



Mutfakta Kadının Rolü ve Yenilikçi Yaklaşımına Yönelik Muğla İl Merkezinde Bir Araştırma (A Research on the Woman's Role and Innovative Approach in the Kitchen in Muğla Province)

Hulusi DOĞAN^a, *Volkan AKTAN^a

^a Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:03.05.2018

Kabul Tarihi:07.06.2018

Anahtar Kelimeler

Mutfak

Kadın

Yenilikçi yaklaşım

Keywords

Culinary

Women

Innovative Approach

Öz

Bu çalışmanın ana amacı, kadınların mutfakta ne derece yenilikçi ve yaratıcı bir yaklaşım tarzı içerisinde olduklarının belirlenmesidir. Ayrıca kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluklarına ilişkin algıları ile erkeklerden mutfakta yardım ve destek noktasındaki beklentileri araştırmada konu edilmektedir. Ev hanımı ya da çalışan olma, çocuk sahibi olup olmama ya da evli olup olmamanın kadının mutfaktaki rol ve sorumluluk algısına ne düzeyde etki ettiği çalışmada ele alınmaktadır. Benzer şekilde çocuk sahibi olmanın ya da çalışan konumunda bulunmanın kadınların mutfakta erkeklerden yardım ve destek beklentilerini artırıp artırmadığı da araştırma-da ele alınmaktadır. Ayrıca medeni durum, çocuk sahibi olma, eğitim düzeyi, ev hanımı ya da çalışan konumunda olma gibi değişkenlerin kadınların mutfaktaki yenilik ve yaratıcılık girişim-lerine ne derece etki ettiği de irdelenmektedir. Bu amaçla Muğla İli Menteşe ilçesinde ikamet eden kadınlara yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Toplam 367 anket değerlendirilmiştir. Anket verilerinin (t-test ve Anova) analizi sonucunda kadınların araştırma değişkenlerine ilişkin düşünce ve yaklaşımlarının eğitim düzeyi, medeni durum, gelir düzeyi, konum ve çocuk sahibi olup olmama gibi demografik değişkenlere bağlı olarak farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Bekâr kadınlar, evli kadınlara oranla erkeklerin mutfakta daha aktif yer almalarını istemektedir. Evli kadınlar ise bekârların aksine, mutfakta kadınların daha fazla rol ve sorumluluk almaları gerektiğine inanmaktadır. Ayrıca bekâr kadınların, evli kadınlara oranla mutfakta daha fazla yenilikçi bir girişim ve deneyim içerisinde oldukları belirlenmiştir. Diğer yandan çocuk sahibi olan kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları ile yenilikçi girişim ve özgünlük çabalarının, çocuk sahibi olmayanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ev hanımı konumunda olan kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluk algılarının da çalışan kadınlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Abstract

The main purpose of this study is to determine how innovative and creative approach women have in the kitchen. In addition, perceptions of women towards their roles and responsibilities and their expectations from men's support in the kitchen are being studied. In the study, it was investigated whether being a housewife or worker, single or married, and having children have effect on women's role and responsibility in the kitchen. Similarly, whether or not having children or being employed increases the likelihood of women to expect support from men in the kitchen. It also examines the extent to which variables such as marital status, child ownership, education level, housewife or employee influence women's innovation and creativity initiatives in the kitchen. For this purpose, a survey study was conducted for women living in the Menteşe, a district of Muğla province. A total of 367 questionnaires were taken into consideration. Analysis of the questionnaire data (t-test and Anova) showed that women's thoughts and attitudes towards the research variables differed according to demographic variables such as education level, marital status, income level, location, and whether they had children. Single women, when compared to married, want men to be more active in the kitchen. Married women, on the contrary to the single, believe that women in the kitchen should take more roles and responsibilities. Furthermore, it was found out that single women have more innovative initiatives and experiences than married women in the kitchen. On the other hand, it was determined that women who have children have higher perceptions of role and responsibility in the kitchen and innovative initiative and originality efforts than women without children. Finally, it was concluded that perception of woman towards their role and responsibility in the kitchen is higher than working women.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: volkanaktan@mu.edu.tr (V. Aktan)

GİRİŞ

Türk mutfak kültüründe kadın mutfağın hep ana sorumlusu, hatta sahibi olarak görülmüştür. Evde mutfağın tasarımından kapların yerleşimine, temizliğinden üretkenliğine kadar her şeyde kadının etkisi ve ana rol sahibi olduğu düşünülmüş ve böyle kabul edilmiştir. Kadın da evin diğer bölümlerine oranla mutfağın kendisine ait olduğu düşüncesini genel anlamda kabullenmiştir. Öyle ki birçok kadın mutfakta kendini daha rahat ve özgür hissedebilmektedir. Bu duygunun gelişiminde kadının mutfaktaki rol ve sorumluluk algısının yüksek olmasının yanı sıra, günün çoğu saatini mutfakta geçirmesinin de etkisi büyüktür. Özellikle evlilikle birlikte kadının mutfaktaki rol ve sorumluluğunu daha fazla ve net hissettiğini söyleyebiliriz. Çocuk sahibi olmakla birlikte besleme, büyütme sorumluluğuyla birlikte mutfaktaki yükün kadın için en üst noktaya çıktığı açıktır. Türk toplum ve aile yapısında mutfağın ana sorumlusu ve planlayıcısı kadın olarak kabul edilmekle birlikte bu, Türk erkeğinin mutfığa girmediği, bir şeylere dokunup, bir şeyler pişirmediği anlamına da gelmemektedir. Ancak aile kültürümüzde mutfak egemenliğinin kadında olduğu da bilinen bir gerçektir (Tezcan, 1993; Tezcan, 1997; Halıcı, 1997; Merdol, 1998; Cığırım, 2001; Yılmaz, 2002; Güleş ve Bülbül, 2004; Talas, 2005; Koşay ve Ülkücan, 2011).

