

2022, 9(2): 347-369

DOI: <https://doi.org/10.17572/mj2022.2.347-369>

Makaleler (Tema)

# YEMEĞİN MİLLETİ, MİLLETİN YEMEĞİ: GÜNDELİK MİLLİYETÇİLİĞİ MASTERCHEF TÜRKİYE'DE ARAMAK

Elifcan ÇORUK<sup>1</sup>

## Öz

Bu çalışmada Masterchef Türkiye programı aracılığıyla gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisini incelemek amaçlanmaktadır. Gündelik milliyetçilik, milliyetçiliğin rutin alışkanlıklara nüfuz ettiğini ve böylece ulusun gündelik ve bilinçsiz olarak yeniden üretildiğini savunur. Bu savunu gündelik bir rutin olarak yemek pişirme ve yemek yeme eylemlerini, milliyetçiliğin yeniden nasıl üretildiği tartışmalarıyla kesiştirir. Bu kesişim aynı zamanda sıcak milliyetçiliğin günümüzde şimdiki zamanda gerçekleştiğini ve bu yönüyle gündelik hayatta sıradanlaştığını da göstermektedir. Buradan hareketle çalışmada ilk olarak teorik arka plan incelenmiş, sonrasında ise Masterchef Türkiye programı 2019 sezonundan elde edilen veriler gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisi kesişiminde değerlendirilmiştir. Veriler çalışma kapsamında nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** gündelik milliyetçilik, Masterchef Türkiye, yemek, temsil, sıradanlık

<sup>1</sup> Elifcan ÇORUK, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü Araştırma Görevlisi, [elifcan.coruk@hotmail.com](mailto:elifcan.coruk@hotmail.com), ORCID: 0000-0002-3026-1645

Makale Gönderim Tarihi: 15.09.2022 | Makale Kabul Tarihi: 06.12.2022

© Yazar(lar) (veya ilgili kurum(lar)) 2022. Atrif lisansı (CC BY-NC 4.0) çerçevesinde yeniden kullanılabilir. Ticari kullanımlara izin verilmez. Ayrıntılı bilgi için açık erişim politikasına bakınız. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından yayınlanmıştır.

# NATION OF FOOD, FOOD OF NATION: LOOKING FOR EVERYDAY NATIONALISM IN MASTERCHEF TURKEY

## Abstract

This study aims to examine Masterchef Turkey TV show as a mediator within the framework of the daily relationship between nationalism and food. Everyday nationalism argues that nationalism permeates into routine habits, thus the nation is reproduced daily and unconsciously. This argument intersects the daily routine of cooking and eating with discussions of how nationalism is reproduced. This intersection also shows that warm nationalism takes place in the present, and in this respect, it has become ordinary in daily life. From this point of view, the theoretical background was first examined in the study, and then the data obtained from the 2019 season of the Masterchef Turkey show were evaluated at the intersection of daily nationalism and food relations. The data were analyzed by qualitative content analysis method within the scope of the study.

**Keywords:** everyday nationalism, Masterchef Turkey, food, representation, banality

*"Ulusların kaderi beslenme tarzlarına bağlıdır  
Bana ne yediğini söyle, sana ne olduğunu söyleyeyim."<sup>2</sup>*

## Giriş

Ne geçmiş ne şimdiki ne de gelecek zaman milliyetçilikten bağımsız düşünülebilir. Çünkü millet ve milliyetçilik, zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde gelişir ve kitlesel etki sahibi olur. Milliyetçilik, gerçek olarak sunulmak istenen hikâyeleştirmekte ve bu hikâyenin akılda kalmasını amaçlamaktadır. Böylece milliyetçilik, bu amacın hem öznesi hem de nesnesi konumunda olan kitleleri harekete geçirme gücüne sahip bir somutluk yaratır. Kitlelerin harekete geçirilmesi, insanların duygusal bağlılıklarına nasıl bir eylemsellik kazandırdıkları ve anlam yükledikleriyle ilişkilidir. Çünkü insanlar kendileri için anlamlı olan motivasyonlarla

<sup>2</sup> Brillat-Savarin, J. A. (2022). *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler* (H. Bucak, Çev.). İstanbul: Oğlak.

hayatlarını sürdürürler. Dolayısıyla insanlar için anlamlı olan durumların milliyetçilikle kesişimi, milliyetçiliğin hem sürekliliği hem de kitleselliği açısından önemlidir.

Gündelik milliyetçilik ise bu kesişimsellik ve süreklilik ekseninde sıradan insanların günlük yaşamlarında tecrübe ettikleri sıradan durum ve olaylar üzerinden milliyetçi çıkarımların yapılabileceği çerçevesinde çalışmaktadır. Bu açıdan bakıldığında geçmiş ya da gelecekte ayrılamayan milliyetçilik esas itibariyle sürekliliğini ve somutluğunu şimdiki zamanda geçen sıradanlığa borçludur. Benzer şekilde gündelik bir rutin olarak yemek yeme pratiği de gündelik milliyetçilik içinde veri oluşturulabilecek bir alan imkânı sağlamaktadır. Bu çerçevede planlanan çalışma Masterchef Türkiye isimli yemek programını gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisi ekseninde bir gösteren olarak incelemeyi amaçlamaktadır.

Bu amaçtan hareketle çalışmada öncelikle gündelik milliyetçilik ve gündelik milliyetçiliğin yemekle kurduğu ilişki teorik temelde ele alınıp yemeğin milleti temsil edişi ve milletin o yemekle kurduğu aidiyet ilişkisi tartışılmıştır. Bu teorik tartışma çerçevesinde çalışmanın ilerleyen bölümünde ise Masterchef Türkiye programının 2019 sezonunda oynanan takım oyunlarının içeriğinde gündelik milliyetçilik örneklerine nasıl ve ne ölçüde yer verildiği analiz edilmiştir.

## Milliyetçilikten Gündelik Milliyetçiliğe

Bireysel failliği edilgen bir dille ifade etme eğiliminde olan milliyetçilik kavramı, esas itibariyle kuramsal olarak sıklıkla devlete atıfla açıklanmıştır. Bu açıklama çerçevesinde milliyetçiliğe, modern dönemle eş zamanlı anılan ulus devlet biçimi, modern toplumun, modern devletin, modern yönetim biçiminin vazgeçilmez bir parçası olarak ihtiyaç duyulmaktadır. Ulus devletleşme sürecinde millet devlet olmanın yaygınlık kazanmasıyla oluşan bu ihtiyaç Billig'e (2002, s. 33) göre, "milletler arası bir ideoloji olarak milliyetçiliği insanlık tarihinin en başarılı ideolojisi" haline getirmiştir. Toplum, siyaset, ekonomi, hukuk, kültür gibi yaşamı ilgilendiren başat konu başlıklarının geçmişten günümüze değin gelişiminde milliyetçiliğin etki alanı düşünüldüğünde Billig'in bu ifadesinin rüştünü ispat ettiği görülmektedir.

Başarılı bir ideoloji olarak milliyetçilik kavramı kuramsal olarak temelde primordiyalist, modernist ve etno-sembolist yaklaşımlar çerçevesinde ele alınmaktadır (Özkırmılı, 2016). İlkçi yaklaşım şeklinde de anılan primordiyalizm, milletlerin ya da millet olma halinin milliyetçilikten önce oluştuğunu, bu nedenle de milletlerin doğal ve verili özelliklerinin olduğunu savunan bir bakış açıdır (Geertz, 1963; Shills, 1957; Özkırmılı, 2016, s. 79-81). Milletlerin milliyetçiliği oluşturduğu savına karşı çıkış çerçevesinde ortak noktada buluşan modernist yaklaşım savunucuları ise temel olarak milliyetçiliğin milletlerden önce oluştuğunu ve milliyetçiliğin oluşumu sayesinde milletlerin var olduğu tezini ortaya atmışlardır (Gellner, 1992; Hobsbawm, 1993 ve 2006; Anderson, 2017). Bu çerçevede milliyetçilik kuramlarında temel olarak milletin, standartlaşmış dil, kültür, eğitim,

ekonomi, basın-yayın aracılığıyla devletten bağımsız düşünülemez bir topluluk olarak tanımlandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra milletlerin, farklı topluluklar halinde, milliyetçilikten önce de var olabileceğini savunan etno-sembolist yaklaşım ise milliyetçilik yaklaşımları arasında etnik kökene atfettiği önemle öne çıkmaktadır (Smith, 2013 ve 2017). Etno-sembolist yaklaşım çerçevesinde dil, kamu kurumları, aydınlar, görsel sanatlar ve sembolik kaynakların milletlerin devamlılığını sağlayan unsurlar olarak sıralanmaktadır (Smith, 2017, s. 116-139).

Genel itibarıyla milliyetçilik, “köylüleri Fransız erkeğine dönüştürerek”, siyasi olanın sınırları içindeki toplulukları birleşik ulusal bir bütün olarak yeniden şekillendirmektedir (Fox ve Miller-Idriss, 2008, s. 537). Bu açıdan bakıldığında millet, Gellner’in (1992, s. 19) milliyetçilik tanımında ifade ettiği gibi, siyasal birimle ulusal olanın uyumluluğu üzerinden okunmaktadır. Diğer bir ifadeyle milliyetçilik, yukarının aşağıya ya da devletin halkına uyguladığı makro bir güç unsuru olarak şekillenmektedir. Ancak millet ve milliyetçilik, yalnızca ne makro yapısal bir biçimde ele alınabilir ne de salt devletle ilişkilendirilebilir. Zira Hobsbawm (1993, s. 25) da milliyetçiliğin aşağıdan, yani sıradan insanların varsayımları, umutları, ihtiyaçları, özlemleri ve çıkarları açısından analiz edilmedikçe anlaşılmayacağını vurgulamıştır. Devlet ya da seçkin merkezli milliyetçilik yaklaşımlarının öne sürdüğü, empoze ürünü olarak yukarıdan aşağıya doğru gerçekleşen milliyetçilik, milleti pasif ve edilgen konuma yerleştiren bir özelliğe sahiptir. Nitekim Hobsbawm’ın sıradan insanlar açısından incelenmedikçe gerçekten anlaşılamayacağını düşündüğü milliyetçilik fikri de milletin, bahsi geçen pasif bırakılma haline bir eleştiridir.

