı, ideal vatandaş olma yolunda yanlış yollara sapsa da, sonunda doğruyu bulan, ait olduğu saf ırkın bir parçası olarak konumluyordu. *Arı Maya*, sanki 1945'te yayınlanmış olan *Hayvan Çiftliği* (Animal Farm) adlı romanın da tersinden öncüsüdür. George Orwell bu ünlü romanında totaliter rejimleri eleştirmektedir; *Arı Maya* ise totaliterliği bir başka över. Farklılığın kendisi amaç değil, korkulan ve ders çıkartılması gereken bir durumdur. Barthes'ın bahsettiği göstergebilimsel bir çözümleme ile, *Arı Maya*'nın yaşadığı kovanının içinde aktarılan toplumsal yapının kodlarını çözmeye çalışırsak, arı kovanının iyi organize olmuş militarist bir topluma gönderme yaptığını da görürüz. Hikâyede, militarizm ve çatışmada ölen askerler adeta kutsallaştırılır.[12]

Arının biraz sevimli, biraz domestik, biraz da militarist bir söylemle zamanının toplumu için mitolojik bir gösterge olarak kullanıldığı *Arı Maya*'dan yıllar geçtikten sonra, Japonya'da 1970 yılında, Tatsunoko Prodüksiyon Şirketi, *Hutch* adında bir bal arısının maceralarını anlatan çizgi karakter serisi hazırlamıştır. *Hutch* kraliçe arının oğludur. Bir eşek arısı istilası ile annesinden ve kovanından kopartılmıştır. Vahşi doğada annesini bulmaya ve hayatta kalmaya çalışan kahramanın maceralarından oluşur.

Hutch'un maceraları bütün dünyaya 1980'lerde yayılmıştır. Fransa ve Kanada'da 1979'da *Küçük Öksüz Prens* adı altında yayınlanır. Bu ad 1997'de, *Arı Micky (Micky L'abeille)* olarak değiştirilir. İtalya'da ise Arı *Maga* (*L'ape Maga*) adıyla yayınlanmıştır. İtalyan versiyonunda erkek değil, dişi olarak aktarıldığı için karışıklıklar çıkar; çünkü küçük kahramanımız bir gün bir kelebeğe âşık oluverecektir. 1980'de, Latin Amerika versiyonunda, örneğin Meksika'da *Josemiel* adı verilir. Birkaç yıl sonra ise adı *Hutch Maceraları* şeklin-

12. Bonsels, 1922, s. 220.

de tekrar değiştirilir.[13] *Hutch Maceraları* dünyayı farklı adlarla dolaşa dursun, Amerika Birleşik Devletleri'nde süper güçlere sahip bir arı belirir ki, daha farklı bir hikâyesi olacaktır.

Teen Titan çizgi filmler, oyunlar ve birçok diğer görsel materyal şeklinde kitlelere ulaşan genç süper kahramanlardan oluşan bir çizgi serisidir. *Teen Titan*'lar (Genç Titanlar), onlardan yardım isteyen gençler için süper güçlerini kullanırlar. *Teen Titan* grubunun üyesi bir arı olan *Bumblebee* (yabanarısı) karakteri ise, *Karen Beecher Duncan*'dır. 1977'de oluşturulmuş bu karakter *Teen Titan* adında süper kahramanlar grubunun sonradan gruba katılmış en önemli üyelerinden birisidir. *Duncan,* Cebrail'in kıyamet günü çalacağı (Gabrial's Horn) Sur Borusuna[14] sahip olan Herald *(Mal)*'ın kız arkadaşıdır. Bilim kadını olan *Karen Beecher* ilk olarak *Herald (Mal)*'a yardım eden bir kadın olarak seride yer alır. Daha sonra değişimlere uğrayarak ilk zenci süper kadın kahraman olacaktır. Bilim kadını olan *Karen Beecher Duncan,* kendisini gizli bir şekilde, bir yaban arısına çevirir ve onun özelliklerini süper kahramanlara özgü bir şekilde kullanır. Yine de diğer *Titan* üyeleri gibi gerçek bir süper kahraman değildir ve kendisini sonradan bilim sayesinde güçlendirmiştir. Daha sonra *Teen Titan* üyelerine bu sırrını açıkladığında ise geliştirdiği bu güçlerinden çok etkilenir ve onu içlerine kabul ederler. *Bumblebee* (*Karen Beecher Duncan),* yarattığı süper gücüyle bir arı haline dönüşür, küçülür ve kanatları çıkar ve çıkardığı vızıltı ile hemen tanınır. Ve gönderdiği rahatsız edici ses dalgaları ile düşmanını etkiler. Sadık ve vefalıdır ama kızdırılırsa bir eşek arısı kadar tehlikeli olabilir.[15]

Bir diğer arı çizgi süper karakter ise *Swarm* yani *Fritzvon Meyer*'dir. 1977'de canlandırılmış bu karakterin bütün bedeni binlerce arıdan oluşur. Aynı zamanda *Nazi* denen çizgi

13. http://www.animenewsnetwork.com/news/2009-12-27/the-adventures-of-hutch-the-honeybee-anime-to-get-film.

14. Ahiret günü Hıristiyan inancına göre Cebrail, İslam inancına göre ise İsrafil Sur borusunu öttürecektir.

15. http://www.comicvine.com/bumblebee.

kahramanlar serisi içerisindedir. Bütün arıların gücüyle bedeni şekillenen bu arı karakterin hayatına baktığımızda, eskiden onun da bilim adamı olduğunu öğreniriz. Almanya'nın Leipzig şehrinde doğmuş ve başarılı bir bilim adamı olmuştur. Hitler'in de beraber çalıştığı en gözde bilim adamlarından birisidir. İkinci Dünya Savaşı'nda, Alman yenilgisinden sonra hayatını kurtarmak için Güney Amerika'ya kaçar ve orada arıcı olarak kendini kamufle eder. Ama daha önce görmediği bir şeyle karşılaşır: Mutasyona uğramış bir arı kolonisidir bu. Diğer arılardan çok daha zekidirler. *Meyer* daha fazla araştırmak için bu koloninin kraliçearısını tutsak eder. Fakat zeki kraliçeari kurtulur ve *Meyer*'i iskeleti kalıncaya kadar yer. Ama *Meyer*'in bilinci ve ruhu kraliçearıya, oradan da bütün koloniye geçmiştir. *Meyer*'in bedeni arı kolonisindeki bütün oğul arıların "arı oğulun" toplamıdır. Böylece beden istediği şekle dönüşür ve sabit bir formu yoktur. Örümcek Adam (Spider Man) filmlerinde bu karakteri dünyaya sahip olmaya çalışan kötü karakter olarak görürüz.[16]

Şimdiye kadar olduğundan çok farklı bir karakter, büyükler için bir çizgi serisinde karşımıza çıkar. *The Simpson* serisindeki bir karakter olan *Bumblebee Man* (Yabanarısı Adam) ilk olarak Meksika'da bir televizyon şovundaki karakterden esinlenerek hazırlanmıştır. Springfield'da yaşayan bu adam asla yaban arısı kostümünü çıkarmaz ve adeta bu kostümle özdeşleşir. Hakkında çok fazla bir şey bilmediğimiz *Bumblebee Man* harap görünümde olan bir evde yaşar. Yalnızdır. Karısı onu bırakıp gitmiştir. Arkasına saklandığı yaban arısı kostümü ve bozuk İspanyolcası ile yaban kaldığı dünyadan saklanır. Springfield'lı bu karakter yabanarısının hiçbir yere ait olmayan, yaban hali ile özdeşleşen bir karakterdir. Bir bal arısı gibi becerikli, çalışkan ve üretken değildir. *Bumblebee Man* kendi insan kimliğini reddetmiş ve balarıları ile karşılaştırıldığında, işe yaramayan, beceriksiz, bozguncu olarak nitelendirilen yabanarılarından birisi olmayı seçmiştir. Bu temsil biçimiyle yabanarılarının şimdiye kadarki temsillerinden farklı, iyi veya kötü bir kahraman

16. http://marvel.com/universe/Swarm.

olmayan, en çok da kendine tehlikeli, bir karakter yaratılmıştır.

Arıların anlatıları eğlenceli ve farklı formlarda modern dünyamıza girmiştir. Bal ile ilgili temsillere baktığımızda ise balın tatlı tadı ile neyi imgelediği arasında bir anlamsal bağ kurulduğunu görürüz. Beatles'ın *Bal Tadı* (A Taste of Honey) adını verdikleri şarkıları modern bal temsillerinden birisidir. Bobby Scott ve Ric Marlow tarafından yazılan ve Paul McCartney'in en çok severek söylediği şarkılardan birisi olan bu şarkı, 11 Şubat 1963'de Londra'da ilk kez kaydedilmiştir. Şarkı, sevgiliye hitaben şaraptan da tatlı bir balın tadını anlatır: *A taste of honey/A taste much sweeter than wine.*[17] Bu şarkı bal tadındaki sevgiliye bir geri dönüşü vadederken başka bir şarkı da sevgiliyi "Honey" (Bal) diye çağırır ama bu sevgili sonsuzluğa gitmiş bir sevgilidir. Günbatımında hatırlanan, ölen sevgiliye hitaben yazılan bir lirik olan *Honey* şarkısı, Bobby Russell'ın yazdığı ve Amerikalı şarkıcı Bobby Golsboro'nun 1968'de ilk defa seslendirdiği şarkıdır. Bal, özellikle cinselliğin önemli bir görsel sunum haline geldiği günümüz mitlerinde, anlam verdiği cinsel çağrışımlarla şarkılarda da yerini alacaktır. Mariah Carey'nin, *Butterfly* albümündeki "*Honey*" şarkısı 1998'de Grammy Ödülleri'ne "En İyi Şarkı" adayı olmuştur. *Honey* şarkısı ile cinsel cazibeyi başarılı bir şekilde görselliğinde var eden Mariah Carey, tarih boyunca bu kutsal sıvıya verilen üremeyi çağrıştıran anlamına da adeta gönderme yapar.

17. Beatles, 1963: Taste of Honey... tasting much sweeter than wine/ I dream of your first kiss, and then/ I feel upon my lips again/A taste of honey... tasting much sweeter than wine/I will return, yes I will return/I'll come back for the honey and you/Yours was the kiss that awoke my heart/There lingers still, 'though we're far apart/That taste of honey... tasting much sweeter than wine/I will return, yes I will return/I'll come back (he'll comeback) for the honey (for the honey) and you. Balın tadı... Şaraptan da daha tatlı olan/İlk öpücüğünü hayal ettim dudaklarımda ve yeniden hissettim/ Balın tadını... Şaraptan daha tatlı olan/ Yeniden döneceğim evet yeniden döneceğim/ Bal ve senin için yeniden geleceğim/ Seninki kalbimi uyandıran bir öpücüktü/ Biz birbirimizden ayrı kalsak bile, hâlâ orada olan balın tadı... Şaraptan daha tatlı olan/ Geri döneceğim, evet geri geleceğim./ Bal ve senin için yeniden döneceğim...

Bir tiyatroda ya da bir filmde de içinde bal olan temsiller vardır. Buradaki sunumlar farklı şekillerde oluşturulmuştur. Hem tarih içinde bala atfedilen anlamlarından bağımsız, hem de balın şimdiye kadar kullanılagelen anlamlarına gönderme yapan şekilde düzenlenmiştir. *Balın Tadı (A Taste of Honey),* İngiliz oyun yazarı Shelagh Delaney'in 18 yaşında yazdığı ilk oyunudur. Aslında bir roman yazmak isteyen Delaney daha sonra bunu bir oyuna çevirir; amacı tiyatroyu özellikle sosyal konulara hitap edecek şekilde yeniden canlandırmaktır. İstediği de olur. İlk defa 1958'de küçük bir tiyatro sahnesinde, bir yıl sonra ise büyük bir sahnede sahnelenir. 1962'de filme çekilir. 17 yaşındaki bir işçi ailenin kızı ve onun annesinin etrafında dönen hikâyeleri anlatan oyun aynı zamanda sınıf, ırk ve toplumsal cinsiyet sorunlarını bal tadıyla işler. Ve tam da hayatın kendisini anlatan gerçekçi bir oyun ve daha sonra ise sinema olur. Ödüller alır.[18]

Farklı bir örnek olan, yönetmenliğini Bille Woodruff'ın yaptığı 2003 yapımı *Honey* ise günümüz Hollywood yıldızlarından Jessica Alba'nın canlandırdığı masum, güzel ve azimli bir dansçı kızın dans etme isteği ve sonunda bunu bir gösteride gerçekleştirmesinin maceralarını anlatır. "Honey" adındaki bu dansçı genç kadının isminin bal olması tesadüfi değildir. Bu modern temsilde de bal isminin masumiyet ve seksüel çağrışımları filmin önemli bir detayıdır.

İşte, arının ve balın çağdaş mitolojilerinden birkaç örnek... Diyebiliriz ki, hem arı hem de bal insan hayatında yeni mitler yaratarak var olmaya devam etmektedir. Kâh arı kovanının çalışkanlığı ve düzeni, kâh eşekarılarının şiddete açık eşkıyalıkları, kâh balın erotik veya masum kullanımları...

Arı ve bal tarih boyunca bizi takip etmekte, türsel ve nitel özellikleri ile toplumsal göstergelerimizden biri olmaya devam etmektedir; çünkü bu mitolojiler, arı ve balın doğal ve tarihi özelliklerinden faydalanarak üretilmektedir-

18. Shelagh Delaney, *A Taste of Honey*, Heibmann Educational Publishers, Oxford, 1959.

ler. Totaliter bir sistemin parçası olmayı öven masum arı kahramanlardan, özellikle son otuz yıl içerisinde yaratılmış düzensiz, yaban, tehlikeli ve bazen de kötü arı kahramanlara doğru modern sunumlarda bir değişim yaşandığı görülmektedir. Son dönemdeki arıların modern temsillerindeki bu değişimi, göstergeleri Barthes'ın izinden giderek okursak, arıların artık daha çok organize olan tehlikeli savaşçılar olarak ve daha da şiddetle iç içe temsil edildiklerini görürüz. 1980'lerden sonraki toplumsal ve ekonomik neoliberalizmin hayatımızda yarattığı etkilerin yansıması bu gibi temsillerdeki değişimle görünür hale gelmiştir.

Diğer taraftan tadıyla ilişkilendirilerek sevgilinin adına "honey" (bal) denmesi ve günümüz şarkılarında bunun kullanılması ne kadar tesadüfi olabilir? Lévi-Strauss'un ilkel topluluklarda gözlemlediği gibi balın sevgiliyle veya cinsellikle ilişkilendirilmesi, bu özelliğinden dolayı yeni evlenen çiftlerin sevgiyi pekiştirmesi ve üremenin olasılığını artırması açısından ilk aylarında "bal şarabı" içmelerinin pratiğinin tarih içinde bir yerlerde kaldığını düşünmeyin. Eski bir alışkanlığın devamı şeklinde, adından dolayı evlilik sonrası tatlı bir zaman dilimine karşılık gelen "balayı" tarihsel anlam dizgelerinin nasıl modern temsillere ve mitlere geçtiğinin adeta kanıtıdır.

Tarihin eski dönemlerinde ilaç (sağlıklı olarak yaşamak) ve ebedî yaşam (mumyalamak) için kullanılan arı ve ürünleri, bal ve petek, günümüzde bu işlevlerinin önemli bir kısmını yitirmiş, toplumsal ve ideolojik bir göstergeye dönüşmüştür. Barthes'ın "gösterge olarak yemeğin dönüşümü" dediği iletişimsel süreç de işte budur.

Yemek ve Semboller: Biftek, Patates

Semboller, soyut şeyleri ve durumları somut bir biçimde temsil ederler. Yemek güçlü bir mesaj taşıyıcı olarak hayatın içine sızmıştır. Bu sızma, yemeğin sembol olma yani temsil etme gücünü de artırmıştır. Yemek, bütün duyuları hareke-te geçirmesinden ve hayatın devamı için elzem bir ihtiyaç olmasından dolayı kültürün içerisinde güçlü bir sembolik ilişkiler ağının oluşmasını sağlar. Böylece, günlük hayatın vazgeçilmez ihtiyaçlarından birisi olan beslenme ve onun içindeki her bir besin, toplum içinde kendi sembollerini yaratıp insan yaşamının anlam dizgelerinin önemli bir bö-lümünü oluşturur.[1] Bu anlamlar bir arkeolog gibi temsil

1. Victor Turner, *The Forest of Symbols*, Cornell University Press, 1989 s. 21.

dünyasına yapılan özel kazılarla gün yüzüne çıkacaktır. Bu kazılardan yemeğe dair elde edilecek bulgulardan birisi, yemeğin yaşamsal döngü içinde var olma yoğunluğundan dolayı, duygu ve düşünceleri kültürel birikimler haline dönüştüren belirleyici bir sembol aracı haline dönüşmesidir. Bir diğer bulgu ise yemeğin yaşamın içinde temsil ettiği anlamları güçlü, derin ve etkileyici bir şekilde aktarmasıdır. Aynı zamanda, yeme eylemi çerçevesinde üretilen içselleştirdiğimiz ve kullanageldiğimiz semboller, bireysel ve kolektif modern kimliğin inşasında da etkin bir rol oynar. Çünkü yemek, hem bireysel hem de toplumsal olarak tüketildiği için sembolik anlamının paylaşımı da o oranda etkileşimli bir şekilde artacaktır.[2] İnsan yaşamak için yerken, yaşamının her bir ayrıntısında kurduğu düzeni, yeme eylemi çerçevesinde anlamlandırmaktadır. Sosyal, ekonomik, kültürel, coğrafi, siyasi yapının var ettiği anlamlar yiyeceğin üretilmesi, hazırlanması ve tüketilmesi aşamalarına göre ayırt edici bir şekilde tanımlanır. Toplumsal düzenin kurulmasında yeme düzeni önemli bir araç olmuştur. Toplumsal yapının soyut anlamları, yaşamak için gerekli olan beslenme ihtiyacının somut ürünleri olan yiyeceklerin üretilmesinden, hazırlanmasına ve tüketilmesine kadarki beslenme aşamaları ile sembolleştirilerek temsil edilirler. Yemeğin sembolik anlam üretmesinin en önemli gücü, yemeğin kendisinin de mesajlar ileten bir iletişim aracı olmasıdır.

Toplumsal yapının sembolleştirilmesinin yanında, bireysel ifadelerin anlam bulmasında da semboller önemlidir. Bu semboller bireyin ve bireyin oluşturduğu grupların kendini ifadesindeki kimlik temsillerinde farkları ayırt eden, benzerlikleri tanımlayan biçimlerde kullanıla gelmektedir. Yemek ve sembol üretilmesi süreci analiz edildiğinde, farklı aşamalarda, farklı etkenlerle gerçekleştiğini görürüz. Lucy M. Long yemeğin sembolleştirilmesini çeşitli aşamalara ayırarak inceler. Yemek sembolleştirilirken ilk olarak yenilen yiyeceğin fiziki yapısına dair benzetmeler ve dokusal

2. *The Cambridge World History of Food*, Edit. Kenneth F. Kiple, Kriemhild Conee Ornelas, Volume 2, Cambridge University Press, 2001, s. 1516.

çağrışımlar rol oynar. Bu özellikler yiyeceğin fiziksel yapısı, tadı ve biçimi ile ilişkilendirilerek sembollendirilir ve farklı duyulardaki hissedişlere göre sınıflandırılır.[3] Örneğin biyolojik dişi ve erkek ayırımına neden olan cinsel uzuvların farklılıklarını çağrıştıran yiyecekler, aynı zamanda toplumsal cinsiyete yüklenilen anlamları içerisinde taşıyan yiyecekler olarak toplum tarafından anlamlandırılır. Örneğin Papua Yeni Gine'de yemekler iki gruba ayrılır. *Koroko* denilen kadın/dişi yiyecekler ve *haker'a* denilen erkek yiyeceklerdir. Dişi yiyecekler, ıslak, doğurgan, yumuşak ve hızlı büyüyen; diğer taraftan erkek yiyecekler ise, kuru, sıcak, doğurgan olmayan sert ve yavaş büyüyen yiyeceklerdir.[4] Aynı zamanda her kültür kendi özel gününe, özel yemekler hazırlayarak, o yemeğin yapılması ile özel gün arasında bir sembolik bağ kurulmasına neden olur. Doğum ve lohusa şerbeti, ölüm ve helva, diş çıkarma ve diş hediği, bulguru gibi sembolik eşleşmeler Anadolu'da karşımıza sıklıkla çıkar.[5] Düğünlerde bereket simgesi olarak narın kullanılması yemeğe yüklenen temsili anlamların örneklerinden birisidir.

Tüketilen yiyeceklerin besleyiciliği, tatsal tatmini ve yenilen yemek ile kurulan fiziksel fayda sembolik olarak yiyeceğe olumlu veya olumsuz değerler atfedilmesine neden olur. Zaman içerisinde atfedilen bu olumlu ve olumsuz anlamlar değişebilir. Yemek tercihleri sosyokültürel açıdan tekrar değerlendirildiğinde, özel zamanlarda etli yemeklerin tercih ediliyor olması tesadüf değildir. Aynı zamanda, değer verilen kişilere et ikram edilir. Et yemeklerini yiyebilmek varlıklı olmanın da işaretidir ve sınıfsal bir gösterge olarak da değerlendirilebilir. Restoran menülerinde en pahalı yemekler etli yemeklerdir. Buna karşılık, et yemek bazen sorgula-

3. Lucy M. Long, *Symbol, Food* As, Chief Edit. Solomon H. Katz, *Encyclopedia of Food and Culture*, Vol. 3, Thomson Learning and The Gale Group, 2003, s. 376-378.

4. Carole M. Counihan, *Gender and Food*, Chief Edit. Solomon H. Katz, *Encyclopedia of Food and Culture*, Volume 2, Thomson Learning and The Gale Group, 2003, s. 106.

5. Esma Şimşek, *Kadirli (Osmaniye) Mutfağı ve Mahalli Yemekler*, Edit. M. Sabri Öz, Yemek Kitabı, Kitabevi Yayınları, 2002, İstanbul, s. 458-461.

nabilmektedir de. Örneğin, "Hamburger veya fileto adı altında ölü bir hayvan yemekten daha heyecan verici, daha tatmin edici şeyler var." diyen ve et yemeye karşı çıkanlar, ete, "ölü hayvan" sembolik anlamını yükleyerek, olumsuz bir temsil alanı yaratmışlardır.[6]

Yenilenin bu biçimsel ve duyusal belirleyiciliği kadar, hangi coğrafyada ve bölgede yetiştiği bilgisi de, yiyeceğin sembol haline dönüşmesini sağlar. Yiyeceklerin, coğrafi konumlandırmada üretildikleri ve tüketildikleri bölgeleri çağrıştıran sembollerle ifade edilmesi bu yüzdendir. Bölgesel farklılıklar bu şekilde tanımlanır. Coğrafi işaretlerle de bu temsiller tescillenmektedir. Kayseri'nin mantısı, Afyon'un sucuğu, Antep'in fıstığı, Kars'ın peyniri, Antalya'nın portakalı, Çorum'un leblebisi v.b. gibi eşleşmeler, coğrafya ve sembolizm ilişkisi için örnek olarak verilebilir. Aynı zamanda, farklı coğrafi bölgelerde yaşayanlar, öteki, diğer bir deyişle kendisi gibi olmadığını düşündüğü ile farklılıklarını tanımlarken, coğrafyalarında yoğun olarak üretilen ve tüketilen ana besin maddelerinin belirleyiciliğine vurgu yaparlar. Örneğin, zeytinyağı üreten, yemeklerini de zeytinyağı yoğun hazırlayan Ege Bölgesi ile daha çok hayvancılık yapan dolayısıyla tereyağı üreten ve yemeklerini tereyağı yoğun hazırlayan Doğu Anadolu Bölgesi'nin bu üretim ve tüketim biçimleri, bölgesel farklılıkları ayırt edici hale dönüştürmüştür.

Toplumsal sembollerin üretiminde, yenilenin fiziki ve duyusal özellikleri, üretildiği coğrafya, belirleyici iken, aynı zamanda yemeğin hazırlanması ve tüketilmesi süreci de önemlidir. Yemeğin yenilen hale dönüştürülünceye kadar ki aşamaları kendi sembollerini üretmektedir. Yemeğin yenmeye hazırlanması, yani pişirme, yemeden önceki en önemli aşamadır. Yemeğin doğadan gelen malzemelerinin tüketilmeden önce işlemden geçirilerek kültüre dönüştürülmesi yine sembolleştirilmiştir.[7] Örneğin yemeğin içinde

6. Carol J. Adams, *Etin Cinsel Politikası*, Çev. M. Emin Boyacıoğlu, Güray Tezcan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2015, s. 20.
7. *The Cambridge World History of Food*, 2001, s. 1517.

etin bolluğu, erkeğin veya toplumsal statüsü daha yüksek olan kişi veya grupların tüketeceği bir yemeğin işareti olarak kodlanır.[8] Malzemelerin sembolik değerleri, pişirilen yemeğin de sembolik değerini belirler. Pahalı ve zor ulaşılan malzemelerle yapılan yemekleri tüketenler, bu yemeklerle sosyokültürel ve ekonomik olarak farklılıklarını işaret ederler. Ayrıca bu ayırt edici işaretlemeye, egzotik, sofistike, dilsel söyleniş olarak yabancı tarifler farklılaştıran sembolik değerler olarak eklenebilir. Diğer taraftan yemeğin kim tarafından yapıldığı da, yenilen yemeğin sınıflandırılmasını sağlar. Örneğin "tencere yemeği" dediğimiz yemek, daha çok kadının, daha direkt ifade ile aile içi iş bölümünde annenin yapmayı üstlendiği yemeklerin sembolik adı olmuştur. Diğer taraftan bir restoranda yenilen yemekler; tencere yemeğinden farklı olarak gurme yemeği vurgusu ile, daha çok erkek aşçıların hazırladığı, ekonomik olarak değeri daha yüksek ve farklı bir seremoni ile tüketilen "şefin özel yemeği" adı ile anılırlar. Bu yemeğe, asla sıradan olmadığı, hatta biricik olduğu vurgusu sıklıkla yapılır. Diğer taraftan tüketeceğimiz yiyeceklerimizi nereden satın aldığımızın bilgisi bize sınıfsal veya kültürel bir analizin imkânlarını sunar. Bakkaldan, semt pazarından, organik marketten ve büyük süper marketlerden alınan yiyecekler birbirlerinden farklıdır. Yiyeceklerimizi nereden satın aldığımız bilgisi; nasıl bir yaşam stiline sahip olunduğunu ve hangi sosyoekonomik sınıfa dahil olunduğunu ifşa eden toplumsal ve kültürel sembolleri oluşturur. Yiyecekleri eve taşıdığımızda sakladığımız buzdolaplarının boyutları da ailenin sosyoekonomik yapısını yine sembolleştirir. Alt sosyoekonomik sınıftan birisine bir zamanlar küçük bir buzdolabı yeterken, sınıf atlayan bu kişi buzdolabının şekline ve büyüklüğüne, ait olduğu sınıfın istekleri ve koşullarını sembolize edecek şekilde müdahale edecektir.[9] Yemeğin hazırlanması ve saklanmasının söylediklerinin ardından, bir de yemeğin

8. Ndembu ilkel kabilesinde etin sembolik değeri avcıları da değerli kılmıştır. Turner, 1989, s. 293.
9. Long, 2003, s. 378.

tüketilmesi aşamalarının toplumsal ve bireysel yaşamın içinde ürettiği semboller vardır.

