

DİJİTAL KÜLTÜR ÇAĞINDA GELENEKSEL TÜRK YEMEK KÜLTÜRÜ VE KUŞAKLARARASILIK

Eray ALPYILDIZ*

Öz

Teknoloji ve insan ilişkisinin yeniden işaretlenmesi olarak tanımlanan dijital kültür, insan yaşamını pek çok yönden biçimlendiren bir olgudur. Teknolojinin kendi dinamikleriyle toplumsal yapıyı ve kültürü şekillendirebilme gücüne karşılık insan faktörünün de teknolojik araçlara yön tayin edebilme ve bu araçlara kültürel içerik kazandırabilme yetileri bulunmaktadır. Teknoloji ve insan birlikteliğinin şimdiki durağı olan ve dijital kültür çağı adı verilen bu süreçte geleneksel Türk yemek kültürü bilgi, beceri, yaratıcılık, üretim, tüketim, anlatım, gösterim, eğlence, reklam, alışveriş, pazarlama gibi pek çok açıdan değişim ve dönüşüm içerisine giren alanların başında gelmektedir. Bu bağlamda insan ve doğa ilişkisi temelinde öğrenilmiş, oluşturulmuş, aktarılmış, olgunlaştırılmış ve zenginleştirilmiş yapısıyla geleneksel bilginin temel alanlarından olan geleneksel yemek kültürünün dijital çağdaki varlık alanı önem oluşturmaktadır. Diğer taraftan dil, edebiyat, eğitim, ekonomi, siyaset, eğlence, müzik, spor, giyim-kuşam, teknoloji gibi dinamikler açısından kültürel etkileşim, değişim ve çatışmaların ortaya konulduğu temel bir alan olan kuşaklararasılık ise geleneksel yemek kültürü üzerinden de tartışılabilme potansiyeli göstermektedir. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek kültürü, kuşaklararası ilişkiler kurabilme gücünün yanı sıra kuşaklararası ilişkilerin yapısının çözümlenmesinde önemli bir zemin işlevindedir. Kuşaklararasılığın çözümlenmesinin başka bir nedeni ise geleneksel Türk yemek kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanmasında insan faktörüne dikkat çekmektir. Bu açılarından dijital kültür çağında geleneksel Türk yemek kültürü -müstakil olarak açılacak pek çok çalışma başlığının yanı sıra- kültürel aktarım, değişim ve dönüşüm olgusunun kuşaklararasılık bağlamında okunabileceği bir çalışma alanı olarak karşımızda durmaktadır.

Bu çalışmada dijital kültür çağında geleneksel Türk yemek kültürü, kuşaklararasılık temelinde geleneksel yemek bilgisinin aktarımı ve öğrenimi; lezzet belleğinin nasıl oluştuğu ve işlediği; bu belleği biçimlendiren faktörlerin neler olduğu; yemeği kültürel açıdan kodlamanın değişen boyutu; alışveriş biçimleri ve bunların yansımaları; geleneksele dönüş hareketinde kuşakların tutumları; geliştirmekte olan mutfak teknolojilerinin geleneksel Türk yemek kültürü üzerindeki olası etkileri üzerinden çözümlenmiştir. Bu bağlamda geleneksel Türk yemek kültürünün dijital dünyada nasıl bir coğrafi parça edindiği incelenmiştir. Ayrıca geleneksel Türk yemek kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanmasında genç nesillerin kritik misyonları belirtilmiş ve eski nesillerin kültürel hazineler olarak nitelendirilebilecek geleneksel yemek bilgilerinin değeri vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, dijital kültür, geleneksel Türk yemek kültürü, kuşaklararasılık.

TRADITIONAL TURKISH FOOD CULTURE AND INTERGENERATIONAL RELATIONS IN THE AGE OF DIGITAL CULTURE

Abstract

Digital culture, defined as the reframing of technology and human relations, is a phenomenon that shapes human life in many ways. In addition to the power of technology to shape the social structure and culture with its own dynamics, the human factor also has the ability to draw the route of technological tools and to add cultural content to these tools. In this process, which is called the age of digital culture, traditional Turkish food culture undergoes changes and

* Doktora Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Halkbilimi Bölümü, Ankara/Türkiye, erayalpyildiz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8967-4612

transformations in many aspects such as knowledge, skills, creativity, production, consumption, expression, performance, entertainment, advertising, shopping, and marketing. In this context, it is a fundamental problem how the traditional food culture, which is one of the main fields of traditional knowledge that is formed and matures in the relationship between human and nature, is positioned in the digital age. On the other hand, the phenomenon of intergenerational which is a fundamental reflection field of cultural interaction, change and conflicts, has the potential to be discussed over traditional food culture. In other words, traditional food culture has an important function that shows the power of establishing intergenerational relations and analyzing the nature of intergenerational relations.

Another reason for the analysis of the phenomenon of intergenerational relations is to emphasize the importance of the human factor in ensuring the sustainability of traditional Turkish food culture. With this approach, digital culture, traditional Turkish food culture and intergenerational relations can be analyzed as a whole.

In this study, which traditional Turkish food culture in the age of digital culture based on an intergenerational approach, the following topics have been discussed: transfer and learning of traditional food knowledge; formation and processing of flavor memory; changing dimensions of culturally coding food; forms of shopping and their reflections; the attitudes of generations in the movement to rediscover the traditional; the possible effects of developing culinary technologies on traditional Turkish food culture. In this context, the critical missions of the younger or digital generations in maintaining the traditional Turkish food culture have been highlighted as well as value of the traditional knowledge of the older generations, which can be considered as cultural treasures.

Keywords: Digital culture, traditional Turkish food culture, intergenerational relations, cultural change, cultural transformation

Giriş

Dijitalleşme bilgi, eğitim, haberleşme, ekonomi, siyaset, sağlık, oyun, spor, eğlence, müzik, turizm, mekân ve yemek gibi pek çok unsurun üretim, tüketim, deneyim ve aktarım döngüsü içerisinde büyük bir değişim ve dönüşümünü karşılayan bir olgudur. Çağın teknolojik altyapısının sağladığı sistem ve olanaklara paralel olarak yaşamın hemen her basamağında ve alanında kişilerin ya da toplumların düşünme biçimleri, uğraşları, alışkanlıkları ve davranışları yeniden belirlenmektedir. Bu dönüşümün temel alanları içerisinde konumlanan geleneksel Türk yemek kültürünün ise kuşaklararası iletişim veya ilişkiler ağı içerisinde bütüncül olarak çözümlenmesi önem oluşturmaktadır.

Kuşaklararasılık meselesinde kültürel etkileşim ve değişimlerin ortaya konulduğu dil, edebiyat, eğitim, ekonomi, siyaset, eğlence, müzik, spor, giyim-kuşam gibi temel alanlar ve dinamikler arasında (geleneksel) yemek kültürünün de olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle kuşaklararası ilişkilerin kurulması ve şekillenmesinde yemek, önemli bir zemin işlevindedir. Bununla birlikte kuşakları tanımlama ve kuşakların niteliklerini belirleme ölçütleri arasında teknolojinin bulunması; teknolojinin de kültürel değişimlerin temel dinamiklerinden olması (Özdemir, 2019) bu konudaki yapılacak kültür bilimi çalışmaları, dijital kültür ortamı incelenmelerinin yörüngesine oturtmaktadır.

“Folklor araştırmalarında anahtar bir terim olan gelenek” (Dan-Ben Amos, 1984: 101) birçok disiplin içerisinde de tartışmalı, karmaşık, çelişkili, çarpıtılabilen, yanlış algılanan kavramların başında gelmektedir. Gelenek bir yönüyle geçmişin yüceltilmiş çağrışımı, diğer yönüyle de kötü geçmişin silinmesi gereken izleri ve modernitenin zıddı gibi karşılıklar bulmaktadır. Gelenekle ilgili bilimsel zemindeki bazı tartışmalar bir tarafa, gelenek kavramının bu çalışmada altını çiziceğimiz işlevi, yemek kültürü ile yan yana gelen boyutu ve bunun da kuşaklararasılık olgusuna kapı aralamasıdır. Başka bir ifadeyle gelenek, anlam olarak kuşaklararası görüş alanına girme niteliği sergileyen bir kavramdır. Geleneğin sözcük anlamları içerisinde geçmişten gelen, nesilden nesile dolaşıma geçirilen ve miras bırakılan niteliklerinin bulunması, gelenek olgusunun doğrudan kuşaklararası ilişkileri tesis eden işlevlerini çerçevelemektedir. Bu açıdan geleneksel yemek kültürü, kavram bütünlüğü olarak geçmişin bugüne taşınmasının ve kuşaklararası bir köprü inşa edilmesinin göstergesidir.

Bu noktada öncelikle geleneksel yemeğin tanımlanması önem oluşturmaktadır. Guerrero ve diğerlerinin (2009: 348) bütüncül ifadelerine göre “geleneksel yemek sık tüketilen, belirli kutlamalar ve mevsimlerle ilişkili, bir nesilden diğerine aktarılan, gastronomik mirasa göre işlenen ve hazırlanan, hiç manipülasyon yapılmamış (ya da az yapılmış), duyuşal özellikleri nedeniyle ayırt edilen ve belirli bir yerel alan, bölge veya ülke ile ilişkili bir ürün” olarak tanımlanmaktadır.

Bu bağlamda *geleneksel yemek kültürü* ise yemeğin fizyolojik bir ihtiyacın karşılanmasından büyük bir kültür biçimine evrimi içerisinde belirli bir coğrafi alana ait özelliklerden kaynaklı olan yiyeceklerin, geleneksel bilgi çerçevesinde belirli aşamalardan ve uygulamalardan geçirilerek bir takım araç-gereçlerle işlenmesi ve dönüştürülmesi esasına dayanan; günlük yaşamın ve özel günlerin yaratıcı performanslarıyla sunulduğu ve toplum tarafından (algı, din-inanç, sağlık, değer, davranış, zevk-beğeni vb.) onaylandığı bir sistem içerisinde yaşatılan; yerel/yöresel ve ulusal karakter sergileyebilen ayrıca kente nakledilebilme, kent merkezli üretilebilme ve yaşatılabilme özelliği gösteren; (bazı ölçülerde) teknoloji aracılı kimlik ve ifade alanı bulabilen; belirlenen ve geliştirilebilecek bu döngü içerisinde sürdürülebilirliği sağlanan bir yapı olarak değerlendirilebilir.