Bununla birlikte gündelik hayatta sıradan insanların sahip olduğu, hissettiği milliyetçiliği inceleme imkânı ise kuşkusuz modern ulus devlet yapılaşması altında mümkün olabilir (Smith, 2008, s. 567). Bir başka ifadeyle aşağıdan yukarıya doğru bir etkinin varlığı çerçevesinde milliyetçilik araştırması yapmak, modern anlamda örgütlenmiş bir ulus devlet modelini gerektirmektedir. Dolayısıyla aşağıdan yukarıya etki sağlama mekanizmalarının gelişiminde de devlet merkezli milliyetçilik göz ardı edilmese de milliyetçiliğin tam olarak anlaşılması konusunda yeterli olamamaktadır. Yalnızca yukarının etkisinin öneminden ziyade, aşağının da salt edilgen konumda olmadığı kabulüyle yapılan bir analiz milliyetçiliğin bütünsel bir biçimde ele alınmasını ve anlaşılmasını sağlamaktadır. Böylesi bir analiz milliyetçiliğin devlet, sanayileşme, eğitim-müfredat ya da seçkinlerin etkisinden bağımsız düşünülemezliğini kabul ederken, aynı zamanda milletlerin yalnızca makro güçlerin ürünü olmadığını, günlük yaşamda sıradan faaliyetlerde bulunan sıradan insanların pratik başarıları olduğunu ortaya koymaktadır (Fox ve Miller-Idriss, 2008, s. 553). Benzer şekilde Calhoun (2017, s. 22) da milliyetçiliğin yalnızca ulusların varlıklarını anlama biçimi ve sosyal tahayyül olmadığını, aynı zamanda milliyetçi tahayyülü gerçekleştiren ulusların yeniden üretiminin aktif bir parçası olduğunu ileri sürmektedir. Milliyetçi tahayyülün ilk oluşturuluşu ve kitlelere yayılışı yukarıdan aşağı şeklinde olmuş olsa da tahayyül

kalıcı kılan sembol, ritüel ve söylemlere yüklenen anlamı yeniden yorumlayan, gündelik akış içinde sürekliliğini sağlayarak somutlaştıran öznenin sıradan insan oluşu, burada dikkat çekilen noktayı oluşturmaktadır.

Bu açıdan bakıldığında bütünsel bir yaklaşım için, milliyetçiliğin tarihsel olarak oluşumu ve gelişimiyle meşgul olan yukarıdan aşağıya doğru gelişen makro yaklaşımla, ulusların aşağıdan yukarı bir etkiyle nasıl yeniden oluşturulduklarını ele alan mikro yaklaşım arasında köprü kurulması bir gereklilik olarak ortaya çıkmıştır (Hearn ve Antonsich, 2018, s. 594). Bahsi geçen köprü, milliyetçilik çalışmalarına metodolojik olarak bakma imkânı tanıyan, mikro ölçekli hikâyelerin, yaşamların ve olayların da milliyetçilik konusunda anlamlı bir etki sahibi olabileceğini öne çıkaran gündelik milliyetçilik yaklaşımı çerçevesinde kurulabilmektedir.

## Gündelik Yaşamda Milliyetçilik

Gündelik milliyetçilik, ulusu günlük yaşamda yeniden üreten alışkanlıkların aşağıdan yukarıya doğru yol alabileceği, kitlelerin yalnızca hitap edilen konumda olmadığı, aynı zamanda ulusa seslenen, ulusal kimlik kazandıran, ulusu düşünen, tüketen ve böylece ulusun yeniden üretimine ortak özneler olduğu kabulünden hareket eder (Fox ve Ginderachter, 2018, s. 546). Bu kabul, milliyetçi olsun olmasın, sıradan insanların ulus olma duygusunu yeniden üretme konusunda bilinçsiz fakat aktif bir role sahip olduklarını göstermektedir. Bu nedenle gündelik milliyetçiliğin esas amacının milliyetçiliğin, şaşaalı ve kişileri edilgen olarak konumlandıran anlatılarından ziyade, insanların gündelik deneyimleriyle nasıl anlam kazandığını incelemek olduğu görülür. Çünkü ulusal bir topluluğun akışkanlığı, sınırları, kabulleri, normalleri, anormalleri gibi kazanımları günlük yaşamda daha doğal bir şekilde fark edilmektedir (Marquioni ve de Oliveira, 2019, s. 76). Dolayısıyla gündelik milliyetçiliğe odaklanmak, insanların günlük yaşamlarını anlamlı kılan tüm alışkanlıklar üzerinden ulusun ne anlama geldiğinin okunabileceğini de göstermektedir.

Ulus olma halini ve milliyetçiliği resmi kültürün ürünü olarak görmeyen Edensor'a (2002) göre gündelik milliyetçilik, sıradan insanların gündelik yaşamlarında tecrübe ettikleri gündelik eylemleri ve mekânları (trafikteki davranışlar, petrol istasyonları, tatil gezileri, televizyon izleme halleri, otobüs durağında sıraya girmek), ulus olma duygusu etrafında bir araya getirmektedir. Dolayısıyla gündelik ulus içerisinde insanlar sıradan eylemlerde bulunarak sıradan bir sosyalleşmeyle aktif bir biçimde milleti yeniden üretmektedir. Yeniden üretim süreci insanlar için rutinleşmiş uygulamalar çerçevesinde ortaya çıkar. Bu sayede insanların günlük yaşamlarında milliyetçilik nezdinde bir anlam ifade etmeyen mekânlar ve nesnelere, ulusun kendiliğinden görünür kılındığı tanıdık simgeler haline gelir. Fox ve Ginderachter'a (2018, s. 549) göre milliyetçiliğin bu gündelik hali anlık bir biçimde ortaya çıkmakta, ulusun günlük yaşamına sızmakta ve sürekli tekrarlanmaktadır.

Sürekli tekrarlanma, içselleştirme, yeniden üretim gibi pek çok zaman bilinçdışı yapılan bu eylemler, ulusun gündelik olarak normalleştirilmesinde ve şimdiki zamana odaklanmasında önemlidir. Zira ulusun sürekli olarak tekrarı milliyetçiliğe duyulan aidiyeti ve milliyetçiliğin inşa gücünü pekiştirmekte ve milliyetçiliğin şimdiye kadar hiç yok olmayan etkisini somutlaştırmaktadır (Dede, 2021, s. 43). Bu sürecin milliyetçilik açısından hem kalıcılığını hem de kendiliğinden halini ortaya çıkaran ise gündelik hayatın söylemle kurduğu ilişki biçimidir. Bu ilişki sıradan insanların gündelik yaşamlarında kullandıkları sözel ifadelerle dikkat çekmektedir. Konularının milliyetçi içeriğe sahip olup olmamasına bakılmaksızın insanların gündelik söylemleri ulusun kendileri için ne anlama geldiğini ve ne zaman ulustan bahsedildiğini gösterirken diğer bir taraftan da ulusu belirler niteliktedir (Fox ve Miller-Idriss, 2008, s. 539). Çünkü gündelik yaşam içinde alışkanlık kazanılan dil ifadeleri, rutin olanı sıradan ifadelerle millileştirmektedir. Skey, (2011, s. 11) insanların gündelik yaşamlarında kullandıkları ifadelerde milliyetçi yansımaları rastlanmasının nedenini ulusu, kendilerine göre, yani “bize” göre, anlamlı hale getirme çabası şeklinde açıklamaktadır. Bu çabanın amacı Skey’e göre milliyetçi söylemin bileşenlerinde saklıdır. Bir bölgeyi diğerinden ayırma (uzamsal boyut), ritüeller aracılığıyla ortak geçmiş inşa etme (zamansal boyut), ortak kültürel pratikler oluşturma (kültürel boyut), siyasal örgütlenmeyle ulusu meşrulaştırma (politik boyut) ve benlik ve öteki ayrımı yapma (ben-öteki) bileşenleri aracılığıyla milliyetçilik, gündelik söylem üretiminin yerleşik, doğal ve normal hale gelmesini mümkün kılmaktadır (Skey, 2011, s.12-13). Böylece ulus tekil bir kavram olarak normalleştirilir ve kendiliğinden büyük bir “biz” yaratımı oluşmuş olur.

“Biz” yaratımı, ulusun kim olduğuna ve olmadığına dair anlayışları güçlendirerek “biz ve onlar” arasında diyalektik bir ötekileştirme süreci ekseninde ulusla duygusal bağ kurulmasını sağlar (Hammett, 2021, s. 19). Bu sayede gündelik dilde sıklıkla kullanılan “biz”, “siz”, “sizin”, “bizim”, “bize”, “burası”, “onlar”, “bizler”, “orası” gibi alternatifleri çoğaltılabilecek zamirler, kimin kendisini kimden ayırdığını ya da hangi gruba dâhil ettiğini belirtecek şekilde gizli ulusal söylemler haline gelirler. Diğer bir ifadeyle gizli fakat sıradan ulusal söylemler, gündelik temsillerde gömülü olan milliyetçiliğin, hem örtük ve görünmez bir arka plan varsayımı olarak çalıştığını hem de daha önce fark edilmemiş olduğunu ortaya çıkarırlar (Calhoun, 2017, s.18; Antonsich, 2015, s.1; Hearn ve Antonsich, 2018, s.596).

Bununla birlikte, bahsi geçen zamir ifadelerinin gündelik milliyetçilik çalışmalarında bir araştırma sahası olarak ele alınması, medya ile gündelik hayatın kesişimini de gündeme getirmektedir. Çünkü medya araçları, gündelik akışı içinde çoğu zaman milliyetçiliğin itici gücünü oluşturmaktadır. Anderson’ın (2017, s. 50-51) matbaa kapitalizmi çerçevesinde gazete okumanın ulusal aidiyet duygusunu beslemesine yönelik atfında görüldüğü gibi, çeşitli medya organlarının söylem üzerinden temsili bir milliyetçilik geliştirmeleri söz konusudur. Medya söylemlerinde paylaşılan bu dil ulusal olana hitap ettiği kadar, aynı zamanda ulus tarafından da kurgulanmaktadır (Skey, 2009, s.332). Bu sayede kitleleri harekete geçiren milliyetçilik bir kez daha hem mekânsal anlamda dağınık olan kişileri zihinsel anlamda bir araya getirmiş olur hem de bu kişiler tarafından, sıklıkla kendiliğinden, gündelik olarak belirlenir, somutlaşır ve yeniden üretilir. Dolayısıyla

milliyetçiliğin tüketim eylemi olduğu kadar aynı zamanda üretim kapasitesinin de olduğunu gösteren gündelik milliyetçilik, şimdiki zamana ve sıradan olana yaptığı vurgu çerçevesinde işlevsel zenginliğiyle de ortaya çıkmaktadır (Dede, 2021, s. 42-43).

