

Geçmişe Özlemi Lezzetlerde Yaşamak: Gastronomstalji

Doktora Öğrencisi Reşad Emre ÖZGÜNEŞ
Balıkesir Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD
emreozgunes@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2311-9103>
<https://doi.org/10.37847/tdad.757018>

Özet

Özellikle yeni milenyumla birlikte tüketim-kapitalizm-postmodernizm döngüsü içindeki toplumların sanayi çarkları, dosyalar ve teknoloji arasında adeta kaybolmaya başladığını söylemek yanlış olmayacaktır. Mevcut durumda daha çok tatile çıkma, kırsal alanlara yönelme, farklı hobiler edinme gibi arzular çoğunlukla stres faktöründen uzaklaşmak isteyen bireylerin tercihleri arasında yer almaktadır. Yeni yerler keşfetme, doğayla buluşma, daha huzurlu ortamlarda yaşama gibi isteklerin yanı sıra günümüz bireyinin özlemlerinden birinin de nostaljiyi yaşamak olduğu söylenebilir. Geçmişteki zaman, mekân, nesne ve tat algısını da bünyesinde barındıran nostalji kavramı, bireyler için dün ve bugün arasındaki duygusal bir köprü durumundadır. Zira geçmişe ait bir obje salt bir nesne olmanın çok ötesinde olup yaşanılan türlü duyguları içinde barındıran bir bellek olarak ifade edilebilir. Nostaljiyi deneyimlemenin farklı yollarından biri de farklı duygulara hitap eden gastronomik unsurlardır. Bu araştırmada gastronominin nostaljiyle ilişkisi incelenmiş, bireylerin geçmişlerinde yer eden lezzetlere olan özlemleri saptanmaya çalışılmış, gastronomi-nostalji bağlamında literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir. Araştırmada gastronomstaljik özlemleri belirlemeye yönelik olarak hazırlanmış mülakat soruları Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesinde görevli akademisyenler arasından 19 kişiye yüz yüze görüşmek suretiyle yöneltilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle elde edilen veriler SPSS 24 ve NVivo 10 programları yardımıyla analiz edilerek yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda bireylerin çok büyük bir çoğunluğunun geçmişe özlem duyduğu, özellikle çocukluk dönemlerine ait lezzet ve gastronomik unsurların hafızalarında anlamlı, süreklilik arz eden pozitif bir imaja sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Nostalji, Gastronomstalji.

Living Nostalgia in Flavors: Gastronomstalgia

Abstract

It would not be wrong to say that societies in the cycle of consumption- capitalism-postmodernism especially with the new millennium, have begun to disappear between industrial wheels, files and technology. In the current situation, desires such as going on vacation more, heading to rural areas, taking different hobbies are mostly among the preferences of individuals who want to get away from the stress factor. It can be said that besides the desires to discover new places, meet with nature, live in more peaceful environments, one of the aspirations of today's individual is to experience nostalgia. The concept of nostalgia, which includes the perception of time, space, object and taste in the past, is an emotional bridge for individuals between yesterday and today. Because an object belonging to the past is much more than just an object and it can be expressed as a memory that contains all kinds of emotions. One of the different ways to experience nostalgia is

gastronomic elements that appeal to different senses. In this study, the relationship between gastronomy and nostalgia has been examined, the aspirations of individuals for the flavors in their past have been tried to be determined, and it has been aimed to contribute to the literature in the context of gastronomy-nostalgia. Interview questions prepared for determining gastronostalgic aspirations in the research were directed to 19 people face to face among academicians from the Tourism Faculty of Balıkesir University. The data obtained with the semi-structured interview technique were analyzed and interpreted with the help of SPSS 24 and NVivo 10 programs. As a result of the research, it was concluded that the vast majority of individuals longed for the past, and especially the flavor and gastronomic elements belonging to childhood have a meaningful and permanent positive image in their memories.

Keywords: Gastronomy, Nostalgia, Gastronostalgia.

Giriş

Bireylerin özellikle yeni milenyumla birlikte yükselişe geçen ve her gün daha da farklılaşan teknolojik yenilikleri ve ürünleri ilgiyle takip ettikleri, sektörlerin ise teknolojik ve inovatif gelişmelere odaklandıkları görülmektedir. Ancak teknolojinin bu denli yükselişe geçtiği bir dönemde insanın dünyadaki yeri ve değerinde bir değişim, daha doğrusu bir azalma var mıdır? Yeniden şekillenen dünya düzeninde birey, insan olmanın ötesinde bir ‘meta’ olarak algılanıyor olabilir mi? Literatürdeki kimi çalışmalar incelendiğinde bu ve benzeri sorulara cevap arayışlarına rastlanmaktadır. Örneğin Csikszentmihalyi (1999) maddi değerler ve öznel iyi oluş arasındaki belirsiz ilişkiyi, maddi ödüllerin neden mutluluk getirmediğini araştırırken ‘Neden mutlu değiliz?’ sorusuna yanıt aramaktadır. Her türden objeyi ve değeri pazarlanabilir bir metaya dönüştüren tüketim olgusu kişileri gerçek benliklerinden uzaklaştırmakta ve merkezsizleştirmektedir. Yaşama değer katan anlamların olmadığı toplumlarda insanlar giderek yalnızlaşmakta, mutsuzluğa itilmektedir (Altuntuğ, 2011: 268). Tüketim olgusunun hız kazandığı ve her şeyin dijitalleştiği bir çağda bireyler tektipleşme ve nesneleşme tehlikesiyle karşı karşıyadır (Güzel ve Okan, 2016: 142). Hedonist kültür zihinlere sürekli bir biçimde şırınga edilmekte, insana ait tüm ilişkiler -sevgi, aşk ve dostluk dahil- maddeleşmekte, öyle ki Descartes’ın ‘Düşünüyorum öyleyse varım’ mottosu yerine ‘Tüketiyorum öyleyse varım’ mottosu geçmektedir (Bayhan, 2011: 221). Tüketime dayalı hayat tarzları bağlamında emek dâhil her şey tüketilen birer sembole dönüşürken birey, kronik bir ‘şimdi’ de var olmaya çalışmaktadır (Tekin, 2012: 74). Franklin (2012) de özellikle 1970’ler sonrası dönemde aile, evlilik, ortaklıklar ve yerleşim yerindeki değişikliklerin bir şekilde yalnızlıkla ilgili büyük dönüşümler ortaya koyduğundan bahsetmektedir. Dolayısıyla ilgili bazı araştırmalar ve tüketim kavramının toplum üzerindeki etkisi incelendiğinde bireylerin farkında olarak ya da olmayarak gitgide yalnızlaşmaya başladıkları görülmektedir. Belki de bu ve benzeri nedenlerle bireyler aidiyet duygusu yaşayabilecekleri farklı aktivitelere yönelmektedirler. Bu aktiviteler eski okul arkadaşlarıyla bir araya gelme, daha önce yaşanılan mekânları ziyaret etme olabileceği gibi eskide kalan tatlarla buluşma ve nostaljiyi yaşama şeklinde de kendini gösterebilmektedir.