Kültürel bir miras veya hazine olarak algılanan gelenek, dolayısıyla geleneğin ürünü, sanayileşme ve teknolojileşme gibi faktörlerden kaynaklı olarak değişim ve dönüşüme uğramaktadır. Bu doğrultuda geleneksel yemek kültürüne bozulma ve kaybolma tehlikeleri yüklemek, derleme ve kurtarma amaçları belirlemek temel bir refleks haline gelmektedir. Bu olgu ise geleneğin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında insan faktörüne, daha geniş bir çerçevede kuşaklararasıdaki alışveriş sürecine zemin hazırlamaktadır.

Özetle bu çalışmada dijital kültür çağında ve dijital platformlar içerisinde geleneksel Türk yemek kültürünün aktarım, değişim ve dönüşüm boyutu kuşaklararasılık temelinde çözümlenecektir.

1. Kavramlar ve Yaklaşımlar

Dijital kültür kavramı -geniş, bütüncül ve teorik cephesiyle- “teknoloji ve insanlar arasındaki ilişkinin yeniden çerçevesi” (Snyder, 2007: 4) şeklinde tanımlanmaktadır. Bir tekno-kültür bileşkesi olarak nitelendirilebilecek dijital kültür kavramı, spesifik olarak değerlendirildiğinde ise bilgisayar ve internet teknolojisi içinde kimliğini kazanan ve ifade edilegelen bir olgu ve iletişimsel bir süreç olarak görülebilir. Başka bir ifadeyle dijital kültür, “dijital medya araçlarıyla meydana getirilen yaratıcı bir süreç ve bir dizi ürün” (Dijk, 2016: 252, 228) olarak da çerçevelendirilebilir. Dijitalleşmenin bir kültür işareti olarak kabul edilebileceği tezini, insanın çağdaş yaşamının sınırlarını çizmesinin ve iletişim sistemlerini kapsamasının üzerine kuran Gere (2019), dijitalleşmenin sosyal yaşamın tüm alanlarında (eğitim, müzik, film, bankacılık, oyun, sosyal hizmetler vb.) artan egemenliğine dikkatleri çekmektedir. Dijitalleşme ekseninde (teknolojik bir düzlemde) gerçekleşen (veya yaşanan) bu dönüşümün insan hayatındaki temel izdüşümü ve aynı zamanda insanın da teknolojik süreci biçimlendirme gücü ise dijital kültür adı verilen bir alanı ortaya çıkarmaktadır. Başka bir deyişle dijital kültür hem teknolojiden insan ve yaşamına hem de insandan teknolojiye doğru bir belirlenimcilik çizgisi içerisinde yer alan bir olgu olarak görülebilir.

Bu çalışmaya konu olan kuşak/kuşaklararasılık kavramlarının değişen boyutuna dair kısaca şunlar aktarılabilir:

Kuşak kavramı, ilk olarak “ortak bir atadan gelen doğal soy çizgisindeki ayrı aşamalara atıfta bulunan bir akrabalık terimi” (Alwin ve McCammon, 2007: 222) olarak öne çıkmıştır. Biyolojik temelde bir aile silsilesine gönderme yapan anlamı içerisinde kuşak, aile ve akrabalık ilişkilerini karşılayan bir anlama hizmet ederek aile yapısı, evlilik düzenlemeleri, mesken biçimleri ve ekonomik kaynaklar gibi faktörlerin araştırılmasıyla çerçevelendirilmiştir.

Diğer bir kuşak kavramı ise *doğum grubu* terimiyle karşılanan ve “belirli bir zaman diliminde doğan insanlar topluluğu” şeklinde tanımlanan olgudur (Sandeem, 2008: 12). Biyolojik ve sosyolojik bir bakış açısıyla oluşturulan ve *doğrusal zaman aralığı* (Alexander Agati, 2012: 2) olarak da nitelendirilen bu yaklaşımda bir neslin ne zaman bitip bir sonrakinin ne zaman başladığı işaretlenmiştir. Genellikle otuz yıllık (daha sonraki yaklaşımlarda yirmi-yirmi beş yıllık) bir dilim içerisine bir kuşak gelecek şekilde yapılandırılmaya gidilmiştir.¹

Yirminci yüzyılın ilk yarısıyla beraber kuşak kavramı, biyolojik bir çizgiden sosyolojik bir çizgiye kaymıştır. Kuşak kavramının, soyu devam ettiren temsilciler düzeyinden sosyolojik bir temele oturtulmasında öncü isimlerden olan Alman sosyolog Karl Mannheim, *The Problem of Generation* (1952) adlı çalışmasında kuşağı, doğum-yaş grubu aralığının yanı sıra toplumsal ve tarihsel süreçte ortak bir konumu ve deneyimi paylaşan bir topluluk/grup olarak tasarlamıştır (Alwin ve McCammon, 2007: 224, 229-230). Mannheim, aynı kuşağın üyesi olmanın sınırlarını ise somut bir grubun ötesinde sosyal konum olarak genişletmiştir (Parry ve Urwin, 2011: 81).

20’nci yüzyılın sonlarında William Strauss ve Neil Howe ise yaşam evresi teorisiyle öne çıkmıştır. Çağdaş kuşak kuramcıları arasında sayılan bu düşünürlere göre her grubun gençlik, yükselme, orta yaş ve yaşlı olmak üzere dört yaşam evresinde buldukları; bir akran kişiliği veya ortak inanç ve davranışlar dizisi geliştirdikleri ileri sürülmüştür. Bir kişinin yaş konumunun öneminin vurguladığı bu teoride, üyelerin tarihte ortak bir yeri paylaştıklarına ve bir kuşağa ait olduklarına inandıkları belirtilmiştir (Alexander Agati, 2012: 6, 18).

Kuşak teorilerinde bağlamsal çerçevede göz önünde bulundurulmuş her türlü sosyal, siyasal, ekonomik durumların yanı sıra iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de belirleyiciliği noktasında temel bir tartışma alanı bulunmaktadır. Bu bağlamda “kuşakları, ulusal olarak sınırlandırılmış varlıklar ötesine yerleştirme” (Edmunds ve Turner, 2005: 559) yaklaşımlarında medya ve iletişim teknolojilerine kilit bir rol verilmektedir.

İnsan yaşını gruplandırmanın temel ölçütlerinin neler olduğu hususunda büyük bir yer teşkil eden medya ve iletişim teknolojileri, şu an içinde bulunulan ve dijital kültür çağı adı verilen bir dönemin de önemli belirleyicilerindedir. Bu bağlamda bilgisayar ve internet teknolojilerinin insan yaşamına belirgin bir biçimde yansıyan boyutları ve bunların genişleyen ağıyla beraber birtakım kuşak tanımlamalarının yapıldığı görülmektedir. Bunlar arasında dijital göçmen, dijital yerli” (Prensky, 2001a, 2001b), “doğuştan dijital,

dijital göçebe” (Palfrey ve Gasser, 2017) gibi kavramsallaştırmaların yanı sıra “bebek patlaması kuşağı [1946-1964: radyo]; X kuşağı [1965- 1979: merdaneli çamaşır makinesi, bandlı teyp ve pikap, kişisel bilgisayar, e-mail, SMS]; Y kuşağı [1980- 1999: tablet, akıllı telefon, sosyal medya]; Z Kuşağı [2000- 2012: Google gözlük, 3D yazıcı, şoförsüz araba, giyilebilir teknolojiler]; Alfa kuşağı [2012: robot, hologram, artırılmış gerçeklik ve nesnelerin interneti kuşakları] (Özdemir, 2019: 129) gibi ifadeler büyük oranda teknolojik gelişme ve özelliklere göre tanımlandırma ve sınıflandırma biçimlerini sergilemektedir. Yine teknolojik gelişmelere ve teknolojinin insan yaşamında aktif biçimde kullanılmasına paralel olarak düşünme, davranma ve yaşam biçimlerinin belirlenmesi ve değişmesi çerçevesinde “milenyum kuşağı-milenyum ötesi kuşak, yeni bin yılın öğrencileri, anında mesaj kuşağı, oyun nesli, zaplayan insan, dijital kuşak, Google kuşağı, internet nesli, gelecek kuşak, www kuşağı, e-kuşağı, eko nesil, n-nesil, net kuşağı, ağ kuşağı” (Özdemir, 2019: 135) gibi sürekli kuşak adlandırmalarının güncellendiği veya çeşitlendirildiği belirtilebilir. Nebi Özdemir’e (2019: 130) göre “bu tür tanımlama ve sınıflandırmalar kültürel değişmelerin farklı türden göstergeleri olarak da değerlendirilebilir”.

Özetle, kuşak kavramının aile ve akrabalık bağlamında bir soy devamına atıfta bulunan anlamının yanı sıra yaş aralıkları ekseninde sosyal, topluluk temelli ve tekno-kültürel bir kategoriye doğru genişleme gösterdiği söylenebilir.

Kuşaklararasılık veya kuşaklararası ilişkiler meselesi kuşakların temel özelliklerini belirlemenin yanı sıra kuşaklararası benzerliklerin, farklılıkların hatta çatışmaların irdelendiği bir zemin üzerine inşa edilmektedir. Diğer taraftan kuşaklararasılık, kültür değişmeleri olgusunu incelemenin başlıca bir hareket noktasını oluşturmaktadır. Yine Özdemir (2019: 136) tarafından dikkat çekildiği üzere “kuşaklararasılığın esas alındığı kültür değişmelerini konu alan araştırmalarda iç ve dış dinamiklerin yanında değişimin yönü, hızı, şiddeti ve içeriği gibi farklı boyutların da dikkate alınması gereklidir”. Bu bağlamda (geleneksel) yemek kültürünün, kültür değişmelerinin temel bir içeriğini oluşturduğu; gözlem ve eylem alanı olarak konumlandığı; değişimin rotasını takip etme, hızını ve derecesini ölçümleme işlevlerine dair şifreler verdiği belirtilebilir.