Tarihi süreç içerisinde de kadın, ailede çocukları bakıp büyüten, yemek pişirip besleyen kişi olmuştur. Çalışma hayatına girmesiyle kadının toplumdaki konumu kısmen değişse de, aile içerisindeki rolünün değiştiğini söylememiz çok da olanaklı görünmemektedir. Bu anlamda, her alanda olduğu gibi yiyecek içecek sektöründe de yeterli olmasa da kadın girişimcilerin sayısının arttığı görülmektedir. Ancak tüm girişimciler için olduğu gibi kadın girişimciler için de farklı olabilmek, farklı olanı sunabilmek rekabette başarı için ön koşullardan bir tanesidir. Benzer şekilde aile içerisinde de mutfakta özgün bir dokunuş, farklı bir sunuş aile bireylerine çok daha keyifli ve mutlu anlar yaşatabilmektedir. Sıradanlığın ötesine geçmek, yenilikler yaşamak sadece müşterileri değil, aile içerisindeki bireyleri de mutlu edebilmekte, farklı bir deneyim ve tatmin yaratabilmektedir. Özgünlük ve yenilikler rekabetin tetikleyicisi, tarihsel süreçte de kültürel birikimin ana kaynağı olabilmekte ve gelecek nesillere bir miras olarak aktarılabilir (Tezcan, 1993; Tezcan, 1997; Halıcı, 1997; Merdol, 1998; Cığırım, 2001; Yılmaz, 2002; Güleş ve Bülbül, 2004; Talas, 2005; Koşay ve Ülkücan, 2011).

Bu anlamda ister çalışan, ev hanımı, ister girişimci ya da yönetici olsun kadınların mutfakta özgünlük ve yeniliğe ne denli açık oldukları da Türk mutfağı ve kültürel miras açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Dolayısıyla kadınların mutfakta gelenekselci mi, yoksa özgün ve yeniliğe açık bir yaklaşım mı sergiledikleri bu araştırmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Özellikle eğitim, yaş, medeni durum, çocuk sahibi olup/olmama, ev hanımı/çalışan olma gibi değişkenlerin mutfakta gelenekselci ya da yenilikçi anlayış izlemedeki rolü ve ilişkisi araştırmada test edilmektedir.

LİTERATÜR

Hemen hemen tüm kültürlerde mutfak denince akla kadın gelmektedir. Mutfaktaki sorumluluğu ve iş yükünden ayrı olarak, mutfığa gelen gıda ve ürünlerin üretimi, işlenmesi ve saklanmasına kadar olan tüm süreçlerde de her zaman kadının rolünü görmek olanaklıdır. Öyle ki dünya gıda üretimin yaklaşık %50'si kadınların sorumluluğundadır. Sahra-altı Afrika ülkelerinde aile içi gıda tüketiminin %60-80 arasındaki bölümünü kadın

temin etmektedir. Güneydoğu Asya'da pirinç üretiminin %90, Kolombiya ve Peru'da tarımsal faaliyetlerin %45, Brezilya'da üzüm yetiştiriciliğinin %65, Şili'de meyve yetiştiriciliğinin %60, Meksika'da sebze yetiştiriciliğinin %40 ve paketlenmesinin %90 işgücünü kadınlar oluşturmaktadır (Karl, 2009). Türkiye'de tarımda istihdam edilen kadınların oranı ise %47'dir. Ancak tarımda çalışan kadınların %78'i ücretsiz aile işçisidir. Bu oran ülkemizde kadının gıda üretimindeki kilit rolünü ortaya koyması açısından oldukça önemlidir. Üstelik ücret dağılımında da eşitsizlik söz konusudur. Örneğin, 2014 yılı verilerine göre tarımda kadın işçilere 1.118 TL, erkek işçilere 1.304 TL ortalama aylık ücret ödenmiştir. Ülkemizde tarım sektöründe kendi hesabına çalışan kadın sayısı erkeklerin %18'i, işveren olan kadın sayısı da erkeklerin %7'si kadardır (Candan ve Günel, 2013).

Ülkemizde ve dünyada gıda üretimi, işlenmesi ve saklanması bu derece kilit role sahip olan kadınların, yine de dünyada açlık ve yoksulluğa maruz kalan en büyük kesiti oluşturdukları unutulmamalıdır. Dünyada kronik olarak açlığa maruz kalan insanların %60'ını kadınların oluşturduğu tahmin edilmektedir (Karl, 2009). Gıda seçimi, üretimi, yetiştirilmesi, hazırlanması, hasadı ve biyolojik çeşitliliğin korunmasında bu derece merkezi role sahip olan kadınların sorumluluğu bununla bitmemekte, aile içindeki konumları itibarıyla mutfakta da devam etmektedir (Fisher, 1992; Candan ve Günel, 2013; İnce, 2014).