Nostalji Kavramı

Literatürdeki bazı araştırmalar (Hirsch, 1992; Sedikides vd., 2008; Routledge vd., 2012) nostaljinin, -hangi zaman diliminde yaşanırsa yaşansın- bireyin hayatına anlam katan olumlu bir durum olduğunu göstermektedir. Sedikides vd. (2008)’ne göre uzun bir geçmişi ve heyecan verici bir geleceği olan nostalji, Türk Dil Kurumu tarafından ‘geçmişte kalan güzelliklere olan özlem duygusu ve bu duygunun baskın bir duruma gelmesi, geçmişseverlik, gündegün’ şeklinde tanımlanmaktadır

(www.tdk.gov.tr). Etimolojik kökeni Yunancaya dayanan kavram eve/vatana dönüş anlamı taşıyan ‘nostos’ ve ızdırap verici durum anlamındaki ‘algos’ kelimelerinin birleşimidir. Nostalji kavramı ilk kez İsviçreli doktor Johannes Hofer tarafından 1688’de melankoliden ağlayan, anoreksi ve intihara kadar değişen semptomları olan bir hastalık için tanısalsal bir etiket olarak ifade edilmiştir (Pickering & Keightley, 2006: 921-922; Atia & Davies, 2010: 182). İsviçreli askerlerin memleket hasretlerinin psikolojik etkilerini tanımlamak adına tıp alanında kullanılan nostalji kavramı günümüzde farklı alanlarda kullanılmaktadır. Evrensel boyutta duygusal bir deneyim olan nostalji (Ye vd., 2013: 317) birçok farklı hatıranın bir araya gelerek içi içe geçtiği, olumsuz tüm duyguların filtrelendiği bir süreçtir ve belirli bir hafızayla değil duygusal bir durumla ilgilidir. Bu bağlamda duyguların bireyin belleğine bir uyarımda bulunduğu söylenebilir (Hirsch, 1992: 390-395). Ye vd. (2013) de nostaljik deneyimin duyguları uyandırdığını, bellekteki bilgiyi hatırlatma ve yeniden yapılandırma ile bilişsel süreci harekete geçirdiğini söylemektedirler. Sosyal bir duygu olan nostalji geçmişe dair olumlu algılarla yaşama anlamı duygusu katarak güçlendirebilecek bir etmendir ve bireyin hayatında pozitif etki yaratmaktadır (Sedikides vd. 2008: 306). Aynı zamanda günlük yaşamların tekrarlayan aşinalıklarından bir kaçış girişimi olarak görülebilir ve bu nedenle bir başa çıkma stratejisidir (Lyon & Colquhoun, 1999: 193). ‘The Power Of The Past: Nostalgia As A Meaning-making Resource’ isimli çalışmada Routledge vd. (2012) ‘Nostalji insanların yaşamda bir anlam duygusu bulmasına yardımcı olur mu?’ diye sormakta, araştırmalarının sonucunu şöyle özetlemektedirler: ‘Nostalji sadece olumlu bir hatıradan daha fazla şey ifade eden, insanların hayatlarını anlamla iç içe geçiren, deneyimlerini hatırladıkları, kendi kendine odaklı duygusal bir süreçtir’. Öztürk (2015)’e göre nostaljiye yüklenen olumlu anlam ve eski yaşantılar bugüne kıyasla daha ideal görülmektedir. Atia ve Davies (2010) ise nitelikleri hayranlık uyandırıcı olan nostaljiye başka bir açıdan yaklaşmakta, farklı bir zaman/mekân içindeki özlemde kalmanın şu anki hareket etme yeteneğini daraltma riski taşıyıp taşımadığını sorgulamakta, ancak üzerinde tartışmalar olsa da nostaljinin farkındalığa duygusal bir derinlik kazandırdığına dikkat çekmektedirler (Atia & Davies, 2010: 181-184). Havlena ve Holak (1991) nostaljinin zihinsel bir hastalık olmadığını, her ne kadar önceleri patolojik bir fenomen şeklinde tanımlanmış ise de hem kişisel hem evrensel özellikler içeren normal bir durum olduğunu ifade etmektedirler. Dünyadaki her yaştan ve mizaçtan birey nostaljiye karşı hassastır ve insanların yaşadıklarına benzer semptomlar hayvanlar tarafından da sergilenmektedir (Havlena & Holak, 1991: 323-329). Sedikides vd. (2008)’ne göre nostalji olumlu bir etkiye sahip olup; özgüveni arttırmakta, sosyal bağları teşvik etmekte ve varoluşsal tehdidi hafifletme özelliği taşımaktadır. Bireyin psikolojisi ve kişiliği üzerinde önemli bir etkisi olan nostalji, Holak vd. (2005:195-196) tarafından aşağıdaki biçimde kategorize edilmekte ve açıklanmaktadır:

Tablo 1. Nostaljinin Kategorileri

Sosyal Deneyim			
		Kişisel	Toplumsal
Deneyimin Doğası	Doğrudan	Kişisel Nostalji	Kültürel Nostalji
	Dolaylı	Kişiler Arası Nostalji	Canlandırılmış Nostalji

Kaynak: Holak, S., Havlena, W., Matveev, A. (2005). Exploring Nostalgia In Russia: Testing The Index Of Nostalgia-proneness. ACR European Advances.

•**Kişisel Nostalji (Doğrudan Bireysel Deneyim):** Çoğunlukla psikolojik ve sosyolojik analizin konusu olan, doğrudan deneyime ve kişisel hatıralara dayanan nostaljiyi ifade etmektedir. Duygusal bir deneyimdir ve bireye özgüdür. ‘Gerçek nostalji’ veya ‘doğru nostalji’ şeklinde de ifade edilmektedir.

•**Kişiler Arası Nostalji (Dolaylı Bireysel Deneyim):** Diğer bireylerin hatıralarına dayanan nostaljik tecrübeyi ifade etmektedir. Daha az yoğun duygular uyandırabilir ve özgün uyarıyla ilgili olarak kişisel nostaljiden daha az karmaşık bir duygusal profil üretmektedir.

•**Kültürel Nostalji (Doğrudan Kolektif Deneyim):** Doğrudan tecrübe içermekle birlikte anılar ve grup üyeleri arasında büyük ölçüde ortak olan deneyimleri kapsar. Örneğin Amerikan kültüründe Şükran Günü ve Noel kutlamalarında ailelerin davranışları arasındaki benzerlikler, birey nostaljisinin alt kültür grubunda yer alan diğerlerine benzemesine neden olabilir. Bir kültüre ait üyelerin ortak hislerle ve o kültürle ilgili unsurlara olan nostaljisi de denilebilir.

•**Canlandırılmış Nostalji (Dolaylı Kolektif Deneyim):** Fantezi ve dolaylı deneyime dayanarak kendi ‘sanal gerçekliğini’ yaratan nostaljiyle birlikte sanal gerçekliğin nostaljik karşılığıdır. Kitaplara, video materyallerine veya uzmanlarla (nostaljinin nesnesiyle doğrudan bir deneyimi olmayan) yapılan görüşmelere de dayanabilir. Baker ve Kennedy (1994) bir müze ziyaretinde hissedilen nostaljiyi canlandırılmış nostaljiye örnek olarak vermektedirler.

Kökenlerindeki farklılıklar nedeniyle nostalji sınıfları büyük ölçüde farklı tepkiler içerebilmektedir. Kişisel ve kültürel nostalji, kişiler arası veya sanal nostaljiye nazaran daha zengin ve karmaşık deneyimler barındırmaktadır (Holak vd. 2005: 195-196). Hemetsberger vd. (2011) nostaljinin çocukluktan gelen hatıralar, sevilen anlamlı anlar, erken deneyimler ve alışkanlıklar hakkında rapor verdiğinden bahsetmektedirler. Geçmişin ve geçmişte yaşananların bireyin hayatında çok önemli bir yer tuttuğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu anlamda Belk (1990) kapsamlı/zengin bir geçmiş hissine sahip olmanın kendimizi net bir şekilde tanımlayabildiğimiz ve kimliğimizi önceki kişisel geçmişe veya grup geçmişine yerleştirebildiğimiz anlamına geleceğinden bahsetmektedir. Nostalji; güvenli bir sığınak (Belk, 1990: 670), sıkıntıyı ortadan kaldıran, sakinliği getiren bir kapasiteye sahip (Sedikides, 2008: 305), yaşla sınırlanılmayan (Güzel ve Okan, 2016: 138) olumlu bir durumdur. Literatürdeki araştırma ve tanımlardan yola çıkarak öznel bir derinliği olan nostaljiyi ‘geçmişte yaşanan güzel ve mutlu bir an’ı; *objelerle, sanatsal eserlerle, yiyecek ve içeceklerle tekrar yaşama isteği ve duygusu*’ olarak ifade edebilmek mümkün görünmektedir. Geçmişe dönme isteğini, dahası geçmişin güzelliklerine yeniden kavuşma arzusunu kimi zaman mutluluk, kimi zamansa hüznün verici biçimde taşıma hissi olan nostaljinin şu özelliklere sahip olduğu söylenebilir:

- Hemen her yaşta bireyde görülebilen normal bir durumdur ve güvenlidir,
- Çoğunlukla mutluluk uyandıran, zaman zaman hüznü de barındıran bir duygudur,
- İnsan hayatına çoğunlukla olumlu etkisi bulunmaktadır,
- Stresli yaşamdan/ortamdan kısa süreliğine de olsa kaçış sağlar.