Yemeğin, kuşaklararası ilişkileri kurma gücüne ve kuşaklararası ilişkilerin yemek kültürü çerçevesinde nasıl bir hareket noktası oluşturduğuna dair konu şöyle genişletilebilir:

Yemek, bir cephesiyle kuşaklararası dayanışma, diğer cephesiyle de çatışma alanı görünümündedir. Bu bağlamda yemek, birkaç kuşağın aynı sofraya çevresinde bağdaş kurup aynı çorbaya kaşık salladığı ortak bir payda; bazen de bireyselleşmenin, özgürlüğün, asosyallığın sembolüdür. Toplumsal örgütlenme biçimi olarak birleştirici bir unsur olan yemek, aynı zamanda farklılık, ayrılık ve aykırılık göstergesidir. “Yemek temelinde sosyal grup olma özelliği” sergilenip “aynı toplumun üyesi olma hazzına ulaşılırken” (Öğüt Eker, 2018: 172) diğer taraftan da kişisel bir tecrit içine girilerek farklılıkla işaretlenen bir kimlik inşasına girilir.

Yemek, kuşaklararası farklılıkların belirginleştirilmesinde temel bir yapıdır. Başka bir deyişle yenilen ve içilen üzerinden kimlik oluşturulmasının yanı sıra belirli ölçütlere göre sınıflandırılan kuşaklarının temel özelliklerinin vurgulanmasında önemli bir hareket noktasıdır. Örneğin fast food kuşağı ifadesi, belirli bir kuşağın yeme içme davranışı ve alışkanlığını işaretlemektedir.

Yemek kültürü ve kuşaklararasılık ilişkisinde medya ve iletişim teknolojileri ise etkileşim, değişim ve dönüşümün temel bir dinamiği ve belirleyicisi olarak öne çıkmaktadır. Kuşaklararası ilişkilerin yemek kültürü üzerinden kurulmasında günümüzde dijital medya ise önemli bir dinamik olarak çerçevelenmektedir.

Yemek kültürü ile kuşaklararasılık bağlamındaki yayınlanan çalışmalara bakıldığında ise çoğunlukla, genç kuşağın Türk mutfağına dair bilgi düzeyinin ölçüldüğü; z kuşağının yeme içme davranışlarının ve tercihlerinin oluşmasına etki eden faktörlerin araştırıldığı; dijital neslin beslenme alışkanlıkları edinmeleri ve davranışlarının oluşmasında sosyal medyanın rolünün incelendiği; kuşak meselesinden hareketle kaybolmakta olan mutfak geleneğinin sürdürülebilirliğinin nasıl sağlanacağı tartışıldığı görülmektedir. (Bu konuda bakınız: Dölekoğlu ve Çelik 2018; Akşit Aşık, 2019; Demirci, 2021; Sarıkaya vd. 2021; Öztürk ve Tekeli, 2021; Kılıçlar vd. 2021).

Bu çalışmada ise çeşitli belirleyicilerle sınıflandırılan kuşakların özelliklerini sıralamanın ve yeme içme davranışlarını ortaya çıkarmanın ötesinde bir bakış açısı geliştirmek gerektiği düşünülmektedir. Başka bir ifadeyle dijital çağda ve araçlarda geleneksel yemek kültürü ve kuşaklararasılık ilişkisi üzerinden tartışılması gerektiği düşünülen farklı konular ele alınacaktır. Tüm bu bakış açıları doğrultusunda geleneksel yemek bilgisinin aktarımı, öğrenimi; lezzet belleğinin oluşması ve buna etki eden, bunu biçimlendiren faktörler; yemeği kültürel açıdan kodlamanın değişen boyutu; alışveriş biçimleri; geleneksele dönüş ve geleneğin markalaşması gibi konu ve olgular, dijital kültür çağının temel araçlarından hareketle çok yönlü olarak irdelenecektir.

2. Dijital Kültür Platformlarında Geleneksel Türk Yemek Kültürüne Dair Genel Çerçeve

Dijital kültür çağının orkestrası arasında bulunan yemeğin, son yıllarda önemli bir enstrüman haline geldiği görülmektedir. Bu olguyu tarihi açıdan kısaca özetlemek gerekirse ikinci nesil internet hizmeti olarak adlandırılan web. 2.0 teknolojisinin, kullanıcıları içerik belirleyici bir çizgiye taşınması internet ortamında çeşitli tartışma forumları, wiki'ler, bloglar ve sosyal medya platformlarının oluşmasına kapı aralamıştır. Belirtilen dijital bağlamların içeriğinin oluşturulmasında yemek, önemli bir unsur haline gelmiştir. Bu doğrultuda yemek tarifleri vermek, beslenme önerileri sunmak, yemek fotoğrafları paylaşmak ve mekân önermek şeklinde başlayan girişimler, çevrimiçi yemek siparişi vermek/alışverişi yapmak, beslenme tercihinine ilişkin mobil uygulamaları indirip kullanmak, kişisel-kurumsal markalama yapmak ve kazanç sağlamak, gıda aktivizmine veya yemekle ilgili topluluklara katılmak gibi sayısız süreçlere evrilmiştir.

Bu süreci dijital platformlar örneğinde biraz daha ayrıntılandırmak gerekirse çevrimiçi tartışma forumları, yemek üzerinden topluluk duygusunun oluşturulması ve çeşitli faaliyetlere kapı aralamasıyla (Rousseau, 2012, s. 6); web günlüğü olarak tanımlanan bloglar, kişinin mutfak bilgisi ve deneyiminin yazıyla çerçeveslendirildiği (örneğin yemek tarifi yazma) ve fotoğraflarla belgelendirildiği “dijital gastronomik hatıralar” (De Solier, 2018: 59) ve hafızalar oluşturan işleviyle (Kaye, 2005); restoran arama ve keşfetme rehberi olan *Zomato* internet sitesi ve mobil uygulama üzerinden menü, fiyat ve müşteri yorumları gibi içerikleriyle tüketicilere deneyim yaşatmaya yönelik işleviyle (Thyagarajan, 2015); konum tabanlı sosyal paylaşım sitesi olan *Foursquare* ise herhangi bir bölgede çeşitli kişiler tarafından deneyimlenen mekanların ve lezzet içeriklerinin diğer kullanıcılara tavsiye edilmesiyle (Lupton, 2018: 70) öne çıkmaktadır. Bununla birlikte 2010 yılında Silikon Vadisi’nde kurulan ve 2012’de Facebook tarafından satın alınan Instagram ise yemeğin kültürel ekonomik boyutunun öne çıkarıldığı, estetik değerinin katlandığı, gösteri olarak sunulduğu, mutfak bilgisinin yeniden üretildiği bir çeşit yemek rehberine hatta platformuna dönüşmesiyle; YouTube ise yemek bilgisinin öğrenilmesinde, aktarılmasında ve geliştirilmesinde başvuru kaynağı olarak; *Facebook*, yemeklerin fotoğraflarını paylaşma; bazı sayfalar veya hesaplar açarak yemek tarifleri verme, gruplar oluşturabilme ve bu gruplara katılabilme işlevleriyle; *TikTok* ise yemeği görsel bir şov malzemesi ve eğlence unsuru olarak kullanmasıyla dikkat çekmektedir.

Sonuç olarak tüm bu olgulardan hareketle dijital kültür çağında yemek kültürü olgusunun iki cephesinin bulunduğu tespit edilebilir: Bunlardan birincisi (geleneksel) yemek kültürünün dijital bağlamlara taşınması/dijital bağlamlardaki temsil/ ifade ediliş biçimleri; ikincisi ise sosyal, kültürel, ekonomik vb. bileşenlerle şekillenen ve yığın haline gelen dijital içeriklerin (geleneksel) yemek kültürünü etkileyen ve dönüştüren boyutudur. Başka bir ifadeyle dijital kültürün geleneksel Türk yemek kültürü üzerindeki etkileridir.

3. Dijital Kültür Çağında Geleneksel Türk Yemek Kültürü ve Kuşaklararasılık Olgusuna Dair Çözümler

Medya ve iletişim teknolojileri, geleneksel yemek kültürü ve kuşaklararasılık ilişkisi çerçevesinde incelenilecek alanların başında geleneksel yemek bilgisi gelmektedir. Bu terim, geleneksel bir yemeğin nasıl pişirileceğine ve geleneksel yemeklerin tanınırlığına ilişkin çağrışımların ötesinde düşünülmelidir. Başka bir ifadeyle geleneksel yemek bilgisi terimi, geleneksel bilginin (traditional knowledge) alt kategorisi olarak yemeğe dair bilginin edinilme sürecini, pişirme yöntem ve tekniklerini, kültürel yapıya dair bileşenleri içine alan bir sistemi karşılamaktadır. Bu bağlamda geleneksel yemek bilgisi (traditional food knowledge) “yiyecekleri, tarifleri, pişirme becerilerini ve tekniklerini paylaşmaya ve bu kolektif bilgeliği nesiller

boyunca aktarmaya yönelik kültürel bir geleneğe atıfta bulunan” bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Kwik, 2008: IV). Başka bir ifadeyle yiyecek elde etme becerilerinden başlayarak yemeğe dair her türlü yöntem ve tekniklerin kültürel bir yapı içerisindeki sürecinin işaretlediği geleneksel yemek bilgisi, yemek ve kuşaklararası ilişkilerin kurulmasında önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede “genellikle kadınlar olmak üzere kuşaklar boyu beslenmeyi birbirlerinden ve çevrelerinden öğrenen insanların ürünü” (Kwik, 2008: 3) olarak da tanımlanan geleneksel yemek bilgisi, çoğunlukla yemeğin temini ve yapılış sürecine dair olarak algılanmakta ve bir kültür içerisinde öğrenilmiş davranışlar dizisi olarak da yemeğin kültürel boyutuna dair her kademeye (yeme, temizleme, toplama vb.) yerleştirilebilmektedir. Jessica C. Kwik’e (2008: 3) göre bu “kültürel öğrenme, kendi kendine yeterlilik ve çevresel sürdürülebilirlik döngüsünün” de anahtarıdır.

Geleneksel bağlamında “sözlü iletişim, gözlem ve uygulama” (Md. Nor vd. 2012: 86) ekseninde edinilen bir süreci karşılayan yemek bilgisi, değişen bağlamsal şartlara göre de biçimlenmektedir. Bu doğrultuda geleneksel yemek bilgisinin dijital kültür çağındaki öğrenilme şekilleri ve temsil biçimleri ise kuşaklararası ilişkilerin yemek kültürü üzerinden nasıl bir zemin üzerinde yürütüldüğünün boyutlarını da önemli hale getirmektedir.

