

FİLM AFİŞLERİNDE YER ALAN GASTRONOMİK ÖĞELERİN İNCELENMESİ

Gencay SAATCI SAVSA,¹ Ezgi Can UŞAK²

Öz

Gastronomi antropoloji, tarih, ekonomi, sosyoloji gibi birçok alanla bağlantılı bir kavramdır. Günlük hayatımızın içerisinde yer alan gastronominin yer aldığı diğer bir alan da sinema sektörüdür. Yemek sanatı, sinemadan etkilenmekte ve sinemayı etkilemektedir. Yeşilçam Sinemasında gastronomik unsurların yoğun olarak kullanıldığı bilinmekle birlikte bu eserlerin afişlerindeki gastronomik unsurların kullanım sıklığı araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı Yeşilçam Sineması afişlerinde yer alan gastronomik unsurları incelemektir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Türker İnanoğlu'nun 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabında yer alan afişlerde bulunan gastronomik öğeler incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre ateş imgesinin en fazla kullanılan imge olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte film isimlerinde de gastronomik öğelerin sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sinema, Yeşilçam, Afiş.

Jel Sınıflaması: M31, M37, Z39.

AN INVESTIGATION OF GASTRONOMIC ELEMENTS IN MOVIE POSTERS

Abstract

Gastronomy is a concept related to many fields such as anthropology, history, economy and sociology. Another area where gastronomy takes place in our daily lives is the cinema sector. The art of food is influenced by and affects the cinema. Although it is known that gastronomic elements are used extensively in Yeşilçam Cinema, the frequency of use of gastronomic elements in the posters of these works is the subject of the research. From this point of view, the aim of the study is to examine the gastronomic elements in the posters of Yeşilçam Cinema. In line with the purpose of the study, the gastronomic elements in the posters were examined in Türker İnanoğlu's book which is Turkish Cinema with 5555 Posters. According to the results of the research, it has been revealed that the fire image is the most used image. However, it has been determined that gastronomic elements are frequently used in movie titles.

Key Words: Gastronomy, Cinema, Yeşilçam, Poster.

Jel Code: M31, M37, Z39.

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, gencaysaatci@comu.edu.tr, ORCID NO: 0000-0002-7842-989X

² Doktorant, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, usakezgican@gmail.com, ORCID NO: 0000-0001-8533-869X

1. Giriş

Ateşin bulunmasıyla birlikte zamanla insanlar yemeklerini sadece pişirmekten öteye giderek lezzetini artırmak amacıyla çeşitli yöntemler geliştirmeye başlamışlardır (Özdemir ve Altınar, 2019). Ancak ateşin bulunması ve pişirme eyleminin başlaması toplumsal birlikteliğin gelişmesini de sağlamıştır. Yemek pişirme sanatının temelleri Mezopotamya'ya kadar uzanmaktadır. Sonrasında ise Anadolu ve Çin yemek kültürü olarak ayrılmış ve günümüzdeki hâlini almıştır. Tarihsel süreçte her toplum değişmeye mahkûmdur. Bir toplumun içinde meydana gelen değişim o toplumun içinde var olan bütün olguları değiştirebilme gücüne sahiptir. Din, dil, ırk, moda ve gelenek gibi sinema da bu değişimden kendi payına düşeni almaktadır. Sinema bulunduğu toplumun bir yansıması konumundadır. Bu nedenle sinema toplumdaki ayrı bir olgu olarak düşünülemez ve toplumdaki soyutlanamaz. Diğer bir ifade ile toplum sinemadan etkilenmekte ve toplumu da etkilemektedir (Sevinç, 2014). Diken ve Lausten (2012) toplum ve sinema ilişkisini şu şekilde açıklamaktadır:

Sinema, toplumsal teşhise değerli bir katkıda bulunur. Buna bağlı olarak toplumsal teori de dünyayı farklı, daha duygulanımsal ve daha yoğun bir şekilde kaydetmenin bir yolu olarak sinema aracılığıyla sanal ile ilişki kurma olanağına sahiptir... Bu duruma diyalektik açıdan bakıldığında bir anlamda sinema hayat, hayat da sinemadır ve sinemasal ile toplumsal, birlikteliklerinde ayrılan ve ayrılıklarında birleşen ikizlere benzer.