Nostaljinin pazarlama disiplini açısından da önem kazandığı görülmekte; Coca-Cola, Tamek, Nestle, Komili gibi firmaların ambalaj/paketlemede nostaljik unsurları kullandığına sıklıkla rastlanmaktadır. Nostalji sayesinde tüketicilerle farklı bir bağ kurma yoluna giden retro pazarlamayla ilgili olarak Demir (2008); uyandırılmak ve hatırlatılmak istenen duygu ve deneyimlere ait unsurların tanıtım mesajlarında görsel/sözel şekilde yer aldığını; müzik, tat ve koku faktörlerinin ürün grubuna bağlı olarak değerlendirildiğini söylemektedir. Amaç, hedeflenen kitle tarafından geçmişin yeniden kurgulanması, hafızada canlanarak büyüünün tekrar hissedilmesini sağlamaktır. Nostalji, pazarlamada köklülük ve güvenilirlikle birlikte geçmişe olan özlemi vurgulamada da kullanılmaktadır (Özhan, 2015: 87). Genel kanının aksine nostaljik reklamlar sadece ileri yaştaki tüketiciler üzerinde değil daha genç yaşlardaki tüketici grupları üzerinde de etkilidir (Güzel ve Okan, 2016: 152). Nostaljinin pazarlama alanında kullanımına ilişkin bazı örneklerle (Şekil.1, Şekil 2. ve Şekil 3.) aşağıda yer verilmektedir:



Şekil 1. Ankara Makarnası



Şekil 2. Tamek Nektar



Şekil 3. Komili Zeytinyağı

Kaynak: Yazar tarafından marketlerde fotoğflanmıştır.

Gastronomi-Nostalji İlişkisi ve Gastronostalji Kavramı

Bireysel boyutuyla nostalji, modern insanın kendi yaşadığı ya da özlemini çektiği bir zaman diliminin hayal edilmesi şeklinde açıklanabilir. Sosyoloji boyutuyla nostalji ise modernleşmeyle ilgilidir. Modernleşme sürecinde batılı toplumlar doğadan koparak yapay mekânlar içine hapsedilmiş, mekânların tekdüzeleşmesiyle bireyler kendi kişilik ve farklılıklarını ifade edecek mekân/nesne arayışına girmişlerdir (Alpat, 2010: 16). Alpat (2010)'ın bahsettiği bu arayışın bireyler üzerinde kendini farklı biçimlerde gösterdiği söylenebilir. Eğer nostalji *'idealize edilmiş bir geçmişe özlem'* şeklinde tanımlanır; ideal geçmişe ait duygular bunlarla eşzamanlı olarak yaşanmış seslere, kokulara ve tatlara da taşınır hale gelir (Hirsch, 1992: 390). Farklı objelerin nostaljiyi hissettirdiğinden bahsederken yiyeceklerin de nostaljik bir unsur olabileceğine değinen Demir (2008: 30) pişmekte olan bir kurabiye kokusunun anne veya büyükannenle, özellikle de çocukluğa dayanan ev hayatıyla ilgili nostaljik duyguları uyandırabileceğine dikkat çekmektedir. Renko ve Bucar (2014) ise yemek merkezli nostaljinin göç literatüründe geniş yer bulduğuna, yemek yapmak ve yemenin mutlu anıları uyandırdığına, bir topluluk duygusu yarattığına değinmektedir. Yine kültürel miras ve nostalji özellikle turizmde zengin bir kimlik için işaret kaynağıdır ve yiyecek kimlik arayışında önemli bir faktördür. Toplumda çok işlevli bir bağlantı rolü oynayan gıda; insanların yaşam tarzını, sağlığını ve alışkanlıklarını da etkilemektedir (Cavicchi & Stancova, 2016: 4).

Temel ihtiyaçların başında gelen yemeğin en yaygın kimlik belirleyici faktörlerden biri olması şaşırtıcı değildir. Bireyler sadece fizyolojik anlamda değil aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik anlamda da 'yedikleri şey' dir ve çocukluğun 'konforlu yiyecekleri' yetişkinlikte bir sığınak olmaktadır. Yeme alışkanlıklarımızı değiştirme girişimi ulusal, bölgesel veya kişisel kimliğimize bir saldırı olarak bile görülebilmektedir (Richards, 2003: 4). Yiyecek kişilik üzerinde olduğu kadar bireyin içinde bulunduğu psikolojik durum üzerinde de etkilidir. Bu anlamda Şimşek ve Kaya (2018) mutlu/rahatlatan gıda olarak tanımlanabilecek olan comfort food ile ilgili çalışmalarında, negatif duygu (stres, üzüntü, sıkıntı, yalnızlık vb.) durumlarında bireylerin rahatlamak/mutlu olmak için özel anlam içeren yiyecekler tükettiklerine değinmektedirler. Comfort food olarak tanımlanan gıdalar nostaljik bir özellik taşımasının yanı sıra kimi bireyler tarafından 'anne yemeği' olarak adlandırılmakta, yiyecekler bireyden bireye farklılık göstermekle birlikte, tüketildiğinde ruhsal açıdan rahatlamaya, bireyin kendisini iyi hissetmesine yardımcı olmaktadır (Şimşek ve Kaya, 2018: 262). Buradan hareketle denilebilir ki; gastronomi-nostalji ilişkisi bireyi oluşturan temel unsurlardan birinin çocukluk döneminde tüketilen yiyecekler olduğunu ortaya çıkarmakta, nostaljik ve gastronomik unsurlar bellekte bıraktığı izlerle kişilik özellikleri üzerinde önemli bir etki yaratmaktadır. Bir anlamda 'eskiden' kavramını karşılayan nostalji, yaşanan anılardan çocukluk döneminde tüketilen yiyeceklere geniş bir yelpazeyi ve çeşitliliği ifade etmektedir. Bu durumun

araştırılmaya başlanmasıyla bireylerin eskiden tükettikleri yiyeceklerin hafızalarında ne denli bir öneme sahip olduğunu ortaya koyabilecek kavram ‘*gastronostalji*’ olabilecektir. Bilimsel çalışmalarda kullanılan kavramların önemi ve terimsel ifadelerde yansıttıkları içerikler büyük önem arz etmektedir. Botes (2002) kavramların disiplinler için bilimsel bilginin veya teorik çerçevelerin temel yapı taşları olduğunu, bu nedenle araştırma/teori geliştirmede yeterince doğru olmayan ve anlaşılmayan kavramların kullanılmasının güvenilirliği ve geçerliliğinin de şüpheli olmasına neden olacağını belirtmektedir. Buradan yola çıkarak kullanılan kavramların itinalı bir biçimde seçilme gerekliliği bulunduğunu söylemek yerinde olacaktır. Özellikle akademik çalışmalarda kullanılan terimler giderek çoğalmakta, farklı disiplinlerin bir araya gelmesiyle çeşitli kavramlar ortaya çıkmaktadır. Sosyoekonomik, psikososyal, gastroturizm gibi birleştirilmiş kavramlara bilimsel literatürde sıklıkla rastlanmaktadır. Yiyecek ve içeceklerin nostaljik boyutunu tanımlayan bir ifade olarak ise gastronomi ve nostaljinin birleştirilmesiyle ortaya çıkan ‘*gastronostalji*’ kavramını kullanmanın yerinde olacağı düşünülmektedir.