Ülkemizde ve hemen hemen tüm toplumlarda aile mutfağının ana sorumlusu kadındır. Bu yaklaşım erkeklerin evde mutfığa hiç girmedikleri, kadına yardım etmedikleri gibi bir anlam oluşturmamaktadır. Ancak pişirip yediren, yıkayan, derleyen ve toplayan olarak aile mutfaklarında her zaman akla ilk kadın gelmektedir. Nitekim yapılan araştırmalar da bu yaklaşımı doğrular bulgu ve içerikler taşımaktadır. Profesyonel mutfaklarda maskülen (erkeksi-erkek egemen) bir yapının, ev mutfaklarında ise feminen (kadın egemen) bir yapının varlığı görülmektedir (Pierce, 2010; Szabo, 2014; Kelly, 2015). Bu ayırmda kadın ve erkeğin biyolojik özellikleri ve toplumsal cinsiyet rollerinin belirleyici olduğu söylenebilir. Doğurmak, beslemek, büyütme biyolojik nedenlerden dolayı kadının sorumluluğunda olan eylemler olarak değerlendirilmektedir. Bu eylemlerin ana mekanı olarak da ev kabul edilir. Kadınların evde kendilerine en çok ait hissettikleri bölümlerin başında da mutfak gelmektedir (Llewellyn, 2004). Diğer yandan profesyonel mutfaklarda ise güç, statü ve şov egemen bir maskülen yapı söz konusudur. Birincisinde doğalarının ve toplumsal cinsiyet rolünün gereği olarak kadınlar tarafından, ikincisinde de para ve şöhret kazanmak için genel olarak erkekler tarafından yemek yapılmaktadır. Dolayısıyla ev mutfaklarında harikalar yaratsalar da kadınların teşekkür alamamaları, profesyonel mutfaklarda ise olağanı tekrar etmeleriyle erkeklerin para ve ün kazanmaları normal karşılanabilmektedir (İnce, 2016). Bu anlamda kadınların insanları beslemek, erkeklerin ise rekabet için yemek yaptıkları ve daha iyinin arayışında oldukları yönünde görüşlere rastlamak da olanaklıdır (Druckman, 2010).

Ev mutfaklarında kadınlar egemenken, profesyonel mutfaklarda neden maskülen bir yapının olduğu sorusu sürekli akıllara gelmektedir. Bu soruya tarihin derinliklerine giderek cevap bulmaya çalışanlar olduğunu görmekteyiz. Büyük topluluklara, büyük kazanlarda yemek hazırlamanın çok zor, zahmetli ve yorucu bir iş olmasından dolayı bu görevin genelde erkeklere verildiği, bunun en önemli tarihi göstergelerinden biri olarak yüzlerce yıl öncesinde ordu ve saraylarda pişirme işlevinin erkeklere olduğu belirtilmektedir. Eski Mısır ve Mezopotamya'da tapınaklarda hanedanlara, soylulara yemekler verildiği ve bunlarda erkek aşçıların görev aldığı

belirtilmektedir. Osmanlı, Akdeniz ve Avrupa saraylarında da erkek aşçıları görmek olanaklıdır. At üstünde ve aylarca süren askeri seferlerde, erkek gücü ve dayanıklılığının ordu mutfağına yansımış olması bu anlamda olağan kabul edilmektedir. Günümüz profesyonel mutfaklarında askeri bir tarz hiyerarşinin varlığını bu tarihi gerçeğe ve geleneğe bağlayanları da görmek olanaklıdır (Cooper, 1998; Swinbank, 2002; Druckman, 2010; Platzer, 2011; Goody, 2013; İnce, 2016). Günümüz profesyonel mutfaklarındaki çok yoğun ve ağır çalışma koşulları ile uzun mesai saatleri bu mutfaklardaki erkek egemenliği için ortak bir kanaat olarak öne çıkmaktadır. Özellikle çalışan eş ve anne konumunda olan kadınlar için profesyonel mutfaklarda çalışmanın çok zor ve büyük fedakarlıklar gerektirdiği herkesçe bilinmektedir. Bu anlamda profesyonel mutfaklarda şef konumuna gelebilmek için ortalama 8-10 yılı bulacak zorlu bir mücadeleyi her kadın göze alamamaktadır. Profesyonel mutfaklardaki erkek egemenliğine bir başka gerekçe olarak da erkek aşçıların yetenek ve başarılarını çok iyi yazıya dökülebilmeleri ve kendilerini kadın aşçılara göre daha iyi ifade edebilmeleri gösterilmektedir. Belki birçok yenilik ve yaratıcılığın ana kaynağı ev mutfakları da olsa bunu yazıya döküp pazarlamada profesyonel mutfakların, dolayısıyla erkek aşçıların daha başarılı oldukları görülmektedir. Diğer yandan erkek egemen mutfaklarda kadınların da kendilerini çok rahat hissetmedikleri, değişik engel ve sorunlarla karşılaştıkları bir başka gerçektir (Haddaji vd., 2017). Kadınlar dışlanma, mobbing (psikolojik şiddet) ve tacize varan eylemlerle karşılaşabilmektedirler. Daha ötesi profesyonel mutfaklarda kadın çalışanların özellikle şef kademesinde istenmediği araştırmaların ortaya çıkardığı bir diğer çarpıcı sonuçtur (LaPointe, 1992; İnce, 2016).

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Araştırma Türk mutfak kültüründe kadının yeri ve rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede özellikle kadınların mutfağına bakışları, mutfakta ne derece yenilikçi ve yaratıcı bir yaklaşım tarzı içerisinde olduklarının belirlenmesi araştırmanın öncelikli amaçları içerisinde yer almaktadır. Ayrıca erkeklerin mutfakta kadınlara yardım ve yer almalarına ilişkin düşüncelerinin belirlenmesi de araştırma konu edilmektedir. Eğitim düzeyi, medeni durum ve ev hanımı/çalışan olma gibi değişkenler çerçevesinde kadınların sözü edilen araştırma konularına ilişkin düşünce ve yaklaşımlarının değişiklik gösterip göstermediğinin belirlenmesi de araştırmanın temel hedefleri içerisinde yer almaktadır. Bu anlamda araştırmanın hipotezleri şu şekilde sıralanmaktadır:

H1: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H2: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H3: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir.