Toplum açısından bu kadar önemli olan sinemanın tanıtımı ise sinema afişleriyle yapılmaktadır. Afiş kelimesi Fransızca kökenlidir ve dilimize Fransızcadan geçmiştir. Candemir (2006)'e göre afiş "konusunu toplumsal yapı içinde yer alan gereksinimlere uygun sosyal, politik, ticari, kültürel alanlardan bir şeyi duyurmak ve tanıtmak, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu, halka açık yerlere asılan, genellikle görsel imge ve tipografik düzenlemeyi içeren, canlı ve estetik gösterge, basılı kâğıt, duvar ilanıdır." Afişin ana işlevi tanıtım yapmaktır. Bu nedenle afişin tasarımı, filmin izlenilirliğini etkilemektedir (Candemir, 2006).

Ülkemizde 1940-1980 yılları arasında oluşturulan sinema afişleri, konularıyla, kültür-yaşam unsurlarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak toplumun kültürel yapısına göndermeler yapmaktadır. Bu göndermeler arasında gastronomik unsurlar da yer almaktadır. Bu çalışmada, 1950'li yıllardan 2000'li yıllara kadar yayımlanan Türk Sinema filmlerinin afişlerinde bulunan gastronomik unsurların belirlenmesi, afişlerdeki gastronomik unsurların yıllara ve çeşitlerine göre sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türker İnanoğlu (2004)'nun

5555 Afişle Türk Sineması kitabındaki afişler ele alınmış ve araştırmada 5555 afiş incelenmiştir.

2. İlgili Yazın

2.1. Gastronomi

1765 yılında Paris’te açılan restoranın etkisiyle yaşamak için yemek yeme anlayışının dışına çıkılması gastronominin dönüm noktalarından birini oluşturmuştur (Dilsiz, 2010). Gastronomi kelimesinin ortaya çıkış hikayesine bakıldığında ise M.Ö. IV. Yüzyıla kadar uzanmak gerekmektedir. O dönemde Archestratus tarafından yazılmış bir kitapta, bir şiir, gastronomia adı altında yazılmıştır. Archestratus, bu eserinde şiir formunda yemek tarifi vermekte ve muhabbet sofralarını anlatmaktadır. Diğer bir kitap olan “Lüks Yaşam” (The Life of Luxury) adlı kitabında ise iyi yiyecek ve şarapların Akdeniz Bölgesi’nde nerelerde bulunabileceğinin bilgisini vermiştir. Bu kitap gastronomi seyahati ile ilgili bilgiler sunmasından dolayı gastronomi ve turizmin birlikte ele alındığı ilk eser olma özelliği göstermektedir (Mutlu, 2020). Athenaeus adlı yazar ise Archestratus’tan yüzyıl sonra “Bilgelerin Ziyafeti” (Banquet of The Art) isimli eserinde gastronomi sözcüğünün nereden geldiği ve Yunanlıların yeme kültürü ile ilgili bilgiler vermiştir (Gürsoy, 2016). Joseph Berchoux’un 1801 yılında yazdığı “Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan” (Gastronomie ou L’Homme des Champs a Table) adlı eseri gastronomi kavramının literatüre girmesini sağlamıştır (Göker, 2011). Gastronomi ile ilgili ilk bilimsel çalışmayı ise literatüre 1825 yılında Jean Anthele Brillat Savarin kazandırmıştır (Mutlu ve Sandıkçı, 2022). 19. Yüzyılda ise yeme-içme edebiyatı adı altında soylulara daha iyi hizmet vermek için beslenme ile ilgili mesleklerin geliştirildiği görülmüştür (Algün, 2016).

