



Sinema Perdesinde Gastronomi Görüntüsü: Yemeğin Sosyolojik Yansımaları (Gastronomy Image on the Movie Screen: The Sociological Reflections of Food)

* Merve UÇKAN ÇAKIR^a, Serkan ŞENGÜL^b, Ebrar PARMAKSIZOĞLU^b

^a Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Van/Turkey

^b Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Sakarya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 17.11.2020

Kabul Tarihi: 14.12.2020

Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Sinema

Yemek sosyolojisi

Yemek filmleri

Yemek kimliği

Öz

Tarih boyunca yemek, insanoğlu için çeşitli anlamlar yüklenen önemli bir olgu olarak sosyal hayatın bir parçası haline gelmiştir. Gündelik hayatın içerisinde yeme faaliyetlerinin etrafında şekillenen iletişim, toplumsal hayatı yansıtan sinemada da kendine özgü bir anlatıma sahiptir. Hayata dair görsel bir seyir sunan sinema, yemeğe dair anlamları aktarması bakımından oldukça önemlidir. Son zamanlarda artan, yemeğin görsel kültür anlatımı içerisinde yer alan görünürlüğü bu araştırmayı oluşturan unsurlardan biridir. Bu çalışmada, sinema anlatımı içerisinde yemeği bir dil olarak kullanan filmlerde, verilmek istenen mesajların temaları incelenmiştir. Bu bağlamda vizyona giren ve ulaşılabilirlik kısıtı bulunmayan seçilen yemek konulu 43 adet sinema filmi içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Filmlerde işlenen yemek olgusunun verilmek istenen mesajlar bağlamında yarattığı toplumsal algıların anlaşılabilirliği bu çalışmanın amaçlarındandır. Yemek konulu filmlerin aktardığı sosyal, dini ve kültürel yansımaları belirlemek bu araştırmanın diğer amaçlarındandır. Sinema toplumsal hayatın yansıtılması konusunda önemli aktarımlara sahiptir. Bu araştırmanın kapsamı doğrultusunda incelenen filmlerde, toplumun yaşayış biçimleri, kültürel, sosyal ve ekonomik yansımaları yemek merkezinde işlenmektedir.

Keywords

Gastronomy

Cinema

Food sociology

Food movie

Food identity

Abstract

Throughout history, food has become a part of social life as an important phenomenon that has various meanings for human beings. Communication, which is shaped around eating activities in daily life, has a unique expression in cinema, which reflects social life. Cinema, which offers a visual view of life, is very important in terms of conveying the meanings of food. The visibility of food, which has recently increased and is included in the visual culture expression, is one of the elements that make up this research. In this study, the themes of the messages to be given in films that use food as a language in cinema narration are examined. In this context, 43 motion pictures with the subject of selected food that were released and had no accessibility restrictions were analyzed using content analysis technique. One of the aims of this study is to understand the social perceptions created by the concept of food in movies in the context of the messages to be given. Another purpose of this study is to determine the social, religious and cultural reflections of films about food. Cinema has important implications for reflecting social life. In the films examined in line with the scope of this research, life styles, cultural, social and economic reflections of the society are discussed in the dining center.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: mervecakir@yyu.edu.tr (M. Uçkan Çakır)

DOI: 10.21325/jotags.2020.757

GİRİŞ

İnsanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için ana ihtiyaçlarından biri olan beslenme ihtiyacı, kültürel ve tarihsel boyutlar kapsamında yüzyıllardır birikerek gelişim gösteren antropolojik bir olgu olarak kabul edilmektedir. Yemek, diğer sosyal faaliyetlerle benzer şekilde insanlar arasındaki ekonomik, dini, politik, ideolojik ve duygusal ilişkilerle yakından ilgilidir (Samancı, 2012, s. 29). Aynı zamanda yemek, insanoğlunda güçlü duyguları ve toplumun duygusal anlamlarını çağırıştırır. Yemek sayesinde sosyalleşen ve bir bütün olan toplumsal duygular, bireyi sosyalleştiren önemli unsurlardandır (Germov & Williams, 2008, s. 6).

Antik çağlardan bu yana yemek insan hayatı için olan öneminin yanında beslenmeden, eğlence, kültür, katılım, hoşça vakit geçirme, geleneklerin korunması ve deneyim elde edilmesine kadar çok boyutlu anlamlar taşımaktadır. Sosyoloji ise bir bilim dalı olarak toplumdaki değişim ve gelişmelerin etkilerini konu edinmekte, sürekli bir dönüşüm yaşayan küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin kontrol edilemez boyutlara ulaşması nedeniyle gastronomi disiplininin yarattığı toplumsal etkileri incelemektedir (Avcıkurt & Sarıoğlu, 2019, s. 1). Sosyal hayatı etkili bir şekilde yansıtan ve toplumsal algıların şekillenmesinde önemli bir araç olan sinema, toplumsal kanıları ve eğilimleri aktarması açısından önemlidir. Sinema perdesinde kültürlere ait otantik lezzetler deneyimleyen izleyiciler, bu deneyimleri yaşama arzusuna kapılmaktadır. Sinema perdesinden gündelik hayata aktarılan deneyimler, toplumun ve bireylerin tüm faaliyet alanlarını kapsamaktadır. Kitleler kültürel etkileşimi arttırmak amacıyla sinemada iletişimsel anlamda gösterinin ana nesnesi olan yemeği, önemli bir araç olarak kullanmaktadır.

Küreselleşen dünya ikliminde, gıda deneyimlerini kültürel birikimler şekillendirmekte ve uluslar bu mirasa sahip çıkmayı arzulamaktadır. Yemek kavramının yumuşak güç olarak medya da kullanımı yaygınlaşmaktadır. Bu kapsamda, ulusların kültürel mirasının benimsenmesini sağlamak amacıyla yaptıkları medya faaliyetleri bulunmaktadır. Böylelikle yaşam tarzları üzerinde etkileri bulunan sosyolojik olgularının yeni bir araştırma alanı doğurduğu gözlenmektedir. Bu konuda Claude Levi-Strauss, “Bir toplumun yemek pişirme biçimi, toplumsal bilincin yapılarını tercüme ettiği bir dile benzemektedir”, söylemine yer vermektedir (2016, s. 15 akt. Tutar & Durukan, 2020, s. 343). Bu bağlamda, araştırmanın konusunu oluşturan yemek sosyolojisi ve sinemada yemek olgusunun incelenmesi sosyolojik bulgular kapsamında değerlendirilmektedir. Gösterinin ideolojik işlevleri ve toplumsal tüketim algıları ve kültürün sosyolojik mesajları alana ait kuramsal çerçevede incelenmektedir.

Yemek Sosyolojisi ve Sinema Kavramı

Yemek insanoğlunun hayatta kalabilmesini sağlayan en temel ve evrensel ihtiyaçlarından biridir. Maslow’un (1943) ihtiyaçlar hiyerarşisi şemasında ilk sırada yer alan yemek, insanoğlunun ilk fizyolojik ihtiyacı olarak görülmektedir. Ancak insanlarda benzer fizyolojik ihtiyaçlara rağmen, gıda alışkanlıkları evrensel, doğal veya kaçınılmaz değildir; bunlar sosyal yapıları ve kültürlere ait önemli farklılıkları bulunmaktadır (Germov & Williams, 2008, s. 6). Yemek, herhangi bir insan grubunun yeme biçimi çeşitliliğini, hiyerarşisini ve organizasyonunu desteklemesine yardımcı olur, aynı zamanda hem birliğini hem de farklı yiyecekleri yiyenlerin ötekiliğini ortaya koyar. Bu sayede yemek kimlik algısının merkezinde yer alır. Gıda, bireysel kimliğin de merkezidir, çünkü insanoğluna verilen bireysellik biyolojik, psikolojik ve sosyal olarak dahil etmeyi seçtiği gıdalar tarafından inşa edilir (Fishler, 1988, s. 275). Vejetaryen yemek siparişi vermek, elmalı turta yemek, moda uygun bir kafeye gitmek, özel bir şarap içmek veya egzotik bir yemek yemek bir bireyin sosyal statüsünün, grup üyeliğinin veya felsefi inançlarının sosyal belirteçleri olarak kullanılabilir ve yorumlanabilir (Germov & Williams, 2008, s. 6).

Gıda, yemek pişirme ve yemek üzerine yapılan çalışmalar beslenme uzmanlarıyla sınırlandırılırken günümüzde antropoloji, sosyoloji, tarih, felsefe, ekonomi gibi disiplinler arası alanları da içerecek şekilde genişlemiştir. Avakia ve Haber'e (2005, s. 1) göre yemek olgusu; toplumsal kadın kimliğinden, felsefe, politika, sosyoloji ve kültürel çalışmalara kadar uzanan geniş bir alanı kapsamaktadır. Yemek olgusunun diğer disiplinlerle kurduğu sembolik ve simbiyotik ilişkiler popüler bir araştırma konusudur (Kanık, 2018, s. 14, Poole, 1999, Lindenfeld & Parasecoli, 2017, s. 27).