H5: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir.

H6: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir.

H7: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri konumlarına göre farklılık göstermektedir.

H8: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları konumlarına göre farklılık göstermektedir.

H9: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri konumlarına göre farklılık göstermektedir.

H10: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H11: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H12: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H13: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H14: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H15: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Kapsam ve Kısıtları

Aile ve mutfakların temel taşı, vazgeçilmezi olan kadınların konu edilmesi araştırma örnekleminin belli bir bölge ile sınırlandırılmasını kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu çerçevede araştırma kapsamı Muğla ili Merkez Menteşe ilçesi ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla Menteşe ilçesinde ikamet eden 18 yaş üstü kadınlar araştırma kapsamına alınmıştır. Sözü edilen sınırlandırmada zaman, ulaşım, iletişim kolaylığı ve maliyet gibi unsurların yanı sıra yazarların ikamet ettiği bölge de belirleyici olmuştur. Araştırma bulgu ve sonuçlarının değerlendirilmesi ve gelecek çalışmalara ışık tutmasında sözü edilen kısıtların göz önünde bulundurulması bu anlamda kaçınılmazdır. Anket yönteminin kullanıldığı araştırma 01 Mart-10 Nisan 2018 tarihleri arasında Muğla'nın Menteşe ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Rastgele seçim ve gönüllülük esasına dayalı araştırmaya toplam 367 kadın katılmıştır.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma özgün bir konu içermesi ve daha önce literatürde bu konuda yapılmış bir anket çalışması olmadığından, yapılan yazın taraması çerçevesinde anket soruları yazarlar tarafından hazırlanmıştır. “Mutfakta kadının rolü”, “mutfakta erkeğe bakış” ve “yenilik ve yaratıcılık girişimi”ni ölçmeyi amaçlayan 30 değişken yazarlar tarafından hazırlanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda araştırma değişkenleri 3 faktör grubunda toplanmıştır: “Mutfakta yenilik ve yaratıcılık girişimi” faktör grubunda 2’si ters yönlü olmak üzere toplam 6 değişken yer almıştır ve bu grubun güvenilirlik (Cronbach Alfa) değeri 0.718’dir. “Mutfakta erkeğe bakış” faktör grubunda 1’i ters yönlü olmak zere toplam 5 değişken yer almıştır. Bu grubun güvenilirlik (Cronbach Alfa) değeri 0.730’dur. Mutfakta kadının rolü” faktör grubunda ise toplam 7 değişken yer

almıştır. Bu faktör grubunun güvenilirlik (Cronbach Alfa) değeri ise 0.763'tür. Faktör yük ağırlığı 0.50'nin altında olan toplam 12 değişken de elenmiştir. KMO Barlett test değeri 0.774'tür. Araştırma değişkenlerinin hazırlanmasında 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. (1=Tamamen katılmıyorum/Hiçbir zaman, 5=Tamamen katılıyorum/Çok sık). Araştırma verilerinin analizinde SPSS 22.0 istatistik paket programı kullanılmıştır.

Araştırma Bulguları

Demografik Bulgular

Tablo 1'de görüldüğü üzere kadınların %48.9'u evli, %51.1'i bekar. Çocuk sahibi olan kadınların oranı %48.1, çocuk sahibi olmayanların oranı da %51.9'dur. Kadınların büyük bir bölümü (%44.8) çalışan konumunda iken, %32.4'ü öğrenci, %22.8'i de ev hanımıdır. Kadınların önemli bir bölümü (%46.9) 18-30 yaş arasındadır. 31-40 yaş arasında olanların oranı %20.3, 41-50 yaş arasında olanların oranı %18.9'dur. 51-60 yaş arasında olanların oranı %10.4 iken, 60 yaşın üzerinde olanların oranı ise %3.4'dür.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Yaş	n	%	Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde	Aylık Aile Gelir Düzeyi	n	%
18-30	176	46.9	İlköğretim	34	9.0	0-2.500 TL	160	42.8
31-40	76	20.3	Ortaokul	21	5.6	2.501-5.000 TL	134	35.8
41-50	71	18.9	Lise	84	22.3	5.001-7.500 TL	57	15.2
51-60	39	10.4	Üniversite	202	53.7	7.501-10.000 TL	16	4.3
61-70	11	2.9	Y.Lis./Doktora	35	9.3	10.001 TL ve üzeri	7	1.9
71 ve üzeri	2	0.5						
Medeni Durum	n	%	Konum	Frekans	Yüzde	Çocuk Sahibi	n	%
Evli	184	48.9	Ev Hanımı	86	22.8	Evet	177	48.1
Bekar	192	51.1	Çalışan	169	44.8	Hayır	191	51.9
			Öğrenci	122	32.4			

Diğer yandan aylık aile gelir düzeyine bakıldığında ağırlığın 2.500 TL ve altında olduğu görülmektedir (%42.8). 2.501-5.000 TL arasında aylık geliri olanların oranı %35.8, 5.001-7500 TL arasında aylık geliri olan kadınların oranı da %15.2'dir. 7.500 TL'nin üzerinde aylık geliri olan kadınların oranı ise %6.3'tür. Kadınların %53.7'sinin üniversite mezunu olması dikkat çarpıcı bir bulgu olarak öne çıkmaktadır. Üniversite mezunlarını %22.3 ile lise mezunları izlemektedir. İlköğretim mezunu olan kadınların oranı %9, ortaokul mezunu olanların oranı da %5.6'dır. Yüksek lisans ya da doktora yapmış olan kadınların oranının da %9.3 olduğu görülmektedir (tablo 1).