## Gündelik Milliyetçilik ve Yemek İlişkisi

Günlük hayatın rutin pratikleri ve bu pratikler dâhilinde kullanılan pek çok ürün milli olarak anlamlandırılmaktadır. Sıradan insanın gündelik belleğinde bu rutinler birer milli somutlaştırmayı beraberinde getirir. Bu somutlaşma rutin pratiklerin milli olarak düşünülmesinin yanında tüketilmesini, dolayısıyla milletin metalaşmasını görünür kılmaktadır (Fox ve Miller-Idriss, 2008, s.551). Gündelik ulusun metalaşması, ulusal duyarlılığı, gururun somutlaşmasını ve ulusun tüketilebilir oluşunu kolaylaştırmaktadır. Sanatsal ürün ve faaliyetler, şehirleşme, eğlence kültürü, sokak ve apartman isimlerinde görülebilen gündelik ulusal somutlaşmalar ulusun metalaşmasına gösterilen örnekler arasındadır. Bunların yanı sıra mutfak ve yemek kültürü de gündelik milliyetçilik analizlerinde önemli veri sağlayacak bir inceleme alanı sağlamaktadır.

Yemek yapmak ve yemek, insanların sıradan eylemleri arasında belki en rutinleşmiş gündelik olaydır. İlk bakışta yemek, ulusal kimlik, aidiyet, duygusal bağ gibi milliyetçiliğe atıfla kullanılan ifadelerle ilgili bir unsur olarak görünmeyebilir. Bununla birlikte yemek kültürü, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılamamakta, aynı zamanda belirli bir topluluk için iletişim, imge, durum ve davranış bütünlüğünü temsil etmektedir (Barthes, 2013, s. 23-24). Bu açıdan bakıldığında gündelik bir eylem olarak yemeğin rutinleşmesi, milliyetçilik ve yemek arasındaki bağlantının gündelik milliyetçilik çerçevesinde incelenmesini mümkün kılmaktadır. Çünkü gündelik milliyetçiliğin örtüklüğüyle yemek yapmanın sıradanlığı arasında metodolojik bir ilişki kurulabilmektedir. Bir başka ifadeyle milliyetçiliğin gündelikteki izdüşümünü ele alırken yemeğin sıradanlığı meselesi bir analiz nesnesi haline gelmektedir.

Milliyetçiliğin yukarıdan aşağı ve aşağıdan yukarı şeklindeki iki yönlü yapısı, gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisinde de görülmektedir. Nasıl ki milliyetçiliğin gündelik hali için ulus devlet formasyonunun varlığı kabul ediliyorsa, gündelik milliyetçilikle yemek arasında bağlantı kurulmasında da öncelikle “belli” bir ulustan ya da devletten bahsedilmesi gerekmektedir. Çünkü gündelik milliyetçilik hem resmi ve kamusal hem de gayri resmi ve özel alanda etkinlik sahibidir (Ichijo ve Ranta, 2018, s. 119). Milliyetçiliğin yemekle kurduğu ilişki yukarıdan aşağı endeks kendisini standartlaştırılmış yemek kültürü alanında göstermekteyken, bu durum aynı zamanda aşağıdan yukarı şekilde sürdürülerek yeniden üretilir. Appadurai'nin (1988, s. 4) Hindistan örneğinden yola çıkarak vurguladığı gibi, farklı yöresel mutfaklardan tekil bir ulusal mutfığa erişme çabası mutfak kültürünün inşa edilebilirliğini göstermektedir. Belirli bir devlet kimliği tarafından millileştirilerek inşa ettiği yemeklerin, o milletin ulusal aidiyetini güçlendirdiği ve “biz” olmaya katkı sağladığı varsayılmaktadır. Fransız mutfağının Fransızlığı temsil etmesi, Gaziantep yemeklerinin UNESCO çerçevesinde Türklüğü öne

çıkarması ya da hamburgerin Amerikan kimliğini temsil etmesi gibi örnekler yemek ve milliyetçilik ilişkisinde öne çıkmaktadır (Ichijo, 2020, s. 217). Benzer şekilde tekil bir milliyete ait olduğu düşünülen yemekler üzerinde farklı bir milliyetin daha aidiyet kurma çabası, iki farklı hayali cemaat arasında sorun oluşturma ihtimaline sahiptir (Onaran, 2022, s. 73). Türkiye ve Yunanistan arasında gerilime neden olan baklavanın esas itibarıyla bir milli kimlik göstergesi olarak kabul edilmesi, bu ihtimalin ilk akla gelen örneğidir. Esasen yukarıdan aşağıya gerçekleşen milliyetçiliğin yemekle kurduğu ilişkiye gastromilliyetçilik<sup>3</sup> kavramı meşru bir çatı oluşturmaktadır. Gıda üretimi, tanıtımı ve tüketiminin ulusal bağlılığın duygusal gücünü pazarlamak ve sürdürmek amacıyla hizmet eden gastromilliyetçilik, yemeğin ulusal ve uluslararası alanda temsil ettiği sembolizmin devlet ya da seçkinler tarafından koruma altına alınmasını ifade etmektedir (DeSoucey, 2010, s. 433-434). Belirli bir ülke ile özdeşleştirilen bir yemeğin ulusal kimlik olarak kabul edilmesi, gastromilliyetçilik çerçevesinde o ülkenin ekonomik çıkarlarının, kurumlarının ve gıdalara yönelik yasal uygulamaların nasıl kesiştiğini göstermektedir. Bu örneklerin her biri yemeğin, ulusun anlamlandırılmasındaki devlet/seçkin merkezli üretiminin rolüne ışık tutmaktadır. Diğer bir ifadeyle Onaran'a (2022, s. 9; 72) göre gücünü devam ettirebilmek için gündelik hayatın her alanını düzenleme ihtiyacı duyan modern devlet, mutfak dünyası üzerinden de kuşatıcı etkisini gösterme ve mutfakları ulusal olarak addetme çabası içindedir.

Bununla birlikte bahsi geçen anlamlandırmanın sürekliliği ise, aşağıdan yukarı milliyetçiliğin öznesi olan sıradan insanlar tarafından sağlanmaktadır. Yemek ve milliyetçilik konusunda sıradan insanların özne olarak seçilmesi, milli olanın sınırlarının nasıl gündelik hale geldiğini ve sıradan insanların sıradan hayatlarında ulusu yemek üzerinden nasıl anlamlandırdıklarını göstermektedir (Ichijo, 2020, s. 216). Anlamlandırma sürecinde yemek kavramı milliyetçilikle kurduğu ilişkiyi, ulusal kimliğin temsiliyeti üzerinden somutlaştırır (Yıldırım, 2019, s. 193). Dolayısıyla sıradan bir yemek, ulusal bir anlama sahip, bir ulusla özdeşleşen milli bir değer haline gelir. Bu durum ise gündelik dilde sıklıkla kullanılan "biz", "bizim", "bizimki" gibi iyelik belirten söylemlerin, milli değeri olan yemeklere atıf yapmasına imkân tanımış olur.

Diğer bir taraftan yemeğin bir ulusla özdeşleşmesi ya da yemeğe ulusal bir kimlik bahşetmek, milletlerin yemek aracılığıyla karakterize edilmesini, kültürel yemek kuralları oluşturulmasını ve bu yolla da "tanıdık ve bizden olanı bizden olmayandan ayırt etmeyi" kolaylaştırmaktadır (Ichijo ve Ranta, 2018, s. 18). Örnek vermek gerekirse sıradan bir kişinin şarap-Fransa, pizza ve makarna-İtalya, gulaş-Macaristan, şinitzel-Avusturya, Pekin ördeği-Çin gibi eşleştirmeleri, milliyetçi herhangi bir kaygı gütmeksizin yapabilmesi bu yemeklerin ulusal kodlara sahip oluşunun göstergesidir. Kişinin içselleştirmesinin de bir göstergesi olan bu durum aynı zamanda ulusun gündelik olarak deneyimlendiğini ve insanların belirli yemek tercihleri sonucunda kim olduklarını

<sup>3</sup> Son yıllarda milliyetçilik çalışmalarına çeşitlilik kazandıran gastromilliyetçilik kavramı hakkında daha fazla bilgi için bkz. (DeSoucey 2010; Ichijo ve Ranta 2018; Ichijo 2020).



yansıtarak ulusal kimliklerini unutmadıkları, hatta sıradan bir biçimde yeniden ürettikleri anlamına da gelmektedir (Ichijo ve Ranta, 2018, s. 21 ve 40).

Son olarak gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisini analiz etme konusunda televizyonda yayınlanan yemek programları da önemli veri sağlayıcısıdır. Zira milliyetçiliğin yemekle kurduğu ilişki, sıradan insanlara hitap eden bu programlar üzerinden nasıl somutlaştığına yönelik çıkarım yapmayı mümkün kılmaktadır. Bu durum aynı zamanda yemeğin sahip olduğu düşünülen kimliğinin televizyon aracılığıyla kitlesel olarak nasıl anlamlandırıldığını da göstermektedir (Karaosmanoğlu, 2017, s. 105). Buradan hareketle gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisini inceleme amacıyla bu çalışma çerçevesinde örneklem olarak seçilen Masterchef Türkiye başlıklı yemek programına geçiş yapmak anlamlı olacaktır.