Yukarıda değinildiği gibi büyük ekseninde yemek yapma sürecini çağrıştıran geleneksel yemek bilgisi, teori ve pratiğin iç içe olduğu bir sisteme atıfta bulunmaktadır. Dijital kültür çağında yaşanan değişim ve dönüşümün temel bir yansıma alanı olarak kabul edilebilecek yemek yapma bilgisi yemek tarifleri merkezli bloglar, internet siteleri, YouTube kanalları, bazı sosyal medya sayfaları ve hesaplarına aktarılmaktadır. Bu noktada öğreten ve öğrenen ilişkisinin bazen kuşaklararası bazen de kuşaklar içi bir şekilde kurulduğu söylenebilir.

Kuşaklararasılık bağlamında sonraki kuşağın -aile bağlamında- önceki kuşağı başvuru mercii olarak kullanmasının dönüşüm geçirmekte olduğu; bu doğrultuda genç kuşaklar tarafından (büyük) annelerin rehberliğinin ötesinde (veya yerine) dijital ortamların yol göstericiliğinin tercih edilmesinin yaygınlaştığı belirtilebilir. Dijital çağda internet yoluyla bilgiye başvurma temelinde bazı durumlarda da kuşaklar içi bilgi alışverişinin gerçekleştirilmesi ve bilgi eksikliğinin giderilmesi söz konusu olmaktadır. Bu olgular, geleneksel bilgi belleğinin dijital ortamlara taşınmasına örnek oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle geleneksel bağlamlarda “eğitimle değil katılımla edinilen yemek pişirme bilgisi” (Goody, 2001: 200) dijital platformlar aracılığıyla (bu olgunun öncesinde yazılı-basılı bağlamlardaki materyaller ve sonra elektronik bağlamlardaki sesli, sesli/görsel içeriklerden yararlanma vardır) bağlamsal bir dönüşüm geçirmektedir.

Diğer taraftan dijital ortamların rehberlik hizmeti, hangi yemeğin pişirileceği kaygısına da alternatifler üretmektedir. Başka bir ifadeyle ne yemek yapılacağına dair başvuruların internet kanalıyla yapılmasının yaygınlaşması, geleneksel bağlamda belleğin belirleyiciliğinin el değiştirmeye başladığını göstermektedir. Dijital çağda arama, seçim yapma veya karar verme işlemlerinde bilinç dışının bilinç alanına intikali, daha güdümlü bir işleyiş almaktadır. Bu süreçte geleneksel bilgi belleğinin çağrışımlardan yararlanarak işe koşulması da belirsizleşmektedir. Buna karşılık bu sürecin bütünüyle olumsuz sonuçlar doğurduğu söylenemez ve böyle bir genellemeciliğe kaçılmaz. Dijital araçların rehberliği, bilgilerin genişletilmesine ve farklı yaratıcılıklara da kapı aralamaktadır. Yemek yapma bilgi ve becerilerini sosyal medya hesaplarında sunan bazı kadınlar ve bu sayfaların takip edilmesi bu konuda önemli bir örnektir.

Geleneksel yemek kültürü ve kuşaklararasılık temelinde başka bir bağlantı yemek ve bellek ilişkisi üzerinden kurulabilir. Yemek ve bellek ilişkisine dair literatür incelendiğinde temel tartışma konusu belleğin inşasında yiyeceklerin işlevinin ne olduğu üzerine yoğunlaşmaktadır. Yemek ve bellek arasındaki “amansız bir ilişki” (Holtzman, 2006: 362) olduğunun keşfi doğrultusunda “bireysel bedenlere sindirilen yiyeceklerin toplumsal hafızayı hangi yollarla beslediği” (Sutton, 2008: 157-158) sorusuna yanıtlar aranmıştır. Bu doğrultuda yiyeceklerin bireysel belleği oluşturan “duyusal boyutunun kokular ve tatlar yoluyla güçlü anımsatıcı ipuçları ilettiğinin” düşünülmesine karşılık kolektif hafızayla yakından bağlantılı olan niteliğinin askıda kaldığı ifade edilmiştir. (Holtzman, 2006: 373). Başka bir ifadeyle bireysel belleğin kişisel sınırların ötesinde kültürel bir deneyimin parçası olduğu şeklindeki hâkim bir kolektif bellek algısı (Halbwachs, 2019) doğrultusunda yemek belleğinin inşasında kişisel deneyimlerin kültürel bir yapı içerisinde oluştuğu ve

biçimlendiği savunulmuştur. Lupton (1994: 668) insan toplumlarında yiyeceğin oynadığı sembolik rolün yalnızca duyulardan türetilen tatlara indirgenemeyeceğinin; aynı zamanda erken çocukluktan itibaren sosyalleşmeye dayandığının” altını çizmiştir. Bu açıdan kişinin çocukluğundan itibaren aile çevresi başta olmak üzere her türlü sosyal ve kültürel bağlamlarda yemeğe ilişkin ritüellerin insanların duyularıyla güçlü bir bağlantıları olduğu; belleğe saklanan bu anıların yiyecek seçiminde rasyonel kriterlerden biri haline geldiği savunulmuştur. Ayrıca “yemeğin her türlü sosyal ve kültürel çevrelerde “geçmişle süreklilik yaratmaya ve dolayısıyla hatıralar oluşturmaya odaklanan süreçlerde kilit bir rol oynadığı” (Sutton, 2008: 160) belirtilmiştir.

Özetle bireysel ve kolektif belleğin yemek üzerinden inşasında sosyal çevrenin bedenleştirme deneyimine dayanan törensel zeminin başlıca “hatırlama figürü” (Assmann, 2015) olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda Türk kültüründe loğusa şerbeti, diş hediği, düğün yemekleri, ölü aşı gibi geçiş dönemlerinin değişik evrelerine özgü varlık alanı bulan geleneksel yemekler, kolektif bir bellek oluşturulmasında ve kuşaklararası bağlantının kurulmasında önemli bir işlevle karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda bir yaklaşım geliştirecek olursak yemek ve bellek ilişkisinden yola çıkarak (geleneksel) lezzet belleğinin oluşmasının ve lezzet ekolojisinin sürdürülebilirliğinin kuşaklararasılık boyutları çerçevesinde şunlar düşünülebilir:

Geleneksel lezzet belleğinin oluşması (veya aktarımı) genellikle önceki kuşaktan sonraki kuşağa doğru bir silsile içerisinde gerçekleştirilmektedir. Yaşayan eski kuşak, geleneksel tadın üreticisi, aktarıcısı ve doğrulayıcısıdır. Bu süreç, aile içi bağlamda -özellikle annenin- besleme ve beğendirme çabasından başlayarak bu belleği oluşturabilecek farklı bağlamları da kapsayacak şekilde sonraki kuşağın biçimlendirilmesi ekseninde yürütülmektedir. Bu doğrultuda geleneksel (ya da herhangi) bir yiyeceğin sonraki kuşaklar tarafından ilk tadımı ve bunun tekrarı, yiyerek bellekte bilgi depolanması ve kodlanmasına uzanmaktadır. Başka bir ifadeyle kişinin damağına önceden yerleştirilenin baskınlığı ve alışılmışlığı geleneksel lezzet belleğinin belir(len)mesinde ve şekillenmesinde önemli bir faktör olarak düşünülebilir. Bu olgu ise eski ve yeni kuşaklar arasında lezzet algılarının oluşmasına, yiyecek seçimlerinin ortaya çıkmasına, tartışmaların yaşanmasına neden olan başlıca etkenlerden biri olarak da değerlendirilebilir.

Diğer taraftan dikkat çeken başka bir faktör ise yeni neslin, önceki ve doğal lezzeti tadamamış olmasının geleneksel olarak etiketleneni (!) geleneğin bir ürünü olarak lezzet belleklerine yerleştirmeleridir. Geleneksel Türk yemek kültürünün aktarımı ve gerçek anlamda sürdürülebilirliği bağlamında *geleneğimsilik*, önemli bir tartışma konusu olarak çözümlenmelidir.

Çalışmanın bu noktasında altının çizilmesi gereken husus, yukarıda işaretlenen olguların dijital çağda ortaya çıkmadığıdır. Başka bir ifadeyle bu tartışma konularının dijital kültür çağı içerisinde nasıl çözümleneceği önem oluşturmaktadır. Bu bağlamda yukarıdaki bilgilendirmelere ve değerlendirmelere de teorik bir altyapı oluşturmak için yer verildiği vurgulanabilir.

İlk olarak dijital bağlamlardaki yemek kültürüne ilişkin genel hatlarıyla bir içerik sınıflandırması şöyle yapılabilir ve dijital yığın haline gelen bu içeriklerde geleneksel Türk yemek kültürüne ilişkin veriler, kuşaklararasılık çerçevesinde şu şekilde çözümlenebilir:

1. İnternet Sayfaları-Adresleri
 - 1.1. Bloglar
 - 1.2. Yemek Tarifleri
 - 1.3. Yemek Tedarik Etme ve Toplu Yemek Hizmeti Alma-Verme Organizasyonları
 - 1.4. Çevrimiçi Sipariş

2. Sosyal Medya Platformları (Bireysel-Kurumsal, Ticari, Amatör-Profesyonel)
 - 2.1. Üretim-Sunum (Şefler-Aşçılar vb.)
 - 2.2. Tanıtım-Rehber (Gurmeler-Gezginler)
 - 2.3. Üretim-Satış (Geleneksel Ürün Satıcıları)

“Dijital kültür çağının bir ürünü olan bloglar ve sosyal medya hesapları, içerik olarak dijital bir anı defteri hatta dijital cönk bağlamında kültürel bir değeri olan varlıklardır. Bu doğrultuda vasiyetli olarak dijital miras yoluyla devredilebilen veya vasiyetsiz olarak da anıtlştırılarak yine bir değer atfedilen bu sayfalar-hesaplar, ölen kişinin geride bıraktığı mallar bütünü olarak birer dijital tereke olarak da yorumlanabilir” (Alpyıldız, 2020: 228). Dijital bağlamlarda (geleneksel Türk) yemek kültürüne yönelik oluşturulan veya üretilen bu içerikler hem aile içi hem de ulusal ve küresel düzeyde kuşaklararası aktarım aracı olarak kültürel miras özelliği sergilemektedir. Örneğin günümüzde bir çeşit yemek rehberi haline gelen Instagram’da yüzbinlerce hatta birkaç milyon takipçi sayısına ulaşan ve özellikle kadınların açtığı yemek tarifleri eksenli hesaplar bu çerçevede düşünülebilir. Benzer şekilde bu hesapların YouTube sayfaları da bu kategori içerisine alınabilir.