Yabancı literatür incelendiğinde bu iki kavramın -hatta nostaljinin aslında iki kavramdan oluştuğu düşünülürse, üç kavramın- bir araya getirilerek tek bir kavram şeklinde kullanıldığı bazı çalışmalara (Srinivas, 2006; D'Sylva & Beagan, 2011; Raghavan vd., 2015; Lakshmi, 2018) rastlanmış ancak Türk gastronomi literatüründe ‘*gastronostalji*’ ifadesinin kullanıldığı bir araştırma ile karşılaşılmamıştır. Yabancı literatürde yer alan ilgili araştırmaların yanı sıra pratikte hem dünyada hem de Türkiye’de bazı gastronostaljik uygulamaların bulunduğu görülmektedir. Aksoy ve Akbulut (2017) Fat Duck restoranın kimi sunumlarıyla müşterilerine keşfetme, macera, eğlence dolu nostaljik bir deneyim sağlamayı amaçladığına; Lapina ve Leer (2016) Danimarka’da bulunan bazı restoranların nostaljik öğeler barındırdığına dikkat çekmişlerdir. Çağlak (2018) ise çalışmasında nostaljik bir trend haline gelen nargile mekanlarına yer vermektedir. Mekânsal bağlamda Türkiye’den verilebilecek örneklerden biri de çeşitli yeme-içme ve eğlence faaliyetlerine ev sahipliği yapan Watergarden İstanbul olarak görülebilir.

Alanda en az elli yıllık geçmişe sahip lezzetleri barındıran, farklı bölgelerden yiyecek ve içeceklerin yer aldığı, Türk yemek kültürünü yansıtan ‘nostalji sokağı’ isimli bir bölüm bulunmaktadır (www.watergarden.com.tr; www.mutfakhaber.net). Yine bazı internet sitelerinde (www.tripadvisor.com.tr; listelist.com; tr.pinterest.com) farklı ülkelerde faaliyet gösteren nostaljik restoranlardan bahsedilmektedir. Vefa Bozacısı, Çiçek Pasajı, Tarihi Cumhuriyet Meyhanesi, Avam Kahvesi gibi mekanlar ise Türkiye’deki gastronostaljik mekanlar bağlamında değerlendirilebilir. Nostaljik ürünlerin düzenlendiği ‘*nostaljik tatlar.com*’ isimli sitenin faaliyetleri, ‘*pal nostalji*’ gibi radyo kanalı yayımları ve klasik araç festivalleri gibi organizasyonlar ise nostaljiye olan eğilimin artış göstergelerinden sayılabilir. Son yıllarda gastronomi-nostalji bağlantısını inceleyen çalışmaların (Brown vd., 2010; Autio vd., 2013; Vignolles & Pichon, 2014, vb.) yanı sıra pazarlama alanındaki bazı çalışmalara da (Demir, 2008; Altuntuğ, 2011; Dağdaş, 2013; Taşkaya, 2013; Cui, 2015; Toksarı vd., 2015; Morgül, 2017; vb.) rastlanmakta ancak literatürde konu ile ilgili az sayıda araştırma olduğu görülmektedir. Sierra ve McQuitty (2007: 99) de geçmiş sosyal deneyimlerle duygusal/bilişsel tepkilerin birey kimliğini anlamaya yardımcı olacağını, ancak şaşırtıcı biçimde nostalji bağlamında tüketici davranışı teorisini açıklayan çok az araştırma bulunduğuna dikkat çekmektedirler.

Materyal ve Metod

Araştırma, gastronomi literatürüne nostalji boyutuyla katkı sağlamak amacıyla nitel araştırma desenleri olan betimsel analiz ve içerik analizi uygulanarak yapılmıştır. Bu yöntemlerin

kullanılmasındaki amaç Özdemir (2010)'in de belirttiği gibi nitel araştırmanın, insanların yaşam tarz ve öykülerini, davranışlarını, örgütsel yapıları ve toplumsal değişmeyi anlamaya dönük bilgi üretme süreçlerinden biri olmasıdır. Gültepe (2018) betimsel analiz yönteminin görüşülen/gözlenen birey görüşlerinin çarpıcı biçimde yansıtılması amacıyla doğrudan alıntılara sıklıkla yer verilen, elde edilen bulguların düzenlenerek ve yorumlanarak okuyucuya sunulduğu bir yöntem olduğundan bahsetmektedir. Betimsel analizde veriler araştırma sorularına göre sınıflandırılabileceği gibi veri toplama aşamasında elde edilen ön bilgiler ışığında da düzenlenebilir. Veri kaynaklarından alıntılar yapmak çalışmanın güvenilirliği ve sıhhati açısından yararlı olabilir. İçerik analizi doküman ve mülakat dökümlerinin karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir (Altunışık vd., 2012: 324).

Araştırmada NVivo 10 nitel veri analizi programı yardımıyla zamir ve bağlaçlar analiz dışı bırakılarak en sık kullanılan 250 kelime listelenmiş, gastronomi ve nostalji ile ilgili olmayan kelimeler filtrelenmiş sonrasında ise kullanım sıklığına göre sıralanmıştır. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesinde görevli farklı akademik titre sahip 19 akademisyenle 14 Mayıs-17 Mayıs 2019 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle yüz yüze yapılan bu araştırmada bireylerin '*gastronostaljik özelemleri*' belirlenmeye çalışılmıştır. Kimlik gizliliği esas alınarak katılımcılar K1, K2,...K19 şeklinde kodlanmış, dikkat çeken bazı görüşler doğrudan alıntı yapılarak çalışma içerisinde sunulmuştur.

Mülakat soruları -gastronostalji üzerine yapılmış bir araştırmaya rastlanmamış olması sebebiyle- Özhan ve Altuğ (2017)'un '*Nostalji Eğilimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması*' ile Yalçın ve Elmas (2017)'in '*Kişisel ve Simüle Nostaljinin Varoluşsal İşlevi Üzerine Bir Çalışma*' isimli araştırmalarında kullanılan ölçeklerdeki bazı ifadelerden ve akademisyen görüşlerinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Araştırmanın örneklemini Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesindeki Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümlerinde görevli akademisyenler olarak belirlenmiş, çalışmaya katılmak isteyen bireyler randevu alınarak ziyaret edilmiş, ses kaydı izni sonrası görüşmelere geçilmiştir. Görüşmelerin salt o katılımcıyla ve sessiz bir odada yapılmasına özen gösterilmiştir.

Katılımcıların cevaplama için toplam 9 ifadeye yer verilen uygulama süreci görüşme başına ortalama 7 ila 15 dakika sürmüştür. Araştırma güvenirliliği bağlamında ses kayıt dökümleri iki araştırmacı tarafından tekrar ve dikkatlice dinlenmiş, vurgu ve tonlar titizlikle analiz edilmiştir. Ses kayıt metinleri tekrar tekrar okunarak yorumlanmış, kişisel nostalji ve gastronomik unsurlar arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır. Mülakat öncesi, '*Lütfen aklınıza yaşamınızdan nostaljik bir olay getiriniz ve beş dakika boyunca eski günlerinizi ve çocukluğunuzu düşününüz.*' ifadesiyle katılımcıların kendileriyle baş başa kalmaları sağlanmış, Holak vd. (2005)'nin nostalji kategorisinde yer verdikleri 'kişisel nostalji' yi tekrar yaşamaları hedeflenmiştir.