Yemek sosyolojisi tarihinde Claude Levi-Straus (1974) ve Mary Douglas (1996), kültürlerin ve mutfakların ilişkilendirildiği kavram ağlarına odaklanmaktadır. Levi-Straus (1974, s. 42) Yapısal Antropoloji (Structural Anthropology) adlı kitabında kültürün, dil bilim ile olan ilişkisinin yemek alışkanlıkları üzerinde olan etkilerini antropolojik bağlamda incelemiştir. Avcılık ve toplayıcılık dönemlerinden, modern Fransız ve İngiliz antropolojisine dair yemek ilişkilerinin anlatıldığı kitap, kültürlerin yemek sosyolojisinin tarihsel bağlamını incelemek açısından önemlidir. Popüler kavramının lezzetler için kullanılması, zevklerin sosyal olarak yapılandırılmış boyutları ise Bourdieu (1979, s. 165) tarafından yapılan normatif uygulamalardır ve yeme davranışıyla ilgili sosyal davranışları incelemiştir. Zevkler ve lezzet kavramının popülerliği, burjuva sınıfına ait normlarla anılmasında öncü kabul edilir (Fishler, 1988, s. 275). Douglas (1996, s. 63) insanoğlunun iyi, kaliteli ve değerli olgusuna yönelik arzularını sosyal kondisyonun rasyonel davranışlara dönüşmesi olarak açıklamıştır. Mutfak sanatının, ayrıntılı formlara sahip olması kültürel ve sosyal koşullarla ilişkilendirilmektedir (Goody, 1982, s. 36).

19. yüzyılın sonundaki icadından bu yana sinema, yaşam tarzları oluşturma, davranış modellerini geliştirme, güzellik standartları oluşturma, modayı belirleme ve tanıtımı teşvik etmek amacıyla sıklıkla kullanılmaktadır (Rocha, 2009, s. 266). Yemek olgusu ve sinemanın birleştirilmesi 1895 yılında Auguste ve Louis Jean Lumiere tarafından çekilen ilk filmlerden biri olan Bebeğin Yemeği (*Le repas du Bébé*) adlı filmde bir bebek yemek yerken tasvir edilmektedir. Lumiere yemek unsurunu sempatische ederek, sıradan ve güven verici bir sahne olarak göstermiştir. Toplumun bu yeni teknolojiye karşı aidiyet ve güven verici aşinalık duymasını sağlamak amacıyla yemek unsurunu kullanmıştır (Lindenfeld & Parasecoli, 2016, s. 6).

Sinema; televizyon, radyo ve diğer medyanın yanı sıra duygusal eğitimi teşvik eden pedagojik bir araç olarak kullanılmaktadır (Geertz, 1973, s. 4). Günlük deneyimleri anlamlandıran çağdaş insanların ruhlarının oluşumunda sinema, sembolik bir operatör olarak görülebilir. Canevacci ve Coutinho (1984, s. 212) tarafından yedinci sanat olarak adlandırılan sinema kitlelerin yapısal antropolojisinde çağdaş toplumların bir çeşit mitolojisi olarak görülmektedir. Sinema, filmin tanımı gereği bir etnografi ortaya koyduğu için stil ve yazarlık gibi sanatsal üretimleri de barındırır. Öznel kavramları gözden kaçırmadan sosyolojik bir kayıt oluşturur ve kültürel bir metin oluşturarak belirli bir tarihsel-kültürel mirasa atıfta bulunur (Rocha, 2009, s. 266).

Sinema evreninde türler hikâyeye içeriğine (savaş filmi) dayalıyken, bazı türler edebiyattan (komedi, melodram) veya medyadan (müzikal) alınır. Bazıları performansa dayalı (Astaire-Rogers filmleri) veya bütçe temelli (gişe rekorları kıranlar), bazıları ise sanatsal statüye (sanat filmi), ırksal kimliğe (siyah sinema), lokasyon (Western filmler) veya cinsel yönelimli (queer sinema) filmler olarak sınıflandırılır (Stam 2000, s. 14). Tür kelimesi, kelime kökeni olarak, Latince 'tür' veya 'sınıf' kelimesinden gelir. Tür, söz bilimsel terim olarak, edebi teori ve medya teorisi alanlarında ayırt edici bir metin türüne atıfta bulunmak için yaygın olarak kullanılmaktadır (Chandler, 1997, s. 1). Robert Allen (1989, s. 44) tür araştırmalarının temelini doğal ve tipolojik olarak oluşturduğunu, cins ve türlere ait

bilimsel sınıflandırmanın edebiyat dünyasında da türlere bölünmesi ve bu türlere göre isimlendirilmesi gerektiği görüşünü ortaya koymuştur. Jane Feuer (1992, s. 144) ise “Tür, ampirik olarak dünyada var olan bir şeyden ziyade soyut bir kavram” olarak tanımlamıştır.

Yemeğin önemli bir unsur olarak kullanıldığı ancak ilgi odağı olmadığı dönem artık geride bırakılmış, anlatıcının yiyeceğin kendine odaklandığı filmler günümüz film endüstrisinin eğilimlerinden biri haline gelmiştir. Gaye Poole'un (1999, s. 11), belirttiği gibi Yiyeceklerden yapılabilecek sembolik kullanımlar geniş bir yelpazeyi kapsayabilir (Bover, 2004, s. 22). Bu bağlamdan yola çıkarak gastronomi olgusunun bir film türü olarak, yemeğin kimliksel özelliklerin sosyal ve kültürel bileşenler ile etkileşimi sonucunda sosyolojik ve antropolojik girdilerin ekrana yansımaları tanımlanabilir.

Gastronomi Konulu Filmlerin Sosyolojik ve Antropolojik Kapsamı

Sinemanın görsel gücü, sosyal yapının bir parçası olan yemek ritüelinin toplumsal temsilin yansıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Altun, 2020, s. 53). Filmlerin yemek temalı bölümleri incelendiğinde, yemeğin sinemada sahip olduğu anlatım gücü, yönetmenin gücü kullanış şekli ile farklılık yaratmaktadır. Sinema filmlerinde, yemek aracılığıyla kurulan anlam dizgeleri, seyirciye algılayabileceği kültürel bir işaret (semiolojik birim) dizgesi yaratmaktadır (Kanık, 2012, s. 14). Yemek kültürü insan kimliğini etkili bir şekilde anlatmaktadır. Anlatım biçimi nedeniyle çağdaş kitle kültürünü medya formları aracılığıyla sunmaktadır (Montanari, 2006, s. 13; Baron, 2006, s. 94). Sinemada işlenen yemek kültürü sembolik anlatılar aracılığıyla izleyiciye ulaştırılır. Yemek kimliğinin temsil ettiği semiolojik anlamlar ilerleyen paragraflarda incelenmiştir.

Sinemada Gastronominin Yumuşak Güç Olarak Kullanımı

Her devlet, gelişimini tamamladıktan sonra kendini korumak ve var olduğunu hissettirme gereksinimi duymaktadır. Güç, devleti bağımlıktan kurtaran bir adım olarak görülmektedir. Devletlerin sahip olduğu fiziki ve sosyal yapısı, güç kavramı üzerinde bir derecelendirme olgusudur. İlerleyen zaman diliminde güç kavramının evrimleşmesi kaçınılmaz bir son olmuştur. İlk çağlarda toprak bütünlüğünü korumak veya genişletmek niyetiyle devletlerin, bir devlet bilinci oluşturmak adına birbirlerine karşı uyguladıkları güç “sert güç” olmuştur. Zaman içerisindeki gelişim seviyeleri, komşuluk ilişkileri artan devletlerin, uygulamak zorunda kaldıkları yeni bir kavram yaratma ihtiyacı “yumuşak güç” kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Başlangıçta farklı devletler üzerinde karizma yaratma niyetiyle başlayan “yumuşak güç” kullanımı zaman içerisinde siyaset gibi diğer politik yaklaşımlarla beraber şekillenmiştir (Eryılmaz, 2018, s. 13-17).