## Masterchef Türkiye ve Araştırma Yöntemi

Tarihsel olarak özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren medya söylemlerinin televizyon üzerinde yoğunlaştığını söyleyen pek çok çalışma bulunmaktadır (Bociurkiw 2011; Turner ve Tay 2009; Yoshimi, 2003). Küresel haber ağları, reklamcılık ve televizyon “biz”in kim olduğunu ve olmadığını inşa etmekte ve bu sayede ulusal aidiyet biçimlerini besleyen ben ve öteki temsilleri oluşturmaktadır (Edensor, 2002, s. 142). Hal böyleyken ulusa dair aidiyet duygusunun gündelik hale gelmesinde televizyonun, göz ardı edilemeyecek bir aracı konuma sahip olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle 21. yüzyılın başından itibaren televizyon yayıncılığında kurmaca programlardan ziyade, içeriği geniş kitlelere erişme gücü olan gündelik yaşamda sıradan hayatları, eylemleri konu alan reality programlar öne çıkmaya başlamıştır (Tutar ve Durukan, 2020, s. 344 ve 349). Bu programların milliyetçi olmak gibi bir kaygı gütmeyen başlamasına ve devam etmesine rağmen içeriğinde sıklıkla yekpare bir ulus, ulusal inşa ve ulusu temsil söylemleriyle karşılaşmaktadır. Çünkü başarılı olan programlar, kültürel alana doğrudan aktif müdahaleler üreterek ortak kimlik kavrayışını şekillendirmekte ve insanların beklentilerini hem oluşturmakta hem de karşılamaktadır (Lewis, 2011, s. 113). Böylece bu programlar, ulusal hassasiyetlerin hem sıradanlaşmasına hem de faal hale gelmesine kendiliğinden katkıda bulunmuş olur. Bu katkı aynı zamanda, Leer’dan aktardığı gibi Ichijo’ya (2020, s. 217) göre de toplumların mikro ve makro düzeylerinde, esas amaç olmaksızın, milliyetçiliği öne çıkaran yemek programları gibi reality şovların da gündelik milliyetçilik perspektifinden incelenmesini anlamlı kılmaktadır. Diğer bir ifadeyle bu açıdan ele alındığında ortak kimlik duygusunun paylaşıldığını kitlesel biçimde ifade etme kapasitesine sahip reality programlar, gündelik milliyetçiliğin metodolojik olarak çalışılmasında önemli bir veri kaynağı haline gelmektedir. Konuya benzer şekilde yaklaşan Hekimoğlu’na (2020, s. 3504) göre de yemek kavramının sahip olduğu ve temsil ettiği etkiyi anlamlı kılmak ve bunu yaparken televizyon gibi toplumun büyük bir kesimi için popüler ve erişilebilir bir kitle iletişim aracı üzerinden okumak önem arz eder. Çünkü yemeğin kendisi ve yemeğe yüklenen anlamların gündelik hayatta önemli ölçüde etki sahibi olan televizyonda yayınlanması, ortak kimliğin inşa sürecini hem hızlandırmakta hem de görünmez bir biçimde ana akımlaştırmaktadır. Dolayısıyla

televizyonun aracılık ettiği yemek kültürünün yayılması durumu aynı zamanda millet tahayyülünün paylaşılmasını, tüketilmesini ve yeniden üretilmesini sağlamaktadır (Marquioni ve de Oliveira, 2019, s. 72). Nitekim yemek ve milliyetçilik çerçevesinde ele alınabilecek bir reality şov olan Masterchef, pek çok ülkede, o ülkenin kendi ismiyle yayınlanarak küresel çapta bilinirliğe ulaşan önemli bir yemek programıdır.

1990 yılında İngiltere’de televizyon programı olarak yayınlanmaya başlayan Masterchef, bu tarihten itibaren dünyanın pek çok ülkesinde takip edilen fenomen bir program haline gelmiştir.<sup>4</sup> İngiltere sınırlarını hızla aşan program 2011 yılında Masterchef Türkiye başlığıyla Türkiye’de ilk kez yayınlanmaya başlamıştır.<sup>5</sup> 2011 yılından sonra yayın hayatına bir süre ara veren program 2018 yılı itibariyle günümüze değin tekrar yayınlanmaya başlamıştır. Geçen bu süre zarfında haftada üç ya da dört olarak değişen yayın gününün de etkisiyle Masterchef Türkiye programının izlenme oranları, ünü ve sosyal medyadaki etkinliği artarak devam etmiştir (Hekimoğlu, 2020, s. 3507). Bu durum aynı zamanda çalışma içeriğinde Masterchef Türkiye programının tercih edilme nedenini de oluşturmaktadır. Bu bilgiler ışığında yemek kavramının gündelik milliyetçilikle kurduğu ilişkiyi Masterchef Türkiye programı üzerinden inceleyen bu çalışmanın metodolojisini nitel araştırma yöntemi çerçevesinde içerik analizi oluşturmaktadır.

Nitel araştırma gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisinin analiz edilmesinde ve anlamlandırılmasında fayda sağlayacak özelliklere sahiptir. Çünkü nicelikten ziyade araştırma konusunun nitelik açısından ele alındığı çalışmalarda amaç yalnızca veriye ulaşmak değil, aynı zamanda elde edilen verinin anlamına odaklanmak, makro konuların mikro ölçekte yani insanların gündelik ifade, davranış ve anlatılarını aktarma imkânı sağlamaktadır (Kümbetoğlu, 2005, s. 37-38). Bu imkân gündelik milliyetçilik açısından önemlidir. Zira nitel çalışmaların mikro olanı anlamaya yönelik motivasyonu, sıradan insanların sıradan ifadelerinden ulus hakkında ne tür görüşlere sahip olduklarını ortaya çıkarma fırsatı sunmaktadır. Benzer şekilde Fox ve Miller-Idriss’e (2008, s. 556) göre bu fırsat, ulusun kendiliğinden meydana geldiği gündelik bağlam çerçevesinde sıradan insanların kendi hallerini inceleme alanı oluşturduğu için önemlidir. Bu bağlamda nitel araştırmanın bahsi geçen özelliklerine sahip olan içerik analizi yöntemi, çeşitli dokümanlar üzerinden (program, film, ses, video, metin vb.) belirli tematik veya kavramsal bir bakış çerçevesinde konunun anlamlandırılmasını ve ilişkiselliğini ölçmeyi ve analiz etmeyi amaçlamaktadır (Prasad, 2008, 177-179).

Çalışmanın örneklem seçiminde ise amaçlı niteliksel örnekleme metodu tercih edilmiştir. Örneklemin boyutundan ziyade konunun amacına hizmet edecek veriyi oluşturan amaçlı niteliksel örneklem, araştırmanın amacına uygun ve belirli ölçüt ve/ veya özelliğe bağlı olarak seçilen analiz biriminden oluşmaktadır

<sup>4</sup> Masterchef programı hakkında daha fazla bilgi için bkz. <https://www.masterchef.com/about/> Erişim tarihi: 12.09.2022.

<sup>5</sup> Türkiye’de Masterchef yarışması ilk kez Murat Bozok, Batuhan Piatti ve Erol Kaynar isimli jüri üyelerinin katılımıyla Show Tv isimli kanalda tek sezon şeklinde 2011 yılında yayınlanmıştır. Yayın hayatına bir süre ara veren program aynı isimle 2018 yılında Mehmet Yalçınkaya, Somer Sivrioğlu ve Hazer Ameni isimli jüri üyeleriyle TV8 isimli kanalda tekrar yayınlanmaya başlamıştır. 2019 yılında Hazer Ameni’nin yerine Danilo Zanna isimli İtalyan şefin jüri üyesi olarak katıldığı yarışma günümüzde halen aynı kanalda yayın hayatına devam etmektedir.

(Kümbetoğlu, 2005, s. 97-98). Bu bağlamda çalışmanın analiz birimini ise Masterchef Türkiye programının 2019 sezonu süresince yayınlanan takım oyunları oluşturmaktadır. 2019 sezonunun ve takım oyunlarının seçilmesinin nedeni, bu sezon ve oyun türünün çalışmanın amacına iki nedenden dolayı hizmet edeceği düşüncesidir.

2019 sezonunun tercih edilmesinin nedenlerinden ilki, İtalyan şef Danilo Zanna'nın 2019 yılında Masterchef Türkiye programına jüri olarak dâhil olmasıdır. Programdaki jürilerin sıradanlaşan ifadelerindeki "biz" vurgusuna İtalyan şefin hangi noktalarda dahil edildiği, hangi noktalarda ise "biz"den ayrı tutulduğu hususlarının incelenmesi önemlidir. 2019 sezonunun tercih edilmesinde diğer etmenler ise, programın söz konusu sezon itibarıyla gerek yapısal değişimi gerekse de reyting oranlarındaki artıştır. Masterchef Türkiye'nin, 2011 yılında yayın hayatına başlamasına rağmen Türkiye'de ulusal kanallarda gösterilen televizyon programları arasında gerek reyting oranları<sup>6</sup> gerekse de gündelik hayatta ve sosyal medyada ses getirmesi 2019 sezonuna denk gelmektedir. Diğer bir ifadeyle esas itibarıyla 2019 sezonuyla birlikte Türkiye'de bir fenomene dönüştüğü görülmektedir.

İkinci olarak takım oyunlarının çalışma çerçevesinde örneklem olarak seçilmesinde de temel gerekçeler söz konusudur. Programda yayınlanan takım oyunlarının tamamında yarışmacıların aidiyetlerini ifade etmek için kullandıkları biz, siz, onlar ifadeleri, milliyetçilik çalışmaları açısından önem arz etmektedir. Çünkü milliyetçilik mefhumu, Küçük-Durur'un (2011, sf. 39) da ifade ettiği gibi, tüm dünyayı ikili kategorilere ayırarak ele alan bir söylem biçimine sahiptir. Milliyetçiliğin sahip olduğu bu özellik aynı zamanda kendi meşruiyeti ve neye ya da nereye ait olduğu hakkında da bilgi vermektedir. Buna ek olarak milletin vatani için kendini feda etme kabulüne benzer şekilde, programın takım oyunu formatında yarışmacıların, elenme ihtimali yüksek olanların dahi, önceliği daima takımın kazanmasına verdikleri, takımları için fedakârlık yapmaktan çekinmedikleri ve bu fedakârlığı yapmayanlarınsa "bize" dâhil edilmediği görülmektedir. Buradan hareketle Masterchef Türkiye programında, bireysel rekabetin ön planda olduğu ön tur, eleme, ceza ve eğitim içerikli masterclass gibi oyun türlerinin aksine, çokluk içerisinde bir olmanın, tek vücut olarak çalışmanın, kişisel kazanımlardan ziyade "biz" olarak kazanmanın öne çıkarıldığı takım oyunları, çalışmanın amaçlı örnekleme olarak seçilmiş ve incelenmiştir. Bununla birlikte çalışma kapsamında amaca yönelik örneklem seçilmesi gerekçesiyle milli bayramlar ve stüdyo dışı yarışmaların olduğu bölümler, gündelik milliyetçiliğin sıradan olana vurgusundan ya da gündelik oluşundan ziyade sıcak milliyetçilik örneklerine sahip oldukları nedeniyle, bu çalışmada örneklem dışı bırakılmış ve analiz edilmemiştir.