Bulgular ve Yorumlar

Bu kısımda ilk olarak katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinden bazılarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Tablo 2'de yer alan veriler incelendiğinde katılımcıların % 58'inin erkek (n=11), % 42'sinin ise kadın (n=8) olduğu görülmektedir. Yaş ortalaması 41 olan katılımcıların yaş aralığı yüzdeleri itibarıyla; % 36.8'inin 25-34, % 31.6'sının 35-44, % 15.8'inin 45-54 ve % 15.8'inin ise 55-64 yaş aralığında oldukları görülmektedir. Katılımcılardan 8'i araştırma görevlisi, 1'i doktor öğretim üyesi, 5'i doçent, 5'i profesördür ve medeni durum itibarıyla % 73.7'sinin evli olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

<i>Değişken</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Cinsiyet		
Erkek	11	58
Kadın	8	42
Toplam	19	100
Yaş		
25-34	7	36.8
35-44	6	31.6
45-54	3	15.8
55-64	3	15.8
Toplam	19	100
Medeni Durum		
Evli	14	73.7
Bekar	5	26.3
Toplam	19	100
Unvan		
Profesör Dr.	5	26.3
Doçent Dr.	5	26.3
Dr. Öğr. Üyesi	1	5.3
Arş. Gör.	8	42.1
Toplam	19	100

Katılımcıların SPSS 24 programı kullanılarak oluşturulan ve sosyo-demografik özelliklerinin bazılarına yer verilen tablo sonrası (Tablo 2) NVivo 10 programı yardımıyla oluşturulan kelime sıklığının gösterildiği tablo (Tablo 3) yer almaktadır. Mülakatlar sırasında en çok tekrarlanan ve gastronomi, geçmiş, nostaljiyi barındıran ilgili kelimelerin sıklığının gösterildiği ve 42 kelimenin yer aldığı tablo şu şekildedir:

Tablo 3. Kelime Sıklığı Tablosu

<i>Kelime</i>	<i>Toplam</i>	<i>Kelime</i>	<i>Toplam</i>
Lezzet	84	Domates Kokusu	15
Şimdi	73	Arkadaşlıklar (Eski)	14
Geçmiş	69	Eski Tatları Bulamamak	13
Özlem (Özlem Duymak)	67	Eski Tatları Aramak	13
Zaman	67	Yaşam	13
Eski/Eskiden	63	Eski Bayramlar	13
Yiyecek (ler)	63	Aile	12
Anne/Büyükanne Yemekleri	61	Büyüme	12
Çocukluk	57	Köy	11
Tabi/Tabiki	45	Keşke	10
Hissetmek	34	İlişkiler (Eski)	10
Farklılık	32	Samimiyet	10
İstemek	31	Nostalji	7
Koku	31	Kalabalık Sofralar	6
Mutluluk	23	Güven Duymak	5
İnsan	22	Erik (Erik kokusu)	5
Doğal (Organik)	22	Biber (Biber kokusu)	5
Geçmişe Dönmek	21	Şekerlemeler	5
Oyun Oynamak	19	Bisküvi	4
Ekmek/Salçalı Ekmek	18	Hayal Etmek	3
Sokak/Mahalle	17	Düşünmek	3

Tablo 3'te yer alan ve en sık kullanılan kelimeler incelendiğinde; 'Lezzet, Şimdi, Geçmiş, Özlem ve Zaman' kelimeleri ön plana çıkmaktadır. En fazla tekrar eden kelimenin 'Lezzet' (n=84) olduğu düşünüldüğünde, bireylerin nostalji bağlamında geçmişteki yeme-içmeye ilişkin lezzetlerin etkisinin hafızalarında belirgin bir yere ve olumlu bir imaja sahip olduğu görülmektedir. Dikkat çeken bir diğer nokta ise 'Şimdi' (n=73) ve 'Geçmiş' (n=69)'in sıklıkla karşılaştırılması olmuştur. Bu durum bireylerin -kimi zaman hatırlatıcıların da etkisiyle- nostalji bağlamında çocukluk ve gençlik dönemlerine verdikleri önemin göstergesi durumundadır. Geçmişte var olan lezzetlerin günümüzde bulunamaması durumu söz konusu olmakla birlikte bu durum geçmiş-gastronomi-özlem bağlantısını doğrular niteliktedir. Yine tabloda yer alan dikkat çekici sıklıklardan bir diğeri de 'Anne-Büyükanne' ikilisine yapılan atıftır. Katılımcıların mülakat sırasında geçmiş lezzetler konusunda ilk hatırladıkları yemekler olarak anne, anneanne ve babaanne yemekleri (n=61) ön plana çıkmaktadır. Bu durumun çocukluk döneminde yetişilen aile ortamı ve Türk kültürü ile de ilgili olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların en az sıklıkla kullandıkları kelimeler incelendiğinde ise düşünmek (n=3), hayal etmek (n=3), bisküvi (n=4), şekerlemeler (n=5), biber (n=5) ve erik (n=5) ön plana çıkmaktadır. Her ne kadar sıklığı az olsa da bisküvi, şekerleme, biber ve erik gibi tatların ve bu tatlara ait kokuların bazı bireylerin zihninde yer ettiği ve onlara geçmişi hatırlattığı rahatlıkla söylenebilir. Sık kullanılan kelimeler sonrasında en çok kullanılan ilk on beş kelimededen oluşan kelime bulutu Şekil 4'te gösterilmektedir:



Şekil 4. En Sık Kullanılan İlk On Beş Kelimededen Oluşan Kelime Bulutu

Araştırmada ilk dikkat çeken nokta; 'Lütfen aklınıza yaşamınızdan nostaljik bir olay getiriniz ve beş dakika boyunca eski günlerinizi ve çocukluğunuzu düşününüz' ifadesi sonrası katılımcıların gözlerinin bir noktaya odaklanarak huzurlu bir ruh hali sergilemeleri olmuştur.

'Sık sık çocukluğumdaki olayları hatırlayarak eski güzel günleri özleyorum ifadesine katılırsınız?' İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Bu ifadeyi katılımcıların % 5.2'si (n=1) kesinlikle evet, % 52.6'sı (n=10) evet; % 26.3'ü (n=5) kısmen evet; % 5.2'si (n=1) çok sık olmamakla birlikte evet, % 5.2'si (n=1) çok katılmıyorum, % 5.2'si (n=1) ise katılmıyorum şeklinde cevaplandırmıştır. Alınan bu cevaplar katılımcıların toplamda %90'a yakın bir oranda nostalji duygusuna yatkın bireyler olduklarını göstermektedir. Elde edilen bu oran Dağdaş (2013)'ün araştırmasına katılan bireylerin 'Nostalji ve geçmişe özlem duyuyorum' ifadesine vermiş oldukları ve toplamda %93 oranına ulaşan 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' şeklindeki cevaplarıyla örtüşmektedir.

'Evet yani bazen bir fırının önünden geçerken duyduğun ekmek ya da simit kokusu bile zaman zaman özletiyor insana.' (K 10)

'Çocukluk dönemini insan hatırlıyor, o dönemi özliyor. Bir sorumluluğu yok, eğlencesi bol. İsteklerimizin içerisinde ufak tefek bir takım isteklerimiz olduğu zaman gerçekleşince mutlu oluyoruz. Şimdi isteklerimiz, sorunlarımız arttı mutsuzluk da arttı tabi. Geriye dönüp mutlu ediyoruz kendimizi, hayal ediyoruz...' (K 15)

Bu ifadeye katılımcıların verdikleri cevaplardan; bazen bir yiyeceğin tadının yada kokusunun dahi - belki de bir hatırlatıcı görevi üstlenerek- eskide yaşanan günlere olan özlemin hissedilmesini sağladığı söylenebilir. Yine katılımcıların özellikle çocukluk dönemlerini hatırladıklarında mutlu olmaları da bir diğer önemli noktadır.

'Geçmişten gelen yerler ve insanlar sizin için önemli midir?' İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Bu ifadeye katılımcıların dördü *kesinlikle evet*, ondördü *evet*, biri *her zaman değil* şeklinde görüş bildirmişlerdir. Cevaplar katılımcıların neredeyse tamamının geçmişteki yer ve kişilere önem verdiğini, geçmişle olan bağlarını ve geçmişlerine dair aidiyet duygularını büyük ölçüde koruduklarını göstermektedir.

'Her zaman değil. Bazı insanlara evet ama bazıları için aynı şeyleri söyleyemem. Olmasa da olurlardı mesela bazıları.' (K 7)

'Önemlidir çünkü büyüdüğüm yer, yaşadığım yerde insanların değeri vardır. Yaşlıdır, saygı duyulur. Çocukken salçalı ekmek sürmüştür vermiştir oyun oynarken falan. Kıymetli gelir o tür insanlar.' (K 8)

'Önemlidir tabi... beni geçmişe bağladığı için, benim kimliğimi oluşturduğu için önemlidir.' (K 18)

'Çocukluğunuzda/gençliğinizde özlem duyduğunuz olaylar nelerdir?' İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Bu ifade için katılımcıların vurguladıkları kelimeler arasında *'oyun oynamak'* dikkat çekmektedir. Özlem duyulan olaylara katılımcıların beşi kesin bir vurguyla ilk olarak *'oyun oynamak'* fiilini belirtmişlerdir. *'Masumiyet, samimiyet, eski ilişkiler, sokak kültürümüz, aile ortamı, kalabalık sofralar, erik ağacına çıkmak, küçük evimizde aile üyeleri ile buluşup pikniğe gitmek, pazar akşamları sofraları, bayramlar, salçalı ekmek, kardeşlerimle bir arada olmak, bir arada oluşumuz, ceviz helva, mahalle kültürü, sorumluluk olmaması'* vurgulanan diğer cevaplar arasındadır. Katılımcılardan sadece biri çocukluğuna dair herhangi bir özleminin olmadığını belirtmiştir. Bu ifade için katılımcılar tarafından en çok belirtilen/vurgulanan cevaplar arasında *'oyun oynamak, eski mahalle, bayram yemekleri, sofralar'* öne çıkmaktadır.