Araştırma Bulguları

Yapılan t-test analiz sonuçları evli ve bekar kadınların araştırma değişkenlerine ilişkin algı ve düşüncelerinin farklı olduğunu göstermiştir (Tablo 2). Bekar kadınlar, evli kadınlara oranla erkeklerin mutfakta daha aktif yer almalarını istemektedir. Diğer yandan evli kadınlar, mutfakta kadınların daha fazla rol ve sorumluluk almaları gerektiğine inanmaktadırlar. Ayrıca Tablo 2'de yer alan t-test sonuçları bekar kadınların, evli kadınlara oranla mutfakta daha fazla yenilikçi bir girişim ve deneyim içerisinde olduklarını ortaya koymuştur. Bu anlamda Tablo 2'de görülen t-test analiz sonuçlarına göre "H1: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri

medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir” (0.000<0.05), “H2: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir”(0.002<0.05) ve “H3: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir” (0.026<0.05) hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 2. Evli ve Bekâr Kadınların Araştırma Değişkenlerine Yönelik Algı ve Düşünceleri: T-Test Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Evli Kadınlar (N=184)		Bekâr Kadınlar (N=192)		T-Test			
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.	Levene's test sonuçları		t-test sonuçları	
					F	P	Sig. (2-yönlü)	Ort. Farkı
Mutfakta Erkeğin Yer Almasına Bakış	3.530	0.784	3.965	0.710	2.638	0.105	0.000	-0.435
Mutfakta Kadının Rolü	3.951	0.800	3.690	0.815	0.697	0.404	0.002	0.260
Mutfakta Özgün ve Yenilikçi Girişimi	2.977	0.777	3.164	0.824	0.863	0.353	0.026	-0.186

p<0.05

Araştırma sonuçlarına göre (Tablo 3) çocuk sahibi olmayan kadınlar çocuğu olan kadınlara oranla, erkeklerin daha fazla mutfakta yer almalarını istemektedir. Bu anlamda “H4: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir (0.000<0.05). T-test sonuçları, kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluk algılarının da çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Çocuk sahibi olan kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluk algılarının, çocuk sahibi olmayanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 3). Diğer bir ifadeyle “H5: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir (0.005<0.05). Diğer yandan çocuk sahibi olan kadınların bekar kadınlara göre mutfakta daha az özgün ve yenilikçi girişimler içerisinde oldukları belirlenmiştir. “H6: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri çocuk sahibi olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi yapılan t-test analizleri sonucunda kabul edilmiştir (0.026<0.05)

Tablo 3. Çocuk Sahibi Olan ve Olmayan Kadınların Araştırma Değişkenlerine Yönelik Algı ve Düşünceleri: T-Test Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Çocuk Sahibi Kadınlar (N=177)		Çocuk Sahibi Olmayan Kadınlar (N=191)		T-Test			
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.	Levene's test sonuçları		t-test sonuçları	
					F	P	Sig. (2-yönlü)	Ort. Farkı
Mutfakta Erkeğin Yer Almasına Bakış	3.570	0.734	3.916	0.781	0.711	0.400	0.000	-0.345
Mutfakta Kadının Rolü	3.949	0.795	3.705	0.827	0.848	0.358	0.005	0.243
Mutfakta Yenilik ve Yaratıcılık Girişimi	2.926	0.793	3.207	0.799	0.077	0.782	0.001	-0.280

p<0.05

Tablo 4'te yer alan Anova testi analiz sonuçları, kadınların erkeklerin mutfakta yer almasına ilişkin düşüncelerinin konumlarına göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Buna göre çalışan ve öğrenci konumunda olan kadınlar, ev hanımı konumunda olan kadınlara oranla erkeklerin mutfakta daha fazla rol ve yer almalarını istemektedir. Yapılan analizler sonucunda (One-way Anova-Tukey) “H7: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri konumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir (0.000<0.05). Ayrıca Anova (One-way-Tamhane) analiz sonuçları çerçevesinde, kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluk algılarının konumlarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ev hanımı konumunda olan kadınların mutfaktaki rol ve sorumluluk algılarının çalışan ve öğrenci konumunda olan kadınlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle “H8: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları konumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir(0.002<0.05). Diğer yandan (One-way Anova) analiz sonuçları, kadınların mutfakta özgün ve yenilikçi girişimlerinin konumlarına göre farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Bu anlamda “H9: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri konumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir (0.054>0.05).

Tablo 4. Kadınların Konumu İle Araştırma Değişkenlerine Yönelik Algı ve Düşünceleri: Anova Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Tek-Yönlü Anova				Çoklu Karşılaştırmalar		
	Sd	Kareler Ort.	F	P	Tukey HSD (p<0.05) ve Tamhane (p<0.05)		
					Konum	Ort. Farkı (I-J)	p
Mutfakta Erkeğin Yer Almasına Bakış Gruplar arası Gruplar içi Toplam	2 369 371	19.537 0.501	39.1 01	0.000	Ev Hanımı(I) Çalışan(J) Öğrenci(J)	-0.5924* -0.8808*	0.000 0.000
Mutfakta Kadının Rolü Gruplar arası Gruplar içi Toplam	2 365 367	4.025 0.648	6.21 1	0.002	Ev Hanımı(I) Çalışan(J) Öğrenci(J)	0.2622* 0.4037*	0.022 0.000
Mutfakta Yenilik ve Yaratıcılık Girişimi Gruplar arası Gruplar içi Toplam	2 367 369	1.890 0.641	2.94 6	0.054	0.054>0.05 olduğundan anlamlı farklılık yoktur.		