<sup>6</sup> Bkz. <https://www.cnnturk.com/magazin/reyting-sonuclari-1-eylul-ab-ve-total-kategoriye-reyting-sonuclari> Erişim tarihi: 05.09.2022; <https://www.medyafaresi.com/haber/29-aralik-2019-pazar-reyting-sonuclari-savasci-fox-haber-masterchef-turkiye/930266> Erişim tarihi: 05.09.2022.

Masterchef Türkiye programının 18 Ağustos 2019 ve 30 Aralık 2019 tarihleri arasında yayınlanan toplam 79 bölüm bulunmaktadır. Tüm bölümler arasından toplamda 33 adet bölümün<sup>7</sup> yalnızca stüdyoda çekilen takım oyunları olduğu tespit edilmiş ve ilgili bölümler, gündelik milliyetçilik ve yemek ilişkisi üzerinden analiz edilmiştir.

## Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Masterchef Türkiye 2019 sezonundan elde edilen bulgular temel olarak iki tema altında değerlendirilmiştir. Bu temalardan ilki gündelik hayatta kendiliğinden söylem haline gelerek pek çok insanın kullandığı biz, siz, onlar gibi zamir ifadelerinin incelenmesiyle oluşturulmuştur. Yarışma içeriğinde bu ifadelerin kullanıldığı anlar kategorize edilmiştir. Bununla birlikte bu ifadelerin hangi noktalarda Türkiye'yi hangi durumlarda ise farklı ülkeleri temsil ettiği, Osmanlı saray mutfağı ve memleket konulu oyunlarda nasıl vurgulandığı gibi soruların gündelik milliyetçilikle kesişim noktaları bu temanın alt kategorilerini oluşturmaktadır. Programın “biz” odaklı ele alınmasının yanı sıra incelenen diğer tema ise yarışmacıların ve jüri üyelerinin sinirlenme, sevinme, şaşırma, üzülme, gururlanma gibi dışa vurum hallerinin milliyetçilikle nasıl irtibatlandırılabilmesine yönelik bir içeriğe sahiptir. Bu kapsamda incelenen ikinci temanın alt kategorileri kendi mutfağını bilmek ya da bilmemek, yemeğin yapılma motivasyonu ve Türkçe kullanımına yönelik tepkiler çerçevesinde ele alınmıştır.

### Bizim Memleket, Bizim Tarih, Biz, Siz, Onlar

Bu bilgiler ışığında ilk olarak takım oyunları kapsamında, aynı takımdan olan yarışmacıların birbirlerine yönelik kullanımlarının yanı sıra, Türkiye, Osmanlı saray mutfağı ve memleket vurguları çerçevesinde “biz”, “bizim”, “siz” gibi ifadeler hem yarışmacılar hem de jüri üyeleri tarafından sıklıkla başvurulduğu görülmüştür. Sıradan cümleler içinde kullanılan bu ifadeler takım oyunları çerçevesinde aynı takımdan olan yarışmacıların birbirleri için kullanımlarına bir örnek yarışmanın 47. bölümünde yer almaktadır. İlgili bölümde her takımdan seçilen ikişer yarışmacının, kimin yaptığını bilmediği yemekleri tattıkları oyunda “bu bizimkilerin yemeğidir”, “bu yemek olmamış, bizimkiler yapmış olamaz” gibi ifadeler kullanması, milliyetçiliğin sahip olduğu “biz-onlar” düalizmi açısından anlamlıdır. Zira “bizim” olduğu düşünülen yemek aidiyetler ve alışkanlıklar anlık olarak hatırlandığı için bizimken, kötü ya da olması gerekenden farklı olan yemek ise “bize” ait görülmemektedir.

Bununla birlikte “biz” ifadesinin yarışma içeriğinde genel olarak Türkiye'yi, Türk kültür ve tarihini temsiline yönelik söylemler de söz konusudur. Bu duruma 6. bölümde jüri üyesi Mehmet Yalçınkaya'nın “esnaf lokantaları bizim gözbebeğimizdir” cümlesi ya da 9. Bölümde Somer Sivrioğlu'nun “mutfağımızın yemeklerini yapmaya özen gösteriyoruz fakat bugün gerçekten bizim mutfağımızın en önemli yörelerinden birinin

<sup>7</sup> Masterchef Türkiye programının 2019 sezonundan seçilen toplam 33 bölüm; 6, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21, 22, 25, 26, 29, 31, 33, 34, 39, 41, 43, 45, 47, 49, 51, 53, 55, 57, 58, 60, 62, 63, 64, 65. ve 68. bölümden oluşmaktadır.

mutfağını yapacağız” ifadesi örnek gösterilebilir. Bu örnekler milliyetçiliğin gündelik olarak yeniden üretiminde başvurulan ve esas itibarıyla kim olduğu net bir şekilde açıklanmasa da sahip olduğu gizli aidiyet öznesi herkes tarafından bilinen ve aynı şekilde algılanan “biz” kapsayıcılığını yemek üzerinden göstermektedir. Söz konusu kapsayıcı halin milletin genlerinde arandığı diğer bir örnek ise programın 49. bölümünde yer almaktadır. Rakip takımlardan kısıtlı bütçe ve malzemelerle üç kişilik bir aile menüsü istenen oyunun tadım aşamasında jüri Mehmet Yalçınkaya “zaten hepimizin genlerinde var, bizler çok malzeme atmayız bu ülkenin insanları olarak nimet bizim için değerlidir” ifadelerini dile getirir. Şefin bu cümlesi gerek “biz” gerekse de “genlerimiz” ifadeleriyle pek çok açıdan değerlidir. Zira özcü bir bakış içeren bu ifadeyle yemek konusunda tasarruflu olmak ve az malzemedен çok yemek çıkarmak Türklüğün ya da “biz” topluluğuna ait hissedilen her kimsenin verili bir özelliği olarak lanse edilmiştir.

Jüri üyesinin, insanların değiştirilemeyecek özellikleri üzerinden yemeğin milliyetle aidiyet ilişkisi kurmasına benzer bir başka durum, yemeklerin tarih ve memleketçilik üzerinden okunmasında da görülmüştür. Bu açıdan milliyetçiliğin tarihsel anlatılarla kurduğu ilişkiye, programda Osmanlı saray yemeklerinin yapıldığı 15. bölüm örnek gösterilebilir. Zira bu bölümde Somer şef “saray mutfağı bizim için çok önemli, kendi kültürümüz için çok önemli” ifadelerini kullanarak yemeğin sahip olduğu tarihsel kökenin önemine atıf yapmıştır. Bu da tarihsel önem atfedilen yemeklerin iyi yapılmasına yönelik daha fazla beklenti olduğunu göstermektedir. Çünkü söz konusu yemeklerin doğru yapılışı ilgili oyunun kazananını belirlemesinin yanı sıra aynı zamanda o takımın milli tarihine duyduğu saygının üstü kapalı bir değerlendirmesini de sunmaktadır. Gerek kaybeden takımın bu durumlardaki mahcubiyetleri gerekse de jüri üyelerinin tepkisel biçimde “bunlar bizim tarihimizin yemekleri” ifadeleri, değerlendirme aşamasında yapılan üstü kapalı milliyetçiliğin örnekleridir.

Saray yemekleri haricinde kesinlikle tarifi bilinmesi ve doğru yapılması beklenen diğer yemekler ise Türkiye'nin bölgesel olarak çeşitlilik gösteren mutfaklarıdır. Bu tarz yerel mutfak yemeklerinin istendiği yarışma bölümlerinde jüri üyelerinin oyun öncesi mutlaka “Nerelisiniz?” gibi yarışmacıların memleketlerine ilişkin sorular sordukları görülmektedir. Burada saray yemekleriyle kurulan aidiyet ilişkisine benzer şekilde programda, yarışan yemeklerin memleketleriyle yarışmacıların nereli oldukları arasında doğrudan ilişki kurma çabası görülür. Esasen bu çabanın alt metninde yemekle aynı memlekete sahip olan yarışmacıların daha avantajlı olduğu kabulü yatmaktadır. Stüdyoda Gaziantep yemeklerinin yarışacağı 9. bölümde Cemre Uyanık isimli yarışmacının “bölgeye yakınım şefim annem Urfalı” cümlesini kurarak sevinmesi ya da 22. bölümde jürinin “burada İç Anadolu'dan kimler var sevinmeniz lazım bu mutfak çıktığı için” ifadesinden sonra İç Anadolulu yarışmacıların teker teker kendi şehirlerini sayma hevesleri bu avantaj kabulünün göstergesidir. Bu durum memlekete aidiyetin üretilmesinin yanı sıra kültürel kimliğe yapılan vurgunun yemek üzerinden pekiştirildiğini de göstermektedir.

## Farklı Ülke Mutfakları ve Biz Kullanımı

Türkiye'ye duyulan aidiyete benzer şekilde bu kabulün yarışmada bir başka göstergesi ise İtalyan şef Danilo Zanna üzerinden okumak mümkündür. Örneğin 34. bölümde yarışmacıların geleneksel İtalyan makarnası tariflerinden birine kendi yorumunu katması üzerine Somer şef, ironik bir ifadeyle, "Danilo'yu kalbinden vurdunuz" cümlesini kurmuştur. Bunun üzerine Danilo şef gülererek de olsa eliyle kalbini bıçaklayarak yarışmacının yaptığı yoruma tepkisini göstermiştir.