'Oyun oynamak. Sokakta. Hiçbir fikri olmadan hani hiçbir kafada sıkıntılı durum olmadan sadece oyunu düşünmek... sokakta oyun oynamak.' (K 19)

'Valla özlem duyduğum bir olay yok desem yeridir.' (K 1)

'Çocukluğunuzda tükettiğiniz yiyecek-içecekleri tüketmekten hoşlanır ve bunları yeniden tüketmeyi arzular mısınız? Hangi yiyecekler sizi geçmişe götürür? İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Katılımcılar ‘Çocukluğunuzda tükettiğiniz yiyecek-içecekleri tüketmekten hoşlanır ve bunları yeniden tüketmeyi arzular mısınız?’ ifadesini büyük çoğunlukla, ‘geçmişteki doğallık çok farklıydı, evet hoşlanırım, arzularım’ şeklinde cevaplarken, ‘Hangi yiyecekler sizi geçmişe götürür?’ ifadesine ise; ‘leblebi tozu, sac üzerinde hamur işi, ceviz helva, kızılçık suyu, domatesli makarna, mandalina, kara lahana, biber kızartması kokusu, salçalı ekmek, çağla, et yemekleri, köfte, yufkadan kızartma, dalından kopmuş erik, sera tatlısı, pasta, tarhana çorbası, bisküvi arası lokum, annemin yaptığı bütün yiyecekler, kuru yufka, katmer, meyveler, çilek kokusu, çokomel, kuzukulak, yeşil ceviz, tereyağ kokusu, kaynana şekeri, bakkallardaki cam kavanoz içindeki şekerlemeler’ cevapları verilmiştir. Cevaplardaki çeşitlilik ve bireyleri geçmişe götüren lezzetlerin farklılığı nostaljinin bireysellik yönünü ortaya çıkarmakta, kişiye özgü derinliği olan bir duygu durumu olduğunu teyit etmektedir.

‘Ceviz helva. O zamanlar kalın, küçük ama kalın ceviz helvaları olurdu. Şimdilerde bulamıyorum onu. Hatta bir gün Balıkesir’de aradım aradım aradım o şeyde bulamadım, lezzette bulamadım.’ (K 4)

‘Beni babaannem büyüttü, babaannemin yemekleri ile büyüdüm ben. Zeytinyağlı.. et yemekleri... Evde de bunu sürdürmeye çalışıyorum.’ (K 9)

‘Çok da doğrusu... öyle ilişki kuramıyorum ama pastanede pasta yemek gibi özlemlerim var.’ (K 13)

‘Tarhana çorbası. Bizim orada farklı bir çorba yapıyorlar...biraz meşakkatli bir şey gerekiyor. Onu ben burada yapamadığım için çok özliyorum. Ne zaman köye gitsem onu yapıyorum anneme.’ (K 14)

‘Karalahana yemeği. Annem çok güzel kara lahana yapar. Onu yersem geçmişe giderim. Çocukluğuma dönerim.’ (K 6)

Bu ifadede en çok dikkat çeken nokta katılımcıların büyük bölümünün vurguladığı ‘anne, ve büyükanne yemekleri’ olmuştur. Çocukluk döneminde hafızada belirgin biçimde yer ettiği ortaya çıkan ‘anne ve büyükanne yemekleri’ ne katılımcıların ifadelerinde toplamda 61 defa atıf yaptıkları görülmektedir. Bir diğer önemli nokta da katılımcıların yine büyük çoğunluğunun geçmişteki yiyecekleri yeniden tüketmeleri durumunda kendilerini ‘mutlu’ hissedeceklerini belirtmeleridir. Bu durum Locher vd. (2005)’nin nostaljik/duygusal çekiciliği olan, geleneksel tarzda hazırlanan, rahatlatan ev yemekleri ve çocukluk dönemi arasında kurdukları ilişkiyi doğrulamaktadır. Kişilerin gerek birey, gerekse grup olarak kim olduklarının tanımlanması nesnelere, özellikle de gıdasal objelere dayanmaktadır (Locher, vd. 2005: 274).

‘Günümüzde tükettiğiniz yiyecek-içeceklerle eskiden tükettiğiniz yiyecek-içecekleri karşılaştırır mısınız?’ İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Katılımcılar bu ifadeye büyük çoğunlukla; ‘her şey daha doğal, daha samimiydi, daha organikti, şimdi eski lezzetleri bulamıyorum’ şeklinde görüş bildirmiş, katılımcılardan biri ‘geçmişte yediğim ile şu an yediğim arasında fark göremiyorum’, biri ise ‘karşılaştırma yapamayacağım’ ifadesini kullanmışlardır.

‘Lezzet olarak çok farklı. Şimdi biraz lezzette kayıp var. Arıyoruz geçmişi...’ (K 3)

‘Geçmişte tükettiğiniz yiyecek-içecekleri günümüzde tükettiğinizde ne hissedersiniz?’ İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Bu ifadeye büyük çoğunlukla; ‘mutlu olurum, çocukluğuma dönerim, geçmişe dönerim, daha iyi hissedirim’ şeklinde görüş bildiren katılımcılardan sadece biri ‘fazla bir farklılık hissetmem’ şeklinde cevap vermiştir.

‘Mutluluk veriyor... Bir rahatlama hissi veriyor... Bir de.. eskiye özlem yaratıyor.’ (K 2)

‘Tam bir nostalji olurdu herhalde. Olduğu gibi geçmişe dönerdim... yine ailemle birlikte... Annem, babam, ağabeyim... Terasımızı hatırlardım... Orada yedik yemeğimizi... denizi seyrederek...’ (K 5)

‘Herhalde çocukluğuma döndüğümü hissedirim.’ (K 12)

‘Geçmişte yemek yediğiniz yerleri tekrar ziyaret etmek ister misiniz? Neden?’ İfadesine Ait Görüşler ve Örnekler

Katılımcıların büyük kısmı bu ifadeye evet cevabı vermiş, ‘köy ortamı, babaannemin evi, eski evimiz, anneannemin evi, dedemin evi, isterim ama orası yok artık, ediyorum zaten, ilkokulda yediğim lahmacun, kesinlikle’ kelimelerini vurgulamışlardır. Katılımcılardan sadece biri ‘istemazdim’ cevabı vermiştir. Neden? sorusuna verilen cevapların büyük kısmında katılımcılar ‘özlem ve hasret duygusu’ na ve ‘hatırlama arzusu’ na vurgu yapmışlardır. Bu durum özellikle çocukluk döneminin yaşandığı çevrenin ve mekanların bireyler için önemli olduğunu göstermektedir.