Yemeğin sunumu ise yine kültürel sosyalleşmenin parçalarından birisidir. Sunulan yiyeceğin sofra adabına göre tüketilmesi kendi kodlarını üretmiştir.[10] Yeme biçimleri bu kodlarla bir ritüel haline gelir.[11] Yemek ilişkileri etnik kimlikleri, dini, ırkı, sınıfı, toplumsal cinsiyeti, sosyal statüyü ve sosyal ilişkileri ortaya çıkaran anlam dizgeleri yaratır.[12] Yenilen, yiyenin kim olduğunu sembolleştirir. Bu temsil biçimleri sosyalleşen bireyin farklı kaynaklardan elde ettiği anlam kodları ile öğrenilir ve yapısal olarak çözümlenir. Örneğin medya bu aracılardan bir tanesidir. Kimlerin nerede, ne yediğini ve nasıl yediğini kodlar, bunları ortak kullanım alanına sokar.[13] Yemeğin tüketilmesi artık hiç masum değildir, kendi ideolojisini var eder. Bunu sınıfsal ideolojinin yemekle nasıl yaratıldığı üzerinden inceleyelim. Lüks bir lokantada yemek yemek ile sokak satıcısında ayaküstü atıştırmak arasında oldukça önemli sembolik farklar vardır. Sınıf belirleyen bu yiyecek ve içeceklerin "ne" olduğu dönemsel olarak değişse de, örneğin havyar, şampanya veya gurme yiyecekleri, maddi ulaşılabilirlik zorluğu nedeniyle üst sınıfın yiyeceklerinin sembolü olarak temsil edilmişlerdir. Diğer taraftan, maddi olarak daha kolay ulaşılabilir yiyecekler olan "zeytin-ekmek"; "soğan-ekmek"; "peynir-ekmek" ise daha alt sosyoekonomik sınıfa dahil olanların tükettikleri yiyecekler şeklinde sembolleştirilmişlerdir. Bu farklılık tüketim dinamizmini de oluşturur. Yani üst sınıfın tükettiklerini alt sınıf da tüketmek ister. Baudrillard'ın ifade ettiği gibi, üst sınıf ve alt sınıfa ait olmanın tüketim ürünleri ile ifadesi ve alt sınıftakilerin onları taklit etmesi ve tüket-

10. Bıçağın sofrada kullanımı farklı kültürlerde farklı biçimlerde yer alır. Bazı kültürler onu sembolik gücünden dolayı yasaklar. Ölümü ve korkuyu akla getirir. Farklı kültürlerde ise uygarlık sürecinde bu alet günlük kullanıma girmiştir. Norbert Elias, *Uygarlık Süreci (Cilt 1)*, Çev. Ender Ateşman, İletişim Yayınları İstanbul, 2000, s. 202.
11. Elias, 2000, s. 222.
12. *The Cambridge World History of Food*, 2001, s. 1518-1519.
13. *The Cambridge World History of Food*, 2001, s. 1494.

mek isteği sınıflar arası belirleyiciliği ve hareketliliği sağlayacaktır.[14] Bir diğer örnek olarak ise, şarap verilebilir. Şarap, kültürü ile beraber, daha çok üst sınıfın bir tüketim alışkanlığı iken, bira ise işçi sınıfının içeceğini sembolize eder.[15]

Yemek, Kendisini Tüketenleri "Kim" Yapar

Bireyin toplumsallaşma süreci içerisinde yemeğin, aile veya din gibi toplumsal kurumların yapılarını anlamlandıran kültürel ürünler olma fonksiyonu vardır. Yemeğin bu "kim" yapan özelliği, toplumsal kurumların kendilerini ifade ettikleri kimliklerinin tanımlanmasında önemli bir sembolik araç haline dönüşmüştür. Örneğin aile yemeği özeldir ve aile bireylerinin dahil olduğu bir yemektir. Ailenin, aile olarak kendisini tanımlamasına neden olan önemli bir ritüeldir. Aile yemeğine birini davet etmek veya edilmek sıradan bir çağrı olmadığı gibi, aile olmanın temsili mekânı yemek masasına oturmak, aile ile birlikte yemek yemek sıradan bir eylem değildir. Toplumun en küçük biriminin içine dahil olma ritüelidir. Din ise yine kendi kuralları ile sosyal yaşamı düzenler. Yeme-içme rejimlerine müdahale ederek ve bunu da sembolleştirerek gerçekleştirir. Ağızdan bedenin içine alınan, sonra sindirilen ve bedenin parçası yapılan besinin nitelikleri ruhsal olarak saflığı, arınmayı vaat edebilirken; yine bu saflığı bozma tehlikesi olan bazı besinleri yemeyi reddetmek de bedenin kirlenmesini önler. Beslenme rejimlerini her din kendisine göre ritüel haline dönüştürerek oluşturur. İslam dinine göre domuz yemek ve alkol tüketmek haramdır. Bu ürünler dinsel inancın kirlenmesine neden olduğu düşünüldüğü için tüketilmesi yasaklanır. Yahudiler, dinsel kimliklerini korumak ve saf kalabilmek için koşer ürünleri tüketirler. Koşer, Yahudilerin neyi yiyeceğini neyi

14. Jean Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri*, Çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009, İstanbul, s. 22-23.

15. *Alex McIntosh, Jeffery Sobal*, Class Social, Chief Edit. Solomon H. Katz, Encyclopedia of Food and Culture, Vol. 1, Thomson Learning and The Gale Group, 2003, s. 420.

yiyemeyeceğini kesin ve net biçimde kurallarla açıklayan ürün çeşitliliğidir. Bu ürünleri tüketmek Yahudi dinine ait olmanın sembolüdür. İnanç sistemine göre belli yemekler belli inanç sistemlerini ritüel haline dönüştürür. Örneğin "İsa'nın Son Yemeği", "ekmek ve şarap"ın İsa'nın etini ve kanını sembolleştirmesi, Hıristiyanlık dini için önemli iki sembolik temsil alanıdır. Diğer taraftan, Ramazan ayı, İslam'ın ahlak anlayışı, günlük hayatın düzenlenişi ve sınıfsal eşitsizliklerin tüketim biçimlerine müdahale edilerek hafifletilmesini sağlayan bir zaman dilimi şeklinde tanımlanır. Bu aya biçimini veren belirleyici unsur yemek (örneğin, iftar yemeği, sahur yemeği, ramazan yemek çadırları, ramazan sofraları, hurma, zeytin, pide) bir dinsel ritüelin ne, ne zaman, kiminle, nasıl yapılışının düzenlenmesini sağlar. Dindarlık, bu yeme-içme kurallarına ne kadar bağlı olunduğu ve ne kadar uyulduğuna göre ölçülebilmektedir.[16]

Kast sistemlerinin içinde yemeğin kim olduğunu temsil etme gücü, neyi, kiminle yiyeceğin sorularının cevabını verir. Hindistan örneğinde evlilik ve yenilen içilenler kast sistemi ile saflığı korumak amacıyla düzenlenir. Çünkü hem evlilik hem de beslenme yakın temas gerektiren bedensel etkileşim ve dönüşüm faaliyetlerini içerir.[17] Yenilen içilene sembolik anlam atfedilerek sağlandığı düşünülen temizlik ve kirlilik ayrımı; etkileşim ve dönüşüme maruz kalındığında, toplumsal yapının farklı açılardan sınırlarını korumasını sağlar. Kurgulanan toplumsal hiyerarşinin, zihinsel olarak atfedilmiş temizlik ve saflığın muhafaza edilmesini sağlayan bir işlevselliği vardır.[18] Kast sisteminden de anlaşılacağı gibi, yemek kültürünün içinde üretilmiş olan sembolik anlamlar, hayatın bir parçası yapılan ritüeller ile toplumsal hiyerarşinin yaratılmasını ve sürdürülmesini kolaylaştırır.

16. *The Cambridge World History of Food*, 2001, s. 1500-1504; Long, 2003, s. 378.

17. Jack Goody, *Yemek, Mutfak, Sınıf*, Çev. Müge Günay Güran, Pinhan Yayınları, 2013, İstanbul, s. 151.

18. Mary Douglas kitabı'nı, "kir ve bulaşma konulu bir incelemedir" diyerek tanımlar. Mary Douglas, *Saflık ve Tehlike*, Çev. Emine Ayhan, Metis Yayınları, İstanbul, 2007, s. 11; s. 65-81.

Ulusal kimliğin ifadesinde, ulus olarak sıklıkla tüketilen yiyecek çeşidi, o ulus veya ülke için bir sembol haline dönüşür. Bu sembol öyle ki, ulusun bayrağı ile yarışacak kadar yoğun anlamlar ifade eden bir temsil gücünü içinde barındırır. 'Ye'nilerek üretilen ve güçlenen ulus kimliği, öteki uluslardan farklılığını da, neyi yedikleri ve yemedikleri üzerinden kurgular. Yenilenin ve içilenin temsil ettiği ulusal kimliğe vurgu yapan üstünlük ve ayrıcalık, o ulusa ait bireyin üstünlüğü haline dönüşür. Baklavanın kime ait olduğunun uluslararası bir çatışma ve onur meselesi haline dönüşmesi bu duruma örnektir.[19] Yemek milliyetçiliği kavramı benzer durumları analiz edebilmek için kullanılmaktadır. Günümüzde küreselleşme ile beraber yiyeceklerin sahip oldukları ulusları çağrıştıran sembolik anlamlar, ticari metalar haline dönüştürülmüştür. Bu ise ülke, yiyecek ve sembol ilişkisini daha da güçlendirmiştir. Uluslararası alanda Japonlar suşi, İtalyanlar pizza ve makarna, Amerikalılar sosisli sandviç, Türkler döner ve kebap, Koreliler ise kimçi ile anılır. Bu tatsal sınıflandırmalar, yiyecekleri yiyen grupların somutlaştırılmasını sağlar.[20] Ya da çay içen İngilizler, şarap içen Fransızlar, süt içen Hollandalılar kurgulanmış aidiyetleri semboller ile görünür hale dönüştürülür. "Halklar ve etnik kümeler birbirlerine itici gelen yeme alışkanlığı ile anılırlar. İngilizlere sorarsanız Fransızlar '*kurbağa yiyen*'dir. Fransızlar da onlara '*rosbifler*' olarak karşılık veririler. İkisi birden İtalyanlara '*makarnacılar*' derler. Afganistan'da, Özbeklere 'şehriye yiyen' derler."[21] Yemek sembolizmi ötekinin kim olduğunu anlarken, hissedilen bilinmeyene dair, korku ve aynı zamanda merak ile beraber ifade bulur. Böylece kültürel sınırlar ne yediğin sayesinde

19. Charles Perry dilbilimsel bir analizle baklavanın ulusal kökenlerini inceler. Charles Perry, "Göçebe Türkler, Katmerli Ekmek ve Baklavanın Orta Asya'daki Kökenleri", *Ortadoğu Mutfak Kültürleri*, Edit. Sami Zubedia, Richard Tapper, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2000, s. 85-89.
20. Long, 2003, s. 376.
21. Christian Bromberger, *Ortadoğu Mutfak Kültürleri*, Edit. Sami Zubedia, Richard Tapper, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2000, s. 186; Long, 2003, s. 377.

kim olduğunun ifade edilmesi ile hem korunmuş hem de çizilmiştir. Böylece başka uluslara dair hissedilen iyi hisler veya kötü hisler yemek sayesinde sembolleştirilerek, 'kim'likler somutlaştırılır.[22]

Bir Sembol İncelemesi: Barthes'ın Fransız Biftek ve Patatesi

Roland Barthes, yemeğin toplumsal anlatısını yapısal bir çözümleme ile açarken bu anlatının ürettiği sembolleri kendi kurguladığı gizil anlamları ile beraber aktarır.[23] Anlatının insanlık tarihiyle başladığını vurgulayan Barthes, dünyanın hiçbir yerinde anlatısı olmayan bir halkın var olmayacağını söyler; yemeden yaşamayan bu halklar için, ürettikleri anlatıların içine yemeğin sembolleştirilerek girmesi de kaçınılmazdır.[24] Barthes biftek ve patates ikilisini seçer. Bu ikiliyi Fransa ile ilişkilendirerek yapısal olarak üretilen anlamlarını açar. Onun sembolleştirilmesinin nedenlerini bu ikiliye yüklenilen anlamlarla beraber anlama fırsatı verir. Barthes, bifteğin sembolik anlamını onun fiziki ve duyusal çağrışımlarla gelen güçlü anlamlar ile onu yiyen arasında bir bağ kurarak aktarır:

> Biftek de tıpkı şarap gibi kan söylenselliğinde yer alır. Biftek etin yüreğidir, arı durumda ettir. Biftek yiyen boğa gücünü bedenine sindirmiş olur. Hiç kuşkusuz bifteğin çekiciliği neredeyse çiğ olmasından gelir. Biftekte kan görünür, doğal, yoğun hem de sıkı, hem bölünebilir durumdadır; diş altındaki özünden gelen gücü hem insanın kendi kanını boşaltmadaki yumuşaklığını iyice duyacak biçimde azalan bu ağır madde türü "tanrılar yemeği"ni çok güzel anıştırır. Kanlılık bifteğin var olma nedenidir. Pişme dereceleri ısı birimleriyle değil kan görüntüleri ile dile getirilir. Biftek kanlı (boğazlanmış hayvanın atardamar akışını anımsatır) ya da mavidir (burada kırmızının üstün durumu olan morumsunun aracılığı ile damarların dopdolu kanını hatırlatır). Pişirme, ılımlı

22. Donna R. Gabaccia, *We Are What We Eat*, Harvard University Press, 2000, s. 8.
23. Richard Jenkins, *Social Identity*, Routledge, 2000, s. 91-100.
24. Roland Barthes, *Anlatıların Yapısal Çözümlemesine Giriş*, Çev. Mehmet Rifat, Gerçek Yayınevi, 1988, İstanbul, s. 7.

olduğu zaman bile, açıkça dile getirilemez: bu doğaya karşı durum için bir örtmece gerekir: Bifteğin kıvamında olduğu söylenir, bu da, doğrusunu söylemek gerekirse, bir kusursuzluktan çok bir sınır belirtir.[25]

Barthes, bifteğin kanı ve şarabın kırmızılığı arasındaki benzerliğe vurgu yapar. Bifteğin, parçası olduğu hayvanı(boğa) hatırlatan dokusu yenme nedenidir. Bifteğin en çok bu formunu tüketmenin, hayvanın gücünü tüketmenin hissini verdiğini söyler. Burada dokusal vurguyu bifteğin çiğ, yani kanlı olması oluşturmaktadır. Kanı tüketme hissinin, bütün olarak hayvanı tüketmeyi sembolleştirdiğini; dişe, gelen yoğun, sıkı bifteğin asıl çekiciliğinin kanı görmek olduğunu, üstüne basa basa, "kanlılık, bifteğin var olma nedenidir" diyerek vurgular.

Şarap gibi biftek de temel öğedir Fransa'da, toplumsallaşmış, onun da ötesinde ulusallaşmıştır; beslenim yaşamının bütün dekorlarında yer alır, ucuz lokantalarda düz, sarıyla çevrili, taban pençesi biçiminde; uzmanlaşmış lokantalarda kalın, sulu; yüksek mutfakta küp biçimi, ortası yanmış incecik bir kabuk altında iyice nemli; her dizeme uyar. Rahat burjuva yemeğine de, bekârın bohem yemeğine de; hem çabuk yapılan, hem de yoğun bir yemektir. Ekonomi ve etkinlik, söylensellik ve tüketimin esnekliği arasında kurulabilecek en iyi bağlantıyı gerçekleştirir.[26]

Şarap gibi bifteğinde kanla kurduğu bağ sayesinde toplumsallaşarak, Fransalılaştığından bahseder. Fransa'da her yerde, sınıfsal farklıların formlarına uygun şekilde, "ucuz lokantalarda" farklı, "uzmanlaşmış lokantalarda" farklı biçimlerde kanlı biftek tüketildiğini belirtir.

Üstelik, bir Fransız zenginliğidir (bugün Amerikan steak'lerinin kuşatması altında, orası öyle). Şarapta olduğu gibi, Fransız'a bifteği düşletmeyen besinsel zorunluluk yoktur. Yurtdışına adımını atar atmaz, özlem başlayıverir, biftek burada fazladan bir incelik özelliğiyle de süslenir; çünkü uzaksıl mutfakların görünüşteki

25. Roland Barthes, *Yazı ve Yorum*, Çev. Tahsin Yücel, Metis Yayınları, 1990, İstanbul, s. 44.
26. Barthes, 1990, s. 44-45.

karışıklığında, tadı sadelikle birleştirilen bir besin olduğu düşünülür. Ulusal olduğundan, yurtseverlik değerleri arasına girer; savaş zamanında bu değerlere geçerlilik kazandırır. Fransız savaşçısının teninin ta kendisidir. Düşmanın eline ancak ihanet yoluyla geçen ayrılmaz varlıktır. Eski bir filmde (Deuxiéme Bureau Contre Kommandantur) yurtsever papazın hizmetçisi gizli Fransız savaşçısı kılığına girmiş Alman casusuna yiyecek sunar: "O, siz misiniz Laurent! Size bifteğimden vereceğim." Sonra casusun maskesi düşünce de haykırır: "Ben de ona bifteğimden vermiştim!" Güveni kötüye kullanmanın son kertesi...[27]

Barthes, Amerikan Steak'lerinin Fransız bifteğinin toplumsal ve ulusal değerini kuşattığından yakınsa da, Fransa'dan uzaklaşıldığında biftek ve şaraba duyulan özlemi hatırlar ve rahatlar. Hatta ulusallığa, yurtseverlik ve savaşçı olmayı da ekleyerek, Fransız için bifteğin sembolik anlamını tekrar tanımlar: "*Fransız savaşçısının teninin ta kendisidir. Düşmanın eline ancak ihanet yoluyla geçen ayrılmaz varlıktır.*" Ülkeden ayrı olmanın en çok karşılaşıldığı durum olan savaşa gitmek ve bir ulus için savaşmak, belki de ülkeden uzak olmaya en zor dayanılan durumlardan birisidir. Bu yüzden de uğruna savaşılan ülkenin varlığını somut olarak tüketmek, aslında özlem gibi değerli olana duyulan bir hissin, bazen bir yiyecek bazen de bir içecekle giderilmeye çalışılması çok önemli bir ihtiyacı karşılar. Özlenen uzaktadır. Onun yerine konulan başka bir şey tüketilerek bir tatmin duygusu sağlanır.

Genellikle kızarmış patatesle birleştirildiğinden, biftek ulusal parıltısını ona da geçirir: kızarmış patates de onun gibi kutsaldır, onun gibi özlenir. Match bize Çin Hindi'ndeki silah bırakışmasından sonra General de Castries'nin ilk yemeği için kızarmış patates istediğini" duyuruyordu. Eski Çin Hindi[28] savaşçıları başkanı, daha sonra bu haberi yorumlarken, şöyle ekliyordu: "İlk yemeği için kızarmış patates isteyen General de Castries'nin bu davranışı pek anlaşılmadı. Anlamamız istenen şey, General'in çağrısının bayağı bir maddeci tepki değil, yeniden bulunmuş

27. Barthes, 1990, s. 45.
28. Güneydoğu Asya.

> Fransız budunun üstlenilmesinin törensel bir oluntusu olduğuydu. General bizim ulusal simgelerimizi iyi tanıyor, kızarmış patatesin "Fransızlık"ın besinsel göstergesi olduğunu biliyordu.[29]

Enis Batur, Patates kitabında, patatesi tarihinden sanatta yansımalarına kadar inceler. Patatesin sembolik anlamlarına değinirken, büyük İrlanda açlığı ve patates kıtlığı arasındaki neden sonuç ilişkisini vurgular. İrlanda için, patates kıtlığı, büyük İrlanda açlığı ve göçünü sembolik olarak temsil eder.[30] Barthes için ise patates de, biftek kadar, Fransız olmanın kalbinde bir yerlerde tarif edilir. Kanlı biftek yanındaki patatese, Fransız olmanın ruhunu verir. Savaşta Fransız bir generalin, Fransızlığın besinsel göstergesi patatesi yurdundan uzakta özleyerek yemek istemesi, bir başkasına garip gelse de; Barthes'a göre ise, "ulusal simgeyi" tüketmek yurtseverliğin göstergesidir.

İnsanlar, en temel ve vazgeçilmez eylemlerinden yeme eyleminin aracılığıyla ürettikleri sembolleri, anlatmak istediklerini en etkili bir şekilde ifade edebilmek için tarih içinde her dönemde kullanmışlardır. Günlük hayatımızın vazgeçilmez ihtiyacı olan yiyecekler ve içecekler bu yüzden ideolojilerin en önemli sembolik araçları olmuşlardır. Sembolik anlamlar yüklenilen bu yiyecek ve içecekler, hem sınıfı hem toplumsal cinsiyeti hem ırkı tanımlarken, baskın ideolojiyi yenilebilen formlara dönüştürerek yeniden üretirler. Bu üretim şekli ise, kendiliğinden rıza üreten, en dolaylı, en etkin üretim biçimlerinden birisidir.

29. Barthes, 1990, s. 45.
30. Enis Batur, *Patates,* Sel Yayıncılık, İstanbul, 2003, s. 35.

Ağrı Dağı Efsanesi: Roman ve Yemek

Edebiyat anlatılarında kurgulanan bir toplum aktarılırken, bu toplumu tanımlayan karakteristik özellikler arasında yeme-içme ile ilgili faaliyetler de yer alır. Esere can veren karakterler, yeme-içme eylemlerinin farklılıklarına göre anlatının sembolik dilinde tanımlanır ve ayırt edilir. Bu semboller o kadar güçlüdür ki, okur olarak karakterlerle kuracağımız bağı da güçlendirecektir. Bu sembolik düzenleme Yaşar Kemal'in *Ağrı Dağı Efsanesi* kitabında takip edildiğinde yemeğin kurgunun içine kattığı zenginleştirici etki görülecektir.

"*Ağrı Dağı'nın yamacında, dört bin iki yüz metrede bir göl vardır, adına Küp Gölü* derler. Göl bir harman yeri bü-

yüklüğündedir. Çok derinlerdedir. Göl değil bir kuyu. Gölün dört bir yanı, yani kuyunun ağzı, fırdolayı kırmızı, keskin bıçak ağzı gibi ışıltılı kayalarla çevrilidir. Kayalardan göle kadar daralarak inen yumuşak bakır rengi bir toprak belli bir aşıntıyla yol yoldur. Bakır rengi toprağın üzerine yer yer çok taze yeşil çimen serpilir. Sonra gölün mavisi başlar. Bu bambaşka bir mavidir. Hiçbir suda hiçbir mavide böyle mavi yoktur. Laciverdi, yumuşak, kadife bir mavidir.

> Her yıl karlar eriyip de bahar gözünü açınca, Ağrı Dağı'nda bir ulu tazelik patlayınca, gölün kıyıları ince kar çizgisinin üstü, keskin kısa küt çiçeklerle dolar. Çiçeklerin rengi alabildiğine parlaktır. En küçük çiçek bile mavi, kırmızı sarı, mor, kendi renginden çok uzaklardan bir renk pırıltısı olarak balkır. Ve keskin kokarlar. Gölün mavi suyu, bakır rengi toprağı baş döndürücü keskin kokularla kokar. Ve bu kokular çok uzaklardan duyulur.
> Ve her yıl Ağrı Dağı'nda bahar gözünü açtığında, çiçeklerle keskin kokular, renklerle, bakır rengi toprak ile birlikte Ağrı Dağı'nın güzel, kederli kara gözlü, iri yapılı, çok uzun, ince parmaklı çobanları da kavallarını alıp küp gölüne gelirler. Kırmızı kayalıkların dibine, bakır toprağın, bin yıllık baharın üstüne kepenklerini atıp gölün kıyısına fırdolayı otururlar. Daha gün doğmadan Ağrı Dağı'nın harman olmuş yalp yalp yanan yıldızların altında kavallarını bellerinden çıkarıp Ağrı Dağı'nın öfkesini çalmaya başlarlar. Bu gün doğumundan gün batımına kadar sürer. Bu arada tam gün kavuşurken gölün üstünde kar gibi ak küçücük bir kuş dönmeye başlar. Sivri, uzun, kırlangıca benzer bir kuştur. Gölün üstünde çok hızlı döner. Uzun, ak halkalar çizer üst üste. Ak halkalar tel tel gölün som mavisine düşer, tam günün battığı anda kavalcılar çalmayı keserler. Kavallarını bellerine sokup doğrulurlar. Gölün üstünde bütün hızıyla uçan kuş tam bu sırada göle şimşek gibi çakılırcasına iner. Bir kanadını suyun mavisine daldırır kalkar. Böylece üç kere daldırır, sonrada uçup gider, gözden ırar, yiter. Akkuştan sonra çobanlar da sessiz, birer ikişer oradan ayrılır, karanlığa karışır çekilir giderler."[1]

Ağrı Dağı her sabah, mevsimine göre değişen çehresi ile uyanır. Yamacında yaşayan insanlar onu dinleyerek, onun arzularına boyun eğerek yaşarlar, öfkesinden korkarlar.