**Görsel 1.** İtalyan makarnasına yanlış teknik uygulayan yarışmacıya karşı Danilo şefin tepkisi (Masterchef Türkiye 2019 sezonu 34. Bölüm)

Esas itibariyle programdaki üç jüri üyesinin de söz konusu yemekleri çok iyi bildiği su götürmez bir gerçekken, mevzubahis İtalyan makarnası olduğunda gözler doğrudan yemekle aynı milliyetten olan Danilo şefe çevrilmekte ve şefin tepkileri üzerinden yemekler değerlendirilmektedir. Diğer bir ifadeyle programda İtalyan yemekleri yarıştığında Danilo şef, jüri üyelik kimliğinin yanı sıra, sahip olduğu İtalyanlık itibariyle turnusol kâğıdı işlevi görmektedir. Dahası bu işlev görünürlüğü programın aynı bölümünde Mehmet şefin, bir İtalyan makarnası olan lazanya yemeğini yapan yarışmacıya Danilo şefi kastederek "oğlum herif lazanyanın içine doğmuş bu bizim mantı tartışmamız gibi bir şey yani" sözleriyle pekişmektedir. Çünkü bu sözleriyle birlikte Mehmet şef, İtalyan yemekleri konusunda Danilo şefin kıstasları üzerine ek bir görüş beyan etmenin gereksizliğine vurgu yapmaktadır. Gastronomi dünyasındaki pek çok ülke mutfağına hâkim olan jüri üyeleri arasından Danilo şefin makarna konusunda öne çıkmasının tek ölçütü ise, aldığı eğitim gibi profesyonel açıklamalardan ziyade, bağlı olduğu ulusal topluluktur. Dolayısıyla gündelik dilde sıklıkla karşılaşılan kavramlar üzerinden yemek ve milliyetçilik arasında kurulan ilişki programda kendini yalnızca Türklük, Türkiyeli olmak açısından değil, farklı ülke yemekleri dolayısıyla da ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte İtalyan makarnaları konseptinin takımlar arasında rekabet ettiği oyunda jüri üyelerinin hangi noktalarda özellikle yemeğin İtalyanlığına vurgu yaptıkları hangi noktalarda ise yalnızca makarna ismini kullandıkları önemlidir. Çünkü bu konseptin menü tanıtım bölümünde övgü ve ünüyle bahsi geçen İtalyan makarnaları, yarışmacıların yemekleri yapım aşamasına geçtikleri zaman Mehmet şefin "beş tabak makarna kolay" cümlesiyle ifade edilmeye başlanır. Bu durum yemeğin milliyeti öne çıkarıldığında zorluğu ve şöhretine, diğer bir taraftan yemeğin genel türü telaffuz edildiğinde basitliğine yönelik bir vurgu olabileceği anlamına gelmektedir. Fakat yemeğin milli kimliğinin vurgulanması programda her zaman o yemeğin zor olduğu anlamında kullanılmamış, yarışmacıların farklı ülke yemeklerini yaparken "bize" ne kadar yakın ya da uzak oluşuna göre ilgili yemeğin zorluğu sınıflandırılmıştır. Bu durumu Marquioni ve de Oliveira (2019, s. 78),

yemeği üreten ya da yorumlayan kişilerin bağlı buldukları hayali cemaat tarafından anlaşılabilir ve aktarılabilir tarzda yemek yaratmaya yönelik bilinçsiz bir girişim şeklinde ifade etmektedir. Yazarların kullandığı anlamda böylesi bir bilinçsiz girişime programın 41., 53. ve 62. bölümlerinde karşılaşılmaktadır. Lübnan yemeklerinin takımlar arasında yarıştırdığı 41. bölümde Somer şefin “Lübnan mutfağı çok bize benzeyen bir mutfak, bizim Güneydoğu yemekleri gibi düşünebilirsiniz” ifadesi bu noktada iyi bir örnektir. Zira jüri üyesinin bu cümlesindeki temel motivasyon, coğrafya itibarıyla “biz” içerisinde bulunan Güneydoğu yemeklerinin yarışmacılar tarafından zaten bilindiği, kendi milli kimliklerinden farklı bir milliyete sahip olan Lübnan mutfağını da yarışmacıların mevcut bilgilerine güvenerek rahatlıkla yapabilecekleri yönündedir.

Bir başka benzer örnek sağlayan 53. bölümde ise yarışmacılardan Cemre Uyanık oyun menüsünde Meksika mutfağı çıkması üzerine “mutluyum bize çok yakın kültür ve lezzetler” ifadesiyle sevincini dile getirmiştir. Meksika yemekleri karşısında yarışmacının mutlu olması, “bize” benzettiği bir mutfağın kendisine tanıdık, alışıldık ve bu yönüyle kolay gelmesi anlamını taşımaktadır. Bahsi geçen bilinçsiz girişim örnekleri, kişilerin yaptıkları yemekleri ait oldukları milli kimliğe kendiliğinden bir şekilde benzetme çabasını içermektedir. 62. bölümde ise, aynı yarışmacıya ait olmasına rağmen bahsedilen örneklerin aksi yönünde bir bilinçsiz girişim söz konusudur. Japon yemeklerinin verildiği bu bölümde Cemre isimli yarışmacı Danilo şefe Japonya’da suşi yapımına “hajimete imasu (başlıyoruz)” ifadesiyle bağırarak motive olup başladığını anlatır. Bu esnada yarışmacı “şefim biz başlarken bu şekilde bağırıyoruz, biz yalnız” cümlesini gülerek dile getirir. Yarışmacının bu ifadesindeki gerek “biz” kullanımı gerekse de bunu söylerken gülmeye başlaması milliyetçilik açısından değerlendirmeye imkân sağlamaktadır; çünkü yarışmacının yemek yaparken o yemeğin milliyetini içselleştirmenin bir motivasyon kaynağı olduğu ve köken itibarıyla o milliyete ait olmasa da yemek vasıtasıyla kendiliğinden gelişen bir “biz”e aidiyet duyduğu görülmektedir. Bu aidiyet, yarışmacının kullandığı biz ifadesini açıklarken, bu söyleminden sonra gülmesi ise kendi milliyetini anlık ve bilinçsiz olarak önce unutup sonra hatırlaması üzerinden okunabilir.

Farklı olana odaklanarak kendini tanımlayan milliyetçi algının yanı sıra, programda yemek üzerinden farklı milliyetlerle ortaklık kurulması da söz konusudur. Bu ortaklığı Danilo şefin 31. bölüm takım oyunundaki “köfte hem Türk hem İtalyan kültürde olan bir şey” ifadesi ve 57. bölümdeki “biliyorsunuz ki Türk mutfak ve İtalyan mutfak çok büyük bir ortak noktası var: sofrası, bu kesinlikle iki kültürün tam orta noktası diyebiliriz” cümlesi anlamlı kılmaktadır. Türkiye’de bölgesel olarak ün kazanan köfte çeşitleri ve birlikte yemek yeme alışkanlığı olarak sofrası kültürüne vurgularıyla Danilo şef, milliyetçi bir kaygıyla yapmış olmasa da iki farklı ulus arasında yemek aracılığıyla nasıl ortaklık kurulabileceğini göstermektedir.

## Kendi Dilinizi Kullanın ve Mutfağınızı Bilin

Biz vurgusunun ve bu vurgu kaynaklı atıf yapılan köken, tarih, ortaklık gibi milliyetçilikle iç içe bağlamaların kullanımı yarışmada takım oyunları çerçevesinde sıklıkla görülmüştür. Bununla birlikte biz temalı içeriklerden türeyerek şeflerin ve bazı yarışmacıların sinirlenme, üzülmeye, sevinme, gururlanma gibi duygusal tepkilerini dile getirmeleri de yemeğin programda milli kimlikle kurduğu ilişki açısından önem arz eder. Duygusal tepki bağlamında jüri üyelerinin yarışmacıların Türkçe kullanımına ve kendi mutfaklarını bilme(me)lerine yönelik hassasiyetleri göze çarpmaktadır.

Yarışmacıların Türkçe kullanımına yönelik jüri hassasiyeti, programın geneline hâkim olsa da ilk olarak 9. bölümde Mehmet şefin “yes şef diye bir şey yok, anlaştık mı” ifadesinde vurgulanmıştır. Şefin burada biz Türk’üz dolayısıyla kendi dilimiz olan Türkçeyi doğru kullanalım gibi bir kaygıyla hareket ettiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Çünkü “yes şef” ifadesi, Türkçede karşılığını “evet şef” ile kolayca bulabilen gündelik bir ifadedir. Bununla birlikte jüri üyelerinin bazı mutfak terimlerini, hatta terim olmayan bazı sıradan ifadeleri, yabancı dilde telaffuz ettikleri bölümler de görülmektedir. Örneğin süsleme ya da görsel tabak hazırlama tekniği anlamına gelen display kavramını tüm jüri üyeleri tarafından 21. bölümün başından sonuna kadar kullanılmaktadır. Çin yemekleri konseptli 43. bölümde Somer şefin yarışmacılardan istenilen yemeği anlatırken “çıtır çıtır yenmesi gereken bir kalamar yemeğidir” açıklamasının akabinde Mehmet şefin “yani crispy” eklemesi, keza 57. bölümde yine Mehmet şefin, ürünün renk ve diriliğini korumak için soğuk ve sıcak şoklama yapmak anlamına gelen, “blanch mi edeceksin” ifadesini kullanması bu durumun diğer örneklerini oluşturmaktadır. Bu örnekler programda kendiliğinden ortaya çıkan farklı dilde kelime kullanımı ve bunun gündelik milliyetçilikle ilişkisi açısından önemlidir. Çünkü yarışmacıların bilinçsizce, ya da ağız alışkanlığıyla, söyledikleri “yes şef” ifadesindeki sıradanlıkla, jüri üyelerinin mutfak teknikleriyle ilgili bazı kavramların doğrudan yabancı dildeki karşılıklarını kullanmalarındaki motivasyon aynıdır. Yarışmacı ifadelerinde Türkçeye titizlikle dikkat etmelerine rağmen jüri üyelerinin de benzer refleksleri göstermeleri, tam da gündelik milliyetçiliğin savunduğu gibi, ulusun anlık ve sıradan bir biçimde hatırlandığını ve unutulduğunu göstermektedir.