‘Kesinlikle ziyaret etmek isterim. Geçmişini hatırlamak için... O güzel duyguyu anımsamak için.’ (K 11)

‘Evet isterim, giderim. Hem geçmişini yaşamak hem de aynı deneyimi tekrar yaşayabilmek için.’ (K 16)

‘İsterim. .. Hatırlamak isterim geçmişini o yüzden.’ (K 17)

‘Nostaljiyi tek kelimeyle nasıl ifade edersiniz?’ İfadesine Ait Görüşler

Bu ifadeye katılımcıların genel anlamıyla nostalji kavramına yaklaşımları incelenmeye çalışılmıştır. Katılımcılar nostaljiyi; ‘geçmişteki anları içsel olarak yaşamak, eskiye özlem, çocukluğum, özlem, yeşilçam filmi, özlenen, geçmişe duyulan özlem, yeniden, büyük bir mutluluk, memleket, çocukluk, kalabalık sofraları özlemek, bağlantı, hatırlamak, geçmiş, gereksiz, özlem ve hüznün’ şeklinde ifade etmişlerdir. Cevaplardaki çeşitlilik ve nostalji kavramına yüklenen anlamın değişiklik göstermesi kişisel nostaljinin doğal bir sonucu olarak kabul edilebilir. Zira bireylerde farklı çağrışımlar yapması -Routledge vd. (2012)’nin belirttiği gibi- nostaljinin kendi kendine odaklı, duygusal bir süreç olma özelliği ile örtüşmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bireylerin gastronomik özelemlerinin belirlenmeye çalışıldığı bu araştırma kapsamında ilk belirtilmesi gereken sonuç mülakat bitiminde katılımcıların çok büyük bir çoğunluğunun geçmişlerine döndüklerinin tespit edilmesidir. Zira -nostalji bildirim ölçümü bağlamında- ‘An itibarıyla oldukça nostaljik hissediyorum ifadesine katılır mısınız?’ sorusunu katılımcıların 4’ü kesinlikle evet, 1’i büyük ölçüde evet, 10’u evet, 2’si kısmen evet, 2’si hayır şeklinde cevaplandırmışlardır. Bu durumda mülakatın genel anlamda amacına ulaştığı söylenebilecektir.

Araştırmada elde edilen veriler bireylerin özellikle çocukluk dönemlerinin hafızalarında yaşamaya devam ettiğini ve gastronomik unsurların bu hafızada yadsınamayacak bir yeri olduğunu göstermektedir. Özellikle anne ve büyükannelere ait lezzetlerin bireylerin hafızasında tazeliğini korumakta ve özlenmekte olduğu görülmektedir. Bazen bir kokunun bazen de bir tadın bireyi geçmişe, özellikle çocukluk dönemine götürdüğü, zaman ve mekan algısının o an önemini yitirdiğini belirtmek yanlış olmayacaktır. Katılımcıların büyük çoğunluğu mülakat bitiminde özellikle çocukluk dönemine ait tatları ve geçmişlerinde yer eden lezzetleri kesinlikle hissettiklerini belirtmişlerdir. Yine katılımcıların büyük kısmının eski tatları hatırladıklarında *'keşke olsa da o yiyecekleri tekrar yiyebilsek'* şeklindeki ifadeleri gastronomi-nostalji arasındaki köprüyü gözler önüne sermektedir. Eski mahalle kültürü, samimiyet, ilişkilerdeki doğallık katılımcıların özlemleri arasında yer almakta bu boyutuyla da geçmiş, özlenen bir çok olguyu barındırmaktadır. Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda çocukluk ve gençlik döneminde tüketilen yiyeceklerin (özellikle anne ve büyükanne yemeklerinin) gastronomik anlamda birey-kişilik üzerinde önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Bu durum gastronominin nostaljik boyutunun araştırılmaya ve incelenmeye değer bir konu olduğunu göstermektedir.

Yabancı literatürde kullanılmış olmakla birlikte sınırlı sayıda çalışmaya konu olan, kişisel nostalji bağlamında büyük önem taşıyan gastronomi-nostalji üzerine gelecekte yapılacak nitel/nicel araştırmaların gastronomi literatürüne büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bireyin geçmişte var olan mutluluğu bugün de yaşayabilmesi açısından, ülkelerin kültürlerini yansıtan nostaljik yiyecek-içeceklerin sunulduğu/tanıtıldığı festivaller düzenlenmesi önerilebilir görülmektedir. Yine yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yer verecekleri nostaljik tatlar müşteri memnuniyeti ve ürün çeşitliliği sağlama bağlamında değerlendirilebilir. Gastronomi ve psikoloji bilimlerinin bir araya gelerek gastronomi kavramı üzerine yapacağı geniş çaplı araştırmaların yiyecek ve içeceğin nostalji üzerindeki rolünü belirlemeye yardımcı olacağı düşünülmektedir. Benzer biçimde turizm ve gastronomi alanında yapılacak çalışmalarla ortaya konabilecek *'nostaljik gastronomi destinasyonları'* turizmde çeşitlilik sağlayabileceği düşünülebilecek etkili bir faktör olarak değerlendirilebilir. Yerel yönetimlerin kentlerde oluşturacakları *'nostaljik lezzet sokakları'* vasıtasıyla hem bireylerin geçmiş lezzetlere ulaşması sağlanabilecek hem de bu anlamda geliştirilecek projeler yerel istihdama katkı sağlayabilecektir. Yaratılacak bu ve benzeri mekanlar aynı zamanda kişilerarası nostalji bağlamında yeni neslin de geçmişteki lezzetleri tanıyıp deneyimlemesine imkan verecektir. Bu durum toplumsal ortak değer olarak görülebilecek unsurları taşıyan nostaljinin gelecek kuşaklara aktarımı sayesinde geçmişle olan kültürel bağları da korumaya yardımcı olabilecektir. Gelecekte yapılacak benzer çalışmaların ürün geliştirme bağlamında ve retro pazarlama alanında firmalara da yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bireyin sürekli bir biçimde ve sadece bir 'şimdi' de yaşamadığı aslında bazı anlarda sıklıkla geçmişe döndüğü durumundan hareketle sosyolojik alanda yapılacak daha kapsamlı çalışmaların salt bireyin değil toplumun özlemlerini de ortaya koyabileceği düşünülmektedir. Bu yolla ortak özlemlerin belirlenmesi, daha mutlu bir toplum yaratmaya ya da mutlu topluma katkı sağlama amacına yardımcı olabilecektir. Literatürde bireyin neden mutlu olmadığını ve mutluluğu artıran unsurların neler olabileceğini araştıran pek çok çalışmanın bulunduğu düşünüldüğünde, insanın ve toplumun mutlu olmasına yapılacak katkının ne denli büyük bir önem arz ettiği de yadsınamaz bir gerçektir. Bu durumu en iyi şekilde özetleyen söz belki de Romalıların On İki Levha Kanunları içerisinde yer almaktadır:

'En temel yasa toplumun esenliğidir.'

Kaynakça

- Aksoy, M., Akbulut, B. A. (2017). Restoranlardaki Teknolojik Yeniliklerin Deneyim Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi. *ICCHT 2017- International Congress on Cultural Heritage and Tourism*, (s. 1-10). Konya.
- Alpat, F. E. (2010). XX. Yüzyıl ve XXI. Yüzyıl Başında Kadın Moda Tasarımında Nostalji Anlayışı. *Sanat Dergisi*, (17), 15-23.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamalı*. (7. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altuntuğ, N. (2011). Değerlere Hitap Eden Pazarlamanın Nostalji Boyutu. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3, (2), 265-273.
- Atia, N., Davies, J. (2010). Nostalgia And The Shapes Of History. *Memory Studies*, 3, (3) 181-186.
- Autio, M., Collins, R., Wahlen, S., Anttila, M. (2013). Consuming Nostalgia? The Appreciation Of Authenticity In Local Food Production. *International Journal of Consumer Studies*, 37, (5), 564-568.
- Bacon, F. (2020). *Seçme Aforizmalar*. Çeviren: C. Cengiz Çevik. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.
- Baker, S. M., Kennedy, P. F. (1994). Death By Nostalgia: A Diagnosis of Context Specific Cases. *Advances In Consumer Research*, 21, (1), 169-174.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: “Tüketiyorum Öyleyse Varım”. *Sosyoloji Konferansları*, (43), 221-248.
- Belk, R. W. (1990). The Role Of Possessions In Constructing And Maintaining A Sense Of Past. *ACR North American Advances*.
- Botes, A. (2002). Concept Analysis: Some Limitations And Possible Solutions. *Curationis*, 25, (3), 23-27.
- Brown, L., Edwards, J., Hartwell, H. (2010). A Taste Of The Unfamiliar. Understanding The Meanings Attached To Food By International Postgraduate Students in England. *Appetite*, 54, (1), 202-207.
- Cavicchi, A., & Stancova, K. C. (2016). Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies. *Institute for Prospective and Technological Studies, Joint Research Centre, Sevilla*.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). If We Are So Rich, Why Aren't We Happy?. *American Psychologist*, 54, (10), 821.
- Cui, R. (2015). A Review Of Nostalgic Marketing. *Journal of Service Science and Management*, 8, (01), 125-131.
- Çağlak, U. (2018). Boş Zaman Alışkanlıklarında Nostaljik Bir Trend: Yeni Nargile Kültürü ve Nargile Mekânları. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, (13), 67-83.
- Dağdaş, G. (2013). İşletmelerde Retro Pazarlama Uygulamalarının Müşteri Bağlılığına Etkileri Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Demir, F. O. (2008). Pazarlamanın Nostaljik Oyunu: Retro Markalama. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 29-41.
- D'Sylva, A., Beagan, B. L. (2011). ‘Food Is Culture, But It's Also Power’: The Role of Food In Ethnic And Gender Identity Construction Among Goan Canadian Women. *Journal of Gender Studies*, 20, (3), 279-289.