1. Yaşar Kemal, *Ağrı Dağı Efsanesi*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2010.

Doğanın bu dehşet güzel dağının ve dağın büyüleyici doğasının dilinden en çok anlayan çobanlar baharla birlikte çiçeklenen, bu sessiz rengârenk derinliği, kıvrım kıvrım kaval sesleriyle kutlarlar. Bu dağ, salt coşku ve ürkütünün abidesi değildir. Bununla beraber sevecen bir ana rahmi gibi, gölgesinde yaşamasına izin verdiği insanlara sahip çıkar, onları besler ve korur. Bunu en iyi bilenler, Ağrı Dağı'nın yamacında yaşayan insanlardır; boyun eğmişçesine, onun en küçük fısıltısını bile dinlerler. Bu dağ boşuna konuşmaz. Göğe yakınlığından belki, Hakk'ın söylediğini fısıldadığına inanılır. Bu sessiz sesi duymayanlar onun gazabıyla yanarlar, yok olurlar, dehşetini görürler dağın.

Bu heybetli dağın koşulları serttir, zordur. Bu heybetli dağın insanı, yabancı birisi kapısına gelmişse, Hak'tan gelmiş bilir ve geleni, gidinceye kadar canı pahasına sahiplenir. Gelen boşuna gelmez, o Hak'tan bir armağandır. Dağ bilir, yollarından akan bir canın başka bir cana gidişini de, sevdalanacağını da. Bunun içindir ki eğer bir at bir evin kapısının önünde durmuş ve başka bir yere bıraksalar da yine o kapıyı bulup önüne gelmişse, bu at, kendi oradan çekip gitmedikçe, vardığı kapıdaki canın canıdır. Yaşar Kemal'in *Ağrı Dağı Efsanesi*, bunları anlatır. Bir 'Devletlü Paşa'nın atının bir çobanın evinin önüne gelişi ile başlar. At geleceği yeri biliyordur. Bir cana cananını verecektir ama bundan at kapıya dayandığında, ne canın ne de cananın haberi vardır.

Bu kısa ve büyük roman, yiğit çoban Ahmet ile gülünce gamzeleri ile gülen paşa kızı Gülbahar'ın düştükleri sevdayı, bu bakınca insanın başını döndüren yüksekliğiyle her şeyi gören ve Hakk'ın istediğini fısıldayan dağın izin verdiklerini bize anlatır.

Hikâyenin Kendisidir...

Yağız bir at, o kadar kapı arasından seçtiği bir kapının önünde durur.

Ve Destan Başlar.

Ahmet, üç kere uzaklara bırakmış olsa da, yine de kapısına gelen ata sahip çıkmalıdır can pahasına da olsa. Dağ bunu hükmeder. Paşa'nın en sevdiği atı da olsa, fark etmez. Ahmet sahip çıkar ata, geri vermez, daha doğrusu veremez, dağın gazabından çekinir. Kendisini seçen atı korumak zorundadır. Atı geriye vermediği için zindana atılır. Oysa bu, dağın eteğinde yaşayanların geleneğidir, bir onurdur. Ahmet, Gülbahar'ı zindanda görür. Aslında daha önceden de görmüştür ve o zaman düşmüştür bu sevda ateşi içine. Dağın yamacında, Küp Gölü'nün üstündeki toyda, baharı kutlayan kavalını üflerken onu seyreden bu kızın yüzünü ve ayak bileğindeki kırmızı mercandan halhalı hiç unutmamıştır. Zindanda iki sevdalı birleşirler. Gülbahar sabah kellesini uçuracak Devletlu Baba Paşa'nın gazabından Ahmet'i kurtarır. Sevda iyice alevlenir. Bu sevdanın karşısındaki Mahmut Han Paşa, en olmayacak bir dilek diler: Ahmet gelenleri taşa çeviren dağın zirvesine çıkıp yüreğindeki ateşten bir de orda yakacaktır ve dağ bu ateşle parlayacaktır. Dağın içinde alev alev yanan ateşine, bir ateş de Ahmet katar. Bu ateşi gören dağlılar sevinçten lâl olurlar. Her şeyden haberdar dağ, Ahmet'i sevdasına geri verir. Lâl olmuş dağ insanlarının bu çift için düğün alayı kurmasına rağmen, sevda ile yanan Ahmet'in içinde bir kurt vardır; sevdasını için için kemirir. Bu düşünce ise; sevdiği kadının, kendisi için, hayatı için ondan her istenileni verebileceği fikridir. Sevdasının içindeki bu bulanmaya dayanamaz ve kendisini bir zamanlar kenarında kavalıyla baharı kutladığı, sevdasına tutulduğu gölün sularına bir sabah vakti kavalından süzülen nağmeler misali bırakır.

Gülbahar

Sevdalanandır, yanandır. Saraydan, büyülenmiş gibi zindanda duyduğu kavalın sesine doğru çekilir. Bu kaval adeta onu çağırıyordur. Gülbahar'ın gülen yüzünü, dağın ermişi Sofi, kavalı ile çağırır. Gülbahar zindanın en dibinde Ahmet'i görecek ve Ağrı Dağı'nın adeta en kor yerlerinden gönder-

diği sevda ateşini bütün bedeninde hissedecek, dağın ta içinden gelen ateşle yanan bu iki sevdalı, zindanın en karanlık köşesinde bir olacaklardır. Artık öbür yarısı olan bakmaya, öpmeye, sevmeye kıyamadığı Ahmet'ini babasının zulmünden kendi hayatı pahasına kurtarır. Ahmet'in kellesini kopartmak için hiddetlenen Paşa Baba, Gülbahar'ı zindana atar. Bütün dağ köylüleri bu iki sevdalının ateşi için gülen kız dedikleri Gülbahar'ın yüzünün gülmesi için hepsi birden dağdan inerler, paşanın gücüne karşı gelirler. Çünkü korkarlar dağın hiddetinden. Dağ, yürekleri yakmışsa bir bildiği vardır. Gülbahar için sevdiğinin canı hayatta olsun, başka bir şey istemez. Bu sevda ateşi öyle bir yanar ki, bu gül kızı eritir. Dağ ise ona yol verir, kurtarır sevdasını ve sevdalısını. Ama destanın sonunda aşktan bir yaprak gibi titreyen Gülbahar'ın bedeni, Ahmet'in içine düşen, Ahmet için neleri yaptığına dair "kuşku" ile nereye akacağını bilemez ve o da göl de yanan bir ateş olur.

Memo

Paşanın güvenidir, zindanın bekçisidir. Ara sıra gördüğü, için için sevdalandığı Gülbahar zindanın kapısına geldikçe, aynen dağ gibi karlarla çevrili gözükse de, içi dağın içindeki en kızgın kor ateş gibi yanar. Sevdadan kan çanağı olmuş gözleri, ne sevdalısı olduğu tarafından görülür ne de bir başkası. Dağ ona en zor olanı vermiştir. O sevdayı içinde taşır konuşamaz. Lâl olur. Dağın isteğini yerine getirir. Birbirine yanan bu iki sevda ateşini birleştirir. Gül yüzlü Gülbahar'ın, Ahmet'in canı için verdiği saçının bir tutamını en değerli hazine gibi sımsıkı tutarak kendisini boşluğa, Ahmet'in, Paşa tarafından öldürtmek için hazırladığı yerin tam ortasına bırakıp dağa, kaderine teslim olur.

Bu sevda ateşinin etrafında başka; dağı bilen ve onun gazabından korkan, Musa Bey vardır, Demirci Hüso vardır, Kervan Şeyhi vardır, Hoşap Beyi vardır, yaşı bilinmeyen ermiş Sofi vardır. İki sevdalının ateşini söndürmeye çalışırken alevlendiren, Mahmut Han Paşa vardır, Yusuf vardır, İsmail vardır.

Ayrıca Ağrı Dağı'nda bir efsane olmuş bu sevda, yenilen veya yenilemeyen yemeklerle de yaşanır.

Gülbahar'ın Ahmet İçin Yemek Hazırladığıdır.

Aşk gelince içine Gülbahar'ın; ulaşmak ister âşığına, ulaşamaz. Onu zindanlara atmışlardır. Oysa yüreği pır pırdır. Sarayın mutfağına gidip yemek yapar, hem Ahmet için hem de o yemeğin giriş iznini yasaklara rağmen veren Memo için. Kendi elleriyle yaptığı yemeklerle umutsuzca sevdiğini ve umutsuzca sevenini besler.

Yusuf'un Acıdan ve Korkudan Yiyemediğidir.

Gülbahar'ın kardeşi olan Yusuf, babasının gazabından tir tir titrer. Kardeşi Gülbahar'ın zindandakini salıverdirdiğini bildiğini babasına söylemek ister ama söyleyemez. Şiddetten güç alan ve iktidarını hisseden babasının kendi gözlerini oyacağından korkar. Bitap düşer, acıkır yiyemez, mutfakta dolanır, kaçar gider. Yiyeceğin gireceği yere korku girip oturmuştur. Bir sancı şeklinde bütün bedenine gazabın korkusu yayılır. Sindiremez. Acı içinde kıvranır.

Hoşap Beyi'nin Misafirleri Doyurduğudur.

Kervan Şeyhi, Gülbahar'ı ve Ahmet'i, koruyacağını düşündüğü ve müridi olan Hoşap Beyi'ne gönderir. Bu demektir ki, Bey önce canı, sonra beyliği pahasına bu iki sevdalıyı koruyacaktır. Onlar, Hak'tan ve dağdan misafirdirler. Hemen gelen konuklarına yemek getirmelerini söyler hizmetlilerine, onları beslemek bir can misafirperverliğidir.

Gülbahar'ın Ahmet'in Kendisinden Uzaklaşmasıyla Artık Yiyemediğidir.

Zindanlarda kavuşan bedenler, Hoşap Beyi'nin onlar için hazırladığı yumuşak döşeklerde kavuşamaz. Tam ortalarına bir kılıç yerleştiren Ahmet, kendisinden arzu ile yanan Gülbahar'ın bedenini uzak tutar. Nedenini Gülbahar sorsa da söylemez, söyleyemez çünkü kendisine bile söyleyememiştir. Gülbahar ise arzu ve sevgiyle tir tir titreyen bedenini

ve ruhunu nasıl yatıştıracağını bilemez. Canını ve bütün varlığını ortaya koyduğu adamın içinde bu sevdaya ait olmayan bir "şey" vardır, bu hal ağırına gider ve Gülbahar yemeden içmeden kesilir.

Destanın Okunması

Ağrı Dağı Türkiye'nin en yüksek dağıdır. Yükseldiği coğrafyada yaşayan insanların ait oldukları topluma dair anlatılarının içerisinde belirgin bir coğrafi yapı olarak yer alır. Ağrı Dağı dikkat çekici bir şekilde bu anlatıların içine dahil edilmiş, kişileştirilmiştir. Büyüklüğünden dolayı, onun varlığını çevresinde yaşayan insanlar her an hissettikleri için, güçlü bir sembol olmuştur. Onu her gün gören ve yaşamlarını bu coğrafi yapının şartlarına göre belirleyen insanlar, inançlarını, umutlarını, korkularını, isteklerini, haksızlıklara direnişlerini anlatılara aktarılırken; fiziki belirleyiciliğinden dolayı dağ motifi, meydan okunan veya boyun eğilen bir güç sembolü olarak merkezi bir yere konumlandırılır.

Coğrafya insanların yaşamlarını anlamlandırarak, üretilen anlatıların içeriğini belirlerken, bu anlatılar kitaptan, tiyatroya, sinemaya, şiirden, resim ve müziğe kadar değişik formlarda kitlelere ulaştırılırlar. Teknolojinin gelişimi üretim biçimlerini şekillendirir ve çeşitlendirir.

Yazılı kültürden önce, sözlü kültürün kültür taşıyıcısı olduğu zamanlarda, içinde şiirlerin, şarkıların olduğu masallar, efsaneler, destanlar kitlelere aktarılmakta idi. Bu anlatılar, teknolojinin gelişimi ile birlikte yeni biçimlerde(yazılı, görsel, sessel) kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Bu yeni formlarla üretilen anlatılar modern bireyin günlük hikâye ve efsanelerine dönüşmektedir.

Bu konuda oluşturulmuş modern anlatılara baktığımızda ilk önce Yaşar Kemal'in ünlü destansı anlatısı akla gelir. Kemal'in 1970'de ilk baskısı yapılan, *Ağrı Dağı Efsanesi* romanı birçok başka biçimlerde anlatıların üretilmesine de neden olmuştur. Bunlardan birisi, Memduh Ün'ün *Ağrı Dağı Efsanesi* filmidir. "Baş verilir, Hak yadigârı verilmez" teması üzerine kurulan Çoban Ahmet ile paşa kızı Gülbahar'ın

aşk öyküsünü film dilinden anlatır. Yine Kemal'in romanından esinlenen Murat Ses'in bestelediği Moğollar grubunun yorumladığı, daha sonra ise Yedi Karanfil ve Kurban müzik gruplarının yorumladığı ünlü parça, ödüller almış kulağı dolduran bir müzik yapıtıdır. Aynı zamanda piyanist ve besteci Tayfun Erdem'in *Ağrı Dağı Efsanesi* albümü adeta romanın bir caz destanı olmuştur.

Ağrı Dağı'nın gölgesindeki Ahmet ve Gülbahar'ın aşkı aslında kavuşulamayan bu yüzden de onu destana çeviren sonuyla, eski Yunan mitolojisinde yer alan Eros ve Thanatos arasındaki gerilimin adeta ifade bulmasıdır.[2] Freud yaşam içgüdüsü ve ölüm içgüdüsünü açıklarken bu iki güdüyü, Eros ve Thanatos'u simgeleştirir. Bu iki güdü kendini var etme ve kendini yok etme isteğidir.[3] Freud'a göre ölüm içgüdüsü canlının kendisini yok ederek hayatın getirdiği rahatsızlıklardan kurtulmasına yönelik çalışıyorken, yaşam içgüdüsü, onu koruma görevi üstlenerek ölüm içgüdüsüyle çatışır.[4] Sevdalandığı erkeğinin yaşaması için saçının bir tutamını başka bir erkeğe veren kadın, bu yüzden kendine şiddet uygulayan, kendini yok eden erkeğin kavuşulamayan sevdası ile biten destan, Eros (yaşam içgüdüsü), Thanatos (ölüm içgüdüsü) ile okunacak olursa: Gülbahar'ın hissettiği aşk, yaşamaya yöneliktir. Ahmet ise, bütün dünya onları bir araya getirmeye çalışsa da, yıkıcıdır ve sonunda kendini öldürür. Yemeğin insan psikolojisi açısından analizi ile bu iki durumu analiz edersek; kadın yaşamdır, üretir, erkek Thanatos'tur; ölümdür, avlar, öldürür, yer ve tüketir. Kadın yaşamın kaynağıdır; Eros'tur. Eros, sadece aşkın ya da şehveti içeren arzunun tanrısı değil, aynı zamanda sonsuza dek

2. Thanatos, uykuyu temsil eden Hypnos'un da kardeşidir. İnsandaki tüm yıkıcı, öldürücü dürtüleri temsil eder. Thanatos, yapıcılığı, yaratıcılığı ve sevgiyi temsil eden Eros'un tamamen karşıtıdır.

3. Sigmund Freud, *Civilization, Societys and Religion*, Penguen Group, 1991, s. 312-335.

[Sigmund Freud, *Uygarlık, Toplum ve Din*, Çev. Emre Kapkın, Payel Yayınları, 2004, İstanbul.]

4. Bu iç çatışma sonucunda yaşam içgüdüsüne yenik düşen ölüm içgüdüsü kendisini dışa yönelik bir saldırganlık, yönetme ve güç sahibi olma arzusu şeklinde yansıtır.

sürecek olan yaratıcı üreme işleminin de sembolüdür. Kadın bedeniyle yaşamı başlatır. Önce bedeniyle, sonra ise ürettikleri ve bu ürettiklerinden hazırladığı yiyeceklerle yaşamı sürdürmenin koşullarını sağlar. Kadın ölümün varlığını bilse de, bedeni yaşam için mücadele eder. Bu destanda, bu çatışma, Gülbahar'ın Ahmet'in yaşamı için mücadele etmesi ve Ahmet'in kendine saldırganlığı ile kendisini yok etmesi şeklinde aktarılır.

Seyredilen Açlık

Açlık, mideye besin alınmadığı zaman oluşan fizyolojik durumun tasviridir. Beden yeterli besin almaması ile zarar görmeye başlar. Bu tanımlama, bedenin ihtiyacı olan besin gruplarından eksik beslenmesi, diğer bir deyişle, yetersiz beslenme adı ile de genişletilebilir. Diğer taraftan fizyolojik olarak tanımlanan açlığa sosyolojik, psikolojik, ekonomik, kültürel, coğrafi ve siyasi açılardan bakılabilir. Bu çoklu bakış açısı yemek yeme eylemi gerçekleşmediği veya yetersiz gerçekleştiğinde insanın bireysel ve toplumsal anlamda nasıl etkilendiğini görmemizi sağlar. Açlığı bireysel ve toplumsal nedenleri ve sonuçları ile değerlendirmek, yeme eyleminin dışsal ve içsel nedenleri de içerecek biçimde fark-

lı yönlerden analiz edilmesini sağlayacaktır. Yaşanılan coğrafyanın, besin elde etmeye uygun olmamasına neden olan sel, kasırga, kuraklık, kıtlık, deprem gibi doğal felaketler; savaş, göç gibi insani ve siyasi nedenlerden dolayı suyu, gıdayı elde edecek hammaddeye (tohum, vb.) ulaşamama; gıdayı işleyecek araç ve insan gücü eksikliği, açlığın dışsal nedenlerini oluşturur. İnsan toplulukları varlıklarını sürdürebilmeleri için süreklilik içinde besine ihtiyaç duyarlar. Bu yüzden, tarih içinde insan topluluklarını yönetenler, yönettikleri topluma yiyeceğe ulaşma güvencesini vererek iktidarlarını kurarlar ve bu sayede iktidarlarının sürekliliğini de güvence altına alırlar.

Farklı toplumlar, zorunda kalınmadan tercih ile yaşanan açlığı, farklı biçimlerde, zamansal dilimlerin belirleyiciliğinde deneyimleme pratikleri geliştirmişlerdir. Açlığı içsel olarak tercih edilmesinin nedenlerini inceleyip sonuçlarına bakacak olursak, açlığa kültürel değer atfetme bu nedenler arasında gösterilebilir. Kültürel formda isteyerek aç kalma pratikleri, açlığın nedenini ve amacını belirtir. Farklı kültürlerin, arınma atfederek geliştirdiği ahlaki açlık pratikleri vardır. Farklı dinlerin, farklı biçimlerde geliştirdiği, inancı besleyen oruçlar bunlara örnektir. Tek tanrılı veya değil, dinlerin, belirli zaman dilimlenmesi içinde, tamamen veya bazı yiyecekleri yemeyi bırakma biçiminde geliştirilmiş yeme-içme kısıtlamaları vardır. Oruç ruhsal olarak saflaşmayı vaat eder. İnanç esasında, kitleler halinde yaşanan açlık, toplumsal yapının bu inancı daha da içselleştirmesine neden olur

Diğer taraftan, toplumsal yapının bireyin üzerindeki psikolojik ve ahlaki baskısı sonucunda gelişen direnişin bir ifadesi olarak açlığın tercih edildiği de görülür. Örneğin anoreksiya kendi bedeni ile uyuşmazlık ve çatışma halinde olan bireyin kendi bedenine uyguladığı açlık şiddetidir. İçsel nedenlerden bir diğeri ise politik açlıktır. Günlük hayata ve siyasal sisteme kendi bedenini siper ederek savaş alanı haline getirmesi ile "yemek yemeyi reddetme" sonucunda "açlık" bireysel, psikolojik ve politik duruşun ifadesine dönüşür.

Açlık grevleri bu tanımlamaya örnektir.[1] Sinemasal açlık ise bütün bu tanımlamaların örneklerini seyirlik hale dönüştürür.

Güçsüzlüğün Gücü Açlık: "Hunger"

Açlığın, bedene uygulanan şiddetin, biyolojik faaliyetlerin durması gibi sonuçları vardır. Yemeyi reddederek, kendi bedenine şiddet uygulamanın, toplumsal farkındalık yaratma ve gücü elinde bulunduran ile diyaloğa girme gibi siyasi sonuçları da olabilmektedir. İdeolojik olarak açlık, belirli bir amaca ulaşmak ve bir konuda farkındalık kazandırmak için aç kalmayı tercih ederek açlık grevine girmek, farklı toplumlarda uygulana gelen bir yöntemdir. Bu yöntemin bu kadar dikkat çekici olmasının önemli nedenlerinden bir tanesi, belirli bir amaç uğruna kişinin kendisini maruz bıraktığı açlığın, ölümü de göze alarak, tercih edilmesidir. Açlık hissine dair duyulan empati, açlık çekenin ulaşmak isteği amaca dair de empati duyulmasını kolaylaştırır. Açlık grevleri kamuoyu yaratıp kişisel kanaatleri biçimlendirebilir. Bedensel olarak güçsüz kalmanın yarattığı güç olan açlık grevi, bireyin kendi bedeni ile ilişkisini belirlerken, bir başka boyutu ile de toplumsal yapıyla ilişkisinin ifadesi haline dönüşür. Taleplere ulaşmak için bedeni isteyerek, sonunda ölüm bile olsa, aç bırakıp şiddet uygulama, çatışmaları, uzlaşmalar haline çeviren politik bir dil de üretebilmektedir.

Açlık, "Hunger" (1966; yönetmen: Henning Carlsen) Nobel Ödüllü yazar Knut Hamsun'un aynı adlı kitabından uyarlanan bir filmdir. Oslo'da 1890'da zor ve aç zamanlarda hayatta kalmaya çalışan ve ölmek pahasına da olsa alın teri dökmediği bir parayı kabul etmeyen bir yazarı anlatır. Editörün yazısı için para vermesini bekleyen bir yazarın aynı zamanda açlık ile mücadelesi bu filmde oldukça dikkat çe-

1. Parley Ann Boswell, "Hungry in the Land of Plenty: Food in Hollywood Films." In: *Beyond The Stars: The Material World in American Popular Film*, Edit. Paul Loukides and Linda K. Fuller, Bowling Green, Ohio: Bowling Green University Popular Press, 1990, s. 14.

kicidir.[2] Aynı adlı bir diğer filmimiz ise Steve McQueen'in yönettiği Açlık, "Hunger" (2008) filmidir. Filmin başrolündeki Michael Fassbender'in etkileyici bir performans sunduğu film, gerçek bir olayı aktarır. Bobby Sands'in hapishanede insanlık dışı muamelelere maruz kalışı ile direniş eylemlerine içeriden bakan bir filmdir. Filme de adını veren altı hafta süren açlık grevi ve hayatı mücadele ile geçmiş Sands'ın kendi vücudunu yaşamının son savaş alanı olarak görerek yemeyi reddetmesi bu filmin konusunu oluşturur. Sands, IRA ve kendisinin taleplerinin İngiliz Hükümeti tarafından kabul edilene kadar açlık grevini bırakmayacaktır.[3]

Biraz Daha Yemek: Oliver Twist
"Please, Sir, I Want Some More."

Aç kalmak kitleleri harekete geçirir. Midelerinde iktidar tarafından doldurulamayan boşluk, isyana doğru bir kapının açılmasına neden olur. Çünkü insanın en temel haklarından birisi yeterli besin ile beslenmektir.[4] Eserlerinde 19. yüzyıl Londra'sının açlık, yoksulluk ve ağır çalışma koşullarının toplumsal bir eleştirisini sunan Charles Dickens'ın romanından uyarlama Oliver Twist, sessiz dönem de dahil olmak üzere, birçok kez sinemaya aktarılmıştır.[5] Oliver Londra'da

2. http://www.henning-carlsen.com.