Kültür yoluyla başkalarını etkileme isteği, “kültürel diplomasi” veya “yumuşak güç” istihdamı olarak kavramsallaştırılmaktadır (Lowric, 2016, s. 32-33). Joseph Nye, tarafından geliştirilen yumuşak güç kavramı, “bir ikna aracı olarak zorlama, güç kullanma veya para verme yerine cezbetme ve birlikte seçme yeteneğini tanımlamak” şeklinde kullanmıştır (Nye, 2004, s. 23). Kültürel politikaları etkili bir şekilde aktarma yolundaki ilk adımı Amerika Birleşik Devletleri, Hollywood sineması ile atmıştır (Eryılmaz, 2018, s. 13-17). ABD, ekonomik gücün itibar ve çekiciliğe katkısı göz önünde bulundurulduğunda, potansiyel olarak yumuşak güç sağlayabilecek birçok kaynağa sahip olan bir ülkedir. ABD'nin yanı sıra Birleşmiş Devletler ve Sovyet Rusya, yumuşak gücü etkin bir rekabet algısı ile kullanmaktadır. Yumuşak güç kullanımı, sert güç unsuruna nazaran, sağlanmak istenen etkinin alıcının kabulüne bağlı olmasından dolayı uygun ortamın ve istenen sonuçların üretimi açısından çeşitli zorluklara sahiptir (Nye, 2004,

s. 4). Yumuşak güç, eğlence sağlamanın yanı sıra edebiyat, şiir, dil, tarih, müzik, mimari gibi milletlerin sahip olduğu kültürel öğeleri sentezleme hususunda fayda sağlarken, aynı zamanda çekici karakterler ve dinamik anlatılar aracılığıyla bireyler üzerinde empati oluşturmaktadır (Chua, 2012, s. 119). Ülkelerin kültürel etkilerinin yayılmasında, belirlenen politikalarda ve diğer ülkelerle olan ilişkilerin şekillendirilmesinde yumuşak gücün kullanımı artan bir değere sahiptir (Nye, 2004, s. 25). Kültür, topluluklar için anlam ortaya çıkaran evrensel bir değere sahip olmakta ve bu alanda yapılan politikaların uluslararası politikalarda belirleyici kaynaklar olarak adlandırılmaktadır (Nye, 2004, s. 34).

Duyguları karıştırma, fikirleri şekillendirme ve bireylerin bakış açılarını etkileme gücüne sahip olan filmler, bu yetenekleriyle sahip olduğu popüler kültürü, ihraç amacı güden ülkenin hedef kitlenin tutum ve davranışlarını etkileyebileceği ve siyasi etki araçlarına dönüşümünü sağlayabileceği önermesini vurgular niteliktedir (Lowric, 2016). Sinemanın yumuşak güç kavramı ile birlikte bir etki yaratma ve tutum oluşturma amacı, gastronomi temalı yemek filmlerinde de kendini göstermektedir. Bir Tutam Baharat (A Touch is Spice), Paris Yanılgısı (Bottle Shock) ve Ramen Dükkânı (Ramen Shop) filmlerinde kültürel ürünler ve öğelerin aktarımı yumuşak güç kavramı aracılığıyla işlenmiştir. Hedef kitle olarak görülen izleyici portföyünün, yaşadığı bu deneyim ile beraber farklı bakış açılarının oluştuğu ve zihinlerinde yeni fikirlerin şekillendiği öngörülmektedir. Bu bilgiler ışığında, sinemanın, kişiler üzerinde algı değişikliği yaratması (Anderson vd., 2003) hususundan bahsetmek mümkün olacaktır.

Yemek ve Kimlik Kavramı; Sinemada Etnisite, Kültür ve Gelenek Etkileşimi

Yemek, dünya üzerinde farklı halkların tercihleri ve imkânları doğrultusunda tatlara sahiptir ve gelişim göstermiştir. Lezzet, kültürel ve tarihsel birikimlerin sonucunda belirlenmiş bir kültürdür (Montanari, 2006, s. 62). Pierre Bourdieu (1979), yemeklerin sosyolojik tüketimi konulu çalışmasında, sanat, film, edebiyat, moda ve yemek arasındaki sınıfsal ilişkilerin belirli yaşam tarzları, etnik köken ve kültürel ayırt edici unsurlarla şekillendiğinden bahsetmiştir. Yemek alışkanlıkları, toplumun açık kimliğinin belirlenmesinde önemli bir hizmet aracı olarak görülmektedir. Sınıfsal tüketimin yanında bazı antropologlar, yemek tüketiminin etnik kimlik, dini ayrımcılık ve toplum içindeki farklılıklarına odaklanmıştır (Goody, 1982; Levi-Strauss, 1974). Gıdalar, birçok sosyal ilişkiyle etkileşim halinde olup yalnızca beslenme amaçlı tüketilmemektedir (Caplan, 1997, s. 3). Her grup kendini istisnai olarak görmekte ve bu farklılığı kanıtlama amacıyla yiyecekleri kullanmaktadır. Yemek kimliğinin oluşmasında din, etnik köken, gelenekler ve tarih yoğun bir şekilde birbiriyle bağlantılıdır. Örneğin, Fransız kimliği beyaz ekmeğe bağlanırken, güney İtalya domates sosu konusunda ısrarcıdır (Civitello, 2011, s. 8). Sosyal sınıf ve yemek bağı arasında genellikle tüketim uygulamaları ve gıda alışkanlıkları ayırt edici özellikler olarak ortaya çıkmaktadır. Yemek kimliğinin bir parçası olarak statü ve sosyal sınıflandırmalar gurme yiyecekler, lüks restoranlar, mutfakları yücelten medya yayınları aracılığıyla sosyal belirteçlerden biri olmuştur (Montanari, 2006, s. 94).

Kültürel yemek kimliklerini yücelten filmler arasında Büyük Gece (Big Night), Vatel (Vatel), Efsane Şef (Le Grand Chef), Sarayın Tadları (Les Saveurs Du Palais), Tatlı Fasülye (Sweet Bean), Bir Fincan Aşk (Cup of Love), Günün Menüsü (Today's Special) ve Aşk Tarifi (A Hundred Food Journey) sayılabilir. Etnik kökene özgü ayrıştırılmış mutfak örneklerinin gösterildiği filmlerde, İtalyan yemek kültürü, Japon görgü kuralları, Fransız saray mutfağı, Kolombiya kahvesi, Kore mutfak kültürü ve Hint mutfak kültürü gibi olgular filmlerin kimliksel özelliklerini oluşturmaktadır.

Damak Zevki ve Lezzet Olgularının Çocukluk Yılları ve Aile Bağlarıyla İlişkilendirilmesi

Yiyecek alışkanlıkları açısından 'birey' ve 'sosyal' bağlantı erken çocukluk döneminde aynı süt diyetini tüketmesiyle başlamaktadır. Farklı kültürel grupların çocukları tamamen farklı diyetlerle beslenirken, ortak gıdalar olmadan da diyetlerini sürdürebilmektedirler. Bu gözlem, erken deneyimin ve yeme alışkanlıklarının şekillendirilmesinde yemeğin sosyal ve kültürel bağlamının temel rolüne işaret etmektedir (Birch, Fisher & Grimm-Thomas 1996, s. 162). Cardello (1996) çalışmasında bebeklik çağındaki emme gibi refleksif hareketlerin gerekli besin maddelerinin alınmasında önemli bir davranış olduğundan bahsetmiştir. Bu sayede acı-ekşi-tatlı tatlara alışan damak zevki ilerleyen yıllarda damak hafızasında kullanılmak üzere yerleşmiştir. İlk lezzetlerin aile de edinilmesinin ardından çocukluk çağlarında anne yemekleri, aile masası gibi kavramlar kişinin benliğinde güven ve sevgi duygularını sembolize etmektedir. Ailenin varlığının bir parçası olan beraber yemek yemek, sohbet etmek için bir araya gelinen günün en önemli anlarından kabul edilmektedir (Caplan, 1997, s. 39-43).

Bu bağlamda çocukluk hafızasında yer alan anne ve aile yemekleri göstergeleri sinemada sıklıkla kullanılmış, izleyicilerin empati yeteneğine hitap ederek film ile aralarında bir bağ kurulmasını sağlamıştır. Tatlı Tuzlu (Eat, Drink Man Woman), Büyük Gece (Big Night), Günün Menüsü (Today's Special), Yemek Tarifi (Doenjang), Ramen Dükkanı (Ramen Shop) ve Geceyarısı Restoranı (Midnight Dinner) filmlerinde yoğun olarak yaşanan aile bağları teması kültürel ve geleneksel kimlikle birleştirildiğinde çocukluk hatıralarının damak zevkinde oluşturduğu izleri sembolize etmektedir. Sinema aracılığıyla aktarılan anne yemekleri kavramı oldukça genel bir göstergedir. Anne olgusunun duygusal göstergeleri yemekler ile pekiştirilmiştir.

Yemek, Din ve Haz İlişkisi

Sinemanın popüler kültürdeki algıları etkileme hususundaki merkezi rolü, dikkate alındığında dini bilinci oluşturma üzerindeki etkisi yadsınamayacak kadar fazladır. Bu bağlamda sinema filmleri, dini öğeleri oluşturan ya da etkisi altına alan bir araç olarak görülmektedir (Bilici, 2007, s. 141). Bu tarz dinsel anlatılar, yeme içme davranışlarını düzenlerken, "insanın hayatta kalması için beslenmesi gerekir" bakış açısından ziyade tanımladığı inancın ahlaki yaklaşımını ve hayatı anlamlandırmasını sağlayacak şekilde düzenlenmiştir (TDV, 1997).