Yemek tedarik etme, toplu yemek hizmeti alma-verme organizasyonları (*catering*) dijital kültür çağında daha fazla yaygınlaşan ve belirginleşen bir faaliyet biçimi olarak kendisini göstermektedir. Herhangi bir organizasyonda yemek tedarikinin ve bu doğrultudaki hizmetlerin profesyonel bir şirket tarafından sağlandığı bu iş kolu, gelenek kültürü çerçevesinde -geçiş dönemlerini yeniden düzenleme hususunda dikkat çekici bir işlevle öne çıkmaktadır. Örneğin gelenek kültürünün nişan, düğün, sünnet, cenaze gibi temel tören ve toplantılarında yemek pişirmenin bağlam dışına çıkarılması, üretim-öğrenim bağlamının bozulmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla geleneksel yemek ekolojisi içerisinde kültürel yapı da göstermelikleşmektedir. İnsan ve ürün arasındaki bağlantının (doğal akışın) koptuğu; geleneksel sistem ve mekânın da belirsizleştiği bu süreçte, “şeyleştirme” (reification) ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle bu sürecin temel izdüşümü, “yabancılaşma” şeklinde kendisini göstermektedir. Adorno ve Horkheimer (2014: 306) tarafından ileri sürüldüğü gibi şeyleştirme, edilginleşmeye hatta unutuşa yol açmaktadır. İnsan ise bu sistem içerisinde sadece yiyen bir varlığa indirgenerek yabancılaşmaktadır. Metalaştırmanın kültürün önüne geçtiği ve onu kuşattığı bu yapı içerisinde kuşaklararası doğru aktarımın yapılamaması geleneksel olanın kimlik değiştirerek teşhis edilememesi, doğrulanamaması, sürdürülememesine kapı aralamaktadır.

Dijitalleşen iletişim teknolojileri içerisinde çevrimiçi alışverişlerin yapıldığı unsurlardan birisi de yemekdir. Bu konunun çok çeşitli çözümleme başlıkları olmakla beraber kuşaklararasılık bağlamında şunlar düşünülebilir:

Yemek yapmak kadar yemek yapmamak da kuşaklararası ilişkiler kurulmasının yapıtaşlarını döşemektedir. Yemek yapmama tercihi, başkaları tarafından yapılan yemeğin satın alınmasını beraberinde getirmektedir. Geleneksel bağlamda “fiziksel olarak ürüne dokunma, ürünü hissetme ve kontrol etme, satıcı ve alıcı arasındaki diyalog (pazarlık etme, tazelik/kalite sorgulama, geleneksel sloganlar vb.), sıra bekleme gibi faktörler dijital ortamda yaşatılamamaktadır” (Alpyıldız, 2019: 123-124). Bu bağlamda dışarıdan yemek söylemenin yaygınlaşmasına paralel olarak tencere kaynatma devrinin başkalaşım geçirmeye başladığı dijital kültür çağında, geleneksel yemek pişirme bilgisinden olabildiğince uzak bir genç kuşak nüfusunun çoğaldığı da söylenebilir. Ayrıca bunun bir yaklaşım haline geldiği eleştirisi de yapılabilir. Türkiye’de e-ticaret örneği olarak çevrimiçi yemek siparişi pazarı arasında *Yemek Sepeti* ve *Getir* gibi kurumsal şirketlere artan talebin nedenleri arasında bu olgunun payının olduğu düşünülebilir. Bu tür uygulamalar, yerinden hareket etmek istemeyen veya hareketsiz kalmalarına yol açan bir sistemin parçası olan dijital kuşakların yardımına yetişmektedir. Yeni kuşaklar özellikle dijital çağda ve bu yapının sunduğu olanaklar/kolaylıklar içerisinde (zaman tasarrufu, fiyat cazibesi, çeşitlilik, kapıya teslimat vb.) yemek yapmaktan ziyade yemeği satın almaya meyilli/yatkın bir duruş sergilemektedir.

Çevrimiçi yemek siparişinin yoğun olarak kullanılmasının geleneksel yemek kültürü üzerindeki etkilerinden birisi ise benzer ürünlerin nitelik ve nicelik olarak aynı kümede yer aldığı düşünülmesidir. Başka bir ifadeyle dijital kültür ekonomisi, *Yemek Sepeti* ve *Getir* gibi uygulamalarla geleneksel yemeği

gerçek niteliklerinden arındırarak belirsizleştirmekte ve metalaştırmaktadır. Burada bahsedilen metalaştırma olgusu, geleneğin ürününün kültürel ekonomik bir değerinin olmadığı veya olmaması gerektiği anlamında düşünülmemelidir. “Gelenek kültürünün önemini ve değerini etkisizleştirebileceği kaygılarını” beraberinde taşıyan kültürel ekonomik boyut, gelenek kültürünün temelleri arasında” (Özdemir, 2018a: 2) değerlendirilmektedir. (Bu konuda ayrıca bakınız: Özdemir, 2012). Buna karşılık e-yemek siparişi örneklerinde dijital dünya veya dijital pazar için üretilip e-tezgâha konulan ticari bir içerik söz konusudur. Geleneğin ürünü, “ucuzluk kültü ve vasatın kahramanlaştırılmasıyla” (Adorno ve Horkheimer (2014: 93), tektürleştirilmesiyle ve yapaylaştırılmasıyla karakterize edilmektedir.

Diğer taraftan yemek yapmayan genç kuşaklar tarafından yemek, satın alınabilen bir nesne olmanın yanı sıra aile içerisinde anne ya da sosyal yaşamda başkaları tarafından yapılan bir ürün olarak tasavvur edilmektedir. Başka bir ifadeyle yemeğin üretim boyutu-işi, genç kuşaklar tarafından- önceki kuşaklara bırakılmakta; önceki kuşakların sürekli göreviymiş gibi beklenti içerisine girilmekte; her şeyden önemlisi de -aile çevresi dahil- önceki kuşaklar sonsuza kadar yaşayacak ve bu bilgiler de kendiliğinden aktarılacak şekilde sığ bir anlayış yerleşmektedir. Geleneksel yemek bilgisinin sonraki kuşaklara aktarılamaması kültürel belleğin farklı biçimlerde kodlanmasına neden olmaktadır. Bunların başında ise ticarileştirme veya metalaştırma gelmektedir.

Geleneğin yeniden keşfi veya geleneksel ürüne dönüş bağlamında geleneksel/yöresel ürün satıcılığı, kuşaklararasılık bağlamında çözümleyeceğimiz başka bir konudur. Ayrıca bu husus, talep edilen içeriğin niteliği bağlamında yukarıda incelenen çevrimiçi yemek alışverişi konusuyla da ilişkilendirilebilir.

Günümüzde internetten ve sosyal medya hesabından yöresel ürün satışı yapan sayısız adres bulunmaktadır. Kişilerin kendi köyünde (tarlasında ve bahçesinde) ürettikleri ürünleri dijital iletişim araçları yoluyla pazarlama girişimlerinin yanı sıra kendi dükkanlarında yöresel gıda ürünleri satan yerel işletmelerin bu arenada boy gösterdikleri belirtilebilir.

Dijital çağda geleneksel/yöresel olana dair değer çıtasının yükselmesi, hem kıymet bilip geri dönüş işareti hem de -kişisel- üretim zafiyetinin bir göstergesi olarak da yorumlanabilir. Bu noktada birinci boyut açık işleve; ikincisi ise kapalı işleve örnek oluşturmaktadır. Özellikle genç kadın kuşakların geleneksel/yöresele değer biçme amacının kişisel bir üretim yapmadıkları için ihtiyacı temin etme güdülerinin peşinden mi gittiği sorusu yöneltilebilir. Başka bir ifadeyle bu noktada genç kuşak kadınlar tarafından anne ve akraba çevresinden eskisi gibi temin edilemeyen telafi etme çabasının olup olmadığı da sorulabilir.² Dolayısıyla bu olgu, Sutton (2013: 299) tarafından dile getirildiği gibi “insanların modernite koşulları altında günlük yemek pişirme göreviyle nasıl yüzleştiklerinin” hatta geleneksel yemek kültürünü ne şekilde özümlediklerinin de çarpıcı bir panoramasını oluşturmaktadır.

Diğer taraftan genç kuşakların geleneksel veya yöresel etiketli ürünlerin gerçek niteliğini nasıl ölçtükleri veya derecelendirdikleri başka bir tartışılacak husustur. Bu açıdan yeni kuşakların kendisine sunulan ve satın aldıkları geleneğimsi (!) ürünü, geleneksel/yöresel ve doğal olarak belleklerine kodlamalarının söz konusu olabileceği düşünülebilir. Gerçek doğrulama makamı olan önceki kuşakların ihtiyacı olan yiyeceklerin çoğunu kendilerinin üretmeleri ve (bundan kaynaklı da olarak) çevrimiçi ürün alışverişi yapma oranlarının düşük olduğu göz önünde bulundurulduğunda gerçekten geleneksel/yöresel olan ürünün niteliği, geleneksel ürün satıcılarının niyetiyle doğru orantılı bir vaziyet almaktadır. Pazarlama yeteneği güçlü olan ve dijital araçları etkin kullanabilen ya da kullandırabilen önceki kuşakların, yeni kuşakların bilgi belleğini istenilen şekilde belirleyebilme güçlerinin olduğu da söylenebilir.

Bu bağlamda yeni kuşaklar tarafından günlük ya da dönemsel yemek ihtiyaçlarının karşılanması için yoğun biçimde yapılan çevrimiçi alışverişlerin kültürel belleğin silinmesine; geleneksel bilgi belleğine sahip olanların ve bunu uygulayanların dijital araçlarda kültürel ekonomik açıdan parla(tıl)masına; geleneğin ürününün manipülasyona açık bir şekilde paketlenip satın alınabilen bir metaya dönüşmesine kapı araladığı düşünülebilir. Genç kuşakların geleneksel yemeğe dair üretim zincirinin halkalarına yerleşmemelerinin geleneksel yemek bilgisine sahip olanları ilerleyen zamanlarda daha değerli kılacağı da belirtilebilir. Diğer taraftan bu süreçte “E-yemek sektörü kapsamında yöresel mutfak geleneği fastfoodlaştırdığı; küresel fastfood yiyeceklerin gelenekselleştirilerek yerelleştirildiği bazen de füzyon ürünler ortaya çıkarıldığı” (Özdemir, 2018b: 229) eleştirileri de yapılmaktadır.