3. Dönemin İngiltere Başbakanı Margaret Thatcher de aynı bölgeden aday gösterilmiş ve açlık grevinin de etkisi ile Bobby Sands, Thatcher'den daha fazla oy alarak İngiltere Parlamentosu'na milletvekili olarak seçilmiştir. Bu olay dünyada büyük yankı uyandırmıştır. Bir kişinin hapiste olması ve açlık grevi esnasında milletvekili seçilmesi ilk defa yaşanmıştır. Sands açlık grevinin 66. gününde milletvekili seçildikten 3 hafta sonra 5 Mayıs 1981'de hayatını kaybeder. Cenazesine 100.000'den fazla insan katılır ve eylemi kaldığı yerden planlandığı şekilde devam ettirilir. Daha sonra sırasıyla 9 arkadaşı daha eyleme devam eder ve onlar da hayatını kaybeder. 10. kişinin ölümünden sonra İngiliz hükümeti uluslararası baskıya ve yapılan eylemlere dayanamayıp IRA'nın taleplerini politik haklar verilmeksizin kabul eder. *http://www.irishhungerstrike.com/bobbysands.html.*

4. Elizabeth Telfer, *Food for Thought*, Routledge, London, 1996, s. 9. *http://www.unhchr.ch.*

5. Oliver Twist'i sinemaya uyarlayan bazı yönetmenler ve gösterim yılları verilmiştir: J. Stuart Blackton (1909), Frank Lloyd (1922), William J. Cowen (1933), David Lean (1948), Carol Reed (1968), Hal Sutherland (1974), Rich-

bir yetimhanede kalmaktadır. Açlıktan gece uyuyamayan, daha fazla yemek istemeye karar veren yetimler, kurada Oliver'ı temsilci olarak seçerler. Oliver, yemekhanede diğer yetimler ile dolu yemek masasından elinde boş olan tabağı ile kalkar. Kimsesiz çocukların hâlâ doymamış mide gurultularının arasında yavaş yavaş yetimhane müdürü Mr. Bumble'a doğru ilerler. Bütün yetimhane Oliver Twist ve yemeklerin başında bulunan Mr. Bumble konuşmasına kilitlenir. Bu filmin hep hatırlanacak ünlü repliği gerçekleşir. Kendisinin bile zorlukla duyduğu bir sesle "*Please, sir, I want some more*" der. Bütün dileği "biraz daha" yemektir. Bu ses yetimhanedeki kimsesiz çocukların susturamadıkları aç midelerinin sessiz çığlığının duyulan sesidir. Oliver, olsa olsa bu yemekleri rüyasında görebilecekken biraz daha yemek isteyen çocuğun dileği kendilerini tıka basa yemekle dolduran hükümet yöneticilerinin akıllarını başlarından alır. Oliver'ın kendini bilmez isteği ve küstahlığı mideleri yemek yerken çatlamak üzere olan bu kişilere bildirildiğinde lokmalar midelerinden aşağıya inerken bu çocuğun kendi sonunu hazırladığını düşünürler.

Aynı zamanda, Carol Reed tarafından yönetilen Broadway müzikali *Oliver!* bu sahneyi en çarpıcı bir şekilde aktarır. Sadece yulaf ezmesi yiyen, mideleri yarı aç olan çocukların "Yemek, muhteşem yemekler" şarkıları ve Oliver'ın masadan tabağı ile kalkarak biraz daha yemek istediği ünlü sahne adeta müzikali, besler. Ama bu istek Oliver'ın yetimhaneden "sorun çıkarıcı" olduğu için atılmasına neden olmuştur. Yetimhane kurulu kararı ile herhangi bir isteyenin yanına çırak olarak verilir. Önce baca temizleyicinin yanında işe başlar. Bu iş, onun küçük bedeninin bacalardan içeriye sarkıtılmaya uygun olmasından dolayı seçilmiştir. Ölmekten son anda kurtulur ve daha sonra cenaze levazımatçısının yanına verilir. Orada ise, Oliver'ın onu doğururken ölmüş annesi hakkında kötü şeyler söylenmesi ve kışkırtılması yüzünden kavga eder. Kendisine şikâyet edilen bu yetimin

---

ard Slapczynski, Clive Donner(1982), Tony Bill (1997), Roman Polanski (2005).

bu davranışını yetimhane müdürü Mr. Bumble yemek yemesi ile açıklar. Çünkü isyankâr davranışların tek nedeni midesine hükmedilememesi yüzündendir. Et gibi besin değeri yüksek yiyecekler ile beslenmek Oliver'ın kişiliğinin bozulmasına ve isyankâr bir ruhun yerleşmesine neden olmaktadır. Oysa yulaf yese bu şekilde bir karşı çıkış göstermeyecektir.[6]

Açlığın Charlie Chaplin Filmlerinde Toplumsal ve Ahlaki Boyutları

Açlık, var olan besinin toplum içinde adaletsiz bir şekilde dağıtılması ile oluşmuş ise, bu durumda toklar karşısında açlar tarafından toplumsal yapının güvenli bir şekilde devamının sağlanması engellenmiştir. Bu adaletsizlik karşısında ahlaki yapı da derinden etkilenecek ve suç hep çok yakında olacaktır. Sinemanın etkileyici anlatıcılarından birisi olan Charlie Chaplin'in gerçek yaşamında Londra'nın yoksul bir semtinde doğup büyümüş olmasının film dilinin çarpıcı olmasında etkisi büyüktür. Gerçek yaşamındaki yoksulluğun neden olduğu durumların sonuçları Chaplin'de derin izler bırakmıştır. Yaşadığı ve çok iyi bildiği yoksulluk ve açlık, Chaplin'in filmlerinde etkileyici bir şekilde aktarılır. Chaplin, sinemada karakterlerinin ne kadar yoksul olduğunu vurgularken, ne kadar aç kaldıklarını gösteren yemek metaforları kullanarak yokluk hissini güçlü bir şekilde verir. *Altına Hücum* (The Gold Rush) filminden *ayakkabı* yeme sahnesi akılda kalan bir sahnedir. Şükran Günü'nde yiyecek yemekleri olmadığı için ayakkabıyı pişirip yiyecek kadar aç olmak iç burkularak izlenir. Ayakkabının derisini arkadaşına, bağlarını da kendisine ayırır. Diğer taraftan *Sirk* (The Circus) filminde ise karnı çok aç olan ana karakter Şarlo, babasının kucağındaki bir çocuğun sosisli sandviçinden ısırarak karnını doyurmaya çalışır. Çünkü polis tarafından kovalanırken yolu bir sirke düşecek ve sonra oranın yıldızı

6. En iyi yönetmen ve görüntü de dahil 6 dalda Oscar kazanmıştır. Steve Zimmerman, Ken Weiss, *Food in The Movies*, McFarland&Company, Inc, Publishers, North Carolina, 2005, s. 84.

haline gelecek olan sokak serserisi Şarlo açtır. Başka bir sahnede ise Şarlo yemeğini başka bir açla paylaşacaktır. Gerçek hayatta Charlie gibi, Chaplin'in yarattığı karakter Şarlo'da açlığı ve yoksulluğu çok iyi tanır. *Modern Zamanlar* (Modern Times) filminde ise karakterler aç oldukları için muz ve ekmek çalar. Filmde çalmak ahlaki olarak eleştirilmez. Aksine Chaplin filmlerinde, aç olduğun için çalma, suçu işleyen hırsızın çaresizliği ile hatta masumluğu ile aktarılır. Yine *Modern Zamanlar* filminde; modernleşme, sanayileşme, makineleşme ile birlikte insanın doğasından uzaklaştırılması ünlü yemek makinesi sahnesi ile görselleştirilerek, anlatıya dahil edilir. İnsanın yaşamını devam ettirmek için ihtiyaç duyduğu beslenmeye ayrılan sürenin insanlık dışı bir şekilde kontrolü, kinayeli bir alegori ile sunulur. İşçinin beslenme ihtiyacı(acıkması) yüzünden öğlen yemeğine ayırdığı zamanın boşa geçtiğini düşünen fabrikanın yöneticileri, işçinin bir makine ile doyurulmasına karar verirler. Makineye bağlanan işçinin görüntüsü, insan mühendisliğinde atılmış önemli bir adım gibi filmde aktarılır. İşçinin ağzını açan ve kaşıkla zorla yemek yediren, çiğnemesine, yutmasına izin vermeden ağzını yine yemekle doldurmaya devam eden makine çok acımasızdır. Makinenin parçası yapılan işçi, doyurma komutlarını karıştırarak bozulan makine tarafından neredeyse öldürülecektir. Chaplin bu filminde, zaman tasarrufu için, işçisini makine gibi gören ve yeme makinesinin parçası yapan yönetici ve patronların karşısında, fabrika işçisinin kendi doğasına, emeğine, ilişkilerine, dünyaya ve yaşama karşı yabancılaşmasını, yemek ve beslenme vurgusu ile güçlü bir dram şeklinde aktarmıştır. Charlie Chaplin filmlerinde aç olmak, sınıf eşitsizliğini de vurgulayarak, anlatıda hüzünlü ve hicivsel bir dil üretilerek görsel anlatıya dahil edilir.[7]

Şarküteri: Açlık ve Yamyamlık

Açlığı seyreden, kısa dönemlerde açlığı deneyimlemiş insan için kronik açlık çok uzak bir ihtimal midir? Besin-

7. Zimmerman, Weiss, 2005, s. 75.

lere ulaşabilmenin mümkün olması insanın diğer ihtiyaçlarına yönelmesine neden olurken, yeterli gıdanın olmaması durumunda ise insanın insani sınırları nereye kadar zorlanır. Açlık, hayatta kalma ve insan olmanın ahlaki boyutunun etkilenmesi Jean-Pierre Jeunet ve Marc Caro'nun yönettiği, 1991 Fransa yapımı, Şarküteri (Delicatessen) filmini, izlemesi zor bir kara komedi haline dönüştürmüştür. Sürrealist film akımının güzel bir örneği olan bu film, kült statüsünde sayılmaktadır. Film belirsiz bir zamanda, belirsiz bir savaş sonrasında, Fransa'da bir apartmanda yaşayan insanların hayatta kalma ve karınlarını doyurma çabalarını, kurban olacak olanın, kurban edecek olanın kızına âşık olması eşliğinde anlatır. Kasap, açlık zamanlarında *tahıl para birimi* karşılığında et temin eden ve karın doyurarak açlığı giderendir.[8] Kasabın sahibi olduğu apartmanın alt katında şarküteri dükkânı vardır. Bu apartmana günün birinde genç bir adam (Louison-Dominique Pinon) gelir. Bu genç adam kasabın kızına âşık olur. Bu adam haricinde, aç olan apartman sakinleri bu yeni gelen adamın şarküteri için gerçek önemini bilirler. Onun etine dolgun olmayıp sıska olması, apartman sakinlerinde homurtuya neden olur. Karın gurultularını bastırarak şanslarına küseceklerdir. Apartmanda herkesin bildiği ve bilmezden geldiği yamyamlık, "İçimde dolduramadığım bir boşluk var." diyerek açlığı ile inleyen apartman sakininin feryadının arkasında sessizce yaşanılan bir gerçek haline dönüşmektedir. Bu film, insanların açlık ile karşı karşıya kaldıklarında ahlaki olan birçok şeyi nasıl da görmezden gelebileceğini anlatır. Filmin kara komedi olmasına neden olan özellik; açlık nedeniyle ahlaki sınırların yok sayılarak, insanlığın kabul edemeyeceği yamyamlığa kadar varan şiddetin boyutunun mizahi bir dille aktarılmasıdır. Aynı zamanda açlık insan olmanın ahlaki sınırlarının zorlandığı ve nereye gideceğini bilemediğimiz bir durum yaratabilir mi, sorusunun cevabını da verir.

8. Filmde tahılın ne kadar değerli olduğu özellikle vurgulanır. Ne kadar tahıla sahipsen o kadar zenginsindir.

Sinemasal örneklerde gördüğümüz gibi açlık, fizyolojik olarak ihtiyacın giderilmemesi, bireysel olarak yemeyi reddetmek, insan için önemli olan toplumsal, psikolojik, ekonomik, kültürel ve politik nedenlere dikkat çeker. İnsanın toplumsal varlığında onu tehdit eden güçlerin varlığı, yemeyi reddetme davranışı ile görünür hale gelir. İnsanın iradesi dışında dış etkilerle karşı karşıya kaldığı açlık ise insanlığın karşılaştığı en önemli tehditlerden birisidir. Bu temel ihtiyaç karşısında ahlaki sınırların kaybolduğunun örneklerini sunan sinema, aç olanın kendi dışındakine uyguladığı şiddete (yamyamlık) nasıl yabancılaştığını da anlatır. İstatistiklere göre dünyada üretilen besin miktarı insanlığın tamamının doyacağı seviyede iken, sahip olunan besinin paylaşılmasının adaletsizliği ise bu yabancılaşmanın boyutlarını akla getirir.[9] Kaloriler, dünyanın bir bölgesinde beden sınırlarını zorlayacak seviyeye çıkmışken, diğer bölgesinde kemiğe yapışan derinin anlamı, bu adaletsizliğin farkında olan insan için önemlidir. Son söz ise; yönetmen Peter Greenaway'in tüketim kültürüne avangart bir eleştiri geliştirdiği *Aşçı, Hırsız, Karısı ve Aşığı*[10] filminde yemek sofrasında hırsız Albert Spica'ya alaycı bir şekilde söylettikleridir. Yemek yediği *La Hollandais* adındaki lüks restoranın da sahibi olan Albert Spica, "Sanırım şu Etiyopyalılar" der (akla gelen aç imgesini betimleyerek), "*Bilirsiniz şu çocuklar; zayıf, erdemli, koca kafalı ve dalgın gözleri olan çocuklar, sanırım aç kalmaktan zevk alıyorlar.*" Filmin sonunda kendi de bir yamyama dönüşecek olan Spica, Afrika'da, yaşanan açlığın simgesel bir özellik haline gelmesine (sorunsallaştırmak yerine doğallaştırılması) açlık ve zevk arasında bağ kurarak alaycı bir tarzda vurgu yapar.

9. *A Sociology of Food and Nutrition*, Edit: John Germovand Lauren Williams, Oxford University Press, 2007, s. 30-31.

10. Aşçı, Hırsız, Karısı ve Aşığı (1989), Fransa ve İngiltere yapımı Peter Greenaway filmidir. Richard Bohringer, Helen Mirren'in başrolde oynadığı ünlü film, 1989 yapımıdır.

Amerika'nın Yemek İkonu, Sosyal Medya ve Mutfak Feminizmi

Nora Ephron tarafından senaryolaştırılan ve yönetilen ABD'de 2009 yılında gösterime giren "Julia&Julie" filminin konusu, halk kahramanı olan Julia Child ile halktan birisi olan Julie Powell'ın paralel hikâyesine dayanır. Her ikisi de, birbirlerini gerçek hayatın içinde hiç görmeden, yemek için bir araya bu filmde gelmiştir. Film bu kadınların gerçek hayat hikâyelerinden alıntılanmıştır. Yönetmen Ephron, iki farklı kaynaktan beslenerek bu filmi hazırlar; birincisi Julia Child ve Alex Prud'homme'un *Fransa'daki Hayatım* (My Life in France) adlı kitabıdır. İkincisi ise Julia Powell'ın

"*Julie & Julia*" adını verdiği internet blog-günlüğüdür.[1] Yönetmen Ephron, tarihsel eksende bu farklı hikâyelerin olayları üzerinden bağ kurar ve hayatlarında birbirleri ile hiç aynı ortamda bulunmamış bu iki kadını sinemada birleştirir.

İki Kadın: Yemek Hayatlarını Değiştirmeden Önce...

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, Paris'e taşınmış olan Amerikalı Julia Child, şapkacılık ve briç kurslarına katılsa da, aradığı meşguliyet alanı bunlar değildir. Child'ın, Paris'te yaşadığı dönem olan 1940-1950 arası filmde, Paris, kıyafetleri, yemekleri ve ilişkileri ile bir hayal mekân gibi tasvir edilmiştir. Bunların içerisinde Julia Child'ın kendisini iyi hissettiği yerler ise, Paris'in halk pazarlarıdır. Buralarda gerçek Fransızlarla zaman geçirir. Child, Amerika gibi farklı ülkelerden gelmiş yabancılar için hazırlanmış Paris'in imge halindeki büyülü mekânlarından daha çok, eğlendiğini söylediği, yiyecek pazarları gibi gerçek hayatın içinden yerlerde vakit geçirmekten zevk alır. Bu gibi yerlerde insanlarla içten bir iletişim ve bağ kuran Child, hatta kocasına büyük bir sevinçle, Fransız birisi gibi hissettiğini bile söyler. Julie Powell ise 2002 New York'unda; terk edilmiş, adeta ruhsuz bir görüntüsü olan gürültülü bir bölgeye, Manhattan'la karşılaştırıldığında küçük görülen Queens'e taşınmıştır. Kedisi ve kocası ile yaşadığı Queens'ten, Manhattan'a çalışmaya gider. Bir yıl önce (2001), ülkeye yapılmış büyük bir terör saldırısının hâlâ etkisinde olan insanların acılarını ve çare-

1. Julia Child'ı canlandıran Merly Streep'in oyunculuğu dikkat çekicidir. Streep bu filmde 16. kez Oscar Ödülü'ne aday gösterilmesini sağlayacak bir performans sergiler. Oyunculuğunun sergilediği fiziksel uyum, beden ve ses, bizi oynadığı karakterin içine çeker ve onu hissettir. Birçok filmde farklı karakterde gördüğümüz Streep'in burada dönüştüğü ve içselleştirdiği karakterle bambaşka birisi olması insanı izlerken zevklerden zevke taşır. Gösterdiği oyunculukla onu izleyen ve duyan gözler ve kulaklar bu yeteneği alkışlar. Filmde bir diğer karakter Child'ın kocası Paul'ü canlandıran Stanley Tucci'dir. Tucci, Streep'in filmdeki belirleyici rolüne en iyi şekilde karşılık vermiş ve bir denge kurulmuştur. Büyülü bir şekilde aktarılan, 1950'lerin Paris'inde tanıştırıldığımız bu çiftin oyunculuktaki eşsiz uyumu maalesef, New York, Queens'li çiftimizi canlandıran Amy Adams ve Chris Messina'yı gölgede bırakacak kadar güçlüdür.

sizliklerini dinleyen Julie'nin hayatına biraz daha yakından baktığımızda bir dönüm noktasında olduğu görülür. Kariyer peşinde koşan, öğlenleri salata yiyen üniversite arkadaşları arasında Julie'nin kendisini çok yalnız hissettiğini ve arkadaşlarının ne kadar para yönettikleri ile ölçtükleri başarıları karşısında nasıl hayata yabancılaştığını görürüz. Başarının farklı şekilde değerlendirildiği bu dünyada, Julie, bir dergide çalışan yakın arkadaşının tiraj artıracak malzemesi haline bile dönüşebilmektedir. İki kadının, Julia ve Julie'nin farklı zamanlarda, yeni yerlere taşınmaları, hayatlarında açacakları yeni sayfanın habercisi gibidir. Filmde, kendini hayatta ifade edememiş iki kadının huzursuz ve arayış içinde olan ruhları seyirciyi bu görsel anlatının içine doğru çeker. Her iki kadın da hayatlarına anlam verecek yolun, kitleler ile yemek aracılığı ile kuracakları bağ olduğunu keşfederler. Kendilerini ifade etmelerini sağlayan, yemek ile kurdukları iletişim biçimi, hem Julia Child hem de Julia Powell'ın yaşamlarının dönüm noktası olacaktır. Yemek yapmak ve yemek yemek, her ikisine de iyi gelir. Film, seyircilerinin arasında benzer ruh halinde olanlara da, adeta, alternatif hayat biçimi üretir. Yönetmen Ephron filmde bu duyguyu vurgulayarak, iki kadının hayatındaki "yemek etkisini" karşılaştırmalı olarak verir.

Julia Child

İkinci Dünya Savaşı sonrası (1948) Paris'e gelen Amerikalı bir kadın, yemeğin ulusal kimlik haline dönüştüğü Fransa'da, lezzetiyle kendinden geçtiği Fransız yemeklerinin nasıl yapıldığını öğrenmek ister. Yemek yapma eğitimi veren ünlü yemek okulu, Fransız olmayan, bu "yabancı" kadının Le Cordon Blue, "ileri" seviyede aşçı yetiştirilen eğitim programına kayıt isteğini, beceremeyeceği kanısıyla kabul etmez. Yemek lezzeti ve eğitimi konusunda dönemin otoritesi olarak görülen bu Fransız yemek okulu, orta yaşlı, hevesli, Amerikalı kadını, okula ancak başlangıç seviyesinde kabul eder. Fransız yemeklerini öğrenme konusunda çok istekli olan Julia Child'dan okulun hiçbir beklentisi yoktur. Bu

umutsuzlukla Child'a okulda ilk öğretilen şey, yumurta pişirmektir. Ama azim, lezzet tutkusu ve yemek aşkı bu hevesli öğrenciye, okulun yöneticilerinin; hatta kendisinin bile tahmin edemeyeceği başarının kapılarını açmasını sağlayacaktır. Julia Child, Fransa'dan ülkesi Amerika'ya dönecek, televizyon programlarıyla, kitaplarıyla, bir televizyon şefi ve ülkesinin yemek ikonu haline dönüşecektir. Julia Child'ın Amerika'daki popülerleşme sürecine baktığımızda; 1966'da *Time* bu "Kepçeli Leydi"yi kapak yapacak, Fransa'da 2000 yılında, Bonapart döneminden bu yana verilen en önemli Fransız nişanına, Legion d'Honneur'e layık görülecek, vatanı olan Amerika Birleşik Devletleri ise onu 2003 yılında Başkanlık Özgürlük Madalyası ile onurlandıracaktır.[2]

Yemek kitapları ulus tarihinde önemli materyallerdir. Toplu olarak incelendiğinde dönemin ekonomik, sosyal ve kültürel yapısı hakkında çok özel bilgiler verirler. Yemek yapmak da günlük hayatın önemli bir pratiği olduğu için bu kitapların ulusların tarihlerinde aynen Irma Rombauer ve Julia Child örneğinde olduğu gibi sosyal yapıyı etkileyen ve dönüştüren bir etkisi olmuştur. Amerikan ulusunun "yemek ikonu" olan Julia Child'ın arkadaşları Simone Beck, Louisette Bertholle ile yazdığı kitabı *Mastering The Art of French Cooking (1961)* ve Child'ın daha sonraki kitapları ile televizyon programları, Amerikan gündelik hayat tarihini oluşturan en önemli yapıtaşları ve kültür taşıyıcılarından olacaktır.[3] Child, Amerikalılar için lezzetli yemek yapmanın büyüsünü ve eğlencesini onlara kazandıran bir kahramandır artık; üstelik aşçılık mesleğinin erkek yoğun cinsiyet dağılımının karşısında, bir de kadındır.[4] Televizyon ekran-

2. www.nytimes.com/2000/11/20/us/legion-d-honneur-for-julia-child.

3. *Mastering The Art of French Cooking* kitabı yemeği yaparken nasıl ekipmanlar kullanılması gerektiği gibi ayrıntılarla başlayan ve yemek pişirmeye dair her bir detayın aktarıldığı 10 bölümden oluşan bir kitaptır. Bu bölümler; çorbalar, soslar, yumurtalar, giriş ve hafif yemekler, balık, kümes ürünleri, et ürünleri, sebzeler, soğuk yiyecekler, tatlılar ve keklerdir. Kitap yayınlandığı dönem için oldukça zengin bir kaynaktır. Simone Beck, Louisette Bertholle, Julia Child; *Mastering The Art of French Cooking*, Alfred A. Knoff, New York, 1964.

4. Janet Theophano, *Home Cooking*, Kitchen Culture in America, Ed. Sher-

larındaki programları, 700 sayfayı bulan kitapları ile lezzetli yemek yapmanın püf noktalarını Amerikan halkına öğretir. Bugünlerde Amerikan televizyonlarının yemek programlarında gördüğümüz kadın aşçı starlarının ilklerindendir.[5]

New York'ta Bir Yemek Bloggeri: Julia Powell

Filmde aktarılan ikinci kadın ise, Child'dan, neredeyse yarım yüzyıl sonra kendisini yemekle var eden, New York'ta yaşayan genç modern Amerikalı Julie Powell'dır. Julia, 2005 yılında ilk yemek temalı kitabını çıkaracak, 2009'da ise dünyanın dört bir yanında izlenen bir filmin ana karakterlerinden birine ilham verecektir. Aynı zamanda yemek ve sosyal medya, blog yazarlığı konusunda örnek alınacak başarı hikâyelerinden bir tanesi yaratmıştır.

Julie'nin hayatına ve hayatındaki dönüm noktalarına baktığımızda; tatminsiz, kendisi için doğru işin ne olduğunu bulamamış, para kazanmak gibi hırsları olmayan birisi olduğunu görürüz. Blog yazarlığından önce; 11 Eylül'ün ikiz kulelerinin yıkıntılarını gören bir çağrı merkezinde, Amerika'ya yapılan terör saldırının sarsıntısını taşıyan insanların sorunlarını dinleyip, yol gösteren bir işi vardır.

Julie'nin kendi hayatındaki boşluk ve sürekli yarım bıraktığı yazın uğraşısı ile kendini ifade etme isteği arasında bir yerlerdedir. Bu yüzden hayatının anlamını bulamayan Julie'nin araya sıkışmış hali, net bir şekilde filmde resmedilir. Julie, sevdikleri ve yapabileceklerini eyleme dönüştürmeye karar verir. Çok sevdiği yemek yapmayı, çok sevdiği yemek yazarı Julia Child ile birleştirecek, bunu gerçekleştirmek için de sadece bir internet günlüğü oluşturacaktır. Kendini çocuk yapamayacak kadar genç ve aldığı tiyatro eğitimini gerçekleştiremeyecek kadar yaşlı bulan bu kadın yapmak istediği projeyi "Kocası, işi ve kedisi ile ilişkisini tehlikeye atma riskini göze alarak gerçekleştirdiğini" ifade

rie A. Inness,2001, University of Pennsylvania Press, s. 140.
5. Mary Ellen Snodgrass, *Encyclopedia of Kitchen History*, Taylor&Franscis Group, New York, 2005 s. 199-200.

eder. Bu proje bittiğinde ise çok popüler bir yemek blogu oluşturacak ve yemek blog yazarı olacaktır.[6]

Julie, Julia Child'ın 524 yemek tarifini, 365 günde evinde yapıp internette kendisini takip edenlerle bu deneyimini paylaşır. Yemek tariflerini bir günlük formatında aktardığı, blog günlüğünü *Julie&Julia* adını vermiştir. Kendi kişisel tarihi ile yemek tarihinde çok önemli bir yeri olan "Julia Child" ikonu arasında bir bağ kurar. Aynen Julia Child gibi keyif alarak yemek yapıp, sosyal medya üzerinden kendisini ifade eder. Önemli olan en güzel yemeği yapmak değildir. Önemli olan yemek yaparken eğlenerek bu durumdan keyif almaktır. Fast food yiyeceklerle beslenmenin çok popüler olduğu kültürün bir parçası olan Julie, artık yavaş yenen keyifli ve lezzetli gerçek yemekleri hızlı beslenme kültürü karşısında alternatif olarak üreterek internetinden okurlarıyla paylaşır. Amerikalıların, bir zamanlar (2001'den önce), kendilerini güvende ve güçlü hissettikleri dönemin ikonu olan Julia Child'ın da, Julie'nin yemek deneyimi paylaşımına bir şekilde eşlik etmesi, blogu daha da popüler hale getirmiştir. Julie'nin çocukluğunda, ailece seyrederken eğlendikleri Julia Child ikonunun dolaylı olarak da olsa hayatlarına tekrar dokunması ile adeta kendilerini iyi hissetmiştir. Julie artık yazdığı blogla, sosyal medyada günden güne popülaritesi artan bir yemek yazarıdır. Denilebilir ki; bu blog, 11 Eylül terörist saldırısının üzerinden belli bir zaman geçmesine rağmen, hâlâ kendilerine gelemeyen Amerikalıların geçmişleri ile olumlu, nostalji içeren bir bağ kurmalarını da sağlar.