Dini nedenlerden dolayı diyetlerinde sınırlandırmalar yapan, beslenme sistemini katı kurallar ile uygulayan topluluklarda bulunmaktadır (Civitello, 2011, s. 8). Dini kimliğin bir uzantısı olarak Yahudiler ve Müslümanların domuz etinden kaçınmaları, Budistlerin her türlü etten uzak durmaları örnek verilebilir.

Bireylerin tatmin duygusunu arttıran, ruhlarını doyuran bir araç niteliği taşıyan yemek, baskı altında tutulan haz duygusunu gün yüzüne çıkarmaktadır (Sezerel & Çınay, 2020, s. 18). Sinemanın, dini öğeler ve dini etkileri altında, bireylerin belirlenmiş yeme içme eylemlerine vurgular yaparak haz duygusunun yemek ile ilişkisinin aktarımı gastronomi temalı filmlerde sıklıkla karşılaşılan bir durum haline gelmiştir. Bu aktarımdan hareketle, Babette'nin Şöleni (Babette's Feast), Çikolata (Chocolat) ve Acı Çikolata (Like Water for Chocolate) filmlerinde yemek baskın sembolik anlamlara sahiptir. Gıda maddelerinin kişilerde haz duygusu yarattığı sahnelerle sahip filmlerin, ruhsal doyumu harekete geçirme hususunda etkili bir rol üstlenmiştir. Toplumların sahip olduğu inanç sistemi ve yeme alışkanlığının gastronomi temalı filmler aracılığıyla aktarımı ve gerçekleşen haz duygusunun kişiler üzerindeki etkisinden de söz etmeyi mümkün hale getirmektedir.

Sinemada Seyahat Temasının Turizm Faaliyetine Katılım Niyetine Etkileri

Turizm endüstrisi büyümeye devam ettikçe ortaya çıkan profesyonel kimlik duygusu, turistlerde etnik kültürel değerlerin ve yöresel yemek mutfak deneyimlerinin arayışına girmişlerdir (Cook vd., 2014; Cunha, 2018, s. 94; Zainal vd., 2010, s. 17). Sofistike bir yaşam tarzının turistler tarafından gıda deneyimine odaklandığı, belirli bölgelere bağlanan deneyimler etkili bir turizm aracı olarak görülmektedir (Kivela & Crotts, 2006; Richard & Hjalager, 2002). Anderson vd., (2003) yılında yaptıkları bir araştırmada medya kaynaklarında bulunan olguların psikolojik, davranışsal ve psikolojik sağlık hakkındaki etkilerini, şiddet konusunu ele alarak incelemiştir. Davranışsal sonuçlar doğurması açısından medyanın etkili kullanımının önemini artıran çalışma, medya etkilerinin insan davranışları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Medyada yansıtılan deneyimleri yaşama arzusu, turistlerde yeni seyahat niyetlerinin oluşmasında aracılık faaliyeti üstlenmektedir. Gastronomi temalı sinema filmlerinde izleyicinin etkilendiği seyahat ve yerel kültür deneyimleri yoğun olarak gösterilmektedir. Hayatımın Tatili (Last Holiday), Sideaways ve Ramen Dükkanı (Ramen Shop) filmlerinde yerel kültür deneyimlerinin yoğun olarak işlenmektedir. İzleyicinin bu deneyim sonunda seyahat etme niyetinin oluştuğu, sinemanın kitlesel eğilimler oluşturma konusunda bir trend belirleyicisi olduğundan bahsetmek mümkündür (Kanık, 2018, s. 22-26).

Modern yemek kavramına ilişkin bilgiler tüm insanlık tarihini kapsayan sosyal, kültürel, politik ve siyasi hiyerarşilerin oluşumuna zemin hazırlamakta, toplumsal yaşamın kitle iletişim kaynakları üzerinden aktarımlarını beraberinde getirmektedir. Yemek filmlerinde işlenen konular gündelik hayatın bir yansıması niteliğinde olup, siyasi hiyerarşiyi, dini faaliyetleri, toplumsal cinsiyeti veya ötekileştirmeyi yemek yemeye ve pişirmeye odaklanarak izleyiciye aktarmaktadır. Günümüzde sinemanın yalnızca salonlarda sınırlı sayıdaki izleyiciye ulaşmadığı, gelişen teknoloji kanalları ve medya araçları sayesinde filmlere kişilerin oturma odasında erişebilir hale geldiği gözlenmektedir. Bu yakın ilişki doğrultusunda sinema, gündelik hayatın bir parçası olduğu kadar, gündelik yaşamın da temsili niteliğindedir.

Gastro sosyoloji ve medya ilişkisi bağlamında yemek filmlerinin merkezi bir anlatı dili oluşturduğu ve sinemada yeni bir film türü olarak yemek filmlerinin geliştiği söylenebilir (Lindenfeld, 2011, s. 8). Kanık (2018, s. 74) Gastro Sinema adlı kitabında yemeğin dönüştürücü etkilerinin, filmlerde merkezi rol oynamasını incelemiştir. Filmlerde yer alan yemek sahnelerinin varlığı ve yokluğunun bir temsili olabilmektedir Bosley (1990, s. 13) ise yemeğin finansal durumlar karşısında bir iş bitirici olduğunu ve olay örgüsü içerisinde yer alan yemek kavramının bu sorunu çözdüğünü vurgulamaktadır. İzleyiciler üzerinde insanı tümüyle koşullandırılmış ve edilgen konumlandırılan bilinçdışı, farklı uyarıcılara maruz bırakan sinema, toplumsal davranışların şekillenmesi hususunda da oldukça önemlidir. Bu durumda popüler kültürün oluşması sinematik çevrede incelenebilir. Bu çalışmada sinemanın yemek filmleri bağlamında toplumsal etkilerini incelemek söz konusudur.

Araştırmanın Yöntemi

Son yıllarda gastronomiye dair ilginin artması ile birlikte sosyal medya, televizyon, gazete, dergi ve sinema gibi kitle iletişim araçlarında gastronomi temalı içerikler giderek artan bir popülerliğe sahip olmuştur. Gastronomi olgusunun çeşitli temalar ile beraber işlenerek insanlar üzerinde kültürel bir etki oluşturması ve davranışlar üzerinde etkin rol oynadığı düşünülmektedir. Bu araştırmada, kitle iletişim araçlarından sinema ele alınarak sinemadaki gastronomi temalı filmlerin hangi oranda yer aldığı, ağırlıklı olarak işlenen temaların neler olduğu ve sinema

aracılığıyla çeşitli temaların yansıtılma şekli ve sıklığının incelenmesi amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden olan içerik analizi yöntemine başvurulmuştur.

İçerik analizi; inceleme kapsamında toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve temalara ulaşmaktır (Strauss & Corbin, 1990, s. 242, Yıldırım & Şimşek, 2016). İçerik analizi tekniğinde temel amaç; birbirleriyle benzer olan verilerin belirlenen kavramlar ve temalar aracılığıyla bir araya getirilmesi ve bu kavramların okuyucunun anlayabileceği bir formda yorumlamasıdır. Bu temel amaç doğrultusunda içerik analizi yöntemi kapsamında kullanılan aşamalardan biri olan kodlama aşamasından faydalanılmıştır. Kodlama; verilerin içerik analizi yöntemine tabi tutulması sonucunda oluşturulan bu veriler arasındaki anlamlı olan bölümlere (sözcük, paragraf gibi) yeni isimler verilmesidir. Kodlama sürecinde amaç; elde edilen verilerin bölümlere ayrılıp incelenmesi, karşılaştırılması, kavramlaştırılması ve birbirleriyle ilişkilendirilmesidir (Strauss & Corbin, 1990, s. 242).

Araştırmanın evrenini, vizyona girmiş, ulaşılabilirliği mümkün olan, doğrudan gastronomi teması ile ilişkili filmler oluşturmaktadır. Birçok kitleye hitap edebilmesi amacıyla ulaşılabilirliği tespit edilen, 27 Ekim 1976- 27 Mart 2020 tarihleri arasında yayınlanmış gastronomi temalı filmler örneklem olarak belirlenmiştir. Belirlenen tarihler arasında gastronomi temasının doğrudan işlendiği toplamda 52 adet filmin değerlendirme kapsamına alınabileceği tespit edilmiştir. Bunlardan 9 tanesi üzerinde ulaşılma kısıtlılığı ile karşılaşılarak incelemeye tabi tutulmamış iken 3 tanesi İngilizce altyazılı, 3 tanesi ise İngilizce dilinde izlenerek incelemeye tabi tutulmuştur. Belirtilen kırk dört yıllık zaman dilimine ait toplamda 43 adet film çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Belirlenen filmler 15 Haziran 2020 – 15 Ağustos 2020 tarihleri arasında her bir araştırmacı tarafından izlenerek analiz edilmiştir. Toplanan verilerin analiz edilmesi ve yorumlanabilmesi amacıyla içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Bu çalışmada araştırma örneklemini oluşturulurken incelenen filmler konuları ve yıllarına kategorilere ayrılmıştır. İçerik analizi tekniğinin çeşitlerinden sıklık, frekans, tema ve kodlama analizi yapılmıştır.