Geleneksel ürün satıcıları ve kuşaklararasılık ilişkisi çerçevesinde geleneksel yemek bilgisinin dijital ortamlarda aktarılma biçimine dair not düşülmesi gereken diğer bir husus ise geleneksel yöntemler hakkında görüntülü/sesli/sözlü bilgilerin verilmesidir. Örneğin yoğurttan/yayık ayranından tereyağının yapılışında, yağın ayrandan arındırılma işleminin yıkanarak gerçekleştirildiğinin sunumu, geleneksel yemek bilgisine dair bir tekniğin aktarımını ve öğretimini yansıtmaktadır. Buradaki öğretme biçimi ise üretirmeye/yaptırmaya yönelik olmasından ziyade pazarlama stratejisi olarak geleneksel yöntemlerin doğallık, eski usul, köy işi gibi etiketlerle işaretlenmesini kapsamaktadır. Ekonomik amaçların ötesinde düşünüldüğünde bazı girişimci kadınlar tarafından geleneksel ürününün pazarlaması adına geleneksel bilgi belleğine dair bazı ipuçları verildiği bu paylaşımlar, geleneksel yemek bilgisi teknikleriyle hiç tanışmamış genç kuşaklara -ikincil bir işleyle- bilgi aşılamaktadır. Geleneksel ürün satıcılarının hesaplarına gelen kullanıcı/takipçi/deneyimleyici yorumları incelendiğinde “babaannemizin/annemizin yaptığı gibi” şeklindeki geri dönüşler ise önceki kuşakların ürettikleri ürünün sonraki kuşaklar tarafından belleklere kodlandığının, saklandığının ve (dijital medya yoluyla satın alınarak) çağırıldığının göstergesi olarak da yorumlanabilir.

Dijital çağda kuşaklararasılık bağlamında çözümlenebilecek başka bir konu ise yemek fotoğrafları ve videoları paylaşma meselesidir. Bu tür paylaşımlar, nimet kabul edilen ve yiyemeyen var düsturuyla mahremiyetin sergilendiği gelenek kültürüne ait bir değerler sistemi içerisinde artık çerçevesizdir. Yeni kuşak tarafından yemek, dijital medyanın en fazla etkileşim alan/yaratan bir görsel kültür malzemesi olarak kullanılmaktadır. Bu doğrultuda “küresel görsel kültürün anlam kalıpları elektronik bağlamda doğan yeni nesiller tarafından hızla benimsenmektedir” (Özdemir, 2019: 133). Kuşaklararasılık bağlamında bir çatışma örneği olan bu durum, -göstergebilimsel açıdan çözümlendiğinde- eski ve yeni kuşakların gösterilenle aynı düzlemde anlamlandırma yapmaları ve çağrışımlara ulaşmalarının ötesine taşınmaktadır. R. Barthes (2013: 25) tarafından belirtildiği gibi “gıda ilk ihtiyaçtır ama insanların yaban yemişleriyle yaşamayı bıraktığından beri bu ihtiyaç son derece yapılandırılmış bir nesne görünümündedir. Bu bağlamda da gıdanın, “insanlığın yarattığı tüm semboller içerisinde aslan payını alması” (Andrievskikh, 2014: 137) şaşırtıcı görülmemektedir.

Dijital platformlarda yemeğin üretim boyutu yerine tüketim boyutunu öne çıkaran, yemeği tanıtan ve tavsiye eden, yediğine bol yıldızlı not veren, kişisel markalama yapan ve etkileşim alan gurme-gezgin fenomenlerin bazı faaliyetleri kuşaklararasılık bağlamında da irdelenebilir. Örneğin geleneksel yemek kültürünün temel öğeleri içerisinde yer alan sokak lezzetlerinin, geleneğin ustasını kapsayacak şekilde bazı gezgin fenomen hesaplar tarafından dijital ortamlara taşındığı gözlenmektedir. Sosyal yaşam içerisinde bağırış tarzları ve sloganları, tezgâhları, giyim-kuşakları, inançları, performansları gibi unsurlar açısından meslek folkloru kapsamına giren sokak satıcıları/seyyar satıcılar, geleneksel yemek kültürünün sürdürülebilirliğinin temel yapıtaşları içerisinde yer almaktadır. Büyük çoğunluğu geleneksel bilgi belleğine sahip bu insanlar, *Yaşayan İnsan Hazineleri* programı kapsamında değerlendirilmesi gereken bir önemdedir. Başka bir ifadeyle koruma programının ve çalışmalarının üründen ziyade insan faktörünü incelemesi gerekmektedir. Buradaki insan unsuru ise kültürel mirasın taşıyıcısı olan önceki kuşak ve alıcısı olacak yeni kuşaktır. Bu bağlamda sokak satıcılarının ve sokak lezzetlerinin dijital ortamlarda bazı fenomenler tarafından tanıtılması, kaybolma tehlikesi içerisine giren geleneksel mesleklere ve mesleğin ustalarına dair bir farkındalık oluşturma yanı sıra geleneksel Türk yemek kültürüne ait bir yapının ve öğelerin canlı tutulması için kayda değer bir girişim olarak da değerlendirilebilir. Sokak satıcılarının ve ürünlerinin kısa videolarla tanıtıldığı bu paylaşımlarla bir çeşit bir veri tabanının oluştuğu söylenebilir. Ayrıca bu tür paylaşımlar, sanal-dijital gezintilerle yaşamı biçimlenen yeni kuşakların, haberdar olmadıkları yiyeceklerle hatta mesleklere yakından bakmalarını sağlamaktadır.

Diğer taraftan gezgin fenomen hesaplarla ilgili çözümleyeceğimiz başka bir husus ise geleneksel Türk yemek kültürünün sürdürülebilirliği ve kuşaklararası aktarımı bağlamında olumsuz biçimlendirici bir etkiye sahip olan bazı faaliyetlerdir. Özellikle sosyal medyadan sonra gurmelik mertebesinin (!) kolay erişilebilirliği ve olağanüstü bir etkileşim yakalayabilme potansiyeli, sosyal medyadaki tavsiye ve tanıtım içerikli yemek paylaşımlarının niceliğinin artmasına niteliğinin de azalmasına yol açmaktadır. Yemek rehberi pozisyonuyla dijital mecrada boy gösteren hesapların bu paylaşımları, genç kuşakların lezzet

belleğinin oluşturulmasında yanlış kodlamalara sebep olmaktadır. Örneğin geleneksel sokak lezzetleri çerçevesinde Meşhur Ayvalık tostunun -işlenmiş et ürünleri açısından- kaybedilen yönlerini belirtmekten ziyade seçicilikten uzak bir anlayışla bol övgülü cümlelerle tavsiye edilmesi, doğru lezzet üzerinden kuşaklararası bir zemin kurulmasının önüne geçmektedir. Başka bir deyişle fabrikasyon ve kötü olanın geleneksel/yöresel bir yiyeceğe sızıntısı, önceki lezzeti belleğine kodlamış eski kuşağın bu tadı geri çevirmesine; yeni kuşağın ise öncekini tadamadığı için lezzet belleğinin mevcut üzerinden oluşup biçimlenmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda geleneksel bir lezzetin gerçek niteliğine ait kuşaklararası makas bazı durumlarda açılabilir.

Başka bir örnek vererek konuyu genişletmek gerekirse dijital dünyadaki yöresel ürünler pazarından koyun sütü veya yoğurdu satın alan ve bu ürünü gerçek niteliğiyle derecelendirme yetisinden yoksun genç bir kişinin, çeşitli pazarlama taktikleriyle dijital vitrine konulanı geleneksel ve doğal olarak zihninde etiketlemesi söz konusu olabilmektedir. Koyun sütünün dibine fazla tutan ve isli bir lezzete sahip gerçek özelliklerinin şifreleri ise eski kuşaklar tarafından çözülmektedir. Bu açıdan süte karıştırılan maddelerin oranı, sütün rengi ve kıvamı gibi bileşenler, eski kuşakların lezzet belleğinin bir yansıması olarak kendileri tarafından ölçümlenmektedir. Tartışılan bu olgu sadece dijital bağlamlarla çerçeveselendirilemez. Herhangi bir halk pazarından yüz yüze bir iletişim ortamından (veya marketten) satın alınan ürün için de bu durum geçerlidir. Ama dijital kültür çağının habitatları içerisinde genç kuşakların dijital iletişim araçlarına daha fazla itibar gösterdikleri ve doğrulama mekanizmasının -büyük oranda- influencerların veya satıcıların yönlendirmesine bırakıldığı söylenebilir. Bu noktada kuşaklararası ilişkinin önemi ve boyutu ortaya çıkmaktadır. Genç kuşakların internette satın aldıkları ürünü (gıdayı) eski kuşaklara doğrulatamaması veya böyle bir başvuru gerekliliği görmemesi ürünün doğal ve yöresel olduğunun yanlış bilincinin devamına yol açabilecektir. Bu bağlamda geleneksel yemek kültürü üzerinden kuşaklararası bağlantının kurulabilmesi ve sağlanabilirliği doğru bir yemek ve lezzet belleğine sahip olmanın da yolunu çizmektedir.

Diğer taraftan yemek ve bellek ilişkisi temelinde geleneksel yemek bilgisine sahip olmama durumu, “tüketici(nin) vasıfsızlaşması/consumer deskilling” (Jaffe ve Gertler, 2006) olarak nitelendirilen bir olguyla da yorumlanabilir. Üretmekten ziyade tüketmeyi tercih eden genç kuşakların doğru geleneksel yemek bilgisinin oluşmaması, bilinçli alışverişin önüne geçebilecek bir faktör olarak göz önünde bulundurulmalıdır.