- Franklin, A. (2012). A Lonely Society? Loneliness And Liquid Modernity in Australia. *Australian Journal of Social Issues*, 47, (1), 11-28.
- Gültepe, A. (2018). Kodlama öğretimi yapan bilişim teknolojileri öğretmenleri gözüyle öğrenciler kodluyor. *Uluslararası Liderlik Eğitimi Dergisi-International Journal of Leadership Training*, 2(2), 50-60.
- Güzel, E., Okan, E. Y. (2016). Nostaljiye Genç Bakış: Nostalji İçerikli Reklamların Postmodern Bireyler Üzerindeki Etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 7, (3), 137-154.
- Havlena, W. J., Holak, S. L. (1991). "The Good Old Days": Observations on Nostalgia and Its Role in Consumer Behavior. *ACR North American Advances*.
- Hemetsberger, A., Kittinger-Rosanelli, C., & Mueller, B. (2011). "Grandma'S Fridge Is Cool"—the Meaning of Retro Brands For Young Consumers. *ACR North American Advances*.
- Hirsch, Alan R. (1992). Nostalgia: A Neuropsychiatric Understanding. *Advances in Consumer Research*, Vol. 19, 390-395.
- Holak, S., Havlena, W., Matveev, A. (2005). Exploring nostalgia in Russia: Testing the Index Of Nostalgia-proneness. *ACR European Advances*.
- <http://www.watergarden.com.tr/hakimizda> (Erişim Tarihi: 20.02.2019).
- <http://www.mutfakhaber.net/dunyanin-en-buyuk-gastronomi-merkezi-watergarden-istanbul-aciliyor> (Erişim Tarihi: 20.02.2019).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=NOSTALJ%C4%B0 (Erişim Tarihi: 26.02.2019).
- <https://listelist.com/istanbuldaki-nostaljik-mekanlar/> (Erişim Tarihi: 01.03.2019).
- https://www.tripadvisor.com.tr/RestaurantsNear-g297983-d1900152-Nostalji_RestaurantGoreme_Cappadocia.html (Erişim Tarihi: 01.03.2019).
- <https://tr.pinterest.com/gblscott123/nostalgic-restaurants/> (Erişim Tarihi: 01.03.2019).
- <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?id=7180> (Erişim Tarihi: 01.03. 2019).
- <http://acrwebsite.org/volumes/7580/volumes/v21/NA-21> (Erişim Tarihi:01.03.2019).
- <http://www.acrwebsite.org/volumes/7083/volumes/v17/NA> (Erişim Tarihi: 01.03.2019).
- <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=7326>(Erişim Tarihi:01.03.2019).
- <https://www.nostaljiktatlar.com> (Erişim Tarihi: 20.05.2020).
- <http://palnostalji.com.tr/index.html> (Erişim Tarihi: 20.05.2020).
- <https://klasikotofest.org/> (Erişim Tarihi: 20.05.2020).
- Lakshmi, S. R. (2018). Home-A Memory Lingering In Our Taste Buds. *International Journal of Research in Humanities, Arts and Science*, Vol.2, Special Issue 6, April, 87-89.
- Lapiņa, L., Leer, J. (2016). Carnivorous Heterotopias: Gender, Nostalgia and Hipsterness in the Copenhagen Meat Scene. *Norma*, 11, (2), 89-109.
- Locher, J. L., Yoels, W. C., Maurer, D. ve Ells, J. (2005). Comfort foods: an exploratory journey into the social and emotional significance of food, *Food & Foodways*, 13(4), 273-297.
- Lyon, P., & Colquhoun, A. (1999). Selectively living in the past: nostalgia and lifestyle. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 23(3), 191-196.

- Morgül, E. (2017). Nostaljik Reklamların Marka Tutumuna Etkisi: Türkiye'den Bir Reklam Örneği. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7, (4), 1-12.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özhan, Ş., Altuğ, N. (2017). Nostalji Eğilimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 6, (3), 53-66.
- Özhan, Ş. (2015). Kişilik Özellikleri Ve Nostalji Eğiliminin Marka Sadakatine Etkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma. Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Öztürk, T. A. (2015). Postmodernizmin Zaman Algısı: "Müzikte Nostalji Modası". *Medeniyet Sanat*, 1, (1), 31-41.
- Pickering, M., Keightley, E. (2006). The Modalities of Nostalgia. *Current Sociology*, 54, (6), 919-941.
- Raghavan, A., Asia, S., Singh, V. (2015). Circuits of Authenticity. *Economic and Political Weekly*, 50, (31), 69-74.
- Renko, S., Bucar, K. (2014). Sensing Nostalgia Through Traditional Food: An Insight From Croatia. *British Food Journal*, 116, (11), 1672-1691.
- Richards, G. (2003). Gastronomy: An Essential Ingredient In Tourism Production and Consumption?. *In Tourism and Gastronomy*, (pp. 17-34).
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C., Juhl, J., Arndt, J. (2012). The Power of The Past: Nostalgia As a Meaning-making Resource. *Memory*, 20, (5), 452-460.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., & Routledge, C. (2008). Nostalgia: Past, Present, And Future. *Current Directions in Psychological Science*, 17, (5), 304-307.
- Sierra, J. J., & McQuitty, S. (2007). Attitudes and emotions as determinants of nostalgia purchases: An application of social identity theory. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(2), 99-112.
- Srinivas, T. (2006). As Mother Made It: The Cosmopolitan Indian Family, Authentic Food And The Construction Of Cultural Utopia. *International Journal of Sociology of The Family*, 191-221.
- Şimşek, N., Kaya, S. Y. (2018). Bireylerin Rahatlamak ve İyi Hissetmek İçin Tükettikleri Gıdalar: Comfort Food İçin Türkçe Terim Önerisi. *4. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, 19-21 Temmuz, Kastamonu, 262-273.
- Taşkaya, M. (2013). Reklamda Nostaljik Unsurlar: Kimlik Vaadi ve Anlamın Tüketimi. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, Ocak, 6, (1), 1-37.
- Tekin, N. (2012). Tüketim Temelli Hayat Tarzları ve Gösteri Mekanı Olarak Kentler. *İletişim Dergisi*, 68-84.
- Toksarı, M., Senir, G., Mürütsoy, M. (2015). Nostaljik İçerikli Reklam Mesajlarının Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileme Düzeyi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 19, (3), 197-216.
- Vignolles, A., Pichon, P. E. (2014). A Taste Of Nostalgia: Links Between Nostalgia And Food Consumption. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 17, (3), 225-238.
- Yalçın, Ö., Elmas, P. (2017). Kişisel ve Simüle Nostaljinin Varoluşsal İşlevi Üzerine Bir Çalışma. *Türk Psikoloji Yazıları*, 20, (40), 76-85.
- Ye, S., Ngan, R. Y. L., Hui, A. N. (2013). The State, Not The Trait, Of Nostalgia Increases Creativity. *Creativity Research Journal*, 25, (3), 317-323.