İncelenen sinema filmlerinde yemeğin sahne konumlandırılmaları ve anlamları, görsel öğelerde yer alan estetik değerler, kültürel unsurlar ve dolaylı anlatımlarla vurgulanan yemek imgeleri kodlama listesinin oluşturulmasında etkili olmuştur. Her bir katılımcı tarafından kendi algı gücüyle oluşturulan kodlamalar daha sonra ortak bir listede toplanmıştır. Kodlama listesinde konudan bağımsız duygu ve düşünce kodlamalarına yer verilmemiştir. Verilerin analiz sürecinde her bir araştırmacı araştırma örneklemini yalnız incelemiştir. Bu incelemeler sonucunda elde edilen bulgular birleştirilmiş ve ilk eleme sürecinden geçmiştir. Daha sonra elde edilen ortak kodlama listesi içerisinde yer alan kategorilerin sıklık ve frekans analizi gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Çalışma kapsamında değerlendirmeye alınan 43 adet sinema filmi inceleme kapsamına alınmıştır. Bu kapsamda filmlere ait içerik detayları; film adı, orijinal adı, yapım yılı, süre, türü ve filmin geçtiği alan olarak kategorilere ayrılmıştır. İncelenen film listesinde filmlerin çoğunlukla romantizm-komedi türlerinde çekildiği ve sahnelerin çoğunlukla mutfak ortamında geçtiği belirlenmiştir. Gastronomi temalı filmlerde 2000 yılından sonra yoğunluk yaşandığı gözlenmektedir. 2012-2017 yılları filmlerin en çok çekildiği 5 yıllık dönem olarak belirlenmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Gastronomi Temalı Sinema Filmleri

No	Film Adı	Orijinal Adı	Yapım Yılı	Süre	Türü	Filmin Geçtiği Alan
1	Eti Senin, Kemiği Benim	L'aile Ou La Cuisse	1976	104 Dakika	Komedi	Restoranlar
2	Tampopo	Tampopo	1985	114 Dakika	Komedi	Restoran Mutfağı
3	Babette'nin Şöleni	Babette's Feast	1987	102 Dakika	Dram	Ev Mutfağı
4	Aşçı, Hırsız, Karısı ve Aşığı	The Cook, The Thief, His Wife, Her Lover	1989	124 Dakika	Suç, Dram	Restoran
5	Acı Çikolata	Like Water For Chocolate	1992	123 Dakika	Romantik,	Çiftlik Evi
6	Tatlı Tuzlu	Eat Drink Man Woman	1994	123 Dakika	Komedi, Dram	Restoran Mutfağı- Ev Mutfağı
7	Büyük Gece	Big Night	1996	107 Dakika	Komedi, Dram	Restoran Mutfağı
8	Aşçılar Kralı	Sik San-	1996	92 Dakika	Komedi,	Yarışma Alanı
9	Karşı Koyulamaz	Simply Irresistible	1999	98 Dakika	Komedi, Fantezi	Restoran Mutfağı
10	Vatel	Vatel	2000	103 Dakika	Dram,	Prens Şatosu
11	Dinner Rush	Dinner Rush	2000	136 Dakika	Drama/ Komedi	Restoran/ Mutfak
12	Çikolata	Chocolate	2000	121 Dakika	Dram/ Romantik	Çikolata Dükkânı
13	Bella Martha	Mostly Martha	2001	109 Dakika	Romantik Komedi,	Restoran Mutfağı
14	Bir Tutam Baharat	A Touch Of Spice	2003	108 Dakika	Komedi, Dram, Yarı-Otobiyografik	Baharat Dükkânı, Ev Mutfağı
15	Sideways	Sideways	2004	127 Dakika	Komedi, Dram	Üzüm Bağları Arasında
16	Hayatımın Tatili	Last Holiday	2006	112 Dakika	Romantik Komedi	Otel Mutfağı
17	Aşk Tarifi	No Reservations	2007	104 Dakika	Romantik Komedi	Restoran Mutfağı
18	Ratatuy	Ratatouille	2007	111 Dakika	Komedi, Macera, Animasyon	Restoran Mutfağı
19	Bir Gastronomi Hikayesi Estomago	Estômago: A Gastronomic Story	2007	100 Dakika	Dram	Restoran Mutfağı- Cezaevi
20	Büyük Şef	Le Grand Chef	2007	114 Dakika	Komedi	Yarışma Alanı ve Özel Alan
21	Paris Yargısı	Bottle Shock	2008	110 Dakika	Komedi	Üzüm Bağları
22	Büyülü Tat	The Ramen Girl	2008	142 dakika	Komedi/Drama	Ramen Restoranı
23	Antika	Antique	2008	107 Dakika	Romantik Komedi	Pasta Dükkânı
24	Julie ve Julia	Julie & Julia	2009	123 Dakika	Komedi, Romantik	Ev Mutfağı
25	Günün Menüsü	Today' s Special	2009	99 Dakika	Komedi/ Bağımsız	Restoran Mutfağı
26	Aşka Ruhunu Kat	Soul Kitchen	2009	99 Dakika	Komedi	Restoran Mutfağı
27	Kung Fu Chefs	Gong Fu Shu Shen	2009	137 Dakika	Aksiyon/ Dövüş Sanatları	Mutfak- Yarışma Alanı
28	Tarif	Doenjang- The Recipe	2009	106 Dakika	Dram, Romantik	Şehrin Sokakları
29	Büyük Şef 2	Le Grand Chef 2	2010	119 Dakika	Komedi	Yarışma- Aile Restoranı

Tablo 1. Gastronomi Temalı Sinema Filmleri (Devamı)

30	Aşk Mutfağı	Love' s Kitchen	2011	93 Dakika	Romantik Komedi	Restoran Mutfağı
31	İsimsiz Romantik	Romantics Anonymous	2012	80 Dakika	Romantik Komedi	Çikolata Dükkânı
32	Şeflerin Savaşı	Comme un Chef	2012	84 Dakika	Komedi	Restoran Mutfağı
33	Sarayın Tadları	Les Saveurs Du Palais-Haute Cuisine	2013	95 Dakika	Komedi	Fransa Eliza Saray Mutfağı
34	Şef	Chef	2014	114 Dakika	Komedi	Restoran Mutfağı-Karavan
35	Aşk Tarifi	The Hundred Food Journey	2014	124 Dakika	Komedi, Dram	Restoran Mutfağı
36	Çok Pişmiş	Burnt	2015	102 Dakika	Komedi, Dram, Romantik	Restoran Mutfağı
37	Tatlı Fasulye	Sweet Bean	2015	113 Dakika	Dram	Fasulye Dükkânı
38	Bir Fincan Aşk	Love & Coffee Cup Of Love	2016	90 Dakika	Komedi, Romantik	Kahve Bahçesi
39	Özel Şef	This Is Not What I Expected	2017	106 Dakika	Romantik Komedi	Otel-Ev Mutfağı
40	Fırtına Gibi	Cook Up A Storm	2017	96 Dakika	Dram	Restoran Mutfağı-Yarışma Alanı
41	Ramen Dükkânı	La Saveur Des Ramen-Ramen Shop	2018	89 Dakika	Dram	Restoran Mutfağı
42	Gece Yarıları Restoranı	Midnight Dinner – Shen Yue Shi Tang	2019	103 Dakika	Dram	Restoran Mutfağı
43	Babamın Mutfağı	Uncorked	2020	104 Dakika	Dram	Restoran Mutfağı

Çalışma kapsamında, gastronomi konulu 43 adet sinema filmi incelenerek sosyal ve kültürel değişkenlere ait 73 adet kod belirlenmiştir. Belirlenen kodlara ait kodlama listesi çıkarılarak, filmler incelemeye tabi tutulmuştur. İlgili kodlama listesine ilişkin veriler Tablo.2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Gastronomi Temalı Filmlere Ait Temel Kod Analizi