Araştırma (One-way Anova) sonuçları kadınların, erkeklerin mutfakta yer almalarına ilişkin düşüncelerinin eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Tablo 5'te de görüleceği üzere eğitim düzeyi arttıkça kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin beklentileri de artmaktadır. Bir başka ifadeyle “H10: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir (0.000<0.05). Diğer yandan “H11: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi yapılan (One-way Anova) analizi sonucunda reddedilmiştir (0.064>0.05). Ancak, kadınların mutfaktaki özgün ve yenilikçi girişimlerinin

eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Eğitim düzeyi arttıkça kadınların mutfaktaki özgün ve yenilikçi girişimlerinin de arttığı tespit edilmiş ve bu anlamda “*H12: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi kabul edilmiştir ($0.000 < 0.05$).

Tablo 5. Kadınların Eğitim Düzeyi İle Araştırma Değişkenlerine Yönelik Algı ve Düşünceleri: Anova Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Tek-Yönlü Anova				Çoklu Karşılaştırmalar		
	Sd	Kareler Ort.	F	P	Tukey HSD ($p < 0.05$)		
					Eğitim Düzeyi	Ort. Farkı (I-J)	p
Mutfakta Erkeğin Yer Almasına Bakış Gruplar arası Gruplar içi Toplam	4 366 370	7.998 0.520	15.383	0.000	Üniversite(I) İlköğretim(J) Ortaokul(J) Lise(J) Y.L. Dok.(J)	0.6789* 0.9216* 0.3924* -0.0914	0.000 0.000 0.000 0.958
Mutfakta Kadının Rolü Gruplar arası Gruplar içi Toplam	4 362 366	1.475 0.659	2.240	0.064	0.064 > 0.05 olduğundan anlamlı farklılık yoktur.		
Mutfakta Yenilik ve Yaratıcılık Girişimi Gruplar arası Gruplar içi Toplam	4 364 368	3.586 0.618	5.805	0.000	İlköğretim(I) Ortaokul(J) Lise(J) Üniversite(J) Y.L. Dok.(J)	-0.5294 -0.6635* -0.6615* -0.7627*	0.120 0.000 0.000 0.001

Tablo 6’da yer alan analiz sonuçları gelir düzeyine göre kadınların, erkeklerin mutfakta yer almalarına ilişkin düşüncelerinin de farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Gelir düzeyi arttıkça kadınların, erkeklerin mutfakta yer almalarına ilişkin istek ve beklentilerinin de arttığı belirlenmiştir. Bu çerçevede “*H13: Kadınların, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almalarına ilişkin düşünceleri gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi kabul edilmiştir ($0.021 < 0.05$).

Ancak yapılan “(One-way-Anova) analizleri sonucunda “*H14: Kadınların, mutfaktaki rol ve sorumluluk algıları gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir*” ($0.093 > 0.05$) ve “*H15: Kadınların mutfakta yenilikçi ve yaratıcı girişimleri gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi ($0.191 > 0.05$) reddedilmiştir.

Tablo 6. Aile Gelir Düzeyi İle Kadınların Araştırma Değişkenlerine Yönelik Algı ve Düşünceleri: Anova Analizi Sonuçları

FAKTÖR GRUPLARI	Tek-Yönlü Anova				Çoklu Karşılaştırmalar		
	Sd	Kareler Ort.	F	P	Tukey HSD (p<0.05)		
					Aylık Ortalama Gelir	Ort. Farkı (I-J)	p
Mutfakta Erkeğin Yer Almasına Bakış Gruplar arası Gruplar içi Toplam	4 364 368	1.719 0.585	2.937	0.021	0-2500(I) 2501-5000(J) 5001-7500(J) 7501-10000(J) 10001 üzeri.(J)	-0.2045 -0.3747* -0.2135 -0.2344	0.158 0.015 0.825 0.933
Mutfakta Kadının Rolü Gruplar arası Gruplar içi Toplam	4 360 364	1.328 0.663	2.004	0.093	0.093>0.05 olduğundan anlamlı farklılık yoktur.		
Mutfakta Yenilik ve Yaratıcılık Girişimi Gruplar arası Gruplar içi Toplam	4 362 366	0.984 0.640	1.538	0.191	0.191>0.05 olduğundan anlamlı farklılık yoktur.		

SONUÇ

Bekâr kadınların, evli kadınlara oranla erkeklerin mutfakta daha aktif yer almalarını istemesi ($0.000<0.05$) araştırmada öne çıkan çarpıcı bulgulardan bir tanesidir. Ancak evli kadınların bekârlara oranla, mutfakta kadınların daha fazla rol ve sorumluluk almaları gerektiğine inanmaları ($0.000<0.05$) da oldukça ilginç ve düşündürücü bir bulgudur. Bu durum, bekârlıkta beklenen ile evlilikte gerçekleşenin aynı olmadığı gibi bir yargıyı akıllara getirebilmektedir. Nitekim çocuk sahibi olmayan kadınlar çocuğu olan kadınlara oranla, erkeklerin mutfakta daha fazla yer almasını beklemektedir ($0.000<0.05$). Ancak çocuk sahibi olan kadınların, çocuğu olmayan kadınlara oranla mutfaktaki rol ve sorumluluk algılarının yüksek olduğu da görülmektedir ($0.005<0.05$). Bunda kadının annelik rolünün belirleyici olduğu düşünülebilir. Bu da kadının, çocukların bakım, besleme ve büyütülmesindeki sorumluluk ve duyarlılığı ile mutfakta temel rol oynadığı yönündeki araştırma ve bulguları destekler niteliktedir (İnce, 2014; Szabo, 2014; Pierce, 2010). Ayrıca çocuk sahibi olan kadınların çocuğu olmayanlara göre, mutfakta daha çok yenilikçi ve yaratıcı girişimlerde bulunuyor olması ($0.026<0.05$) da bu anlamda gözardı edilmemelidir. Bu bağlamda çocuk sahibi olmanın, kadının mutfaktaki rol ve sorumluluk algısı ile yenilik ve yaratıcılık girişimlerini artırdığı söylenebilir.