Yemek ve Kocalar

Bu iki kadın eşleriyle ilişkilerini "ekmeğimin üzerindeki tereyağı" benzetmesi ile tarif ederler. Julia Child ile kırk yaşında evlenmiştir ve çocukları olmamıştır. Çocuklarının olmaması hayatında bir eksikliktir. Filmden öğrendiğimiz kadarıyla Child'ın kocası Paul Child, çift 1948'de Paris'e taşınmadan önce Çin'de görev yaptığı için, komünist avcısı

6. http://www.salon.com/topic/julie_julia/.

senatör McCarthy'nin ünlü komünist listesine girmiştir. Film içinde Child yemek kitabının yayınlanması için çabalarken kocası Paul ise üç gün bir odada sorguya çekilir. Diğer taraftan Julie Powell'ın kocası ise bir arkeoloji dergisi editörüdür. Onun işi ile ilişkisine filmin içinde çok değinilmez. Eric Powell ve Paul Child karılarına yemek yapma, paylaşma ile ilgili heveslerinde veya bu konu ile kurdukları kariyerlerinde destek olurlar.

Filmde Julie'nin kocası ile bir gerginlik hali aktarılır. Sanal toplumlar, gerçek toplumların bir yansıması olurken aynı zamanda gerçek hayat da birçok durumu, olayı derinden etkilemektedir. İnsanların doğal uzantıları haline gelen bilgisayar, internet, iletişim biçimleri yeni seçeneklerle yeni sanal toplulukların kurulmasını sağlarken aynı zamanda klasik anlamda ilişkileri de derinden etkilemektedir. Julie yemek tariflerini paylaşırken, bir süre sonra özel hayatını da paylaşmaya başlayınca bu durum kocası ile ilişkilerini gerginleştirir; bu nokta, neyin özel, neyin kamusal olduğunun sınırlarının özellikle sanal âlemde kaybolmasının da bir örneğidir. Ama diğer taraftan ilginç olan, Julie'nin evi terk eden kocasının, yine sanal dünyayı kullanarak Julie'nin özlem ve pişmanlık duygularını öğrenmesi, eve geri dönmesi olacaktır.

Yemek Yapmak, Yemek Kitapları ve Feminizm

Mutfak alanı, kadın için iktidar ve güç ilişkileri içerisinde, farklı açılardan değerlendirilebilir. Örneğin, yemek yapma ve besleme görev tanımı ve ilişkiler ağı hem bir şekilde kadını köleleştirir hem de aileyi ve toplumu besleyerek devamını sağlama fonksiyonundan dolayı iktidar ilişkisi içinde, kadının güç kazanmasını da sağlar. Karl Marx, yaş ve cinsiyet farklılıklarının fiziksel temellere dayanan iş bölümünü ortaya çıkardığından bahseder. Emeğin örgütlenmesi toplumsal iken kadının çocuk ve ev işleriyle ilgilenmesi, yemek yapması toplumsal yapının devamlılığında, cinsiyetçi bir ayırım ile kadının alanı olarak ifade edilmiştir.[7] Ka-

7. Catharine A. MacKinnon, *Feminist Bir Devlet Kuramına Doğru*, Metis Yayınları, İstanbul, 2003, s. 33-34.

pitalizm içinde kadının ev emeğinin içinde önemli bir yer kaplayan mutfakta gösterdiği emek, ücretsizdir. Başka bir mutfak ve feminizm tartışma konularından bir tanesi ise kadının ürettiği emeğe odaklanmanın yanında, aynı zamanda mutfak alanı ve kadının bu alandan özgürleşmesidir. Charlotte Gilman, mutfakta geçirilen zaman ve kadın hakları üzerine alternatiflerin üretilmesi gerektiği öneren Amerikalı ilk feministlerden bir tanesidir. 19. yüzyılın ikinci yarısında yaşayan feminist yazar Gilman, cinsiyetler arası eşitsizliklerden bahsettiği için skandallara neden olur. Yemekle ilgili konularda yazdıklarına bakıldığında, teknoloji sayesinde yeni mutfak aletlerinin gelişmiş olmasını büyük sevinçle karşıladığı görülür. Gilman, dünyanın yarısı kadın popülasyonu ise bu kadın popülasyonun yaptığı işin yarısının da evde yemek hazırlamak olduğunu belirtir. Özellikle ev dizaynları üzerinden yemek ve feminizm konusunda önerilerde bulunur. Geleneksel ev dizaynlarını eleştirir. Ev, kadınların ihtiyaçlarına göre uygun biçimde yeniden dizayn edilmelidir. Her evin mutfağının olmasının gereksizliğinden bahseder. Örneğin, insanlara toplu yemek hazırlayacak müşterek kullanılan mutfakların olmasını önerir. Aynı zamanda, evler hollerle bu müşterek mutfaklara bağlı olacak; böylece insanlar kendileri yemeklerini alacaklar ya da mutfak evlere servis yapabilecektir. Kadınların bu sistem sayesinde, zamanları boşaltılmış olacak ve onlar da rahatlıkla özel alandan çıkıp kendilerini gerçekleştirebilecekleri işlere sahip olacaklardır.[8] Bu ütopya zaman içinde gerçek olmasa da, ev işlerine atfedilen değer değişecektir. *The Girl and Her Home* adlı ders kitabı 1932'de Amerika'da yayınlanır. Bu kitap bir ev ekonomisi serisidir. Aynı zamanda feminizmin izleri de görülür. Bu kitaba göre, ev işleri aslında oldukça karmaşıktır ve bilim insanı titizliği ile yaklaşılması gerekir. Ev kadını olan yazarlar ev işleri yapanların profesyonel iş kadını gibi düşünülmesi gerektiğini iddia ederler. Bu dönem, 1930'lar, özellikle ev ekonomisi okullarının kadınlar için çok gözde

8. Mary Ellen Snodgrass, *Encyclopedia of Kitchen History*, Taylor&Franscis Group, New York, 2005 s. 435.

olduğu dönemdir.[9] Toplumsal politikalar, kadınları, İkinci Dünya Savaşı koşullarında erkeklerden boşalan ev dışı çalışma alanlarında çalışmaya doğru teşvik edecek ama savaş sonrası tekrar eve dönmeleri konusunda onları ikna etmeye çalışacaktır. 1955' te, yine Amerika'da yayınlanan *House Keeping Monthly* dergisi, eşlerin evde olmasına dair telkinlerde bulunur. Kadınlara kocalarını iyi giyinerek, evi temiz tutarak ve yemekler hazırlayarak evde yemeğe beklemelerini tavsiye eder. Aynı zamanda dergi "Evde kalan eşler (the stay-at-home wife)" için kılavuzlar bile hazırlar ve bu kılavuzları kadınlara gönderir.[10] Zamanla yeme-içme alışkanlıklarının değişimi; özellikle hazır yemek sanayinin gelişmesi, fast food restoranlarının açılması ve dışarıda yemek yemenin maliyetinin düşürülmesi, kadın mutfak ilişkisini başka boyutlara taşımıştır. Mutfak alanı popülerleşmeye başlamış ve mutfakta yemek hazırlamak mecburi bir faaliyet olmaktan öte, haz alınan, adeta sanatsal bir etkinlikte bulunulan bir alan olarak atfedilmeye başlanmıştır.

Yemek Tarifleri...

Yemek tariflerinin paylaşılması; yemeğin hazırlanması ve beslenmeye dair bilgi birikimlerinin sözsel, yazılı ve/veya görüntülü olarak bu bilgiyi talep edenlere/kitlelere aktarımı olarak tanımlanabilir. Tarifleri kaydetmek, o toplumun varlığını sürdürmesi için gerekli bilgilerin, tarifin ortaya çıktığı toplumsal yapı ile birlikte tarihe kazınmasıdır. Çünkü yemeğin malzemelerinin uğradığı değişim, oranlarla birlikte aktarılırken, aynı zamanda bu tariflerin içeriklerinin sosyal kültürel belirleyiciliği de aktarılır. Yemeğin nerede, nasıl, kimler tarafından yapıldığı, paylaşıldığı, kullanılan aletler, hangi toplumsal olaylara eşlik ettiği yemek tarifleri ile aktarılan bilgilerdendir. Yemeğin tarifinin paylaşılmasının yanında, o yemeğin ortaya çıktığı ve beslediği kültür de anlatılır. Yemek tariflerinin kaydedilmesi, kültürel mirasın kaydedilmesidir de. Aynı zamanda tarif aktarmanın, akta-

9. Snodgrass, 2005, s. 482.
10. Snodgrass, 2005, s. 1054.

rana verdiği bireysel ve toplumsal kendini ifade etme işlevselliği de vardır.

Teknoloji ve Yemek Tarifleri...

Genel olarak yemek kitapları ve feminizm arasındaki ilişkiye baktığımızda teknolojinin kadınlara dolaylı bir özgürleşme alanı yarattığını varsayabiliriz. Ücretsiz emeği ile sınırlandırılmış mutfak alanında kadın, sahip olduğu bilgi birikimlerini kitap formatına veya farklı medya ürünlerine aktararak, bir özgürleşme ve kendini ifade etme olanağı kazanmıştır. Yemek kitaplarının ve günümüzde yemek bloglarının bu kadar popüler olmasının önemli nedeni; kadının hem kendisini hem ortaya koyduğu mutfak emeğini görünür ve değerli kılmış olmasıdır. 1930'larda ev ekonomisi alanında çalışanların yaptığı gibi; ev işlerine bilimsel olarak yaklaşılması sayesinde, ev işlerinin değerli hale getirilmesi sürecine benzer; mutfak bilgisinin kitaplaştırılarak ve bloglaştırılarak; mutfak alanında yapılan işlerin daha değerli hale getirildiğini söyleyebiliriz. Çoğu kadın, cinsel kimliğine göre doğallaştırılmış yemek yapma alanına, eğlenceli, paylaşımcı yeni bir form katması sayesinde, bütün dünyada blog yazarlığını daha da popülerleştirmiştir.

Aynı zamanda yemek kitapları ve bloglarda yazdığı yazılar, kadının doğal olarak sınırlandırıldığı ev alanının sınırlarının esnekleştirdiği bilgi birikimleri olarak da değerlendirilebilir. Kadının bu yazılar sayesinde yemek yapmaya dair bilgi ve deneyimlerini paylaşması, kamusal alanda kendisini ifade etmesini de sağlamıştır. Bu durum ise yemek yazılarını paylaşmanın kadının güçlenmesi ve özgürleşmesine katkıda bulunduğu varsayımını düşündürtmektedir. Janet Theophano, evde yemek pişirme üzerine yaptığı çalışmada kadınlarla yemek kitapları arasındaki ilişkileri fayda boyutuyla sosyal olarak inceler. Kadınların kendilerini tanımlarken ve kimliklerini yapılandırırken ifade ederken savunurken aynı zamanda sıkıştırıldığı sosyal ve kültürel sınırlarını aşarken yemek kitaplarını bir araç olarak kullandıklarından bahseder. Yemek kitaplarında kadınlar kim

olduklarını saklamadıkları için, bu kitapların, dolayısıyla, içini dökme fonksiyonu vardır. Kadınlar ırksal, etnik, cinsel kimliklerini bu yemek kitaplarına yansıtırlar.[11]

Benzer bir durumu günümüzde blogların yerine getirdiği de söylenebilir. Blog kelimesinin açılımı web günlüğüdür. Günlük olduğu için aynı zamanda çok kişiseldir. Bir taraftan teknolojik elverişlilik sayesinde bu günlükler kamusal bir alan olan internette paylaşıma açıktır. Blogu paylaşan kişinin özelliğine göre blogun içeriği de değişir. Bloglar, kişisel duyguların paylaşıldığı bir platform olduğu gibi, aynı zamanda sanatsal, kültürel, politik vb içeriklere de sahip olabilir. Bloglar, bloğa sahip olanın yaşam tarzını, dünya görüşünü de aktarır. Bu günlükler, kişisel deneyimlerin, bilgilerin, birikimlerin ifadesi gibidir. Yemek blogları, insanların kendilerini ifadesinde başvurdukları yeni bir yoldur. Bloglar yazarlarına, internetin elverişliliği ile ulusal sınırları aşarak küresel olarak kendini ifade etme olanakları sunar. Bu iletişim teknolojisi sayesinde mutfak, artık kadının varlığını hapsettiği dar bir alan tanımlanmasından çıkarak, kendi varlığını bütün dünyaya açtığı değerli ve sınırsız bir alan haline dönüşmüştür. Ama diğer taraftan, konu olarak yemek kültürü, kitaplarda, bloglarda, aynı zamanda diğer medya alanlarında kadının kendisini ifade etmesine dair bir alan sağlarken, aynı kadının ev içi alanda özellikle mutfakta yoğunlaşmış, cinsiyetçi bir şekilde doğallaştırılmış görevlerini değiştirmemektedir. Belki de bu görevlerine daha profesyonel bir nitelik kazandırmıştır denilebilir.

Filmdeki iki kadına, Julie ve Julia'ya, feminist bir değerlendirme ile baktığımızda ise; iki kadın da evde "yemek yapan"dır. Onların mutfakta yemek yapma işleri, zevk almak ve cinsiyetçi görev dağılımı arasında bir yerlerdedir. İki kadın için de yemek yapmak, kim olduklarını keşfetme serüveni olarak aktarılır. Sanal modern zamanda, bu iki kadının çizdiği romantikleştirilen ideal kadın modeli, mutfaklarında bir özgürleşme dili ile aktarılır. Bu özgürlük,

11. Janet Theophano, *Home Cooking*, Edith. Sherrie A. Inness, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 2001, s. 139-140.

mekân olarak mutfağa yakın olmakla, cinsiyet kimliğinin belirlediği sınırları aşmak arasında sıkışır kalır. Bu iki kadının filmde vurgulanan toplumsal cinsiyetçi görev dağılımı ayırımı, daha çok geleneksel yapıya uyum sağlayan tarafındadır. Julia'nın kocası, karısının kitabının basılacağını öğrendiği zaman, karısı için sevinse de, devamında ise diğer bütün kocalar gibi o tipik soruyu sorar: "*Akşam yemekte ne var?*" Julie ise kocası ile kavga ettiğinde bloguna şunu yazmıştır: "*Julia öfkesini kontrol etti, ben etmedim. O kocasını hak etti, ben etmedim.*" Bunu okuyarak geri dönen kocasının ilk sorduğu soru da "Akşam yemekte ne var?"dır. Sonuç olarak yemek yapmaktan zevk alan, bu zevklerini kitlelerle paylaşan iki kadın olsalar dahi, özgürlükleri sınırlıdır. Film, yemeğin serüvenini, Amerikan mutfağının geçmişini, kadın aşçılığın değer kazandırılmasını, lezzetli bir yemek tadında izletiyor. Mutfağa dair bilgileri paylaşıyor olmak kadınlara bir özgürlük alanı tanıyor ise de, kadının mutfaktaki alanında doğallaştırılmış görevlerinden özgürleşmesine ise daha çok var.

Karga Yumurtası, Pizza ve Sınıf Analizi

Yemek ve sembolizm ilişkisini kurarak anlatıyı görselleştirmek ve zenginleştirmek, bir yönetmen için eşi bulunmaz fırsatlar sağlar. Yemek, günlük hayatın içinde ona atfedilen sembolik anlam ile birçok mesaj taşırken, farklı birçok alegorinin oluşmasını da sağlayacaktır. Hindistanlı yönetmen M. Manikandan'ın filmi *Kaakkaa Muttai* (Karga Yumurtası) yoksulluğu karga yumurtası, zenginliği ise pizza yemek ile sembolleştirir. Hindistan'ın güneyinde bir eyalet olan Tamil Nadu'da[1] çok yoğun olarak yaşanan yoksulluk ve

1. Hindistan'ın en güneyindeki eyaletin adıdır. Hindistan 29 eyaletten oluşmaktadır. Bu eyaletin de başşehri ise Chennai'dir. Tamil Nadu'nun şehirlerinden bir tanesi olan Namakkal, en önemli yumurta üretim merkezlerinden bir tanesidir.

sınıfsal eşitsizliğin içinde yaşayan insanların hayatına duygusallıktan çok mizahla bakmayı tercih eden yönetmen, aynı zamanda yoksulluğu bütün çıplaklığı ile sergilemeyi de başarır. Senaryosunu da filmin yönetmeni M. Manikandan'ın yazdığı *Karga Yumurtası* 2014 yapımıdır ve ilk defa 2015 yılında Uluslararası Toronto Film Festivali'nde gösterilmiştir. Birçok ödül almıştır. Bu ödüller, Ulusal En İyi Çocuk Artist Ödülü (Ramesh Thilaganathan ve J. Vignesh), Los Angeles'taki Hindistan Film Festivali'nde Seyirci Ödülü, yine aynı festivalde En İyi Aktör Ödülleridir.[2]

Pizza Yemenin Gerçekleşemeyen, Dayanılmaz Hayali...

Film iki erkek kardeşin, çok hoşlandıkları takma adları ile tanıtırsak Büyük Karga Yumurtası ve Küçük Karga Yumurtası'nın, yoksul hayatlarında ulaşamadıkları ve ulaşmayı hayal ettikleri, yabancı olan, hiç tatmadıkları bir yemeğe, pizzaya ulaşma maceralarını anlatır. Bu maceranın öyküsü akıp giderken birdenbire seyirci olarak kendimizi Hindistan'ın en büyük eyaletlerinden Tamil Nadu'nun başşehri Chennai'nin varoşlarında yaşayan insanlarının yoksullukları ve hayat ile mücadelelerini gözetirken buluruz.

Bu yaşam alanlarında, yemek yenilen, uyunulan, banyo yapılan yer aynı odadır. Herkes beraber, iç içe bu tek odada yaşar. Filmde aktarıldığı kadarıyla yoksul ailelerin günlük yiyecekleri, pirinç ürünleri ve mercimektir. Mafya bu bölgede etkilidir ve filmde de konu edinildiği gibi yoksulluğun güçsüzlüğünü daha da sömürmektedirler. Diğer taraftan, yoksulluk ve çaresizlik, çocukların günlük hayatlarındaki aldırmaz neşelerinin arasında seyirciye aktarılır. Filmin bir sahnesinde yönetmen bu hissi çarpıcı bir şekilde aktarır: Bir cenazenin sokak aralarında yolculuğu ve sonsuzluğa doğru akışı, bir taraftan tabutun önünde çocukların dans etmesi, açlık ve tokluk arasında gezinen bu insanların hayatının, ölüm ve yaşam arasında nasıl doğal bir şekilde akıp gittiğini seyirciye aktarır.

2. Kaakkaa Muttai, http://www.imdb.com/title/tt3973410/.

Çocuklar için ise, dağıtılan broşürlerde görerek sahip olmak istedikleri ama bir türlü tadına bakamadıkları pizzayı yemek, yoksulluklarının içinde ulaşmak istedikleri biricik hayalleridir. Bu hayalin gerçekleşme macerası ise, filmin çocuk gözüyle aktarılması sayesinde, bölgenin ağır yoksulluk koşullarını birden başka bir gözle görülmesini sağlar. Şartlar zorlanır. Eğer hayallerine ulaşmak için araç para ise, bu para bulunacaktır. Bunun için ne yapılması gerekiyorsa yapacaklardır. Kömür taşıyan vagonlardan artan kömürleri satarlar, sokaklarda geçici satış işleri yaparlar, hatta sahip oldukları tek köpeklerini bile satmak için girişimde bulunurlar. Amaçları net ve kesindir. Reklamlarda, broşürlerde gördükleri ve onları büyüleyen pizzayı satan dükkânın müşterisi olmak isterler.

Filmin anlatısı aslında çok güzel tezatlıkla beslenme biçimlerini yer değiştirerek aktarır. Karga yumurtaları gitmiş yerine pizza dükkânı açılmıştır. Filmin adına da konu olan bu iki kardeşin en sevdikleri oyunlardan birisi de, karganın yuvasından aldıkları yumurtalar ile beslenmektir. Büyük kapitallerin, kargaların yuva yaptığı ağacı keserek onun yerine bir pizza zinciri yerleştirdiklerinde ise doğal olarak bu pizzadan beslenmek isteyen çocuklar bunun o kadar da kolay olmadığının farkına varırlar. Reklam dünyasının hedefi haline gelen çocuklar, kapitalizmin, değişim, kâr elde etme, emek, işgücü, özendirme, kapitalin zenginleşmesi, işçinin sömürülmesi, gerçeğin değil aslında imgenin tüketilmesi gibi tartışmaların içine dahil olduklarının farkında bile değildirler. Onlar, lezzetle yumurtasını yedikleri karganın konduğu ağacın yerine yapılan pizza dükkânından, aynı kolaylıkla beslenmek istemektedirler.

Bir türlü vazgeçemedikleri ve gerçekleştiremedikleri pizza yeme hayallerini her gün dinleyen büyükanneleri, çocukların elindeki broşürde gördüğü pizza resmine benzer, *dosa*[3] üzerine, bir ev yapımı pizza yapar. Ama çocuklar bu taklit pizza ile tatmin olmazlar. Artık gerçeğine ulaşmak için de daha da kararlı hale gelirler. Pizza alabilmek için, yoksul-

3. Hint gözlemesi.

luklarını gizlemeleri ve bu yeni bölgeye kabul edilmeleri gerekir. Onlar da çareyi yeni kıyafetler almada bulurlar. Şehir merkezine Mylapora'ya giderler. Yönetmen yine yemek sembolizmini kullanır ve bu çocukları aynı yaşta üst sınıftan başka iki çocukla karşılaştırır. Onlar istemedikleri halde babaları onlara yeni kıyafet almıştır. Oysa bu üst sınıftan çocukların istedikleri şey ise, aileleri tarafından hep uzak tutuldukları sokak yemeğinden yemektir. Hijyenik olmadığı için sokak yemeği, *pani puri*, yemelerine izin vermeyen babadan fırsat bulan zengin çocukları, kendilerine zorla alınan yeni giysileri Küçük Karga Yumurtası ve Büyük Karga Yumurtası'na satarak, aldıkları para ile sokak yiyeceklerini afiyetle yerler.

Filmin iki yıldızı, Küçük Karga Yumurtası ve Büyük Karga Yumurtası güzel yeni kıyafetlere sahip olsalar da, çıplak ayaklarla gittikleri pizza dükkânında önce aşağılanıp, sonra bir güzel dayak yiyerek kovulurlar. Diğer çocuklar bu arada bu yaşananları akıllı telefona kaydederler. Bu görüntüler, yerel mafyanın eline düşer onlar da bu görüntülerin karşılığında pizza dükkânın sahiplerinden para koparmak isterler. Pizza dükkânı sahipleri ile para konusunda anlaşamayan mafya, görüntüleri medya ile paylaşır. Pizza yiyememe hikâyesi, bu iki kardeşin dünyasından çıkıp, artık ulusal bir problem haline gelmiştir. Müşterilerini kaybetmek istemeyen pizza dükkânı sahipleri, çocukları bulurlar. Yoksul çocukları tartaklamalarından dolayı tepki alıp satışlarının düşeceğinden korkan pizza dükkânı sahipleri, karga yumurtası kardeşlere kendi elleri ile pizzayı yedirirler. Bu sahneyi de kameraya çekerek televizyonda gösterilecek reklam haline dönüştürürler. Pizza dükkânının sahipleri, bundan sonra istedikleri zaman bedava pizza yiyebilecekleri teklifinde bulunsalar da, bu iki kardeşin cevabı beklenilenden farklıdır: "*Bence büyükannenin yaptığı dosa ile yapılmış pizza daha lezzetliydi.*"

Pizza ve Karga Yumurtası ile Sınıf Analizi

Yönetmen; çocukların saf, masum ve korunmasız halleri ile Hindistan'da yaşanılan sınıfsal eşitsizliklerin varlığını

görünür kılmayı başarmıştır. Bu çocukların bilmediği, toplumsal yapı, içerisinde kimin kim olduğunu tanımlayan bazı kodlar ile şekillenir. Pierre Bourdieu'nün dediği gibi, pazarda tükettiğimiz şeylerin sembolik anlamları vardır. Toplum içindeki farklı sınıfa dahil olanlar, farklılıklarını tükettikleri ürün ve hizmetlere yükledikleri anlamlar ile biçimlendirirler. Her sınıfın yaşam biçimi, zevkleri, tercihleri, yaşam standartları ayırt edici semboller ile kodlanmıştır. Sınıf değiştirenlerin, özellikle bu kodları kullanma eğiliminde olmaları, sembolik kodlama ve kod açılımının nasıl belirleyici olduğunun göstergesidir. Yiyecek-içeceklerde bu ayırımı incelersek, örneğin, Bourdieu'ye göre, bol bulunan, ağır ve şişmanlatan, herhangi bir estetiği olmayan yiyeceklerin daha alt sınıfa ait olduğudur. Bourdieu bu örneği verirken, tabii ki Hindistan varoşlarını düşünerek vermemiştir. Bourdieu, üst ekonomik sınıfa dahil olanların tükettiği hafif, rafine ve estetik olmayı önemseyen, egzotik, bilinmeyen, az bulunan yemekler sınıfsal ayırımda tanımlayıcı kodlardır. Bir yemeğin, hem teknik hem de malzeme olarak kolay bulunmayan bir yol ile hazırlanması, üst sınıfın bu yemek için daha fazla ücret ödemesini, sınıfsal olarak belirleyicilik misyonuna sahip olmasını sağlar. Sonuç olarak diyebiliriz ki, modern dünyada ne yediğin, nasıl yediğin, nerede yediğin hangi sınıfa ait olduğunu söyleyen semboller haline dönüşmüştür. Kültürel sermaye ve ait olunan habitus, sınıf farklılıklarının içeriklerini yenilen ve içilenler de dahil olmak üzere kodlamaya devam etmektedir.[4] Bu kodlamayı biçimlendiren başaktörlerden bir tanesi reklamcılık sektörüdür. Reklam endüstrisi yiyecek ve içeceğin sosyal ve kültürel anlamını oluşturur ve bu sayede yemeğe değer yükleyerek onun için ödenen maddi bedeli anlamlandırır. Yetişkinlerin hayatında, reklam dünyasının yarattığı kodlar, kim olduğunu söyleyen sessiz cümlelerdir. Bu durum sürekli ve stratejik iletişim çalışmaları ile gerçekleştirilir. Ürüne sahip olmanın verdiği değer,

4. Aktaran: Pat Crotty and John Germov, *Food and Class*, Edit. John Germov and Lauren Williams, A Sociology af Food & Nutrition, Oxford, 2004, S. 251-252.

sosyal yapı içerisinde sosyal sınıfların da ayırımını inşa etmemizi sağlar. Ürün ve hizmet özellikle bunu ister. Hedef kitlesini belirler ve mesajını iletir; ürüne ve/veya hizmete sahip olunduktan sonra hedef kitleye vaat ettiği değeri verecektir. Yetişkinlerin değer alışverişini, meta ve para ilişkileri ile yaptığı dünyada, ekonomik güçleri olmayan, kendileri için en iyi olanı seçme karar verme mekanizmaları gelişmemiş çocuklar, bir o kadar savunmasızdırlar. Aynı zamanda, çocukların özellikle reklamlar karşısında, kolayca hedef olmaları yüzünden, bu konu özellikle reklam ve etik tartışmalarının çalışma alanına girmiştir.[5]

Filmimizin ana karakterleri, kendilerine küçük karga yumurtası ve büyük karga yumurtası diyen kardeşler, pizza yemenin büyülü dünyasına dahil olabilmenin sınıfsal kodlarını kendi dünyalarında çözmeye çalışsalar da, kendi imkânlarınca para biriktirerek bu kodlara sahip olmaya çabalasalar da, ait olunan sınıfın sınırını aşmak o kadar kolay değildir. Kendileri de bir reklam malzemesi haline dönüşerek, o çok arzuladıkları pizzayı tadabilecekler; ama yine de dahil oldukları yoksulluğun sınırlarından öteye geçemeyeceklerdir.