Gastronomi kavramı, Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinden oluşmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014). Genel olarak gastronomi, *“içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı”* olarak tanımlanabilir (Altaş, 2017). Gastronomi tek boyutlu bir kavram değildir. Altinel (2009) gastronominin üretim, tüketim ve her iki boyutu içeren üretim-tüketim olmak üzere 3 fonksiyonunun bulunduğunu ifade etmektedir. Bu fonksiyonlar aşağıdaki Şekil-1’deki gibidir:

Şekil-1. Gastronominin Fonksiyonları

Kaynak: Altinel (2009)

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi gastronomi sadece yeme-içmeden ibaret olmayıp bir sanattır. Öyle ki yeme-içme ile gastronomi arasındaki fark örtünme ile giyinme arasındaki fark kadar fazladır ve bünyesinde estetik değerleri taşımaktadır (Hatipoğlu, 2010). Güzel yemek yapmak ve lezzetli bir yemek yemek, insanlar için her zaman önemli bir yere sahiptir. Ancak yemeğin bir turizm ürünü olması ve gastronomi kavramının doğması çok eskilere dayanmamaktadır. Bununla beraber akademik anlamda gastronomi çalışmaları özellikle son yıllarda önemli ölçüde artmış ve araştırmacılar yemek kültürüne ve gastronomiye daha fazla ilgi göstermeye başlamışlardır. Örneğin; gastronominin sosyal farklılıklara neden olduğunu vurgulayan (Hegarty ve O'Mahony, 2001; Garcia-Henche ve Cuesta-Valino, 2022; Koerich ve Müller, 2022), gastronominin destinasyona turist çekme açısından önemini ve gastronomi ile ilgili turist motivasyonunu açıklayan (Kivela ve Crofts, 2016; Leong vd., 2017; Seyitoğlu ve İvanov, 2020); gastronominin bir şehirde planlanması ve yönetilmesi konusuna vurgu yapan (Rinaldi, 2017) ve Türkler açısından gastronominin tarihini açıklamayı amaçlayan (Batu ve Batu, 2018) çalışmalar mevcuttur.

2.2.Yeşilçam Sineması

Türk Sinema Tarihi, Fuat Uzkınay yönetmenliğinde çekilen Ayastefanos'taki Rus Abidesinin Yıkılışı adlı film ile ortaya çıkmış ve sonrasında Osmanlı dönemindeki askeri kuruluşların idaresinde bir süre devam etmiştir. Bu süreç 1922 yılında Kemal Film'in kurulmasıyla sona ermiş ve Türk Sineması'nın ilk yılları bu şekilde tamamlanmıştır (Sivas Gülçur, 2020).

İlk dönemlerde bir sinema sanayi bulunmamaktadır. İzleyicinin azlığı, pahalılık nedeniyle sinemaya aktarılacak sermayenin azlığı, sinema yatırımının özel sektörün eline bırakılması ve modernleşme eksikliği modern toplumların erişiminde olan sinemanın oluşabilmesinin önünde engel oluşturmaktaydı. Ancak 1950’li yıllarda bu koşullar iyileştirildi (Akpınar, 2015). Bu yıllar çok partili döneme geçişin yaşandığı yıllardı. Türkiye Cumhuriyeti ABD’ye yakınlaşmaya ve devletçi politikadan özel girişime yönelmeye başlamıştı. Demokrat Parti ile ekonomik, siyasal ve kültürel değişimler, köylerden kentlere göçün o yıllarda artması Yeşilçam sinemasının da oluşmasına ortam hazırlamıştır. Bu şekilde Yeşilçam sineması kentli kesimin geleneklerinden beslenerek gelenek bağlarını kâra dönüştürmüştür (Çelik, 2010). Aşağıdaki Şekil-2’de Türk sinema tarihinin dönemlerini içeren yıllar ve özellikleri bulunmaktadır (Sivas Gülçur, 2020).

Şekil-2. Yeşilçam Sinemasının Dönemleri

Kaynak: Sivas Gülçur (2020)

Şekil-2’de de görüldüğü üzere ilk zamanlarda tiyatronun etkisinde olan ve tiyatroya ait dekorasyon malzeme ve oyuncuların kullanıldığı sinema sektörü yetişmiş yöneticiler ve oyunculardan sonra kendi özünü oluşturmaya başlamış ve tiyatronun etkisinden kurtulmuştur. Böylece Yeşilçam 1960-1970’li yıllar arasında ulusal anlamda en çok sinema üreten sinema olmuştur.