Temel Kodlar	Sıklık	Frekans
Romantizm (Aşk)	58	5,71%
Lezzet	39	3,84%
Yiyecek- İçecek	39	3,84%
Aile Bağları	36	3,55%
Şef (Aşçı)	36	3,55%
Çatışma (çekişme)	32	3,15%
Haz	31	3,05%
Gelenek	29	2,86%
Doyum	28	2,76%
Kendini gerçekleştirme	28	2,76%
Yetenek	26	2,56%
Mutfak Ortamı	23	2,27%
Ölüm	23	2,27%
Kültür	23	2,27%
Stres (iş stresi)	23	2,27%
Başarı	22	2,17%
Örgüt Çalışması	22	2,17%
Restoran	21	2,07%
Tutku	21	2,07%
Arkadaşlık (Dostluk)	19	1,87%
Tadım (kör tadım)	19	1,87%

Tablo 2. Gastronomi Temalı Filmlere Ait Temel Kod Analizi (Devamı)

Estetik (Sunum)	18	1,77%
Özveri	17	1,67%
Azim (Kararlılık)	17	1,67%
Hırs	15	1,48%
Anne-Aile Tarifi (yemekleri)	14	1,38%
Yemek Tarifi	14	1,38%
Sofra (masa)	14	1,38%
Baskı	14	1,38%
Rekabet	14	1,38%
Din (İnanç)	14	1,38%
Mentör (usta)	14	1,38%
Gurme	13	1,28%
İlkeli Davranış	13	1,28%
Disiplin	13	1,28%
Ego (kendini beğenme- kibir)	12	1,18%
İşkoliklik	12	1,18%
Fransız mutfağı	12	1,18%
Yoğun Çalışma Temposu	11	1,08%
Kendinden Ödün verme	11	1,08%
Sorumluluk	11	1,08%
Sosyal sınıf (avam- elit)	10	0,99%
Banket (ziyafet)	8	0,79%
Önyargı	8	0,79%
Erdemli davranış	8	0,79%
Seyahat	8	0,79%
Yarışma	7	0,69%
Koku Duyusu	7	0,69%
Eğitim	7	0,69%
Yeniden Başlama	7	0,69%
Cinsellik	7	0,69%
Şiddet	6	0,59%
Japon mutfağı	6	0,59%
Göç (Göçmenlik)	5	0,49%
Kadın-erkek olgusu (erkek egemenliği)	5	0,49%
Ast-üst ilişkisi (hiyerarşi)	5	0,49%
Eleştirmen	4	0,39%
Michelin Yıldızı	4	0,39%
Merhamet	4	0,39%
Yumuşak Güç	4	0,39%
Ahlaklı davranış	3	0,30%
İtalyan mutfağı	4	0,39%
Çin mutfağı	4	0,39%
Hint mutfağı	2	0,20%
Danimarka Mutfağı	1	0,10%
Meksika mutfağı	1	0,10%
Kolombiya mutfağı	1	0,10%
Singapur mutfağı	1	0,10%
İngiliz mutfağı	1	0,10%
Meksika mutfağı	1	0,10%
Türk mutfağı	1	0,10%
Yunan mutfağı	1	0,10%
Toplam	1015	100,00%

Romantizm (5,71%), Lezzet (3,84%), Yiyecek- içecek (3,84%), Aile Bağları (3,55%) ve Şef (3,55%) kodlamaları yemek konulu sinema filmlerinde en çok kullanılan kodlar olarak öne çıkmaktadır. En az kullanılan ülke mutfaklarına ilişkin kültürel değerleri taşıyan mutfak kodlamaları ise- Danimarka, Meksika, Kolombiya, Singapur, İngiliz, Türk ve Yunan Mutfağı (0,10%)- olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada yemek kimliğinin oluşmasında aile geçmişi, sofraya (masa), aile bağları ve lezzet unsuru birbiriyle ilişkili kodlar olarak ele alınmıştır. Sinemada metaforik formlarıyla yemeğin birlikte yenilen aile yemekleri, sofraya (masa) kavramının birleştirici özelliği ve aile bağlarının aktarımı üzerinde söz konusu olmuştur (Tablo 3).

Tablo 3. Yemek ve Aile

Temel Kodlar	Sıklık	Frekans
Lezzet	39	3,84%
Aile Bağları	36	3,55%
Sofra (masa)	14	1,38%
Anne-Aile Tarifi (yemekleri)	14	1,38%
Yemek ve Aile	103	10,15%

Gastronomi temalı filmlerin içerik analizi yapılarak ulaşılan kodlardan aile ve yemek ilişkisi tablo 3’de gösterilmiştir. Lezzet temasının (%3,84) ve Aile Bağları temasının (%3,55) işlendiği görülmektedir. Sofra (masa) temasının (%1,38) ve Anne-Aile Yemekleri temasının ise (%1,38) eşdeğer miktarda işlendiği gözlemlenmektedir.

Gastronomi temalı filmlerde, yemeğin kişiler üzerinde yaratmış olduğu ve vurgulanan etkisine bakıldığında yemek ve din ilişkisi incelenmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Yemek ve Din

Temel Kodlar	Sıklık	Frekans
Erdemli davranış	8	0,79%
Din (İnanç)	14	1,38%
Merhamet	4	0,39%
Ahlaklı davranış	3	0,30%
Yemek ve Din	29	2,86%

Tablo 3’de din temasının işlendiği yemek filmlerinde etkileşimlerin din (1,38%), erdemli davranış (0,79%), merhamet (0,39%) ve ahlaklı davranış (0,30%) kodları ile ilişkisi gösterilmiştir. İçerik analizi sonucunda yemek ve din temalı kodlamaların temel kodlar ile ilişkisi 2,86 yüzdeleriyle ifade edilmiştir.

Gastronomi temalı filmlerde dikkat çeken diğer bir konunun kültür endüstrisi aracı olarak sinemanın ve oluşturulmak istenen yemek kimliğinin ilişkisi söz konusu olmaktadır (Tablo 5). Yemek unsurunun yumuşak güç olarak yarışmalarda kullanılması, kültür ve gelenek özellikleri yemek kimliğini oluşturan unsurlar olarak incelenmiştir.

Tablo 5: Kültür Endüstrisi Bağlamında Sinema ve Yemek Kimliği

Temel Kodlar	Sıklık	Frekans
Gelenek	29	2,86%
Kültür	23	2,27%
Rekabet	14	1,38%
Sosyal sınıf (avam-elit)	10	0,99%
Yarışma	7	0,69%
Yumuşak Güç	4	0,39%
Sinema ve Yemek	87	8,58%

Tablo 5 incelendiğinde yemeğin küresel boyutta filmler aracılığı ile sempati oluşturularak işlenmesi gelenek kodu (%2,86), kültür kodu (%2,27), rekabet kodu (%1,38), sosyal sınıf kodu (%0,99) ile oluşturulurken, kültürler arası etkileşimi arttıran yarışma kodu (%0,69), oranında işlenmiş olup bu kavramlar kullanılarak yumuşak güç temasının aktarılması ise (%0,39) oranında olduğu gözlemlenmiştir. Sinema ve yemek ilişkisini kültür endüstrisi bağlamında ele alan kodlamalar ve temel kod listesinin ilişkisi 8,58% ile ifade edilmektedir.

Gastronomi temalı filmlerde şeflerin karakteristik özellikleri kendini gerçekleştirme, kendinden ödün verme, hırs, azim, tutku, yetenek, özveri, disiplin, işkoliklik, ilkeli davranış temalarıyla bağdaştırılması söz konusu incelemelerde dikkat çekmektedir (Tablo 6).

Tablo 6. Gastronomi Temalı Filmlerde Şeflerin Karakteristik Özellikleri

Temel Kodlar	Sıklık	Frekans
Kendini gerçekleştirme	28	2,76%
Yetenek	26	2,56%
Tutku	21	2,07%
Özveri	17	1,67%
Azim (Kararlılık)	17	1,67%
Hırs	15	1,48%
İlkeli Davranış	13	1,28%
Disiplin	13	1,28%
Ego (kendini beğenme- kibir)	12	1,18%
İşkoliklik	12	1,18%
Kendinden Ödün verme	11	1,08%
Sorumluluk	11	1,08%
Şef Özellikleri	196	19,29%

Tablo 6’da şeflerin sahip olduğu karakteristik özellikleri incelendiğinde, kendini gerçekleştirme kodu (%2,76), yetenek kodu (%2,56), tutku kodu (%2,07), özveri ve azim kodları (%1,67), hırs kodu (%1,48), disiplin kodu (%1,38), işkolik ve ilkeli davranış kodları (%1,28), ego kodu ise (%1,18) kendinden ödün verme kodu (%1,08) olarak gözlemlenmiş iken sorumluluk kodu (%1,08) oranında işlenmiştir. Temel kodlarla ilişkisi ise 19,29% ile gösterilmektedir.