Hindistan'da Dışarıda Yemek ve Restoran Kültürü

Colleen Taylor Sen, Hindistan yemek kültürünü anlattığı yazısında, restoranlarda yemek yeme kültürünün ortaya çıkmasından ve değişiminden bahseder. 20. Yüzyılın ortasına kadar Hindistan'da bir restoran kültürü olmadığını vurgular. Taylor Sen, bu kültürün oluşmamasının nedenini açıklar. Halk söz konusu olduğunda dışarıda yemek, çevreyi kirletebilecekleri için, çokta hoş karşılanan bir alışkanlık değildir. Varlıklı Hindistanlıların ise çoğunun evinde yemek ve servis işlerini yapan hizmetlileri vardır. Taylor Sen, dışarıda yemek ve restoran kültürünün Hindistan'da oluşumunu genel hatlarıyla açıklar. Önceleri, sadece büyük ibadet yerlerinin ziyaretçilerine sebze çorbası pişirip dağıttığından

5. Qian Gong, *Advertising*, Edit. Peter Jackson, Food Words: Essays in Culinary Culture, Bloomsbury Academic, 2013, s. 12.

bahseder. Bazı ibadethaneler, Karnataka'daki Udubi gibi, zamanla yemekleri ile meşhur olmuştur. Bu yüzden, 19. yüzyılda, küçük bir vejetaryen restoran bu ibadethanenin yanına açılmıştır. Ziyaretçilerin memnuniyetinden dolayı oluşan talep fazlalığı bu girişime neden olmuş olabilir. Hâlâ, Güney Hindistan'da restoranların Udubi adını kendi restoran adları içinde kullanmalarının bu tarihsel algılayışla ilgili olduğu söylenebilir. 1930' larda, bu yazının konusu olan filmin geçtiği bölgede, K.K Roa adında bir kişi, şehir dışında, ormanlık alanda bir restoran açar. Bu restoranın tarzı kitlelere çok dağılmamıştır. Diğer taraftan, modern anlamda ilk Hindistan restoranı ise, Moti Mahal adında, Pakistan'dan mülteci olarak Hindistan'a göç etmiş olan Kundan Lal Gujral tarafından, 1947 yılında, Delhi'de açılır. Aynı zamanda bu kişi, baharat ve yoğurtla marine edilmiş tandırda pişirilmiş ünlü *tandoori chicken* denilen tavuk tarifini bulan kişidir de. Moti Mahal'ı sonra, yaptığı yemekler ve tarzıyla, birçok restoran taklit etmiş ve benzerleri açılmaya başlamıştır. Daha sonra, bu restoranlar açıldıkları bölgeye olarak menülerini değiştirmiş ve geliştirmişlerdir. Taylor Sen, ayrıca, Hindistan'da Çin restoranlarının ne kadar popüler olduğundan bahseder. Diğer taraftan Hindistanlıların atıştırmalık yemeyi çok sevdiğini de vurgular. Bu yüzden, Hindistan'da sokak satıcıları da oldukça fazladır.[6] Daha sonra ise, birçok nedenle, sosyal, ekonomik ve kültürel olarak değişen Hindistan, aynı şekilde zaman içinde değişen yemek kültürüne sahip olacaktır.

Jack Goody, *Yemek, Mutfak ve Sınıf* kitabında Hindistan'a dair bir değerlendirme yaparken R.S. Khare ilginç yorumuna dikkat çeker: "Hindistan'da yemek kültürü, evlilikten daha fazla değişime tabidir." Khare, bu değişimin nedeni olarak şehirleşme oranın artması ve yaygınlaşmasını görür.[7] Taylor Sen'in vurguladığı gibi, restoran kültürünün gelişi-

6. Colleen Taylor Sen, *India*, Edit. Ken Abala, Food Cultures of the World Encyclopedia, Volume 3, 2011, s. 98.
7. Aktaran: Jack Goody, *Yemek, Mutfak ve Sınıf*, Çev. Müge Günay Güran, Pinhan Yayınları, İstanbul, 2013, s. 162.

mini sağlayan, Hindistan'ın orta sınıfı hızla artmakta ve bu orta sınıf belli bir yaşam stiline sahip olmayı ve bu yaşam biçimlerinin bir parçası olan trendi restoranlarda yemek yemeyi arzulamaktadırlar. Kazandıkları parayı kendi habituslarını inşa edecek şekilde, küreselleşmeyle etkilenen yaşam değerlerini ve stillerini ifade ederek, harcamak istemektedirler. Taylor Sen'in de aktardığı gibi, Hindistan dışarıda yemek yeme kültürü de, hızla küreselleşmenin etkisi altına girmiştir. Hindistan' da restoranlarda yeme-içme harcamaları son on yılda ikiye katlanarak yıllık beş milyar dolara yükselmiştir. Bu harcamaların önümüzdeki beş yılda da ikiye katlanarak on milyar dolara yükselmesi beklenmektedir. Modern dünyanın deneyimlerine dair fiziksel ve zihinsel açlıklarını gidermek isteyen bu yeni şehirli, eğitimli, modern üst ve orta sınıfın üyeleri farklılıkları deneyimlemeye dair talepleri restoran dünyasında da hareketliliğe neden olmuştur. İtalya, Tayland ve diğer farklı ülkelerin damak zevklerini tatmak, aynı zamanda, McDonald's, Pizza Hut, Dominos, Kentucky Fried Chicken küresel olarak yayılmış fast food restoranlarında zaman geçirmek isteyenlere, bu seçenekler hızla ulaşmaktadır. Bu değişimin farkında olan restoran zincirleri, bütün dünyada olduğu gibi, yerel tatlara önem veren pazarlama stratejileri ile *McAloo, Tikka* veya körili tavuklu pizza gibi yemek çeşitlerini Hindistan'daki menülerine eklemişlerdir.[8]

8. Taylor Sen, 2011, s. 98-99.

"Göç Çocuğu" Fatih Akın Sinemasında Yemek

"Kendini ötekinde, ötekinde kendini tanımlayan" bir yönetmenin yemek metaforu ile aktardığı göç hikâyeleri...

Tevfik Başer'in *40 Metrekare Almanya* filmi Almanya'ya göçün, farklılıkların, öteki ile kendisi arasında bağ kuramayan ilk neslin acılı hikâyesini anlatır. Koca olan, işçi olan Dursun, gurbetin en uzağına alıp getirdiği Turna'yı evden dışarı salıvermez. Bu filmin konusu olan ilk neslin çoğu bu yeni ülkede varlıklarını metrekarelerle sınırlamışlardır. Sonraki nesillerde ise, her şey yavaş yavaş değişecektir. Dünyanın da değişmesi ile birlikte; ikinci nesil veya onların çocukları olan üçüncü nesil için, sadece Almanya veya Tür-

kiye değil, kendilerini var hissettikleri ve ifade edebildikleri bütün bir dünya yeni vatan olacaktır. Bunun örneğini, dünyaya mal olmuş bir yönetmen olan Fatih Akın'ın yönettiği ve senaryosuna katkıda bulunduğu filmler üzerinden de görmekteyiz.

Fatih Akın, Türkiye'den Almanya'ya 1960'lardan itibaren göç etmeye başlayan, iki ülke arasındaki kültür farklılığını derin bir şekilde yaşayan işçi ailelerin çocuklarından bir tanesidir. O, Hamburg'da doğup büyümüş ve kendi veya "öteki" olarak niteleyeceğimiz başka göçmenlerin hikâyelerini sinemada görselleştirdiği yönetmenlik mesleğini seçmiştir. Onun bakış açısı, sanatı ile hitap ettiği ikinci, üçüncü nesil ve dahil olduğu ikinci neslin ve kültürünü devraldığı birinci neslin yaşadıkları üzerinden şekillenir. Göçün çocuğu olan Fatih Akın'ın, hikâyelerini anlatırken bilerek veya bilinçaltı bir şekilde kullandığı yemek metaforu kendisini, ötekini nasıl tanımladığının da bir yansımasıdır. Bu yansıma ise Fatih Akın'ın filmlerini yapmaya başladığı döneme de denk gelen artan küreselleşme, iletişim kaynaklarının hızla yaygınlaşması, tüketim kültürünün bir üst kültür şeklinde bütün kültürleri neredeyse belirlemesi, göç edenin kendi varlığını nasıl konumlandırdığı üzerinden okunacaktır. Fatih Akın'ın parçası olduğu Almanya'nın yaşadığı değişime baktığımızda; ülkenin İkinci Dünya Savaşı sonucunda kendisini ekonomik olarak toparlamaya çalışmakta olduğunu ve sekiz ülkeden aldığı misafir işçi göçünün bu süreci daha hızlı bir şekilde geçirmesini sağladığını görürüz. Bu sekiz ülkeden göç edenlerin hikâyesi, yeni nesillerle birlikte birbirine kaynaşmıştır ve oluşan melez kültürler kendi seslerini, parçası hissettikleri Almanya'dan duyurmaktadırlar. Almanya'nın ve onun artık vazgeçilmez parçası olan göçmenlerin 50 yıl içerisindeki dönüşümlerinin panoraması Fatih Akın sinemasının beslendiği yerdir. Küreselleşmenin etkileri, toplumları etkilemiş, aynı zamanda etkilediği toplumdan çıkan sanatçıların sanatsal performanslarını da belirlemiştir. Akın'ın, başka bir ülkeden göç etmiş bir ailenin çocuğu olmasının sanat hayatına etkisi ile bu etkinin sonucunda sa-

natçı kimliğinin dönüşümünü anlamamız için, Akın'ın yaşadığı dönemde belirleyici olan küreselleşme sürecinin göçler ve kimlik üzerine etkilerinin anlaşılması gerekir.

Küreselleşme ve Göçler, Kimlik Oluşumu

Küreselleşme içinde bilgi ve iletişim akışının yaygınlaşması ve göçlerin de etkisi ile ulusal sınırlar gitgide aşınmakta, kültürlerle kimlikler her zamankinden daha fazla karşı karşıya gelmektedir. Kültürlerin bu karışımı melezleşme ile sürekli olarak değişmektedir. Sonuç olarak modernite içerisindeki ulus devletin aradığı, tek tutarlı ve bütünlüklü kimlik sonraki dönem olan postmodern dönemde değişime uğramıştır. Küreselleşme sürecinde, özellikle tüketim kültürü globalleşirken, farklı kimlikler dünyada görünür hale gelmeye başlamıştır. Bu süreç içinde göçlerle farklı kültürlerin mekânsal olarak birarada yaşama olasılıklarının artması, bu yeni dünyada kimlik tanımlamalarını da etkilemiştir.[1] Kimlik tanımına baktığımızda kimliğin durağan değil, sürekli üretilen ve inşa edilen bir yanı olduğunu söyleyebiliriz. Bu noktada akışkan ve amorftur. Göçler gibi toplumsal hareketlilikler, etkileşimli bir şekilde öznenin kimliğini oluşturur. Özne; bu süreçte kendi kimliğini inşa ederken, karşılaştığı farklılıklara dair endişeli bir tutumda üretebileceği gibi, bu farklılıkları deneyimleyerek seçenekleri daha bol ve çok yönlü bir kimlik de inşa edebilir. Bütün dünyada özellikle göçlerle birbirlerinden farklı yeni kimlik formları, başka bir deyişle amorf kimlikler oluşmaya başlamıştır. Göç edenlerin, göç ettikleri yerlerden getirdikleri kültürleri ile göç ettikleri yerdeki kültür, bazen direnen bazen yeni bir form alan karşılıklı, etkileşimli bir iletişime geçmiştir. Bu durumun sonucunda, aksanlı bir dil üretilmiştir. Bu dil göç edenlerin etkileşiminde ortaya çıkmış olan melez kimliğin dilidir. Bu noktada diyebiliriz ki, aynı zamanda toplumsal bir temsil aracı olan sinema, göçü konu edinmiş ve göçün yarattığı yeni etkileşimlerle oluşan toplumsal yapıların de-

1. John Tomlinson, *Küreselleşme ve Kültür*, Çev. Arzu Eker, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004, İstanbul, s. 195.

ğişimini de aktarmıştır. Bunun örneklerini özellikle kendi göç tecrübesi üzerinden aktaran yönetmenler, aynı zamanda *aksanlı sinema*, *diaspora sineması* adı verilen bir türün de temsilcileri olmuşlardır.[2]

Göçün Sineması: Diaspora Sineması, Aksanlı Sinema

Göç, bahsettiğimiz gibi, öğrenilmiş ve parçası olunan toplumsal ve kültürel yapının değişiminin yaşandığı, bu yüzden de aynı zamanda travmatik sonuçları olabilen bir yer değiştirmedir. Bunun farklı biçimleri olabilir. Göç, insanın doğup büyüdüğü topraklardan, siyasi, coğrafi, toplumsal (örneğin, kuraklık, işsizlik v.b. gibi...) nedenlerle, yer değiştirme durumudur. Diasporadaki göç etmiş birey; kıstırılmış, sıkıştırılmış ve yalnızlaştırılmış olduğu yeni yaşam yeri ile köklerini hissettiği ve derin bağlar kurguladığı yer arasında hayali ve aynı zamanda da gerçek ilişkilerle örülmüş bağlar kurar. Bu durumun kurgularla aktarıldığı sinemaya, *aksanlı sinema* veya *diaspora sineması* adı verilir. Hamid Naficy aksanlı sinemayı "Batı'da etnik kökenlilerin yaptıkları filmler" olarak nitelendirir. Bunların arasına sürgün sinemasını da sokar. Bu filmler, aksanlı olarak da nitelenmelerine neden olan çok dilli filmler olmasıdır. Almanya gibi, Fransa ve İngiltere'de de örnekleri görülen bu filmler; Fransa'da Kuzey Afrikalıların, İngiltere'de ise siyahların ve Asya kökenlilerin çektikleri filmler olarak örneklendirilebilir.[3]

Hamid Naficy, aksanlı filmlerde kullanılan dilin ve görsel işitsel unsurlar ile aktarılan duygunun ayırt edici varlığından bahseder. Aksanlı filmlerde dil; diasporada yaşamanın, çok dilliliğin ve farklı kültürlerin altının çizilmesi ile oluşturulur. Farklılık, görsel olarak da imgelerle yansıtılır. Yemeiçme ile ifade edilen farklı olmanın karakteristik belirleyiciliği, birden anlatının içine girerek, aksanı inşa eder. Diğer taraftan, müzik gibi işitsel malzemeler, göç etmiş köklere ait

2. Hamid Naficy, *An Accented Cinema Exilic and Diasporic Filmmaking*, Princeton, Princeton University Press, 2001, s. 11-12.
3. Bu filmler, göç edenin kendisini ifade etmesini sağlayan bir araç olduğu için aynı zamanda devlet tarafından da desteklenmiştir. Naficy, 2001, s. 14.

olunduğunu hissettirerek anlatan diğer unsurlardandır. Bütün bu, aksanlı, diasporayı çağrıştıran imgeler ve sesler; diasporada olma duygusunu aktarmaktadır. Göçüp gidilen anavatana dair hissedilen duygular, bu vatanın ütopik bir şekilde ifade edilme biçimi ve tematik vurgu, diaspora sinemasının karakteristik özelliklerini belirler. Naficy'e göre, mekânın açık ya da kapalı olması önemlidir. Mekânsal kurgular anlatı yapısının dilini güçlendirir. Diğer taraftan göç sineması veya aksanlı sinema, çaresizlik, sıkışmışlık, hapsolma, yabancılaşma, panik, korku ve kaçış duygularını yoğun bir şekilde aktarır.[4] Bu bölümün de konusu olan, Almanya'daki Türk diasporasını anlatan filmler, dönemsel olarak farklılık taşımakta, aynı zamanda yönetmenlerin de diasporaya bakış açısı karakteristik bir şekilde ayrılmaktadır. Almanya'da erken dönem Türk yönetmenler, örneğin Tevfik Başer, makalenin başında da örneklendirildiği gibi, kıstırılmışlık, yalnızlık, farklılık travması gibi konuları yoğun olarak filminde işlerlerken sonraki dönemde ise, bu bölümün odaklandığı yönetmen Fatih Akın, diasporada olmayı, bir önceki dönemin yönetmenlerinden daha farklı temalar ile işlemiştir.[5]

Göç Çocuğu Fatih Akın Sinemasının Değişimi

Göçler, coğrafi sınırlar ile belirlenen ulusal homojenliği ortadan kaldırmış, yerine başka bir şey inşa etmiştir. Fatih Akın sineması bunu çok güzel aktarır. Akın'ın, *Kısa ve Acısız (1998)* filminden başlayarak filmlerinde yemek metaforunu nasıl kullandığının değerlendirilmesi, yönetmenin kimliğinin değişimini de göstermektedir. Akın'ın sinemaya daha yeni başladığı, kendi kimliğini sorguladığı ve keşfettiği ilk gençlik yıllarından, artık çocuk sahibi olduğu, kim olduğunu hissederek daha rahat ifade ettiği orta yaş dönemine kadar çektiği veya katkıda bulunduğu filmler karşılaştırıldığında, Akın'ın kişisel değişimi de görülecektir. Akın'ın

4. Naficy, 2001, s. 22-30.
5. Aynur Erdem, "Annemin Tepkisinden Korktum." *Sabah gazetesi,* 22 Şubat 2004, http://arsiv.sabah.com.tr/2004/02/22/cp/gnc114-20040222-102.html

tarihsel olarak kişisel hikâyesi gazete röportajlarından takip edildiğinde, bu değişim, onun diasporadaki melez kimliğinin nasıl şekil aldığı fark edilir. Filmlerindeki yemek metaforu kullanımı, bu değişimin somut olarak varlığını aktaracaktır. Yemek ile ilişkisi, Türkiye ve Türk imgeleri ile ilişkisini de gösterecektir. Aynı zamanda bu değişimin takibi, Almanya'daki Türk diasporasındaki nesillerin yaşadığı değişimi de görünür kılabilmektedir. Akın'ın, göçün şekillendirdiği, farklılıklar arasında biçimlenen melez ve aksanlı kimliği; Alman, Türk, insan, genç, erkek, oğul, baba, yönetmen kimliklerinin deneyimleri ile de karışarak filmlerinde anlatıya yansır. *Kısa ve Acısız (1998)*'da, Yunan ve Sırp arkadaşı için ölen Cebrail karakteri merkeze otururken; en son filmi *Aşka Ruhunu Kat* (*Soul Kitchen*) (2009)[6]'da görünür hale gelen kozmopolit kimliği, ulus kimliğine bağlı olmadan, en iyi müzik ve en iyi yemeğin dahil olduğu hayatı "ruhu olan hayat" olarak tanımlar. Akın'ın kişisel olarak farklılaşmasında vardığı noktada, varlığını anlamlı hale getiren ruh, köklerde değil adeta bu köklerin etkileşimi ile üretilendedir. Aynı zamanda Akın, *Aşka Ruhunu Kat* (*Soul Kitchen*) (2009) filminde mutfağa odaklanıp ulusal sınırları olmayan, kültürler üstü, bir alan olarak mutfağı işlemiştir.[7]

6. "Soul" yani "ruh" göndermesi olduğu için İngilizce ismini de yazı içinde kullanıyorum.

7. Bu makale çerçevesinde ele alınan Fatih Akın röportajlarının bir kısmı için, Ece Deliormanlı'nın 2006 yılında, Ankara Üniversitesi'nde hazırladığı "Fatih Akın'ın Aksanlı Sineması" tezi kaynak olarak kullanılmıştır. Fatih Akın'ın röportajlarında paylaştığı özyaşam hikâyesinde yemekle ilgili öteki olma deneyimlerini aktardığını görürüz. Örneğin *Hürriyet* gazetesine verdiği bir röportajda Alman kız arkadaşının evine gittiğinde aynı masada yemek yemesinin hoş görülmediğini bildiği için yemek saatinde evden ayrılmak zorunda kalmış olduğunu aktarır. Aynı zamanda ekler; bu durum bir eziklik hissettirmemiştir. Diğer taraftan karısı Meksika kökenli olan Akın artık vejetaryen olduğunu ifade edip, "Bir lokanta açar mıydınız?" sorusunu Almanya'da Meksika ve Türk karışımı bir lokanta açardım" diyerek cevaplar. Fast food sevmeyen Akın, zaman bulursa Tai yemekleri yaptığını ve bunu da sevdiğini belirtiyor. Elif Berköz Ünyay, *Milliyet 2010*, http://www.milliyet.com.tr/Pazar.

Ötekine karşı zaafı olduğunu ve kendini ötekinde tanımlamayı sevdiğini belirten Fatih Akın'ın "öteki" ile ilişkisi, Almanya'da doğup büyüyen, eğitim alan ve hayatını orada sürdüren Türkiye asıllı bir Alman olarak ilk filminden itibaren onu hep etkilemiştir. O; kim olduğunu, dikte edilenden de, dayatılandan da öte, keşfeden bir yönetmendir. Akın'ın kendini keşfetme yolculuğu, filmlerinde tadını hissettirir. Çektiği filmlerdeki karakterler de bir şekilde benzer yolculuklara çıkarlar. Kendisinin ifadesi ile; Almanca düşünen, üreten ve Alman kültürünün kodlarını bilen ve kullanan bir yönetmendir. Aynı zamanda göçmenlik tecrübesinin hayatının bir parçası olması, ona, topluma da yabancılaşmadan, göç metaforunu en özgün şekilde anlatabilme olanağını sağlamıştır. Aksansız bir Almanca konuşsa da, aksanı olan bir kültürel karışım içerisinde dünyayı yorumlamaktadır. Akın bu noktada diaspora sınırlamasını da aşarak, adeta kendi dilini yaratmıştır. Fatih Akın melez kimliği sayesinde, önceden belirlenmiş sınırları yeniden yorumlayarak, bu sınırların dışına çıkmaktadır. Bu deneyim ise Akın'ın sanatını etkileyerek çok daha özgün ürünler verebilmesini sağlamıştır.[8]

Akın'ın sineması, Naficy'nin diaspora sineması tanımlaması üzerinden bakıldığında şu şekilde değerlendirilebilir: Göç etmiş olan melez kimliğe sahip kişinin Almancası aksansız bir şekilde verilir. O yabancılaşma hissedilmez. Diğer taraftan ise, görsel ve işitsel unsurlar yabancılaşmayı hissettirir. Akın sinemasında kullanılan etnik kimlik göstergeleri kökler ile bağlar kurar. Nereden geldiğini unutturmayan bir göstergeler ve metaforlar zincirinde yemeğin rolü ise kritiktir. Kimliğin dışa vuruşunda yemek önemli bir unsur olarak aktarılır. Duygu unsuruna bakıldığında ise karakterler kıstırılmış, sıkışmış, hapsolmuş, çaresiz ve yalnız olarak verildikleri filmlerde kendi sorunlardan çözüme doğru çıkışlarını yolculuklarla gerçekleştirirler. Bu noktada Akın'ın

8. Ece Deliormanlı, "Fatih Akın'ın Aksanlı Sineması", Yayınlanmamış Master Tezi, Ankara Üniversitesi, 2006.

sinemasında yolculuklar önemlidir. Yolculuk ve eve dönüş filmlerin de yoğun olarak işlenir. Akın'ın filmlerinde yolculuk ile beraber karakterlerin de bir dönüşüm yaşadıklarını görürüz. Göç, diaspora, aksanlı sinema ve yemek metaforunun kullanımı ilişkisi üzerinden Akın'ın filmlerini genel olarak değerlendirirsek şunları söyleyebiliriz: *Kısa ve Acısız* filminde şiddet çok yoğun olarak vardır. "Dışarısı" güvenliksiz alan olarak özellikle şiddetin yoğunlaştığı yer iken, yemek yenilen "içerisi" ise sevdiklerinin ve yakın hissettiklerinin alanıdır. Beraber yemek yeme, ilişkilerin güçlendiği zamanlar olarak aktarılır. Türk olan Cebrail'in hapisten çıkışından sonra en yakın arkadaşları Sırp olan Bobby ve Yunanlı Costa, Cebrail'in abisinin düğününde bir araya gelirler. Cebrail'in ne kadar zayıfladığını fark eden Bobby, "Hapishanede döner vermiyorlar mı?" diye sorar. Onu besleyen köklerine ait yemekten eksik kalması adeta fiziksel zayıflığının da nedeni olarak görülür. Akın karakterlere beraber yemek yedirterek aralarında bağ kurdurtan bir yönetmendir. Cebrail, Bobby ve Costa beraber yedikleri pizza ile dostluklarını derinleştirir. Diğer taraftan kısa yoldan zengin olmaya çalışan Bobby, sevgilisi Alice ve Bobby'nin yeni patronunun (yaşadıkları şehirde Arnavut mafyasının başındaki kişi) beraber yemek yemek için buluştukları sahne ise ilişkilerin kopmaya başladığının ilk işaretlerini verir. Bu sahnede, Bobby'nin sevgilisi Alice, şehrin en iyi İtalyan lokantasında olsalar da, kadınları aşağılayan bu mafya lideri ile yemek yemeyi reddeder Beraber yemek yenilmediğinde bağların nasıl kopmaya başladığını sözsüz olarak anlatır. Bu arada filmde, kamera Almanya'da sokaklarda karakterleri takip ederken *Müslüm*'ün Yeri gibi, farklı dillerde adları yazılmış göçmen lokantaları da görülür.