Jüri üyelerinin, Türkçe kullanım beklentisindeki ironik halin yanı sıra, kendi mutfağını tanıma konusunda da belirgin hassasiyetleri bulunmaktadır. Bu hassasiyetlerin yarışmacılara yönelik olumsuz tepkiyle sonuçlanması esnaf lokantası yemekleri (6. bölüm), klasik İtalyan mutfağı (7. bölüm), İspanyol menüsü (26. bölüm) ve mantı çeşitleri (55. bölüm) temalarının takımlar arasında rekabet ettiği bölümlerde görülmektedir. İlk olarak, Mehmet şefin yarışmacıların özellikle esnaf lokantası yemeklerini bilmemeleri üzerine 6. bölümde gösterdiği şu tepki milliyetçilik açısından önemlidir:



*Vay benim ülkemın mutfağına, biz ne hale gelmişiz ya. Şu takımlara desem ki bana bir minestrone çorbası yapın utarsınız, ama benim ülkemın yemeklerini bilmiyorsunuz. Çok üzücü bir şey. Ama şunu unutmayın, kendi ülkenizin yemeğini yapmadığınız sürece başka ülkelerin mutfağıyla başarılı olamayacaksınız. Çünkü kendi kültürünü özümsememiş adam veya kadın, şef, başka kültürlerin yemeğini yapamaz.*

Mehmet şefin sitemkâr ifadeleri yalnızca 6. bölümle sınırlı kalmamış, bu bölümü takip eden 7. ve 26. bölümlerde de devam etmiştir. 7. ve 26. bölüm takım oyunlarında yarışmacılardan sırasıyla İtalyan ve İspanyol mutfaklarının klasik yemekleri istenmiş ve yarışmacılar bu menüleri sevinçle karşılamıştır. Bu durum üzerine Mehmet şefin bir önceki yarışmada göstermiş olduğu sitem bu bölümlerde yerini hayal kırıklığı ifadelerine bırakmıştır. Yarışmacıların sevinç tepkilerine karşılık Mehmet şefin 7. bölümde “keşke ben esnaf lokantası menüsü dediğimde de arkadaşlar bu kadar mutlu olsaydı” ve 26. bölümde “benim şu Türk mutfağını saydığımda da şöyle bir alkışlasaydınız ya” ifadeleri söz konusu sitemin hayal kırıklığına dönüştüğünü göstermektedir. Buna benzer bir başka örneğin ise Somer şeften geldiği görülür. Yarışmacılardan mantı çeşitlerinin istendiği 55. bölümde Somer şef “benim en çok üzüldüğüm şey bu ülkede gençler bir sürü ravioli tarifi bilirler ama bizim bir sürü mantı katlama tekniğimiz var, onları bilmezler” ifadeleriyle üzüntüsünü dile getirmiştir. Yarışmacılardan Yasin Obuz da sokak lezzetlerinin yarıştığı 19. bölümde “arkadaşlarım dünya mutfağına gelince mangalda kül bırakmıyorlar ama kendi bizim sokak lezzetlerimize gelince dünyadan haberleri yok” ifadeleriyle Mehmet ve Somer şeflerin bahsi geçen tepkileriyle aynı kaygıları taşıdığını göstermiştir. Gerek jüri üyelerinin gerekse de yarışmacının Türk mutfağına yönelik göstermiş oldukları olumsuz tepkiler aynı zamanda milliyetçiliğin, yemek üzerinden gündelik temsillerini somutlaştırır niteliktedir. Çünkü burada milli kimliğin yemek aracılığıyla sergilenmesi söz konusudur. Ayrıca olumsuz tepkilerin programdaki kişiler tarafından planlı bir şekilde verilmediği, konuşma anında oluşan bilinçsiz bir refleksle dile döküldüğü görülmektedir. Bu nedenle bize ait olan yemekleri Türk yarışmacıların yapamamasına ya da farklı ülkelere ait olan yemekleri yarışmacıların daha iyi bilmelerine gösterilen sinir, üzüntü ve hayal kırıklığının arka planında, baskın milli kimliğin zarar görmesine yönelik kendiliğinden gelişen bir hassasiyet olduğu söylenebilmektedir.

Diğer bir taraftan program süresince kendi mutfağınıza bilin ifadesini belki de en çok vurgulamasının yanı sıra Osmanlı saray yemeklerinin yarıştığı 15. bölümde Mehmet şef, yarışmacıların yemekleri başarıyla tamamlamaları üzerine şu ifadeleri söylemiştir:

*Geçenlerde attığım fırçadan sonra şimdi de teşekkür etmek istiyorum. Bizim aslında her zaman dediğimiz şey insanların kendi kültürlerindeki yemekleri iyi öğrendiklerinde diğer kültürlerin yemeklerine de daha iyi adapte olmaları. Çünkü ürünü ilk önce kendi memleketinizde iyi tanımanız lazım ki diğer yerlerde size referans olsun.*

Bu ifadelerde de görüldüğü gibi jüri üyesinin sitemde bulunduğu içerik, milli kimlik açısından olması gerektiği gibi yapıldığı zaman takdirle karşılanmaktadır.

## Bayrak, Takı, Kıyafet: Milli Aidiyet Temsilleri

Yarışmadaki biz vurgusundan türeyen bir başka alt tema ise maddi ürünlere yüklenen milli temsil anlamları çerçevesinde ele alınmıştır. Yarışmanın 7. ve 29. bölümlerinde gösterilen bayraklar bu çerçeveye örnek gösterilebilir. İtalyan mutfağı konseptiyle yarışmacılardan klasik İtalyan yemeklerinin beklendiği 7. bölümün açılış anında hem İtalyan bayrağının kendisi hem de bayrakla aynı renklerle sahip yiyeceklerin sunulduğu masa göze çarpmaktadır. Bu durum yemeğin milli kimlikle kurduğu ilişkiyi doğrudan göstermektedir. Benzer bir diğer durum ise 29. bölümde görülür.



**Görsel 2.** İtalyan bayrağı ve kimliğini hatırlatan yiyecekler (Masterchef Türkiye 2019 sezonu 7. bölüm)



**Görsel 3.** Doğum günü pastası üzerinde Türk bayrağı motifi (Masterchef 2019 sezonu 29. bölüm)

Bu bölümde jüri üyeleri yarışmacılardan üzerinde çizgi film kahramanları olan bir doğum günü pastası yapmalarını istemiştir. Rakip takımlardan biri, çizgi film motiflerine ek ve jüriye jest olarak pastanın üzerine şeker hamurundan Türk bayrağı motifi yapmıştır. Bunun üzerine Mehmet şef “tabi bizim gurur duyduğumuz bir şey” ifadesiyle pastadaki bayrak motifini öne çıkarmıştır. Esas itibariyle doğum günü konseptiyle doğrudan ilgisi bulunmayan bayrak motifi, jürinin öne çıkarmasıyla birlikte programın ilgili bölümünde bir gurur kaynağı olarak ele alınmış ve yakın çekim yapılmasıyla da yayında bir anlığına ekranı kaplamıştır.

Doğrudan yemeğin milli kimlikle ilişkisi anlamında olmasa da milli aidiyet temsillerinden bir diğer örnek ise programın 43. bölümünde yer almaktadır. Programda normal şartlarda jüri üyeleri olası bir yemek kazasını önlemek ve hijyen açısından yarışmacıların herhangi bir aksesuar takmalarına karşı çıkmaktadır. Bu bölümde de Yasin isimli yarışmacının Göktürkçe Türk yazılı bir kolye takması yarışmanın başlangıcında bir mesele haline gelir. Yarışmacıya “ne o boynundaki” sorusunu soran Mehmet şef kolyenin anlamını öğrendiğinde ise “ha Türk ise iyi” yorumunu yapar.



**Görsel 4.** Yarışmacının taktığı Göktürkçe Türk yazılı kolye (Masterchef Türkiye 2019 sezonu 43. bölüm)

Yemeğin milli kimlikle temsil edilmesine son örnek ise yarışmanın takım oyunları kapsamında 62. bölümünde bulunmaktadır. Yarışmacılardan istenen oyun menüsü Japon mutfağı olan bu bölümde, Japon tapınaklarında görülen gong aleti stüdyo dekoru olarak yerleştirilmiş ve jüri üyeleri de yarışmacıları geleneksel Japon kıyafetleri giyinmiş şekilde karşılamışlardır.



**Görsel 5-6.** Jüri üyelerinin geleneksel Japon kıyafetleri ve stüdyoya kurulan gong aleti (Masterchef Türkiye 2019 sezonu 62. bölüm)

Şeflerin giyimi ve stüdyo dekoru sayesinde yarışmacılar bu bölümde hangi yemekleri yapacaklarını ya da bu yemeklerin hangi ülkeye ait olduklarını kolayca tahmin edebilmişlerdir. Çünkü bir milletle özdeşleşen maddi unsurlar, o milletin yemekleri hakkında doğrudan bilgi vermektedir. Dolayısıyla yemeğin milli kimlik temsilindeki rolü, yarışmanın ele alınan diğer bölümlerinde olduğu gibi, bu bölümde de somutlaştırılmıştır.



## Sonuç

Bu çalışmada Masterchef Türkiye programı 2019 sezonu takım oyunları gündelik milliyetçilik çerçevesinde ele alınmıştır. Bu çerçevede gerek yayın sıklığı gerekse de sosyal medyada gündem oluşturması açısından yayınlandığı süre zarfında gündelik hayatla önemli ölçüde etkileşime giren Masterchef programının, yemek ve ilgili unsurlar üzerinden milliyetçiliğin gündelik hale gelmesine alan açtığı görülmüştür. Zira program, kasıtlı bir kaygı gütmeksizin, milliyetçiliği simgesel içerikler aracılığıyla sunan bir yapıya sahiptir. Programın sahip olduğu bu aracı işlev, milletin gündelik hayatın rutin işleyişinde kendiliğinden yeniden üreilmeye devam ettiği varsayımlarını geçerli kılmaktadır. Diğer bir ifadeyle yemek üzerinden kurulan bu aidiyet ve temsil ulus olma duygusunun sürekliliğine katkıda bulunmakta, bu katkı da program aracılığıyla kitlesel hale gelmektedir. Bu sayede yekpare bir ulus hayalini temsil eden milliyetçilik, her an, her yerde ve herkes tarafından erişilebilir, konuşulabilir bir günlük pratik haline dönüşür. Farkında olmadan söylenen sözlerin, oluşturulan ortamların yanı sıra yapılan yemekler, yemeklerin yapım şekilleri, yapılma amaçları ve sahip oldukları hikâyeler üzerinden milliyetçi dinamikler yakalamak tam olarak bu günlük dönüşüm pratiklerinin milliyetçilikle kurduğu ilişkiyi özetlemektedir.