Gastronomi temalı filmlerde seyahat formunun karakterler üzerindeki tadım, lezzet, gurme, restoran ve yiyecek içecek kodları üzerindeki etkinliği ilişkilendirilmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Gastronomi Temalı Filmlerin Seyahat Niyetine Olan Etkisi

Temel Kodlar	Sıklık	Frekans
Yiyecek- İçecek	39	3,84%
Restoran	21	2,07%
Tadım (kör tadım)	19	1,87%
Gurme	13	1,28%
Seyahat	8	0,79%
Koku Duyusu	7	0,69%
Seyahat Niyeti	107	10,54%

Tablo 7 incelendiğinde gastronomi temalı filmlerin yarattığı seyahat etme arzusunun karakterler üzerindeki etkinliğinde yiyecek-içecek kodu (%3,84), restoran kodu (%2,07), tadım kodu (%1,97), gurme kodu (1,28), seyahat kodu (%0,79), koku duyusu kodu (%0,69) oranıyla genel kod listesinde yer almıştır. Sinematik yemeğin izleyicide yarattığı seyahat etme niyetine ait kodlamalar temel kodlar listesinde 10,54’lük bir yüzdeye sahiptir.

Bulguların sonucunda, elde edilen veriler incelendiğinde yemek konulu sinema filmlerinin içeriklerinin yoğunluklu olarak toplumsal alanda kişisel duygular ve maneviyatlara yönelik belirlendiği, yemeğin duygusal çağrışımlarının gösteri ögesi olarak ele alındığı kabul edilebilir. Geçmişteki çalışmalar incelendiğinde (Kanık, 2012: Sezerel ve Çınay, 2020: Tutar ve Durukan, 2020) sinema ve medya araçları üzerinde yapılan yemeğin sosyolojik anlamı araştırmaları oldukça yeni bir konu olup, yemeğin anlamsal mesajları gösterebilim ve içerik analizi tekniği kullanılarak incelenmiştir. Sinemada kullanılan yemek konusunun taşıdığı ve sembolize ettiği mesajları incelemesi

bağlamında benzeşen araştırmaların, ayırt edici özelliği olarak örneklem evreninin şimdiye kadar yapılmış çalışmalar arasında en geniş olan araştırma olma niteliğidir. Toplumun birçok alandaki özerkliğini konu edinen ve yansıtan sinema filmleri arasından yemeği doğrudan ana unsur olarak belirleyen filmler araştırmanın veri kaynağını oluşturmaktadır.

Sonuç

İnsanoğlunun yaşamını sürdürebilmesini sağlayan yemek, evrensel bir nitelik taşımakta, ailelerin ve toplumların yerel kimliklerinin oluşumuna katkı sağlamaktadır. Kültürler arasında yeme biçime ve pişirme yöntemlerine bağlı gelişen çeşitlilik, ekonomik ve coğrafik çevrenin imkanlarının doğrultusunda sosyal sınıfların oluşmasına neden olmaktadır. İnsanoğlunun varlığından bu yana yemek sosyolojisi olgusu antropolojik girdiler bağlamında incelemelere tabii tutulmuştur. Günümüzde beslenme algısı dışında antropoloji, sosyoloji, tarih, felsefe, ekonomi gibi disiplinler arası alanlarda kendini gösteren yemek kavramı çeşitli değişimler göstererek gastronomi biliminin aktarımını yemek sosyolojisi kavramı ile açıklama yoluna gitmiştir.

Bu çalışmada yemek konulu sinema filmleri içerik analizi yöntemiyle, yemek olgusunun birey ve toplum üzerindeki göstergeleri, sosyolojik ve antropolojik yönelimler doğrultusunda incelenmiştir. İncelenen filmlere ilişkin bilgiler doğrultusunda varılan sonuçlardan biri, yemeğin gündelik yaşamın tüm yapısını içerisinde barındırdığıdır. Sinemada kendine yer bulan yemek olgusu gıda konusundaki eğilimleri şekillendirme de medyanın rolü vurgulamaktadır. Filmlerde toplumsal göstergeler ve eğilimler yemek olgusu üzerinden din, cinsellik, romantizm, kültürel yozlaşma, geleneklerin korunması, aile kavramı ve duygular yansıtılarak yemek yumuşak bir güç olarak kullanılmış ve izleyiciye aktarılmıştır. Örneğin, dini sınırlandırmalara maruz kalan bireylerin yaşamın tadını alamadığı, muhafazakarlık kapsamında aktarılmaktadır. İnsanoğlunun beşerî faaliyetleri ve temel gereksinimleri yemek eşliğinde toplumsal hayatı temsil etmektedir.

Geniş kitlelere ulaşması açısından sinema bilinen en eski reklam aracı olarak görülebilmektedir. Yemeğin sosyal ve kültürel yansımalarının sinemada yer bulması yeni bir gelişim olmamakla birlikte son 15 yıllık dönemde artış göstermiştir. Kültürler arası etkileşimi arttığı ve globalleşen dünyada sınırların tekrar şekillendirilmesine yardımcı olduğu düşünülmektedir. Gündelik yaşama ilişkin aktarılan yemek ve ötekileştirme kavramları, yemek ve cinsiyet ilişkisi, yemek ve sosyal ayrımcılık gibi hassas toplumsal kavramlar sinema üzerinden aktarılmaktadır. Ancak, bu konu başka bir çalışma konusudur.

Filmler ülke imajı belirlemede bir reklam aracı olarak görülebilmektedir. Toplumların kültürel miraslarını koruması için bir araç olarak kullanılması, ülkelerin mutfak değerlerini arttırmaya yönelik medya yatırımları yapması incelenen filmler sonucunda erişilen bilgilerdendir. Devletin, yerel kurumlar ve medya aracılığıyla, kültürel mirasın korunması ve ulusal kimliğin ülke imajını güçlendirmesi amacıyla sinematik çalışmalar desteklenmektedir.

Sonuç olarak yemek ideolojisinin hayatın her alanında iyi ve kötüyü yakınlaştıran, erdemli davranışlarla onurlandırılan, sosyal hayatı zenginleştiren bir içerik olarak görülmesi yemek olgusunun sosyolojik anlamlarının genişlemesine yol açmaktadır. Yemeği romantize eden sinema ve yemek konulu bu çalışmanın gelecekteki çalışmalara ışık olması umut edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Allen, R. (1989). *Bursting bubbles: Soap opera audiences and the limits of genre*. Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power, 44-55.
- Altun, A. (2020). Sinemada ete dönüştürülen hayvanın temsili ve ataerkilliğin üretimi. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 47-59.
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., et al. (2003). *The Influence of Media Violence on Youth*. Psychological Science in the Public Interest, 4(3), 81–110.
- Avakian, A. V., & Haber, B. (2005). *From betty crocker to feminist food studies: Critical perspectives on women and food*. Liverpool University Press.
- Avcıkurt, C., & Sarıoğlu, M. (2019). *Gastronomi sosyolojisine genel bakış*. C. Avcıkurt ve M. Sarıoğlu (Yay. Haz.). Gastronomi olgusuna sosyolojik bakış içinde, 1-16.
- Baron, C. (2006). *Dinner and a movie: Analyzing food and film*. Food, Culture & Society, 9(1), 93-117.
- Bilici, M. V. (2007). *Hollywood filmlerindeki apokaliptik temalar: sinema, popüler kültür ve din*. Milet ve Nihal, 4(2), 139-161
- Birch, L.L., Fisher, J.O., & Grimm-Thomas, K. (1996). The development of children's eating habits (pp. 161-201), in H.L. Meiselman & H.J.H. Macfie (Eds.), *Food choice, acceptance and consumption*, Blackie Academic and Professional, London.
- Boswell, P. A. (1993). *Hungry in the land of plenty: Food in Hollywood films*. Beyond the stars III: The material world in American popular film, 7-23.
- Bourdieu, P. (1979). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bover, A. (2004). *Reel food*. Routledge.
- Canevacci, M., & Coutinho, C. N. (1984). *Antropologia Do Cinema: Do Mito À Indústria Cultural*. (Eds.) Brasiliense.
- Caplan, P. (Ed.). (1997). *Food, health and identity*. Routledge Press.
- Cardello, A. (1996). Food Choice, Acceptance and Consumption (pp. 239-263), in Meiselman, H. L. (Eds.). *The contextual basis for food acceptance, food choice and food intake: The food, the situation and the individual*. Springer, Boston, MA.
- Chandler, D. (1997): *An introduction to genre theory* URL <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre/intgenre.html> [Erişim: 29.05.2020].
- Chua, B. H. (2012). *Structure, audience and soft power in east asian pop culture*. (Vol. 1). Hong Kong University Press.
- Civitello, L. (2011). *Cuisine and culture: A history of food and people*. John Wiley & Sons.
- Cook, R., Hsu, C. H., & Marqua, J. (2014). *Tourism: The business of hospitality and travel*. Pearson.