Temmuz'da (2000)'da karakter, âşık olduğu yabancının yemeklerini yiyerek onu tanımaya başlar. Güneş metaforu filmde gerçekleşecek olan doğuya yolculuğun göstergesi olacaktır. Bu yolculukta kendini keşfedecek karaktere, "aşk" eşlik edecektir. Batıdan doğuya, güneşe bir yolculuk yapan Daniel, Türk kızı Melek ile tanışır. Güneş simgesini üzerin-

de taşıyan Melek ve Daniel'in, tanıştıktan sonra yaptıkları ilk şey Türk imgeleriyle dolu bir lokantada, Türk mutfağından bir şeyler yemek ve içmek olacaktır. Beraber yemek; ilişkilerini güçlendirerek karakterler arasındaki bağı farklı bir boyuta taşımıştır. Daniel doğuya, güneşin doğduğu yere doğru yolculuğunun ilk besinini, bu ilk yemek ile alacaktır. Ruhun açlığı ise yolculukta yaşanılan deneyimlerle doyurulacaktır.

Solino (2002); Akın'ın senaryosunu yazmadığı, sadece yönettiği bir filmdir. Bu film, İtalya'dan göç etmiş bir İtalyan aileyi anlatır. Yolculuk, göç ve yabancılık, yemeğin bu yabancılığı hafifletmesi filmin genel anlatısında merkezi bir yerdedir. Göç eden, filmde hikâyeleri takip edilen aile, özellikle annenin teşviki ile nereden geldiklerini hatırlatan, Solino adını verdikleri bir pizza dükkânı açar. Bulgur pişirerek Anadolu ile bağ kuran bir anne her kimse, adeta makarna pişirip kendi topraklarını özleyen İtalyan anne de odur. Bu film adeta göçün travmasının, ait olunduğu düşünülen topraklara ait lezzetler ile bağın sürdürülmesi ile azaltılmaya çalışılmasının hikâyesidir. Yabancı olan bu yeni yerde yemek; tanıdık, bildik, simgesel bir dünya yaratılmasını sağlar. Öyle ki, göç edilen ülkede patlıcan, enginar, kekik yoktur. Aynı zamanda soğan da burada küçüktür, farklıdır, alışılmamıştır. Yemek ile yaratılan, küçük bir kozmos haline gelen İtalyan lokantası, adeta göç edenleri koruyarak içine alır. Melez bir neslin bireyi olan, arzu ve ihtiraslarını takip eden Gigi, isteklerine, hem Almanya'da hem İtalya'da ulaşır. Böylece, diasporada olmanın duygulu aktarılışı yanında, arzu ve ihtirasların peşinden koşmanın da önemine vurgu yapılır.

Duvara Karşı (2004) filmi, Türkiye'den göç etmiş olanların yaşadığı nesil farklılıklarının duvarlara çarpma ve ondan sağ çıkma hikâyesidir. Film de, böyle bir kaza metaforu ile başlar. Bireylerin özündeki duvarlara çarpmalar, karakterleri gerçek bir kaza ile bir araya getirecektir. İkinci vatan Almanya'da bu farklılıklar, dayatılanlar karşısında kendine yabancılaşma, kendini bulma süreçleri bu filmde farklı biçimlerde ifade edilir. Örneğin, yenilen ve içilene bakıldığın-

da, özellikle alkolün su gibi içilmesinin metaforik ifadesi, farklılığını yaşayamayan ikinci neslin duvarlara çarpmasının anlatımında dolaylı rol oynamaktadır. Belki de bu yüzden, sınırlarına çarpan karakterlerin aşırı alkol ve uyuşturucu kullanımı anlatıda eleştirel bir şekilde aktarılmaz veya sorgulanmaz, adeta yolculuğun doğal bir parçası gibidir. Diğer taraftan kız istemeye gidilirken aileye götürülen çikolatanın alkolsüz olması ısrarı, nesiller arası kültürel farklılığın en güzel aktarıldığı sahnelerden bir tanesidir. Melez olan, aksanlı Alman kimlikleri sanki Türk ailesinin içinde yabancılaşır. Almanya'da, kendisinden sakınılan özgürlüğün tadına vararak sokaklarda eğlenen Sibel, kendi yolculuğuna sınırlara varacak şekilde çıkar. Burada Almanya'da doğup büyümüş yeni neslin kültürünün, Türkiye'den gelmiş ana babalarının kültürüne yabancılaşması aktarılır. Özel alanda bu yabancılaşma daha şiddetli yaşanır. Evin içinde, Sibel adeta kendisi değildir. Dışarıda ise bu yabancılaşma sanki yok olur. Sibel evliliği, her gün yemek yapacağı bir hamaliye olarak görür.[9] Yemek yapmak gibi kadına atfedilen geleneksel görev, yabancılaşmanın azaldığı yerde, özgürce kendini ifadeye dönüşmüştür. Sibel, içselleştiremediği yaptırımlar ve kendisine dayatılan kurallarla, evlenerek baş etmeye çalışır. Canı istediği gibi yaşadığı sahte evliliğinde bu yabancılaşmayı olabildiğince azaltır. Örneğin, ancak keyifli olduğu zaman, canı istediğinde yemek yapacaktır. Yemek yapma sahnelerinde film adeta bir kenara bırakılır ve dolmanın yapılışı yakın çekim verilir. Filmin anlatı akışının içine müdahale eden bu sahneler birden Sibel'den, Cahit'in çocuk istemesi ile sonla-

9. Almanya'da Türk olmak bu filmde kültürel sembollerle aktarılır. Sibel'in kadınlığı ile paralel kültürel duvarlar daha güçlüdür; ondan geçemediği her seferinde bileklerini keser. Burada Sibel'in kendisine uyguladığı şiddet aslında değişim yaşamak isteyen bir kadının şiddeti değildir. Zaten Türk asıllı Alman olan, melez kimliği yaratmış bir kadının, kendisini yaşama isteği çığlığıdır. Filmde alkolü su gibi içen karakterler, kız istenmeye gidildiğinde babanın "Bu çikolatalarda alkol yok, di mi?" sorusunun anlamını bilirler. Akın filmlerindeki melez kimliklerin en güzel örneklerinden birisi olan Sibel, geleneksel olan evliliği "Her gün yemek mi yapacağım?" diye tanımlar. Bu özgürlüğü veren antlaşmalı evlilikte Sibel istediği zaman sahte kocası Cahit'e annesinden öğrendiği yemekleri yapar.

nır. Özgürlüğünü ve kendini yaşamak isteyen Sibel'in, sahte kocasının çocuk isteğine karşılık vermemesi ile bir çatışma yaşanır. Cahit'in evi terk etmesi ve Sibel'in özenle hazırladığı dolmaları tuvalete boşaltması, aslında bir aile olamama halini de dramatik bir şekilde görselleştirir. Naficy'nin bahsettiği görüntüsel olarak aksanlı olma ve dil ilişkisi bu yemek yapma sahnesinde müzik ile birlikte verilir. Burada filmin ürettiği görüntüsel ve sessel aksan, birden, etnik yemek kültürünün bir star gibi sahneye taşınması ile şekillenir. Akın özellikle bunu seyrettirir. Bu sahneler Türk olmaya dair önemli bir vurgudur. Sanki diaspora sinemasının, melez ve aksanlı dilinin, görsel ve işitsel olarak, en güçlü şekilde aktarıldığı sahnedir. Yolculuklar, yine bu filmde karakterleri değişime ve dönüşüme doğru götürür. Filmin ait olamama ve arada olmanın çatışmasını yaşayan karakterlerinden Cahit kıskançlığından dolayı suça karışırken, Sibel ise kendisini toparlamak için Türkiye'ye gidecektir. Türkiye'de Sibel'in yaşadıkları ve kötülükler, yalnızlık, idealleştirilen anavatan, bir zamanlar ana babaların misafir olarak geldiği yeni vatandan çok daha fazla Sibel'i yıpratacaktır. Filmin içerisinde adeta, neresi vatan, anlaşılmaz. Türkiye-Almanya ikilemi kurulur. Türkiye ile karakterlerin kurdukları bağ, nasıl beslendikleri üzerinden de anlaşılabilir. Sibel'in Türkiye'de sadece doymak için ayaküstü dönercilerden bir şeyler yediğini görürüz. Ana vatan denilen ülkede, bir yabancı gibi yaşamakta ve adeta hayatta kalmak için tıkınmaktadır. Bu tıkınma sahneleri, Sibel'in kendini, varlığını, kim olduğunu yok sayarak yaşadığı Türkiye'deki rutin hayatının sıkıcı tarafının temsili gibidir. Almanya'da hapisten çıkan Cahit, anavatana yolculuk yapacaktır. İlk önce Sibel'i görmeye İstanbul'a ve daha sonra ise memleketi Mersin'e gidecektir. Cahit, anavatana yapacağı yolculuğa çıkmadan önce arkadaşı ile şiş kebap yemeye gider. Bu yemek, Almanya'da, duvarlarına çarparak hayatta kalan Cahit'in, kendi kökleri ile bağlantı kurma isteğinin başlangıcı ve ilk deneyimi gibidir. Karakterler değişmiş ve dönüşmüşlerdir; yediklerinden ve içtiklerinden bunu rahatlıkla anlarız.

Kebab Bağlantısı (2004),[10] Akın'ın senaryosunu yazdığı bir filmdir. Yönetmenliğini ise Anno Saul yapmıştır. Filmin akışına bakıldığında ötekinin yine yemek üzerinden anlatıldığını görmekteyiz. Yemek metaforu Almanya'da değişen yemek yeme alışkanlıkları hakkında bilgi verir. Tam bir postmodern film örneği olarak karşımıza çıkan bu film gerçeklik algısını istediği zaman yerle bir eder. Postmodern ürünü tanımlayan parodi ve pastiş bu filmde yoğun olarak kullanılır. İki ulusun, Yunan ve Türk, yemekleri, bu yemekleri anlatan reklam filmleri sinemada seyirci karşısında birbiriyle çarpışır. Asıl hedefi ilk Alman kung-fu filmi çevirmek olan ikinci nesil Türk asıllı İbrahim ise, hem Yunan hem de Türk restoranı için, -bu çarpışmanın- reklam filmlerini hazırlayan yetenekli bir yönetmen ve oyuncudur. *King of Kebab* restoranı ile *Yunan Tavernası* arasında bir rekabet çok acımasızdır. "Kebabın kralı döner için ölürüz!" diye bir slogan ile bütün Almanlara hitap eden reklam filminde kung-fu ve şiddet yoğun olarak kullanılır. Diğer taraftan manidar bir şekilde, Yunanlı tavernacının et yemeyen oğlu kendisine, Orta Doğu'nun yemeği olan falafel dükkânı açmıştır. Bu filmde yeme-içmeye dair vurgulananlar; Almanya'da tüketim kültürünün nasıl hızla değiştiği, bu ülkeye göç edenlerin kültürleri, göç edenlerin çocuklarının oluşturduğu melez kültürün duvarlarını yıkarak, yeni kimlikler ve yaşam tarzları inşa etmesi olarak özetlenebilir.

Yaşamın Kıyısında (2007) filmi Akın'ın kendi köklerini, yaşadığı çatışmalar, anlaşmazlıklar ile sorguladığı ve hikâyelendirdiği politik bir filmdir. Filmdeki ana karakterlerin Almanya ve Türkiye arasında kurduğu bağ, açlık ve tokluk ekseninde şekillenir. Açlık çeken Ayten'in siyasi olarak davasına kendini adamışlığı, beklentileri bu metabolik durumla eşleştirilir. Türkiye'den gelen, değerleri için mücadele eden Ayten'in, filmde de vurgulandığı gibi, karnı açtır. Bir Alman kız, Lotte ile karşılaşır. Siyasi bir olaya karıştığı için polisten kaçmak isteyen ve Almanya'ya firar eden Ayten'e en ucuz yemeklerin üniversite yemekhane-

10. Orijinal ismi *Kebab Connection'dır.*

sinde olduğu söylenmiştir. Bunun üzerine, kampüste yeni tanıştığı Lotte, Ayten'in yemek yemesi için onu yemekhaneye götürür ve ona yemek alır. Yemek paylaştıkları zamanı, bir arkadaşlığın başladığı zaman olarak görürüz; yenilen yemek bir aşk ve dostluk başlangıcını anlatır. Beraber yenilen yemek, beraber ve ayrı çıkacakları yolculuğun bir habercisi gibidir. Filmde karakterlerin birbirlerinden habersiz hikâyelerini öğrenir ve Ayten'in annesini, Yeter'i tanırız. Bedenini satarak para kazanan Yeter, müşteri olarak gelen bir Türk; Ali ile tanışması sonucunda hayatı değişir. Ali, Yeter'i para karşılığında, " bataklıktan kurtarmak" için sadece kendisine çalışması için tutar. Yeter, Ali ondan yemek yapmasını istediğinde ise tepki gösterir. Yeter, canı istediği zaman yemek yapacağını söyler ve sınırlarını çizer. Akın, filmlerinde kadına zorla yemek yaptırmaz; kadın karakterler istediği zaman yemek yaparlar ve bundan zevk alırlar. Yemek yapmanın, toplumsal cinsiyet sınırlarının ifadesinde sembolik bir işlevi vardır. Akın'ın filmlerinde kadın karakterler geleneksel yaptırımlara karşı gelecek kadar güçlüdür. Filmin ikinci safhasında ölümler filmdeki kadınların kendi geçmişleri ile yüzleşmelerine neden olacaktır. Kendi gençliğini tekrar hatırlayan Lotte'nin annesi Susanne, kızını kaybettikten sonra, acısının yoğunluğunun arkasından, ilk acıktığını hissettiğinde, Ali'nin oğlu Nejat onu meyhaneye götürür. Sevdiklerini kaybetmiş olan bu iki insanın karınlarını doyurmak için meyhaneyi seçmiş olmaları tesadüfi değildir. İstanbul yemek kültüründe meyhanelerin ayrılık ve acıyı katlanır kıldıran ve her şeye rağmen yaşamın devam ettiğini insanlara hissettiren bir kültürel işlevi olduğu, bu filmde olduğu gibi, Türk filmlerinde de sık sık işlenen bir yeme-içme temasıdır.

Aşka Ruhunu Kat (Soul Kitchen)(2009)'da ise aşk ve mutfak hikâyeleri anlatılır. Akın, sanki kendisinin melez kimliğinden kozmopolit kimliğe doğru evirilmesinin filmini çekmiştir. Bu film, bir göç hikâyesi değildir. Burada artık göçün izlerini neredeyse hiç hissetmeyiz. Merkezdeki iki ana karakter, Yunan asıllı iki Alman'dır. Bu karakterlerin, fark-

lı kültürden gelen ailelerinden devraldıkları "aksak" dilleri, küreselliğin etkisi altında neredeyse tamamen silinmiştir. Küresel dünyada iletişim olanaklarının artması *adeta* bu melez kültürleri daha sınırlar üstü zevklere doğru taşımıştır. Bu iki Yunan kardeşin açtıkları restoranın adı *Soul Kitchen*, ruhu olan mutfaktır. Ama bu ruh, göç edenlerin ilk kuşağındaki olduğu gibi kıstırılmışlık, kendini koruma, değerlerine sıkı sıkıya bağlı olma gibi bir sınırlama ile tanımlanamamıştır. Akın'ın, *Aşka Ruhunu Kat (Soul Kitchen) (2009)* filminde "ruh" sıradan olmama, iyi ve özenli olma şeklinde yemek üzerinden tanımlanmıştır. Bu filmde olduğu gibi "ruhu olan yemek" ulusal sınırları aşmış, örneğin illâ ki Yunan yemeği değil, milleti olmayan bir şekilde "malzemeleri özenle seçilmiş, özenle hazırlanmış ve sunulmuş iyi yemek" olarak ifade edilmiştir.

Soul Kitchen (2009)'ın hikâyesinde bir mekânın dönüşümü aktarılır. Bir zamanlar mide denilen deliği besleyen bir restoran iken, bir süre sonra ruhu olan yemeklerle, ruhu besleyen bir restorana dönüşmüştür. Yemeklere ruh veren aşçı Shayn, bir zamanlar özensiz, sadece karın doyurmak için sıradan yemek pişirilen bu yere yemek yapması için iş daveti alır. Oysa Shayn fast foodları gösterip "Bu boku pişirmem" diyerek restoran sahibi Zinos'a sınırlarını çizmiştir. Zinos ne diyeceğini bilmez bir şekilde Shayn'a bakarken, ne yaptığını çok iyi bilen aşçı Shayn "Senin aradığına 'orospu' derler" diyerek restoran sahibine bağırır. Bunun karşılığında ise kendi mesleğinin altını tekrar çizer: "Ben aşçıyım." Zinos ise çaresizlik ile kendini savunur: "Yemeklerim benim de hoşuma gitmiyor ama insanlar seviyor." Shayn ise bunun üzerine devam eder: "İnsanlar ağızlarının tadını bilmiyorlar ki! Ağızlarında delik var. O delikleri de pislikle dolduruyorlar. Sistemin çarkları böyle dönüyor, sen oportünistsin. Burada, satılamayacak her şey satılmaktadır. Bunlar sahte tutkular, bir illüzyondur. Göz doldurmaca ve kandırmacadır. Menüde 40 çeşit yemek var, hepsinin tadı aynı, aynı parayla sana her gün 4 çeşit yemek yaparım." diyerek hem ruhu

olmayan yemeği, hem de ruhu olan yemeği tanımlar.[11] Bu filmde insanlar sanki iyi müzik, iyi yemek ile beraber sınırları olmayan, iyi zevkleri paylaştıkları ortak bir dünya yaratırlar. Değeri idealleştirilmiş, "iyi tat" olarak belirlenen, ulusal sınırları olmayan, soyut veya somut kültürel metalar, örneğin farklı dünya mutfakları, kozmopolit kültürlerin içerisinde kendisine yüksek değer atfederek, pazarda yer bulmaya başlamıştır. Bu tanımlama film, müzikte olduğu gibi yemekte de, sınırlardan bağımsız, iyi olan tada eğilimi anlatır. Özenle hazırlanmış tadın, hızlı tüketimde tek tipleştirilen ve kişiliksizleştirilen, yani ruhsuzlaştırılan yemeklerin yerine geçmesi, bu filmin merkezindeki hikâyedir. Teorik anlamda ise şu şekilde ifade edilebilir: Ulusal yemeklerin ayrıcalığı ötesinde, artık ulus sınırları yok olmuş, yerine kişisel, eklemlenmiş, postmodern kimlikler, örneğin, "füzyon mutfakları" gibi yeni oluşumlar ve ifade biçimleri, küresel beğenide en damıtılmış ve artistik form almış tada "taste"[12] kapılarını açmaktadır.

Mihail Bahtin ise melezleşmeyi, iki dil karışımının kültürel olarak zengin bireyler meydana getirdiğine vurgu yaparak anlatır.[13] Diğer taraftan yemek kültürünün küreselleşmesi ve sınırları aşmasına vurgu yapan David Harvey, zaman ve mekân sıkışmasını özellikle tüm dünyanın mutfağının ulaşılabilir hale gelmesi ile örneklendirir.[14] Belki de bu durum, büyük metropollerde, Tai, Hindistan, Türk, Yunanlı, Brezilya mutfağı aynı cadde üzerinde konumlanması ve ulaşılabilirliği ile örneklendirilebilir. Anthony D. Smith, "Towards A Global Culture?" makalesinde, iki kültürün izlerini taşıyan bireylerde bu kültürlerin belirleyici etkisi üzerinde durur. Smith, melezlerin kültürel kalıpları ve sınırları aşma konusunda mecbur bırakıldıkları deneyim sayesinde üçüncü bir kimlik inşa edildiğinin gözlenebileceğini öne sürer.[15] Bu

11. Shayn, "ruh için yemek" diyerek aslında ruhu olmayan yemeği tanımlar.
12. Damak zevki.
13. Aktaran: Tomlinson, 2004, s. 197-198.
14. David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, Çev. Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul, 1997, s. 334 -335.
15. Anthony D. Smith, "Towards A Global Culture?", *Global Culture, Nati-*

durumu Lawrence Grossberg'in diaspora kimlikleri tanımlaması üzerinden açıklar isek, değişim ve dönüşümle yeniden kendilerini üreten yerel kimlikler,[16] farklı metropollerde farklı tatlar haline dönüşmekte; bu durum insanların melez kültürel kimliklerini metaforik olarak anlatabildiği farklı üretim alanları sağlamaktadır. Sonuç olarak, 50 yıllık "Türkiye'den, Almanya'ya göç" hikâyesinde Fatih Akın'ın miras aldığı ve miras bırakacağı, kendi göç yolculuğudur. Fatih Akın örneğinde melez olmak, bir avantaj şeklinde karşımıza çıkar. Onun sinematografisine baktığımızda, kimliğinin zamanla kozmopolitan bir kimliğe doğru evirildiği, yaptığı ve katkıda bulunduğu filmlerin okumaları sayesinde görülmektedir.

Kozmopolitanı, ulusal sınırlardan ve önyargılardan bağımsız olan dünya vatandaşı olarak tanımlarsak,[17] Fatih Akın sineması, onun zaman içinde kozmopolitan kimliğini ortaya çıkardığı bir alandır. Akın, entelektüel ve estetik kaygısı olan bir kişi olarak, kültürel deneyimlere ve kendinden farklı olana açıklığı sayesinde, melez kimliğinin kodları üzerine kozmopolitan kimliğini inşa ettiğinin göstergesi yine bu filmlerdir. Özellikle *Aşka Ruhunu Kat (Soul Kitchen) (2009)* filmindeki ne Yunanlı ne de Türk yemeği vardır. Film, herhangi bir sıfat gerektirmeden, iyi yemeğe vurgu yapar. Filmin isminin de ruhu olan yemek olarak adlandırılması, Akın'ın melezlik üstü kozmopolitan kimliğinin varlığını sanki kanıtlar. Bu filmde yine aşçı Shayn, ruhsuz yemeği tüketenlere de "Hepiniz damak faşistlerisiniz!" diyerek bağırır. Faşizmin kökleri ulusal bir yemekte değil, iyi yemek ve kötü yemek arasında kurulmuştur. Daha çok fast food, slow food yani tadı gözeten yemek, sadece karın doyuran, birbirine benzer tatlar ve yemekler değil, üretimden tüketime kadar

---

onalism, Globalization and Modernity, A Theory, Culture&Society Special İssue, Edit. Mike Featherstone, SAGE Publications, 1997, s. 177-180.

16. Lawrence Grossberg, "Identity and Cultural Studies: Is That All There Is?" *Questions of Cultural Identity*, Edit. Stuart Hall, Paul Du Gay, London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications, 1996, s. 91-101.