Masterchef Türkiye programının çalışma kapsamında ele alınan bölümleri genel itibariyle “biz” kurgusu etrafında özelde ise biz, siz, onlar, bizim tarihimiz ne zaman biz ne zaman siz olunur, dil kullanımı, kendi mutfağını bilmek ve milli aidiyet temsilleri gibi alt başlıklar altında değerlendirilmiştir. Bu bağlamda yapılacak ilk çıkarımın doğrudan biz vurgusu üzerine olması şaşırtıcı olmayacaktır. Çünkü bu vurgu, Hammett (2021) ve Antonsich’in (2015) de belirttiği gibi, ulusla duygusal bağ kurmanın ve birlik olmanın timsali olarak milliyetçilik çalışmalarının başat göstergelerinden birini oluşturur. Bu açıdan “biz” vurgusunun programın ilgili bölümlerinde hâkimiyeti hissedilmekte gerek üç jüri üyesinin gerekse de yarışmacıların bu vurgu üzerinden duygularını, tepkilerini ya da açıklamalarını ifade ettiği görülmektedir. Özellikle jüri üyeleri yemekleri anlatım aşamasında teknik açıklamaların akabinde, ilgili yemekleri yarışmacılara tanıdık gelecekte açıklamaya çalışırken biz vurgusundan fazlasıyla yararlanmaktadırlar. Yarışma içeriğinde bu vurguların, kişinin ait olduğu kimliği ya da bu kimlikten farklı milliyet(ler)i ifade etmek için kullanılan anlar analiz edilmiştir. Bu analiz “biz” ifadesinin Türk yemeğinden bahsediliyorsa Türklüğü veya aynı takımdan olan yarışmacıların birbirlerini tanımlama şeklini göstermesinin yanında; İtalyan jüri üyesi Danilo Zanna örneğinde olduğu gibi “biz” kimi zaman İtalyanlığı kimi zamansa, 62. bölümde Cemre Uyanık’ın kullandığı gibi, yarışmacıların kendi milli kimliği olmasa da yaptığı yemeğin milliyetinin “biz” ile ifade edilebilirliğini ortaya koymaktadır. Milliyetçi bir kasıtlı yapılmayan bu örneklerin temelinde hem o yemeğin bizden olduğu ya da bize yakın olduğu varsayımı hem de biz söyleminin içerik değişkenliğine vurgu söz konusudur. Bu varsayım, tıpkı gündelik milliyetçilik anlatısında Skey’in (2011) ulusun gündelik hale geldiğini anlatma biçimindeki gibi, yemek üzerinde kendiliğinden gelişen milliyetçi bir çabayı göstermektedir. Bir başka çıkarım ise yemeklerin yarıştığı bir programda jüri üyelerinin,

yalnızca istenen menülerin çıkarılıp çıkarılmamasına değil, özellikle Türkiye'yi hatırlatan yemeklerin yarışmacılar tarafından bilinmemesine ya da başarıyla yapılamamasına gösterdikleri tepkinin milliyetçiliğidir. "Kendi mutfağınızı bilin" söylemiyle vurgulanan bu durumla, yarışmacıların hem Türk yemeklerindeki başarısızlıklarında hem de farklı ülke mutfaklarından herhangi bir yemeği Türk yemeğinden daha iyi yaptıkları anlarda karşılaşılmaktadır. Bu durum ise bir yemeğin hem milli bir kimliğe ait olabileceğini hem de milli kimliklerin yemeklerle hatırlanabileceğini göstermektedir. Çünkü ait olunan milletin yemeklerini yapabilme ya da yapamama durumu gündelik ulusu pratik etme ile ilişkilidir. O yemeklerin doğru yapılması ya da bilinmesi hali ulusu yeniden üreten, nesilden nesle aktaran pratikleri oluşturur. Benzer şekilde kişilerin günlük yaşamlarını anlamlı kılan bazı unsurların da program içeriğinde milli aidiyeti temsil ettiklerine rastlanmaktadır. Doğum günü pastası üzerindeki bayrak motifi, bir yarışmacının kolyesi ve jüri üyelerinin tematik kıyafet tercihleri bu temsillerin programdaki örneklerini oluşturmaktadır.

Sonuç itibarıyla yemek yapmak gibi belirli bir millete özgü olmayan sıradan bir eylemin bilinçsiz bir şekilde nasıl milli hale geldiği, programda örneğine sık rastlanan bir durumdur. Bu açıdan yemek ve ilgili kavramlar üzerinden gündelik milliyetçiliği incelemek, "hemşerim esas memleket nire"<sup>8</sup> temalı sorularla günlük yaşamda karşılaşılan pek çok insan için milliyetçiliğin salt kriz durumlarında ortaya çıkan bir durum olmadığı, esas itibarıyla her yerdelik mefhumuyla rahatlıkla özdeşleşebilen günlük ve sıradan bir yapıya sahip olduğunu anlamak açısından değerlidir.

## Kaynakça

- Anderson, B. (2017). *Hayali Cemaatler* (İ. Savaşır, Çev.). İstanbul: Metis.
- Antonsich, M. (2015). The 'everyday' of banal nationalism – Ordinary people's views on Italy and Italian. *Political Geography*, 54, 32-42. doi: 10.1016/j.polgeo.2015.07.006
- Appadurai, A. (1988). How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India. *Comparative Studies in Society and History* 30 (1), 3-24. doi: 10.1017/S0010417500015024
- Calhoun, C. (2017). The Rhetoric of Nationalism. Michael Skey ve Marco Antonsich (Der.), *Everyday Nationhood Theorising Culture, Identity and Belonging after Banal Nationalism* (s. 17-30). Londra: Palgrave Macmillan.
- Dede, K. (2021). Milliyetçiliğin Serüveni: Tarih, Gündelik Yaşam ve Şimdiki Zaman. Yasemin Çongar, Mustafa Arslantunalı ve Lebriz İsvan (Der.), *Ne Mutlu Eşitim Diyene: Milliyetçilik Tartışmaları* (s. 16-45). İstanbul: Kiraathane.
- DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union. *American Sociological Review*, 75 (3), 432–455. doi: 10.1177/0003122410372226
- Edensor, T. (2002). *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford ve New York: Berg.

<sup>8</sup> Barış Manço'nun 1992 yılında çıkardığı Mega Manço isimli albümünde yer alan ve "Hemşerim, memleket nire? Dedim ya yahu, bu dünya benim memleket. Hayır, anlamadın. Hemşerim, esas memleket nire? Bu dünya benim memleket" nakaratıyla popüler olan şarkısı.

- Fox, J. E. ve Ginderachter, M. V. (2018). Introduction: Everyday nationalism's evidence problem. *Nations and Nationalism*, 24 (3), 546–552. doi: 10.1111/nana.12418
- Fox, J. E. ve Miller-Idriss, C. (2008). Everyday nationhood. *Ethnicities*, 8(4), 536-563.
- Gellner, E. (1992). *Uluslar ve Ulusçuluk* (B. E. Behar ve G. G. Özdoğan, Çev.). İstanbul: İnsan.
- Hammett, D. (2021). From banal to everyday nationalism: narrations of nationhood. *Geography*, 106 (1), 16-24. doi: 10.1080/00167487.2020.1862578
- Hearn, J. ve Antonsich, M. (2018). Theoretical and methodological considerations for the study of banal and everyday nationalism. *Nations and Nationalism*, 24(3), 594-605. doi: 10.1111/nana.12419
- Hekimoğlu, G. (2020). MasterChef'e Sosyolojik Bakış: Türkiye Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9 (5), 3500-3519.
- Hidroğlu, B. (Yönetmen). (2019). Masterchef Türkiye 2019 [Televizyon Programı]. İ. Kenan ve B. Arslan (Yapımcı). TV8. Erişim: <https://www.tv8.com.tr/masterchef-turkiye/tum-bolumler>
- Hobsbawm, E. J. (1993). *Milletler ve Milliyetçilik* (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Ichijo, A. ve Ranta, R. (2018). *Yemek ve Ulusal Kimlik*. (E. Ataseven, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Ichijo, A. (2018). Food and Nationalism: Gastronationalism Revisited. *Nationalities Papers*, 48 (2), 215–223. doi: 10.1017/nps.2019.104
- Karaosmanoğlu, N. D. (2017). *Yemekle Devriâlem; Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji*. İstanbul: Kitap.
- Küçük-Durur, E. (2011). Milliyetçilik Söylemi ve Medya. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2), 35-50. Erişim: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/32257>
- Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam.
- Lewis, T. (2011). 'You've put yourselves on a plate': the labours of selfhood on MasterChef Australia. Helen Wood ve Beverley Skeggs (Der.), içinde, *Reality Television and Class* (s. 104-116). Londra: Palgrave Macmillan.
- Marquioni, C. E. ve de Oliveira, C. C. (2019). MasterChef Brazil and the Setting of a Contemporary Imagined Community. *Critical Arts*, 33(2), 70-81. doi: 10.1080/02560046.2019.1677734
- Onaran, B. (2022). *Mutfakta Tarih Yemeğin Politik Serüveni*. İstanbul: İletişim.
- Özkırımlı, U. (2016). *Milliyetçilik Kuramları*. Ankara: Doğu Batı.
- Prasad, D. B. (2008). Content Analysis: A Method in Social Science Research. D. K. Lal Das ve Vanila Bhaskaran (Der.), içinde, *Research Methods for Social Work* (s. 174-193). New Delhi: Raswat Publications.
- Ranta, R. (2015). Food and Nationalism: From Foie Gras to Hummus. *World Policy Journal*, 32(3), 33-40. Erişim: [https://www.researchgate.net/publication/281324524\\_Food\\_Nationalism\\_From\\_Foie\\_Gras\\_to\\_Hummus](https://www.researchgate.net/publication/281324524_Food_Nationalism_From_Foie_Gras_to_Hummus)
- Raenton, P. (2010). Stomaching Change: Finns, Food and Boundaries in the European Union. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92 (4): 297–310. Erişim: <https://www.jstor.org/stable/40981000>
- Ray, K. (2013). Food and Identity. A. Murcott, W. Belasco ve P. Jackson (Der.), içinde *Handbook of Food Research* (s. 363-378). Oxford: Berg.

- Skey, M. ve Antonsich, M. (2017). *Everyday Nationhood Theorising Culture, Identity and Belonging after Banal Nationalism*. Londra: Palgrave Macmillan.
- Skey, M. (2011). *National Belonging and Everyday Life*. Londra: Palgrave Macmillan.
- Skey, M. (2009). The National in Everyday Life: A Critical Engagement with Michael Billig's Thesis of Banal Nationalism. *Sociological Review*, 57(2):331 – 346. doi:10.1111/j.1467-954X.2009.01832.x
- Smith, A. (2017). *Etno-Sembolizm ve Milliyetçilik* (B. F. Çallı, Çev.). İstanbul: Alfa.
- Smith, A. (2008). The Limits of Everyday Nationhood. *Ethnicities*, 8(4), 563-573.
- Tutar, C. ve Durukan, D. (2020). Gastronomi kültürünün inşası ve dönüşümünde televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye programları örneği. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40, 339–364. doi: 10.26650/SJ.2020.40.1.0032
- Yıldırım, E. (2019). Yemek, Ulusal Kimlik ve Milliyetçilik İlişkisi Üzerine: “Çiya” Markası ve “Turquality” Programı Örnekleri Üzerinden Bir Yaklaşım Denemesi. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 188-203. doi: 10.30784/epfad.580249