- Cunha, S. (2018). *Gastronomic tourism, a differential factor*. Millenium, (05), 93-98.
- Çinay, H. H., & Sezerel, H. (2020). Ferzan Özpetek filmlerinde gösterge olarak yemek: Mine vaganti/serseri mayınlar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 111-136.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1979). *The world of goods. Towards an anthropology of consumption*, Rev. (Eds.) London And New York: Roudledge, 1996.
- Eryılmaz, Y. Ö. (2018). *Yumuşak güç ve sinema*. Ulusal Tez Merkezi.
- Feuer, J. (1992). *Genre study and television*. Channels Of Discourse, Reassembled, 2, 138-60.
- Fischler, C., (1988). *Food, self and identity*. Social Science Information 27:275-293.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures* (Vol. 5019). Basic books.
- Germov, J., & Williams, L. (2008). *Exploring the social appetite: A sociology of food and nutrition*. Oxford University Press.
- Goody, J. (1982). *Cooking, class and cuisine*. A Study in Comparative Sociology.
- Kanık, İ. (2016). *Gastro gösteri popüler kültür ürünlerinde yemeğin kültürel gösterisi*. Ayrıntı Yayınları.
- Kanık, İ. (2012). *Seyirlik Yemek: Modernite' den Postmodernite' ye Yemeğin Sinematografisi* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kanık, İ. (2018). *Gastro sinema*. Alfa Basım Yayıncılık.
- Kivela, J., & Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 30, pp. 354-377.
- Lindenfeld, L. A. (2011). Feasts for our eyes: Viewing films on food through new lense (Eds.) Janet M. Cramer, Carlita P.Greene & Lynn M. Walters, *Food as Communication: Communication as Food*, Peter Lang Publishing 3-22.
- Lindenfeld, L., & Parasecoli, F. (2016). *Feasting our eyes: Food films and cultural identity in the United States*. Columbia University Press.
- Lindenfeld, L., & Parasecoli, F. (2017). Food and cinema: An evolving relationship. *The Bloomsbury Handbook of Food and Popular Culture*, 27.
- Lovric, B. (2016). Soft power. *Journal of Chinese Cinemas*, 10(1), 30-34.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370.
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. Columbia University Press.
- Nye Jr, J. S. (2009). *Soft power: The means to success in world politics*. Hachette UK.
- Poole, G. (1999). *Reel meals, set meals: Food in film and theatre*. Currency Press.
- Richards, G., & Hjalager, A. (2002). *Tourism and gastronomy*, Routledge.
- Rocha, G. (2009). *Gastronomia sensual*. Civitas, Porto Alegre, V. 9, N. 2, P. 263-280, Maio-Ago.

- Samancı, Ö. (2012). Avrupa’da ve Türkiye’de yemek tarihçiliğine kısa bir bakış. *Yemekte Tarih Var Yemek Kültürü ve Tarihçiliği*.
- Stam, R. (2000). *Beyond fidelity: The dialogics of adaptation*. Film Adaptation, 54-76.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage Publications.
- Strauss, C. L. (1974). *Structural anthropology*. Persona & Derecho, 1, 571.
- Tutar, C., & Durukan, D. (2020). Gastronomi kültürünün inşası ve dönüşümünde televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye programları örneği. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 339-364.
- Türkiye Diyanet Vakfı. *İslam ansiklopedisi*, (1997). Sayı 15, İstanbul: İsam Yayıncılık, s. 278-282. Erişim Tarihi: 20.06.2020.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. 10. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zainal, A., Zali, A. N., & Kassim, M. N. (2010). Malaysian gastronomy routes as a tourist destination. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 2(1), 1-10.

Gastronomy Image on the Movie Screen: The Sociological Reflections of Food

Merve UÇKAN ÇAKIR

Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Van /Turkey

Serkan ŞENGÜL

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya /Turkey

Ebrar PARMAKSIZOĞLU

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya /Turkey

Extensive Summary

Since human history, food has been at the center of cultural, social, economic and political activities. All of the social behaviors that develop around food have been the subject of new research in the light of sciences such as sociology, anthropology, and gastronomy (Kanık, 2018, p.14, Poole, 1999, Lindenfeld & Parasecoli, 2017, p.27). Individuals who started their lives by consuming the same milk diet experienced changes in their taste and food culture as a result of the geography, economic opportunities and social trends they lived in (Birch, Fisher, & Grimm-Thomas 1996, p. 162). Sociology, as a branch of science that deals with changes and developments in society, examines the social impact areas of different cultures in human life (Avcıkurt & Sariođlan, 2019, p. 1). Differences in eating style are at the center of individual identity. Being a social being, human beings continue to be social through food. Eating in a luxurious restaurant can offer a unique experience, thanks the food that has a special place in every moment of everyday life. At the same time, individuals can organize invitations where food is the main subject in family and friends environments (Germov & Williams, 2008, p.6). Food can often find its place as a ritual among the beliefs and traditions of the society. Food is an important hero in all the sociological activities of a baby from the moment of birth to the moment of death. Food, which is used as the social markers of individual's social status, religious and philosophical beliefs, is a popular sociological phenomenon due to the relationships it establishes with other disciplines.

Since its invention at the end of the 19th century, cinema has been used as an important tool in the formation of social perceptions and in reflecting this perception. Cinema is frequently used for developing behavioral models, creating perceptions of beauty and determining fashion trends (Rocha, 2009, p.266). It is used as a ground on which the popular culture around the cinema is both reflected and created. It is possible to say that social elements of human life are romanticized and transferred to the audience. Cinema as the seventh art has been a symbolic operator in the formation of the souls of the right people since its inception (Canevacci & Coutinho, 1984, p.212). Since cinema, by definition, reveals an ethnography, it can reflect cultural texts in which different stories are told. In this context, films are classified as racial identity, location based or art films according to the stories they take (Stam, 2000, p.14). Food has been used as an important phenomenon in the cinema. However, the period when food was used just as a side character and as a complementary element to the scene without being the focus of attention has been left behind, and the food has become the main object of the narrator. As Gaye Poole points out (1999, p.11) the types of food and drink in movies serve as a metaphor for questions about the big life meaning. In this context, food now finds its place on the big screen as a movie genre. Sociological and anthropological inputs in which the identity characteristics of

individuals are transmitted through social and cultural components are transmitted to the viewer. Based on this transference, it is one of the aims of this study to examine the meanings represented by food identity in the food-themed films that focus on the concept of food.

In this research, the study universe is composed of films that have been released and are directly related to the gastronomy theme, which do not have accessibility restrictions. In this context, 52 films that were released between October 27, 1976 and March 27, 2020 were evaluated. Nine films from this universe were not included in the study due to the availability restriction. In addition to the 38 films analyzed in Turkish, a total of 43 films, 3 of which are in their original language (English) and 3 with English subtitles, were determined as research samples. The selected films were examined and analyzed by each researcher between 15th June 2020 – 15th August 2020. Collected data were analyzed using the content analysis technique. Strauss and Corbin (1990, p.242); defined content analysis as reaching concepts and themes that can explain the data collected within the scope of the examination. The main purpose can be interpreted as gathering similar data among each other through concepts and themes.

In this study, a coding list was created by determining 73 codes belonging to the social and cultural variables associated to show the food phenomenon in movies. It was determined that the films examined within the framework of the determined coding list mostly contain elements of daily life, personal feelings and spiritualities in the social field. It is seen that films about food as a movie genre aim to evoke familiar feelings in the audience with emotional metaphors on food. The examination of sociological variables symbolized by the concept of food used in cinema has been the subject of previous studies (Kanık, 2018, Poole, 1999, Lindenfeld & Parasecoli, 2017, Çınay & Sezerel, 2020, Tutar & Durukan, 2020). However, the sampling universe of motion pictures that reflect the autonomy of society in many areas and use food as the main element is the largest research.

By reflecting the social elements and tendencies in the films, religion, sexuality, romance, cultural degeneration, preservation of traditions, the concept of family and emotions, food was used as a soft power and conveyed to the audience. Cinema conveys the social and cultural reflections of food through the silver screen. Today, movies are accessible not only in movie theaters, but also in any medium where mass media are available. Based on this transference, it is also possible for cinema, which is so united with human life, to convey human life as it is.

In line with the findings of the study, the use of gastronomy as soft power, the concept of food and identity, the interaction of ethnicity, culture and tradition in cinema, palatal delight and taste phenomena, the relationship between food and religion, travel themes were analyzed in cinematic transfer and the themes of the findings were supported with literature research.

As a result, the use of food ideology as a content enriching element by the film industry is expanded, which is shaped around spiritual and social phenomena. Cinema's effect -as a tool to increase cultural interaction- on individuals' behaviors and intentions is increasing day by day. The basis of a new and global world that brings cultures closer lies in the ability of media organs to control perceptions in popular culture.