17. Tomlinson, 2004, s. 249.

tat felsefesini gözeten yemek olarak da ayrılabilir. Artık tat konusunda küresel iyi lezzet, ulusal olan tadı bir tarafa iterek, fast food karşısında bir başarı kazanmak amacındadır. Mutfak literatüründe de füzyon adı verilen, Arman Kırım'ın ifadesi ile, "Farklı uluslara ait mutfak teknikleri ile malzemeleri tek bir tabakta birleştirmek ama buna rağmen tabakta tek bir ulusal özelliğin öne çıkmaması"[18] yani uluslararası tatların karışımı ile elde edilen ve küresel malzemelerin kullanıldığı yemekler mükemmel tada ulaşılan yemekler olarak nitelendirilir. Bu yemekler milliyetçi bir yemek tanımlamasının içine girmez. Ulus üstüdür. Farklı kültürlerden, hem malzemeler hem de pişirme teknikleri ile beslenen ve etkilenen, sonunda etkileşimli bir şekilde hazırlanan yemeklerdir. Bu yemekleri yapan şefler ise, ürünleri olan yemeklerinin yenilmesini isteyen sanatçılar ve/veya yaşam tarzı üreten zanaatkârlardır. Uluslararası yemek iletişiminde sürekli vurgulanan tema; yemeğin, yapanın da parçası olduğu bir ruhun varlığıdır. Yemeğin ruhuna dair vurgu, küresel olarak benzeşmenin, büyük markaların bütün dünyaya yayılması ve yerel olanın varlığını ve sürekliliğini tehdit etmesi kaçınılmazlığında, yemeğe metasal olarak değer katan bir özelliktir. 1950'lerden 1970'lere kadar bir dönemi anlatan *Solino (2002)* filminde, banliyödeki işçiler, lezzetli gerçek İtalyan tadını yakaladıkları yemekleri yemekteydiler. Oysa artık 2009'da ise bir Yunanlı en pratik fast food yemekler ile banliyödeki işçileri doyurmaktadır. Bu karşılaştırma adeta deformasyon ve asimilasyonu anlatır. Tekrar keşfedilen ise sanatçı olan bir aşçının elinden çıkan özenli ve lezzetli yemekler olacaktır. Bu noktada, kazanan ruhsuz, birbirinin aynı yemekler değil, ruhu olan lezzetli yemeklerdir. Aslında bu yemekler de artık melez olmanın ötesinde iyi tattan anlayan herkese hitap eden kozmopolit yemeklerdir. Sonuç olarak diyebiliriz ki, gurbete çalışmaya gelmiş, misafir işçinin oğlu Akın yönetmen kimliğini, filmlerinde

18. Arman Kırım, Füzyon Mutfağı Nedir Bize Ne Kadar Uyar? http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2005/06/12/656994.asp.

de açıkça görüldüğü gibi, annesinin babasının doğduğu topraklar ve kendi doğduğu, büyüdüğü toprakların kültürü ile adeta harmanlayarak veya belki de onun da ötesine geçerek oluşturmuştur. Sonuçta ise, Akın'ın kimliği ulus üstü bir tanımlama ile dünya vatandaşlığına doğru evirilmiştir.

Pişirilen Sanat

Sanat, Sanat Eseri, Sanatçı

Sanat, en genel tanımlaması ile "yaratıcı etkinlik" olarak ifade edilebilir. Güzellik ve estetik boyutu ile değerlendirildiğin de, sanatı doğada var olan nesnelerden ayıran özelliği ise insanın becerisi ve düş gücü ile üretilen, belli bir amacı olan etkinlik olmasıdır.[1] Nejat Bozkurt'un, sanat tanımlaması ise: "Düşünce, duygu ve durumların, beceri ve düş gücü kullanılarak oluşturulan, ifade edilen, başkasına iletilen yaratıcı insan etkinliğidir". İnsan emeği ürünün, güzel, estetik, orijinal ve eşsiz olması sanat eserinin özellikleridir. Sanatçı

1. *Ana Britannica*, Ana Yayıncılık A.Ş. Cilt:19, 1990, İstanbul, s. 46.

ise, yaratıcı farklılığını ortaya koyarak, sanat eserini bir düzen ve uyum, ahenk içinde, yorumlayan kişidir.[2] Başka bir ifade ile ise sanatçı, sanat eserinin oluşmasında gerçekleşen eylemleri "betimleme", "aktarma", "yorumlama" ve bu şekilde kendi farklılığıyla "yeniden kurma, kendisi olma" eylemini gerçekleştiren kişidir.[3]

Performans Sanatı

Performans, gösterme faaliyetinin içine seyircinin olduğu gibi, "özel bir işlev ve ifade yüklenmeden" tamamlayan olarak dahil edilmesi ile oluşur. Sanat performansı, izleyicinin katılımcının varlığını, sanat yapıtının bir parçası yapar. Burada performansın gerçekleşmesi için "gösterme" ve "sahnelemenin" gerçekleşmesi gerekir. Performansta, sanatsal ürün ve faaliyet ile seyirci arasında kurulan ilişki, kişisel ve anlık bir ilişkidir. Hatta performans sanatı, performansı, sanat çalışması ile seyirci arasında "bir an için var olma" durumunu, daha sonra seyircinin hatıralarında varlığını sürdürmesini, yani performansın etkisinin seyircideki sürekliliğini amaçlar. Sanatçının, sanat yapıtı ve bu sanat yapıtıyla seyircinin farklılığına bağlı etkileşimi sayesinde "kısa süren, özgün, tekrarlanmayan ve kaydedilmeyen bir deneyim" yaşatmak performansları çeşitlendirir ve birbirinden farklı ve eşsiz hale getirir. Performans sanatında, bu buluşmanın seyirci üzerinde yaratacağı etkinin yüksek olması, tabii ki sanatsal ürünün ve etkinliğin duruşuna bağlıdır. Bu duruş, farklı, alışılagelen ve sınırların dışında, daha önce görülmeyen ve yapılmamış olanı gerçekleştiren, iktidar ve güç ile çıkar ilişkisi içinde olmayan sanatsal faaliyetlerdir. Performansın herhangi bir şartı yoktur. Hayatı, bütün kapasitesi ile konusu ve performans edilecek yer haline çevirir. Performans sanatını ortaya koyan sanatçı, ortaya koyduğu çalışmanın, seyirci ile yaşanacak, eşsiz olacak deneyimini,

2. Aktaran; Bayram Akdoğan, *Sanat, Sanatçı, Sanat Eseri ve Ahlak*, http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/37/756/9661.pdf.
3. Ekrem Kahraman, *Yaşam, Sanat İdeoloji*, Bilim Sanat Galerisi Yayınları, 2002, İstanbul, s. 43.

bu deneyimin seyirci veya katılımcı ile interaktif ilişkisi içinde varlığını sürdüreceğini bilir. Bu yüzden, sanat yapıtının çarpıcılığı, sanatçının gösterinin parçalarını tanıyor olması sayesinde, seyirciler ile arasındaki kurduğu etkileşimin yoğunluğunu artıracaktır. Katılımcının belleği, sanatsal performansın sürdüğü ve kişisel olarak tamamlandığı yerdir. Aynı zamanda, sanat ürünün satılık olmamasının önemi performanslar için vurgulanır. Sadece, sanat yapıtlarının gösterisi için alınan biletler ve/veya fikri (telif) haklar için ödenen para bunun içinde sayılmaz.[4]

Gastronomi ve Sanat

Kültür ve sanatın metalaşması, kültürün simgesel biçimlerinin pazara yönelik üretilmesi ile şekillenmektedir. Kâr elde etme amaç olmuştur. Böylece, aslında Walter Benjamin'in ifadesi ile metalaşmış yapıtın aurası (hâlesi) kaybolmuş ve ayırt edici farklılığı ortadan kalkmıştır. Böylece kültür endüstrisinde üretilen sanatsal yapıtta "şeyleşmiş sözde kültür" üretmektedir. Yeniden üretilen sanat yapıtı sanatsal biricikliğini yitirmiştir. Piyasada metalaşan sanat ve kültür ürünleri artık sıradanlaşan ve homojenleşen ürünler haline dönüşmüştür.[5] Gastronomi alanında üretilen ürünler bir sanat eseri olarak değerlendirilebilir mi? Gastro performans, gastronomi alanının mutfakta gerçekleştirilen performansları, sanatsal performans olarak algılanabilir mi? Güzellik, estetik, eşsizlik, orijinal olma, kişisel yaratıcı sürecin niteliksel özellikleridir. Yemeği hazırlayan kişi malzemelerin özelliklerine göre sanat ürününü biçimlendirebilirken, beş duyuyu hedef alan güzellik ve uyum yakalamışken, ortaya çıkan ürüne sanat denilebilir mi? Diğer taraftan, sanat eserinin, Benjamin'in belirttiği gibi aurası vardır. Mutfakta şefin ürettiği yemekler, yaratıcı bir etkinliğin sonucunda, belli bir beceri ve düş gücü ile üretilmiş olsa da, mutfakta menüde sipariş edilen belli bir standartta ve sayıda üretiliyor

4. http://mixerarts.com/performans-sanati-nedir.
5. Besim Dellaoğlu, *Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum*, Bağlam Yayınları, 2001, İstanbul, s. 95-109.

olması, eşsiz olma halini ve aurasını ortadan kaldırmakta mıdır? Bütün bu soruların cevabı sanat disiplini içinde tek tek irdelenebilir. Çünkü sanat ve zanaat ilişkisi bu durumda karşımıza çıkar. Profesyonel, belli bir standardı olan ürünler ve faaliyetler ise sanat olmaktan daha çok zanaat olarak ifade edilebilir. Yemek filmlerinde şeflerin mutfakta sanat ürettiği vurgusu sıklıkla ifade edilse de, gerçekten şefler nasıl bir faaliyette bulunmaktadırlar?

"Çok Pişmiş" ve Sanat

John Wells'in yönetmenliğini yaptığı, Çok Pişmiş filmi, 2015 ABD yapımıdır. Yıldızlı bir şefin, Adam Jones'un, yeniden doğuş hikâyesini anlatır. Mutfakta mükemmellik arayışında olan şefin mutfakta kullandığı malzemelerle ve tekniklerle yaratıcılık sınırlarını zorlaması ve bu konuda söz sahibi otoritelerden(Michelin yıldızı dağıtanlar) aldığı onay sayesinde elde ettiği başarının hikâyesi anlatılır.

Dünyada çiğ olarak tüketilen yiyeceklerin başında istiridyeler gelir. İnsan beslenirken yemeklerin malzemelerini yenilecek forma dönüştürürken, istiridyelere hiçbir şey yapmasına gerek yoktur. Yani doğada olduğu haliyle yenilmeye hazır ve mükemmeldir. Filmin ilk sahnesinde, Adam Jones'u, denizin ona verdiği tatla zenginleşmiş, pişmesine gerek olmadan çiğ tüketilen, istiridyeleri sıradan bir işyerinde, kabuğundan çıkartırken görürüz. O, bu işi para için yapmıyordur, bir kefaret ödediğinden bahseder. Başkası için yenir hale getirmek için kabuğunu kırdığı ve çıkardığı 999.999 istiridyeden sonra, bir milyonuncu istiridyeyi ise kendi yiyerek kefaretini ödemiştir.

Adam, bir zamanlar Paris'te yaşamış ve yaptığı yemeklerle fark yaratmış olan önemli şeflerden bir tanesidir. Paris sanatçılarının bohem hayatlarına benzer bir hayat yaşamıştır. Ünlü şefler ile beraber çalıştığı iki Michelin yıldızlı restoran sanki sanat performans ve gösteri okulu gibidir. Bıçaklar, fırçalar gibidir. Öğreten ustabaşı; sanatçı ruhlu ve özel kabiliyetleri olan şef adaylarını fark eder ve onlara değer verir; diğer taraftan bu genç şef adayları ise, kontrol edeme-

dikleri enerjileri ile her şeyi mükemmel hale dönüştürme veya mahvetme kapasitesine sahiptirler. Adam da bu iki kapasitesini sonuna kadar yaşamıştır. Filmde mükemmel olmanın ispatı, Michelin yıldızı alıp alamamakla ölçülmektedir. Michelin yıldız derecelendirmesi ortak kabul görmüş bir çeşit değerlendirme şeklidir. Seyirci veya müşteri, yıldız ile işaretlenmiş restorandaki yemek, tat performansını tüketmek için büyük bir istek ve arzu içindedir.

Filmde Adam ve Helene ilişkisi, iki yetenekli sanatçının beraber sanat eseri üretmesi şeklinde aktarılmıştır. Adam yetenek avına çıkar. Helene'nin hazırladığı en basit yemeklerden bir tanesi olan, *Cacio e Pepe*, yani biberli peynirli makarnasını yedikten sonra, yemekten sanat üretme yeteneği olduğunu fark eder ve Helene ile çalışmak ister. Bu o kadar kolay olmayacaktır; çünkü ikisi de iki farklı dünya görüşüne, özellikle teknikleri kullanma açısından farklı yemek sanatı anlayışına sahiptirler. İki sanatçının, Adam ve Helene'in, bir fast food restoranında, yüksek mutfak-alçak mutfak karşılaştırması yapmaları ile dünya görüşlerinin ve mutfağa bakış açılarının ayırımları aktarılır. Bu iki mutfak, fast food hamburger restoranı, alçak mutfak ile; bir şefin özel olarak menüsünü hazırladığı yemeklerin sunulduğu restoranlar yüksek mutfak ayırımı ile somutlaşır. İşçi sınıfının doğduğu Londra'da, *işçi sınıfının yemekleri* diye alçak mutfağın tanımlanıyor olması, oldukça mânidardır. Helene, alçak mutfağı tüketmek istemez çünkü fast food, "aşırı yağ, aşırı tuz ve ucuz et"in kullanıldığı mutfaktır. Adam ise benzer kullanımın, Fransız klasik köylü yemeklerinden farkı olmadığını söyler ve ekler: "*Aslında yapılan, ucuz bir parça ete lezzet ve tarz katmaktır.*" Yüksek mutfak ve alçak mutfak arasındaki esas fark, Adam için, fiyat farkıdır. Yüksek mutfak, eti çok daha fazla paraya satan mutfaktır. Adam için bir fast food restoranın esas sorunu, üretme sürecindeki sıradanlıktır. Yani dolaylı olarak aslında, McDonaldlaşmanın[6]

6. Bu terimin yaratıcısı Amerikalı sosyolog George Ritzer, McDonaldlaşmayı, fast-food restoran ilkelerinin, hızlı, verimli, bilimsel yönetimle denetlenebilir, öngörülebilir, hesaplanabilir akılcılaştırılmış bir süreç ile tanımlar.

yarattığı ürünlerdeki standartlaşma ve benzeşmeden bahseder ve bu durumu "aşırı istikrar" olarak ifade eder. Kopyacılığa karşı verdiği mücadele sanatçının kendini bulma, yetenekleri ile biricik sanat ürünleri çıkarma sancıları, benzer şekilde mutfakta uygulan sanatta da kendini gösterir. Adam, kendi çabasını şu şekilde tanımlar: "*Bir şef denemekte istikrarlı olmalıdır, yemeklerinin lezzetinde değil.*" der ve ekler: "*Farklı ve yeni yollarla ulaşılan lezzet için bir şefin çabalaması gerekir.*" En küçük bir detay bile bu yemeklerde belirleyicidir. "Karabiberin kavrulması", "içine adaçayı da atılması", "sosun içinde fazla limon suyunun yıkıcı etkisi", "tarhun otunun fazla olmasının tadı zorlaması" gibi detaylar önemlidir. Sanatçının mükemmelliği, detaylara takıntılı, olması, bunun için suç bile işlenmesi, filmin içinde ödüllü şeflerin tipik özellikleri olarak aktarılır. Detaylar, mükemmelliğe ulaşmada müdahale edilmesi gereken en önemli alanlardır. Ayrıca, günümüzde Londra'nın mutfak konusunda, Paris'le yarışma çabaları; filmde Adam'ın restoranını, bir şef olarak yetiştiği Paris yerine, Londra'da açmayı tercih etmesinde aranabilir.

Mutfakta Sanatı Yakalamak

Lezzetli tatların izini şehirde takip etmek, yerel üreticilerden gelen taze ürünleri kullanmak, teknolojiyi üretime dahil etmek, yemek sanatında sınırların zorlanmasında etkilidir. Ateşi doğru kullanmak, yiyeceğin ısı ile dönüşümünü sağlarken, tatların ortaya çıkmasında ısının uygulanma derecesini kontrol etmek, mutfak sanatında önemli detaylar olarak filmde aktarılır. Pişirmeye önem verilmemesi mutfakta krizlerin ortaya çıkmasına neden olacaktır. Ateşte bir dakika fazla bekletilen deniztaraklarının tadı, ulaşılmak istenen mükemmellikten uzaklaşmış bir tattır. Adam, pişirmede eski metotlar yerine; örneğin, düşük ısıda, uzun

Bu noktada, Ritzer, McDonaldlaşma olarak tasvir edilen tek biçimli, üretim, tüketim sistemlerinin birçok alanda uygulanabilirliğinden bahseder. George Ritzer, *Toplumun McDonaldlaştırılması*, Çev. Şen Süer Kaya, Ayrıntı Yayınları, 2000, İstanbul.

süreli pişirme sağlayan, bütün tatları içine alan yeni metotları, Helene'in ısrarı ile kullanmaya başladığı zaman, yaratıcılık sınırlarını zorlamaya başlar. Bu iki sanatçının işlerinin, tabaklara zumlanan kamera sayesinde, bir sanat eseri gibi, renklerin ve dokuların uyum ve ahenk içinde güzellik ve estetik vurgusu ile göze hitap ettiğini fark ederiz. Mükemmellik peşinde koşan bu iki mutfak sanatçısının işlerinin sanat olduğu konusunda, seyirci adeta ikna edilmeye çalışılır.

Yemek Sanatını Eleştirmek

Yazılı ve görsel medyada kitlelere hitap eden yemek yazarları, iyi yemek ve kötü yemek tanımlaması konusunda en çok söz sahibi olan kişilerdir. Yemek yazarları, yemek kültürü, yaşam biçimleri ve alternatifleri konusunda bilgi ve tecrübeleri ile analizler yaparak kitleleri yönlendirirler. Yedikleri yemekleri, içtikleri içkileri, aldıkları, servisi, restoranın ambiyansını, ödedikleri ücreti okurlar için değerlendirirler. Filmdeki yemek yazarı, "Yazılarım, iyi olanları değil, kötü olan restoranları kapatır." diye eleştirisinin etkisini tanımlar. Yemek eleştirisi ve derecelendirme konusunda en ünlü kaynaklardan bir diğer kaynak da Michelin rehberidir. Bu rehber, 1900'den itibaren, Andre ve Edouard Michelin kardeşler tarafından, Michelin lastiklerinin tanıtılması amacıyla hazırlanan PR faaliyetleri kapsamında lastik kullanıcıları için bir bilgilendirme rehberi olarak yayınlanır. Rehber, 1926'dan itibaren restoran ve otellere Michelin star derecelendirmesi vererek kategorileştirmeye başlar. 1936'da başlayan ve günümüzde de devam eden hiyerarşik bir sıra ile derecelendirilmiş üç yıldızlı sistem, beğeninin ölçütüdür.

Bir Michelin yıldızlı restoranlar, kendi kategorisi içindeki en iyi restorandır.

İki Michelin yıldızlı restoranlar, mükemmel bir mutfak servis eden ve yemek pişiren, güzergâh değiştirmeye değer restoranlardır.

Üç Michelin yıldızlı restoranlar da istisnai bir mutfak servis eden ve özel bir seyahate değecek restoranlardır. Bir

yıllığına verilen bu yıldızlar, kontroller sırasında yıldız standardında bir gerileme var ise geri de alınabilir. Bu yıldızın denetçileri asla kendilerini ifşa etmezler. Hatta aileleri bile bu denetçilerin işinden habersizdiler.[7]

Gastro ürünleri değerlendiren bu iki referans noktası da şefin yaratıcı ellerinde ortaya çıkan tabağın sanat eseri olup olmadığını belirleyen bir eleştiri üretmez. Otorite kabul edilen bu referanslar, sadece kitlelerin kabulünü sağlayan ortak bir referans sistemidir.

Adam Jones Bir Performans Sanatçısı mıdır?

Türk Dil Kurumu "sanat"ı; "Bir duygu, tasarı, güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık." "Belli bir uygarlığın veya topluluğun anlayış ve zevk ölçülerine uygun olarak yaratılmış anlatım." "Bir şey yapmada gösterilen ustalık." olarak ifade eder. "Sanatçı'yı ise; "Güzel sanatların herhangi bir dalında yaratıcılığı olan, eser veren, sinema, tiyatro, müzik vb sanat eserlerini oynayan, yorumlayan, uygulayan kimse" olarak tanımlar. Bu durumda Adam Jones'un peşinden koştuğu mükemmellik, üstün yaratıcılık ile de ifade edilebilir. Adam, kendisini sıradanlığın karşısında bir sanatçı olarak değerlendirmektedir. Hatta "yemek yapmak kendini ifade etmek şeklidir." diyerek, sanat yapıtı için vurgulanan yaratıcılık ve özgünlük kavramına vurgu yapar. Adam için, filmdeki karakterlerin sarf ettiği "yenilikçi, önder ve yaratıcı" ifadeleri, bir sanatçıya atfedilen tipik ifadelerdir. Adam, sanatsal yeteneğini kullanarak hazırladığı yemeklerin, seyirci yani müşterilerle etkileşiminin yoğun olmasını amaçlar. İstediği şey restoranına gelen ve yemeğini yiyenlerin memnun olmaları, yediklerini ilginç bulmaları değildir. Kusursuz, mükemmel yemeklere ulaşmaya çalışan Adam için, memnuniyet ve ilginçlik ifadesi çok sıradan bir tanımlamalardır. Restoranına gelen insanların edilgen değil, etken bir

7. http://horeca.life/2015/12/nedir-bu-michelin-yildizi-dedikleri/, https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2008/jan/24/foodanddrink.travelfoodanddrink

konuma gelmelerini ister. Adam'ın istediği, restoranında tabakta "*culinary orgazm*" sunmaktır. Restoranına gelenlerin, acıktıkları için yemek yemelerini istemez, çünkü acıkınca genelde yemekler güzeldir. Yemeğin kendi güzelliğinin arzulanıp arzulanmadığı bilinmemektedir. İstediği şey "*yemek yemeyi bıraktıracak yemekler hazırlamaktır*" Restoranına gelenlerin, hazırladığı yemeği yemeleri sonucunda, doğal güdüler, haz, beden, kültürel vurgulardan etkilenerek, bireysel bir etkileşim içine girmelerini arzu eder. Adam bu durumu, "*Yemek yapıp ilginç kalabiliriz ama ben insanlar masada beklerken delirmelerini istiyorum. Sıradan bir memnuniyet istemiyorum*" sözleriyle tanımlayarak, ortaya koyduğu gastro sanat ürününe dikkat çeker.

Tahsin Yücel, *Mutfak Yazını* yazısında, mutfağın etrafında üretilmiş olan söylevi ayrıntılarıyla inceler. Mutfak ve şeflerin belirleyici niteliklerini, şefin yaratıcı olmasının nasıl gerçekleşeceğini tartışır. Yenilik üretiminin yaratıcı bir şefin temel özelliği olması gerektiğine vurgu yapar. "*Yaratmak, mutfak evrenine yeni şeyler getirmek, yoktan var etmek değildir. Tam tersine, sınırlı gereçleri yeniden düzenleyerek "yeni tatlar" yaratmaktır. Bu da, her şeyden önce, yeryüzündeki tüm düzenlemeleri bilmekle, bunları birbiriyle karşılaştırarak, aralarındaki uzlaşım olanaklarını inceleyerek yeni düzenleme biçimleri aramakla olur.*"[8] diyerek yaratıcı mutfak faaliyetlerini, bu yaratma sürecinin evlerde yapılan günlük yemeklerden farkını ve yaratıcı yemekler yapan şeflerin ayırt eden özelliklerini tanımlar.

Sanatsal ürün ve faaliyetler, sanatçılar tarafından yaratılır. Daha önce, bir aurası olduğuna vurgu yapılarak bahsedilen sanat anlayışı artık, seyircinin dahil olduğu ürünler haline dönüşmüştür; bir aura kaygısından daha çok, seyircideki yansıması önemsenmektedir. Mutfakta, yemeği yapan kişi tarafından yaratılan ürünlerin, güzellik, estetik, tat uyumu, beden ile duyusal ve haz veren ilişkisi, yemek tabağını sanatsal bir forma aktarabilir. Seyirci, yani sanatsal form oluşturma kaygısı ile oluşturulan yemeği yiyenlerle bir ara-

8. Tahsin Yücel, *Söylemlerin İçinden*, Alkım Kitabevi, 2004, İstanbul, s. 71.

ya gelme, restoranlar gibi yeme-içme mekânlarında gerçekleşmektedir. Yeme-içme mekânları, ücret karşılığında ürünlerini satmaktadır. Sanatsal ürünün veya faaliyetlerin karşılığında telif hakları ve sergilenme alanına girme şeklinde bir bedel ödenmektedir. Restorana gelen her müşteri, yediği yemeğin ücretini ödemek zorundadır. Diğer taraftan, şefin performansının ve tabaktaki ürünlerin "farklı bir duruşu olan, alışılagelen ve sınırların dışında, daha önce görülmeyen ve yapılmamış olanı gerçekleştiren" bir niteliği olsa veya olabilse de; "iktidar ile çıkar ilişkisinde olmayan" bir niteliği yoktur. Öyle ki, Adam, yeterli müşteri gelmediği zaman, ticari kaygıları önemseyerek televizyona çıkar. Yaptığı işten para kazanmayı önemsemektedir. Bu noktada Adam Jones, performans sanatçısı değildir. Jones, yeme-içme ürünlerini ve hizmetini estetikleştiren ve böylece piyasada satış değerlerini artırıp, onları metasallaştıran ve kültürel sermayeye değer katan bir zanaatkâr olarak değerlendirilebilir.

Gastro Gösteri, günlük hayatın önemli bir kısmını oluşturan yemek yeme ritüellerini eleştirel bir perspektiften hareketle mercek altına alıyor. Bu işlemi yaparken medya gösterilerini ihmal etmiyor, yemek yemenin sergilenme biçimlerine de ışık tutuyor. Kitapta tartışılan konular, modern insanın hayatına anlam katan anlatılar üreterek, yenilenin ve içilenin tüketimini görsel-sessel formlara taşıyor.

Modern toplumun yeme ve içme ritüellerini biçimlendiren, popüler yazınsal ve sessel bir kültür, yani gastro gösteri haline getiren süreçler, küresel bir etkileşimi de yedeğine alarak, tüketimi çekici, eğlenceli bir deneyim ve performans olarak gözler önüne sermektedir. Beslenmeyi değil, seslenmeyi (görsel ve sessel hitap etmeyi) öne çıkarmaktadır gastro gösteri addedilen pratikler.

Bu kitap, yemenin ve içmenin bağıra çığıra gösteri halini aldığı bir zamanda yeme etkinlilerinin kültürel boyutlarını, medyadaki serimlenme tarzlarını ele alıyor, ustalıkla...