Mutfak araç ve gereçlerinin tarihi süreç içerisinde evrimleşen yapısı kuşaklararasılık temelinde ele alınabilecek başka bir konudur. Dijital çağda ise mutfaka yönelik olarak tasarlanan teknolojik ürünlerin geleneksel mutfak kültürünün biçimlendirilmesinde ve dönüştürülmesinde etkili olabileceği düşünülebilir. Dünyada ve Türkiye’de henüz üretimi ve kullanımı yaygınlaşmasa da ocakta-fırında pişen yemeklerin ısı kontrolünün sağlanmasında ve yoğurdun mayalanma derecesinin yakalanmasında dijital gıda termometresi; yemeği tanımlama, kalori ölçme, porsiyon miktarı belirleme, kişinin yavaş yemesini sağlama gibi amaçlar doğrultusunda akıllı telefonlara indirilen uygulamalarla beraber çalşan ve Smart Plate adı verilen dijital tabak; diyet yapıp yiyeceklerin gram cinsinden ağırlıkları ölçmek isteyenler için dijital mutfak terazisi; akıllı işletim sistemine sahip buzdolapları ve fırınlar; robot aşçılar ve garsonlar dijital çağın mutfak teknolojisi içinde ve önemli aygıtları olarak belirlemeye başlamaktadır. Bu gelişmeler mutfak alanında büyük kolaylıklar sağlanmasının yanı sıra geleneksel bazı değerlerin de kaybına yol açacaktır. Bu noktada geleneksel Türk yemek kültürü ve kuşaklararasılık bağlamında ise şunlar çözümlenebilir:

McLuhan’a (2001, s. 12) göre “insan, pratikte bedeniyle yapageldiği her şey için uzantılar geliştirmiştir”. Başka bir ifadeyle insan yapımı bütün maddi araçlar, insan uzuvlarının bir uzantısı olarak görülmektedir. Bu bağlamda mutfak araç ve gereçleri de yüzyıllar boyunca âlet yapımı sürecinin evrimi içerisinde bahsedilen olgu içerisinde yer almaktadır. Bedenin bir parçası olarak da tasarlanan mutfak araçları, bir işi başarabilmenin anahtarları olmanın yanı sıra birtakım ritüelleri canlandırabilmenin ve tekrar sahneye koyabilmenin hatta aracın/âletin yapısına özgü karakter kazanabilen bir hareket biçimi yaratabilmenin önemli nesnelere sahiptir.

Geleneksel yemek kültürü içerisinde belirli mutfak âletlerinin kullanımına paralel olarak oluşan hareket dizileri bulunmaktadır. (Örneğin hamur açma sırasında kullanılan oklavalarla gerçekleştirilen işlemlerde avuçlar yardımıyla oval döndürme biçimi vb.).

Mutfak teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte “kadın/aşçının kendi mekânında makinenin işleyişini izleyen vasıfsız bir izleyici haline gelmesinden dolayı birçok eski jestlerin kaybının yaşandığı/yaşanacağı” (Sutton, 2013, 304) belirtilmektedir. Bu olgu ise “bedenleştirme pratikleri” (Connerton, 1999) üzerinden kurulan kuşaklararası iletişimin somut ve sembolik boyutunu örseleyebileceğini akıllara getirmektedir. Kolektif belleğin destek mekanizması olan sözsüz geleneksel davranış kalıplarının, kuşaklararasılık bağlamında eksen kayması yaşayacağı düşünülebilir. Dijital mutfak teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla beraber önceki mutfak araçlarının birçoğunun müzelerde donuk bir şekilde sergilenen etnografik malzemeler kategorisine yerleşebileceği de belirtilebilir.

Diğer taraftan geleneksel bağlamda yemek pişirme dahil her türlü deneyimleme sürecinin beş duyu organına da hitap edecek şekilde gerçekleştiği bilinmektedir. Dijital mutfak araçlarının aktifleşmesiyle birlikte duyu organlarının yemek hazırlama ve pişirme doğrultusundaki evrimleşen yapısında bir ölçüde işlevsizlik yaşanabileceği de düşünülebilir. Geleneksel bağlamda yetişen önceki kuşakların *bir avuç, bir cimcik, göz kararı, bir taşım kaynatmak, kulak memesi kıvamı, pembeleşinceye kadar* gibi miktar, süre, hacim ve kıvam belirten sözel ifadeleri dijital teknolojinin zaman yörüngesine yerleşmiş yeni kuşaklar için muğlak kalabilir. Dijital dünya içerisinde akıllı cihazlarının ve insansı robotlarının yaygınlaşmasıyla eski kuşağın “dahili/işsel saati” (Droit-Volet ve Gil, 2009) yeni kuşaklara aktarılamayacak manevi bir miras niteliği gösterebilecektir.

Bununla birlikte yemeğe harcanan süre açısından (üretim, hazırlık, saklama, yeme, toplama, temizleme vb.) “geçmiş kültürel zamanların yavaşlığı ile dijital çağın hızının karşı karşıya” (Özdemir, 2018b: 220) olduğu bir evreden geçildiği söylenebilir. Dolayısıyla kuşaklararasılık yemek merkezli zamanı deneyimleme farkının derinleştiği de vurgulanabilir.

Son olarak Web. 3.0, nesnelerin interneti, metaverse gibi yeni internet teknolojilerinin geleneksel (Türk) yemek kültürünün değişim ve dönüşümünde etkili olacağı; dijital dünyada merkeziyetsizlik, sanal ve artırılmış gerçeklik gibi projelerin sosyal ve kültürel yaşama geniş ölçüde yansınmasıyla birlikte bu konunun başka bilimsel çalışmalarda çözümlenmesi gerektiği vurgulanabilir.

Sonuç

Dijital kültür çağı ifadesi, -bir cephesiyle- teknolojinin insan yaşamını biçimlendiren yapısı ve gücünün kuşaklararası ilişkileri belirleme ve yönlendirme boyutunu işaretlemektedir. Dolayısıyla dijital kültür adı verilen olgu ve süreç, geleneksel Türk yemek kültürünün değişim ve dönüşümünün kuşaklararasılık üzerinden yorumlanabilmesine kapı aralamaktadır. Bu bağlamda dijital dünyaya tamamen ya da kısmen yabancı olan ve sonradan uyumlanmış önceki kuşaklar ile dijital kültür içerisinde doğmuş ve biçimlenmiş yeni kuşağın eğilimleri ve yaklaşımlarının geleneksel Türk yemek kültürünü kapsayan boyutu önem oluşturmaktadır.

Kuşaklararasılık meselesinde öncekilerin sonraki nesillere uyum sorunu temel bir tartışma alanıdır. Bu durum ise benzerlikler ve farklılıklar üzerinden çerçeveselendirilen kuşak/kuşaklararasılık olgusunda çatışma konusunu gündemin merkezi haline getirmektedir. Bu tartışma alanı geleneksel yemek kültürü ve kuşaklararasılık açısından irdelendiğinde ise önceki kuşağın yeni kuşağa beğendirme çabalarının yemek üzerinden gerçekleştirildiği bir zemine yerleşmektedir.

Bu bağlamda geleneksel/yöresel/doğal/ev-el yapımı olan ile fabrikasyon/işlenmiş/genetiği değiştirilmiş olanın değer çatışması her dönemin mevcut sorunudur. Buna karşılık yemek üzerinden kuşaklararası tartışma dizilerini ve beslenme/yeme alışkanlıklarını sıralamanın ötesinde bir yaklaşım geliştirmek gerektiğinin altının çizilmesi gerekmektedir. Bu yaklaşım ise geleneksel Türk yemek kültürünün değerine ve sürdürülebilirliğine dair işaretlendirilebilir.

Yüzyıllardır deneyimlenerek sonraki kuşaklara aktarılan geleneksel bilgi belleğinin yemek kültürünü kapsayan kümesi, halk sağlığı ve kültürel güvenlik gibi alanlarda bir mutfak savaşının açıktan veya gizli olarak yürütülebilecek boyutlarını barındırmaktadır. Bu bağlamda Lucy M. Long (2001, s. 238) tarafından altın çizildiği gibi “yemek, kültürün en muhafazakâr alanlarından biri” olarak kabul edilmektedir. Bu yaklaşımın, geleneksel olanın yenilenmesine ve çağa uyumlanmasına karşı çıkışı değil kimliğini koruması gerektiğini

yansıttığı düşünülebilir. Bu kültürel mirası korumak, üründen ziyade insanı korumak çerçevesinde algılanmalıdır. Başka bir ifadeyle – geleneksel yemek kültürü alanında kuşaklararasılık meselesinin de asıl öneminin işaretlendiği bu noktada- insan faktöründen kastedilen yapı, geleneksel bilgi belleğine sahip önceki kuşak ile bu mirasın aktarılacağı sonraki kuşak (dijital kuşak) arasındaki bağıntıdır.

Sanal-dijital bağlama özgü üretilen kültür biçimine ve dijital kuşakların bu yapıyı yaşamlarına nasıl yansıttıkları göz önünde bulundurulduğunda yemeğe ilişkin kodlamalara farklı diziler eklendiği söylenebilir. Hem teknolojinin kültürü biçimlendirmesi hem de insan faktörünün teknolojinin rotasını belirleyebilme gücüne paralel olarak dijital kültür çağında yemeğin, sürekli bir satın alınıp tüketilmeye dönük bir sisteme entegre edildiği görülmektedir. Bununla birlikte bu olgunun birinci cephesinde yapan eskiler, yiyen yeniler; ikinci cephesinde ise yapan robotlar, yiyen yenilere doğru bir gidiş hızı vardır. Başka bir ifadeyle dijital kuşak, çoğunlukla geleneksel yemek kültürünün üreticisi yerine deneyimleyicisi, tüketicisi, tanıtıcısı olarak konumlanmaktadır. Dijital kuşak tarafından yemek için zaman harcama zahmetli ve belki de gereksiz görülmektedir. Her şeyden önemlisi de geleneksel olanı yapacak kişilerin aile başta olmak üzere sürekli var olacağı ve dışardan satın alınabileceğinin yanılgısıdır.