Sanayileşme, köyden kente göç, teknolojik gelişme gibi birçok yenilik modernleşme ile ilgili kaygı ve korkuyu da beraberinde getirmiştir. Birçok filmde bu korku ve kaygının izleri

görülmektedir. Bununla birlikte Yeşilçam Sineması geleneksel değerlerin yanında bir tutum sergileyerek batılı değerleri bir yozlaşma tehlikesi olarak görmüş ve bunu da filmlerinde yansıtmıştır. Yeşilçam sinemasındaki sınıflar arası çatışma da bu anlamda kendini göstermiş tüm olumlu yönler alt sınıfa atfedilirken olumsuz yönler üst sınıfa atfedilmiştir (Çelik, 2010). Orta-alt sınıf erkekler; adil, gururlu ve şefkatli iken kadınlar ise terbiyeli, ailesine düşkün ve sessizdir. Ancak bununla birlikte zengin hayat hayali içinde olan ve çabuk kandırılan karakterlerdir (Akpınar, 2015). Kötü karakterler genellikle modern ve değişiklik taraftarı olarak resmedilmekte, iyi karakterler ise daha gelenekselden yana, masum ve güçsüz taraf olarak gösterilmiştir. Kötü olan güçlü, iyi olansa çoğu zaman güçsüz taraf olarak betimlenmiştir (Sevindi, 2016).

Yeşilçam Sineması'nın belli başlı temaları sürekli seyirciye sunan ve kendini tekrar eden bir yapıya sahip olması dikkat çekicidir. İyi-kötü, zengin-fakir gibi zıt karakterler arasındaki çatışmalar Yeşilçam Sineması'nın olmazsa olmaz unsuruydu ve çok zaman iyilerin kazanmasıyla ve mutlu kavuşmalarla biten mutlu sonlara sahipti. Bunlarla birlikte hastalık ve tesadüfler birçok filmde işlenen Yeşilçam Sinemasının önemli temalarındandı. Yeşilçam Sineması'nda toplumun yaşadığı sorunlar da sıkça işlenir ve geniş izleyici kitlesinin beğenisine sunulurdu. Köyden kente göç zamanlarında birçok film Doğu-Batı çatışmasını iyi ve zalim çatışması olarak karakterize edilerek işlenirdi (Akpınar, 2015).

Yeşilçam Sineması empati üzerinden seyircinin duygularını harekete geçirmeyi amaçlamaktadır (Sevindi, 2016). Bu nedenle hedef kitle çoğu zaman geniş halk topluluklarıdır. Bu halk toplulukları genellikle eğitimsiz, sinemada gördüğü olayları gerçek zannederek kendini o karakterlerle özleştiren, eleştiri yeteneği gelişmemiş kişilerdi ve bu filmleri izleyen topluluğun büyük bir kısmı karakterleri kendileriyle özdeşleştirmeyi seven kadınlardı (Akpınar, 2015).

Yeşilçam Sineması filmlerinin tanıtılması, pazarlanması ve böylece izlenmesi için film afişlerini kullanmaktaydı. Sinema afişleri genel olarak hiyerarşik bir düzende resmediliyordu. En önemli karakterler afişin büyük çoğunluğunu oluşturmakta nispeten daha az önemli karakterler ise küçük bir alan kaplamakta veya afişlere hiç eklenmemekteydi.

Türk kültürünün bir ürünü olan Yeşilçam Sineması ile ilgili akademik birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların çoğu Yeşilçam Sinemasında sıkça yer alan temalar ve karakterlerle ilgilidir (Balcı, 2011; Depeli, 2016; Müjde, 2016; Sevindi, 2016; Çakır, 2017a; Çakır, 2017b; Çıraklı ve Yemez, 2017; Akbaş, 2018; Çelik, 2021). Yeşilçam Sinemasında sıkça çalışılan diğer

konular ise Yeşilçam'ın modernite ve felsefe ile olan ilişkisidir (Çelik, 2010; Akpınar, 2015; Öztürk, 2020; Soyer, 2021).