Öğrenci ve çalışan konumunda olan kadınlar, ev hanımı olan kadınlara oranla mutfakta erkeklerden daha fazla destek ve yardım beklemektedir ($0.000<0.05$). Ayrıca eğitim ve gelir düzeyi arttıkça kadınların mutfakta erkeklerden destek ve yardım görme beklentilerinin arttığı ($0.000<0.05$) görülmektedir. Bu, İnce'nin (2014) yapmış olduğu araştırmada ulaştığı sonuçlarla da örtüşmektedir. Öte yandan ev hanımı kadınlar, öğrenci ($0.000<0.05$) ve

çalışan kadınlara oranla ($0.022 < 0.05$), mutfakta daha fazla rol ve sorumluluk algılamaktadır. Bunda ev hanımı kadınların daha az zaman baskısı altında olmaları ve kendilerinden beklentinin yüksek olduğu yönünde bir algı içerisinde olmalarının etkili olduğu düşünülebilir.

Eğitim düzeyi arttıkça kadınların mutfaktaki yenilik ve yaratıcılık girişimleri de artmaktadır ($0.000 < 0.05$). Bu bilgi, görgü ve deneyimin yenilik ve yaratıcılığı tetiklediği gerçeğini bir kez daha doğrular niteliktedir. Ancak tüm bulgu ve sonuçların, araştırmanın kısıtları çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği gözlerden kaçırılmamalıdır. Araştırmanın belli bir bölgede ve sınırlı sayıda katılımcıyla gerçekleştirildiği unutulmamalıdır. Bulgu ve sonuçların kıyaslanması, genelleştirilebilmesi için yeni çalışmalara ihtiyaç duyulduğu göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda ülkemizin farklı yöre ve bölgelerinde, daha geniş katılımcıyla benzer çalışmaların yapılması önem taşımaktadır. Özellikle ülkemizin farklı bölgelerinde yapılacak çalışmalar, mutfakta kadına bakış ve kadının rolüne ilişkin algının yöre ve bölge kültürü açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi ve yeni çalışmalara yön vermesi açısından da önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- CANDAN, E. ve GÜNAL, Ö. S. (2013), “Tarımda Kadın Emeği”, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 19 (1), ss. 93-101.
- COOPER, A. (1998), *A Woman's Place is in the Kitchen: An Evolution of Women Chefs*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- CİĞERİM, N. (2001), “Batı ve Türk Mutfağı'nın Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış”, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 28, s. 49-61.
- DRUCKMAN, C. (2010), “Why Are There No Great Women Chefs”, *Gastronomica*, 10 (1), pp. 24-31.
- FISHER, B. (1992), “Book Review: Feeding the Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work”, *Symbolic Interaction*, 15 (4), pp 529-532.
- GOODY, J. (2013), *Yemek, mutfak, sınıf* (Çev. M. Günay Güran), Pinhan Y., İstanbul.
- HADDAJİ, M., GARRIGOS, J. A., SEGOVIA, G. P. (2017), “Women chefs' experience: Kitchen barriers and success factors”, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 9, pp. 49-54.
- GÜLEŞ, K. H. ve BÜLBÜL, H. (2004), *Yenilikçilik İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı*, 1. Basım, Nobel Yayınları, Ankara.
- HALICI, N. (1997), “Anadolu Bayramlarında Beyaz Renkler”, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 20, s. 65-67.
- İNCE, Ş. (2014), *Toplumsal ve Kültürel Dönüşümlerin Gündelik Hayata Yansımaları: 2000'lerde Türkiye'nin Mutfağı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, SBE, Ankara.

- İNCE, Ş. (2016), “Şeflerin Savaşı: Profesyonel Mutfaklarda Erkek ve Kadın Şefler”, *HÜ İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3 (2), ss. 409-435.
- KARL, M. (2009), “Inseparable: The Crucial Role of Women in Food Security Revisited”, *Features*, No. 1, pp. 8-19.
- KELLY, C. R. (2015), “Cooking Without Women: The Rhetoric of the New Culinary Male”, *Communication and Critical/Cultural Studies*, 12 (2), pp. 200-204.
- LLEWELLYN, M. (2004), “Designed by women and designing women: gender, planning and the geographies of the kitchen in Britain 1917-1946”, *Cultural Geographies*, 10, pp. 42-60.
- KOŞAY, H. Z. ve ÜLKÜCAN, A. (2011), *Anadolu Yemekleri ve Türk Mutfağı*, Çiya Yayınları, İstanbul.
- LAPOINTE, E. (1992), “Relationships with waitresses: Gendered social distance in restaurant hierarchies”, *Qualitative Sociology*, 15 (4), pp. 377-393
- MERDOL, T. K. (1998), “Tarihten Günümüze Toplumlar ve Beslenme Alışkanlıkları”, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 22, s. 135-143.
- PIERCE, S. J. (2010), *Kitchen Cache: The Hidden Meaning of Gender and Cooking in Twentieth-Century American Kitchens*, Master of Arts, Appalachian State University, Boone North Carolina.
- PLATZER, R. (2011), *Women not in the kitchen: A look at gender equality in the restaurant industry*, California Polytechnic State University, Degree Bachelor of Arts, California.
- SWINBANK, V. (2002), “The sexual politics of cooking: A feminist analysis of culinary hierarchy in western culture”, *Journal of Historical Sociology*, 15 (4), pp. 464-495.
- SZABO, M. (2014), “Men nurturing through food: Challenging gender dichotomies around domestic cooking”, *Journal of Gender Studies*, 23 (1), pp. 18-31.
- TALAS, M (2005), “Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz’e Göre Türk Yemekleri”, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 18: s. 273-283.
- TEZCAN, M. (1993), “Yemeklerin Toplumsal Fonksiyonları”, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 20, s. 54-60.
- TEZCAN, M. (1997), “Yemek Kültürü Üzerine Dinsel Etkiler”, *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No: 20, s. 139-146.
- YILMAZ, A. (2002), *İşyerimiz Mutfak, Mesleğimiz Aşçılık, Sanatımız Pişirmek*, İstanbul.