Bu algıya etki eden faktörler bağlamında iş yaşamına katılımın artması ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden dağıtılması gibi sebeplerin geçerli sayılabilecek tarafları olmakla beraber yemek yapmak için ayrıl(a)mayan zamandan fazlasının başka işler için harcandığı katıksız bir gerçek gibi durmaktadır. Bu noktada toplumsal cinsiyet rolleri işaretlemeyen geleneksel Türk yemek kültürünün sürdürülebilmesi adına yeni kuşağın, belirli boyutlarda ürün saklama-dönüştürme tekniklerini ve pişirme yöntemlerini öğrenip uygulanabilmeleri; yöresel yemek repertuarlarını icra edebilmeye dönük oluşturabilmeleri gerekmektedir. Geleneksele yeniden dönüş bağlamındaki katma değer göz önünde bulundurulduğunda geleneksel yemek bilgisine sahip olmanın boyutlarının karşılığı kültürel hazineye sahiplikle eşdeğer olmaktadır.

Sonnotlar

¹ Tarih belirleme hususunda otoritelerin hemfikir olmadığı ama yakın zaman aralıklarını öne sürdükleri belirtilebilir. İlgili tartışmalar için bakınız: McCrindle ve Wolfinger, 2009.

² Bu yaklaşım, yemek yapmanın toplumsal cinsiyet rolleri açısından kadınlara ait bir görev olup olmadığı tartışmalarının ötesinde düşünülmelidir. Geleneksel yemek bilgisi belleğine sahip olmak ve bunu nitelikli bir şekilde uygulayabilmek Yaşayan İnsan Hazineleri programı çerçevesinde düşünülebilecek boyutta bir konudur.

Kaynaklar

- ADORNO, T. ve HORKHEİMER, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (Çev.: N. Ülner ve E. Öztarhan Karadoğan), İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- AKŞİT ÂŞIK, N. (2019). “X ve Z Kuşağı Tüketicilerin Yiyecek Tercihlerini Etkileyen Faktörler”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* C. 7, S. 4, 2599-2611.
- ALEXANDER AGATİ, H. (2012). *The Millennial Generation: Howe and Strauss Disputed*. The College of William and Mary ProQuest Dissertations Publishing.
- ALLEN, J. S. (2012). “Theory of Food as a Neurocognitive Adaptation”. *American Journal of Human Biology*, C. 24, S.2, 123–129.
- ALPYILDIZ, E. (2019). “Dijital Kültür Çağında Yemek Kültürü”. *Dijital Kültür*. (Ed. M. Özdemir). İstanbul: Arı Sanat Yayınevi. (257-268).
- ALPYILDIZ, E. (2020). “Dijital Kültür Çağında Geçiş Dönemleri”. *Dijital Kültür 2*. (Ed. F. Balcı), İstanbul: Arı Sanat Yayınevi. (207-234).
- ALWİN, D. F. ve MCCAMMON, R. J. (2007). “Rethinking Generations. *Research in Human Development*”, C. 4, S. 3-4, 219-237.

- ANDRİEVSKİKH, N. (2014), "Food Symbolism, Sexuality, and Gender Identity in Fairy Tales and Modern Women's Bestsellers". *Studies in Popular Culture*, C. 37, S. 1, 137-153.
- ASSMANN, J. (2015). *Kültürel Bellek. Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. (2. B.s.). (Çev.: A. Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BARTHES, R. (2013), "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", *Food and Culture* (3), (Ed. C. Counihan and Penny V. Esterik), New York: Routledge. 23-30.
- BEN-AMOS, D. (1984). "The Seven Strands of Tradition: Varieties in Its Meaning in American Folklore Studies". *Journal of Folklore Research*, C. 21, S. 2/3, 97-131.
- CONNERTON, P. (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar*. (Çev.: A. Şenel.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- DE SOLIER, İ. (2018). "Tasting the Digital: New Food Media". (Ed. K. LeBesco and P. Naccarato). *The Bloomsbury Handbook of Food and Popular Culture* (54-65). London: Bloomsbury.
- DİJK, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*. (Çev.: Ö. Sakin). İstanbul: Kafka Yayınları.
- DÖLEKOĞLU, C. Ö. ve ÇELİK, O. (2018). "Y Kuşağı Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışı". *Tarım ve Doğa Dergisi*. S. 21, 55-66.
- DEMİRCİ, B. (2021). "Z Kuşağının Yeme Davranışlarının Dışarıda Yemek Yeme Motivasyonlarına Etkisi". *III. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi Genişletilmiş Özet Bildiri Kitabı*. 526-534.
- DROÏT-VOLET, S. ve GİL, S. (2009). "The Time-Emotion Paradox". *Philosophical Transactions: Biological Sciences*, C. 364, S. 1525,1943-1953.
- EDMUNDS, June. ve TURNER B. S. (2005). "Global Generations: Social Change in The Twentieth Century". *The British Journal of Sociology*, C. 56, S. 4, 559-577.
- GERE, C. (2019). *Dijital Kültür*. (Çev.: A. Akın). Konya: Salon Yayınları.
- GOODY, J. (2001). *Yaban Aklın Evcilleştirilmesi*, (Çev.: K. Değirmenci), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- GUERRERO, L vd. (2009). "Consumer-Driven Definition of Traditional Food Products and İnnovation in Traditional foods. A Qualitative Cross-Cultural Study". *Appetite* C. 52, S. 2, 345-354.
- HALBWACHS, M. (2019). *Kolektif Bellek*. (Çev.: Z. Karagöz), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- HOLTZMAN, J. D. (2006). "Food and Memory". *Annual Review of Anthropology*, C. 35, 361-378
- JAFFE, J. ve GERTLER, M. (2006). "Victual Vicissitudes: Consumer Deskillling and The (gendered) Transformation of Food Systems". *Agriculture and Human Values* S. 23, 143-162.
- KAYE, B. K. (2005) "It's a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs". *Atlantic Journal of Communication*, C. 13, S. 2, 73-95.
- KILIÇLAR, Arzu vd. (2021). "Sosyal Medyanın X ve Z Kuşağı Üzerindeki Yemek Yeme Davranışına Etkisi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, C. 9, S. 1, 531-552.
- KWİK, J. C. (2008). *Traditional Food Knowledge: Renewing Culture and Restoring Health*. A Thesis Presented to The University of Waterloo in Fulfillment of The Thesis Requirement Degree of Master of Environmental Studies in Environment and Resource Studies. Canada.
- LONG, L. M. (2001). "Nourishing The Academic İmagination: The Use of Food in Teaching Concepts of Culture". *Food and Foodways*, C. 9, S. 3-4, 235-262.
- LUPTON, D. (1994). "Food, Memory and Meaning: The Symbolic and Social Nature of Food Events". *Sociological Review* C. 42, S. 4, 664-685.
- LUPTON, D. (2018). "Cooking, Eating, Uploading: Digital Food Cultures". (Ed. K. Le Besco ve P. Naccarato). *The Handbook of Food And Popular Culture*. London: Bloomsbury. (66-79).
- MCCRİNDLE, M. ve Wolfinger, E. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: UNSW Press.

- MCLUHAN, M. (2001). *Gutenberg Galaksisi, Tipografik İnsanın Oluşumu* (Çev.: G. Ç. Güven). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- MD. NOR, N vd. (2012). “The Transmission Modes of Malay Traditional Food Knowledge within Generations. *Procedia” Social and Behavioral Sciences* S. 50, 79 – 88.
- ONG, W. (2013). *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözlün Teknolojileşmesi*. (4.bs.). (Çev.: S. Postacıoğlu Banon), İstanbul: Metis Yayınları.
- ÖĞÜT EKER, G. (2018). “Farklı Görme Biçimiyle Modern Dünya Ritüeli Olarak Yemek Kültürü: Sınanma/Erginlenme ve İntikam Alma Gizli İşlevleri”. *Milli Folklor*, S. 120, 170-183.
- ÖZDEMİR, N. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi-Seçki*. Ankara: Hacettepe Yayıncılık.
- ÖZDEMİR, N. (2018a). Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, C. 18, S.1, 1-28.
- ÖZDEMİR, N. (2018b), “Dördüncü Sanayi Devrimi ve Gelenek Kültürü”, *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi*, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. (207-242).
- ÖZDEMİR, N. (2018c). “Kültür Değişmeleri ve Teknoloji”. *Cumhuriyet Dönemi Milli Düşünce Sistematğinde Erol Güngör Sempozyumu*. Ankara: Türkiye Yazarlar Birliği Yayınları. (205-236).
- ÖZDEMİR, N. (2019). “Kuşaklararasılık ve Kültürel Değişme”. *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, C. 4, S. 7, 125-149.
- ÖZTÜRK, E. ve TEKELİ, S. (2021). “Tüketicilerin Besin Seçim Güdüleri: Y ve Z Kuşaklarının Karşılaştırılması”. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, C. 14, S.1, 147-182.
- PALFREY, J. ve GASSER, U. (2017). *Doğuştan Dijital-Dijital Yerlilerin İlk Kuşağını Anlamak* (Çev. Nagihan Aydın), İstanbul: İKÜ Yayınevi.
- PARRY, E. ve URWIN, P. (2011). “Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence”. *International Journal of Management Reviews*, C. 13, S. 1, 79-96.
- PRENSKY, M. (2001a). “Digital Natives, Digital Immigrants”. *On the Horizon*, C. 9, S. 5, 1-6.
- PRENSKY, M. (2001b). “Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?”. *On the Horizon*, C. 9, S. 6, 1-6.
- ROUSSEAU, S. (2012). *Food and Social Media: You Are What You Tweet*. Lanham/Maryland: AltaMira Press.
- SANDEEN, C. (2008). “Boomers, Xers, and Millennials: Who are They and What Do They Really Want from Continuing Higher Education?”. *Continuing Higher Education Review*, C. 72, 11-31.
- SARIKAYA, G. Sultan vd. (2021). “Y ve Z Kuşağının Yeme Davranışının Belirlenmesi”. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*. C. 4, S. 2, 329-342.
- SNYDER, K. (2007). “The Digital Culture and Peda-Socio Transformation”. *Seminar.net*. C. 3, S. 1, 1-15.
- SUTTON, D. (2008). “A Tale of Easter Ovens: Food and Collective Memory”. *Social Research*, C. 75, S.1, 157-180.
- SUTTON, D. (2013). “Cooking Skills, the Senses, and Memory: The Fate of Practical Knowledge”. (Ed. C. Counihan and P. Van Esterik). *Food and Culture A Reader*. New York: Routledge. 299-319).
- THYAGARAJAN, G. (2015). “Zomato – A Case Study”. *International Journal of Business and Administration Research Review*, C. 3, S. 11, 157-160.