A Research on the Woman's Role and Innovative Approach in the Kitchen in Muğla Province

Hulusi DOĞAN

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management

Volkan AKTAN

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management

Extensive Summary

When we look at the family structure of Turkish society, it is seen that woman has a very important role in Turkish culinary culture. In the Turkish society, woman is the main person responsible for the cuisine and it is known that she has a crucial role in kitchen. Although the role of women in the society seems to have changed by entering the working life, it cannot be said that their role within the family has changed. The increase in the number of female entrepreneurs who show themselves in business is also reflected in the food and beverage sector. However, regardless of gender, entrepreneurs need innovative steps to succeed and need to accomplish something different. Originality and innovation are the triggers of competition and are the main source of cultural accumulation in the historical process (Koşay and Ülkücan, 2011; Yılmaz, 2002; Ciğirim, 2001; Halıcı, 1997; Tezcan, 1997). In our country, although women have the main responsibility of the family kitchen, there is a male domination in professional kitchens (Kelly, 2015; Szabo, 2014; Pierce, 2010). According to Druck (2010), women feed people, while men prepare food for competition. At this point, the aim of this research is to determine the place of woman in Turkish culinary culture and to determine how innovative and imaginative approach women have in kitchen. Besides, the study also deals with the determination of women's perceptions towards requesting men's help in the kitchen during preparation process. Determining whether the opinions of women on the mentioned research subjects are varied within the framework of variables such as education level, marital status and housewife/working status are also included in the main objectives of the research.

Research hypotheses can be divided into three main groups as follows:

Hypotheses-Group 1: Women's perception of men's more involvement in the kitchen differs according to their marital status, location, level of education and income, and whether they have children or not.

Hypotheses-Group 2: Perceptions of women towards their roles and responsibilities in the kitchen vary according to their marital status, location, level of education and income, and whether they have children or not.

Hypotheses-Group 3: Innovative and creative initiatives of women in the kitchen differ according to their marital status, location, level of education and income, and whether they have children or not.

The extent of the research is limited to the Menteşe district of Muğla province and women over 18 years of age living in Menteşe are included in the scope of the research. Survey method was used in the research and the data were collected between 1 March and 10 April 2018. The sample size participating in the research based on random

selection and volunteerism was 367. The questionnaire used in the study was prepared by the authors on the basis of the literature review. 30 variables aimed at measuring "the role of woman in kitchen", "view of man in kitchen" and "initiative of innovation and creativity" were prepared by the authors. As a result of the factor analysis, the research variables were grouped into 3 factors: in the "initiative of innovation and creativity in the kitchen" factor group, there are a total of 6 variables, and the reliability (Cronbach's Alpha) value of this group was 0.718. A total of 5 variables are included in the "view of man in kitchen" factor group. The reliability of this group (Cronbach's Alpha) is 0.730. Finally, a total of 7 variables are included in the "women's role in kitchen" factor group. The reliability (Cronbach's Alpha) is 0.763. 12 variables with a factor load weight of less than 0.50 were removed. The KMO Barlett test value is 0.774. A 5-point Likert scale was used and the research data were analyzed using the SPSS 22.0 statistical analysis program.

According to the results of the research, it has been revealed that single women want men to be more active in the kitchen than married women ($0.000 < 0.05$). Yet another important consequence is that married women believe that women should take more roles and responsibilities in the kitchen than single women ($0.000 < 0.05$). It is also an important finding that women who have children have more innovative and creative initiatives in the kitchen, compared to childless women ($0.026 < 0.05$). In this context, it can be said that having a child increases the perception of the role and responsibility of the woman and the initiatives of innovation and creativity. Student and working women expect more support and assistance from men in the kitchen, compared to women who are housewives ($0.000 < 0.05$). It is also seen that as education and income levels increase, the expectation of women to get support from men in kitchen increases ($0.000 < 0.05$). This is also consistent with the findings of Ince's research (2014). Finally, as education levels increase, women's innovations and creativity initiatives in the kitchen also increase ($0.000 < 0.05$). This result once again confirms the fact that manners and experience trigger innovation and creativity.

When it is thought that the research is done with a limited number of participants in a certain region, it is suggested that similar studies in different regions of our country, with wider participation should be done to compare and generalize the findings and results. The research to be done in different regions of our country is important in terms of determining whether the perception of the woman in the kitchen and the role of the woman differ from the region they live in and the culture of that region.