2.3. Gastronomi ve Yeşilçam Sineması İlişkisi

Yemek yeme ihtiyacı insanoğlunun en temel ihtiyaçlarından biridir. Bu nedenle Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ilk sırada bulunmaktadır. Ancak yemek bu kadarla sınırlı değildir. Antik çağdan bugüne kadar yemek; eğlenme, beraber vakit geçirme, katılım, gelenek, deneyim gibi çok boyutlu anlamlara da sahiptir. Bu unsurlar göz önüne alındığında gastronomi hem toplumu etkilemekte hem de toplumdan etkilenmektedir (Uçkan Çakır vd., 2020). Gastronominin bu önemi onun birçok alanla etkileşime girmesine sebep olmaktadır. Eskiden bu kavram üzerine yapılan çalışmalar beslenme uzmanlarıyla sınırlıydı ancak günümüze gelindiğinde gıda antropoloji, tarih, sosyoloji, felsefe ve ekonomi gibi alanları da içerecek şekilde genişlemiştir. Mutfak sanatı olarak değerlendirilen gastronominin, kültürel ve sosyal koşullardan kaynaklı ayrıntılı formlara sahip olduğu da belirtilmektedir (Blank, 2007).

Gastronominin etkilediği diğer bir alan ise sinemadır. Bunun yanı sıra sinema, ait olduğu kültüre dair bir metin yaratarak tarihsel ve kültürel mirasa atıfta bulunmaktadır. 19. yüzyıl sonlarında icat edilen sinema; davranış kalıpları oluşturmak, güzellik algısına yön vermek, yaşam tarzı oluşturmak gibi sebeplerle sıkça kullanılmaktadır. Ancak yemek olgusu ve sinemanın birleştiği ilk film 1895 yılında Auguste ve Louis Jean Lumiere tarafından çekilen Bebeğin Yemeği (Le repas du Bebe)'dir. Çekilen bu filmde bir bebek yemek yerken tasvir edilmektedir. Filmde bu sahne insanların teknolojiye karşı tavrını yumuşatmak amacıyla kullanılmıştır (Çakır, vd. 2020).

Toplumsal olaylar, teknolojik unsurlar gibi birçok değişiklik ve yenilik sinemayı etkilediği gibi kültürlerin yemekle olan ilişkisi de sinema filmlerini etkileme özelliğine sahiptir. Yemek yeme adabı, yenilen yiyecekler, içecekler, kültürlere göre değişen şekillerde sinemalarda ve dolayısıyla sinema afişlerinde de yer almaktadır.

Yemek, bir kültürün dâhilinde ve o kültürün etkisiyle şekillenir. Her kültürün yemekleri, sofrada adaptasyonu gibi unsurlar aynı değildir. Yeşilçam sinema afişlerine de yemek kültürünün etkileri yansımıştır. Hiçbir Yeşilçam Sineması afişinde domuz imgesine yer verilmez. Aslında birçok yemek kültürünün içerisinde olan domuz etinin İslam kültüründe yeri yoktur. Bu nedenle büyük bir çoğunluğu Müslümanlardan oluşan Türkiye'nin sinema afişlerinde de bu sebeple canlı ya da cansız domuz imgesine yer verilmez. Aynı şey deniz kabukluları için de geçerlidir.

Bu nedenle gastronominin, sinema kültüründe ve dolayısıyla sinema afişlerinde önemli bir yeri vardır.

Konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ağırlıklı olarak; turizm tanıtım filmleri, tanıtım broşürleri ve gastronomi ilişkileri üzerinde durulmuştur (Tantu, 2021; Tuğan, 2021). Bununla birlikte Yeşilçam Sineması'nda gastronomi ve Yeşilçam Sineması afişlerinde gastronomik imgelerle ilgili bir çalışmaya henüz rastlanmamış olması da çalışmanın önemini ifade etmektedir.

3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı Türker İnanoğlu (2004)'nin 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabında yer alan afişlerdeki gastronomik öğeleri inceleyerek Türk sinemasının afişlerinde gastronomik unsurlara ne kadar yer verildiğinin belirlenmesidir. Afişlerde yer alan gastronomik unsurların yıllara göre ne kadar yer verildiğinin saptanması bize o dönemin toplumsal dinamiklerini ve dönemin sıkıntılarının eleştirel bir bakış açısıyla ne derece yansıtılabildiğini de göstermektedir. Hayatın içerisinde sosyal ve kültürel önemli birer gösterge olan afişler aracılığıyla iletilmek istenen mesaj doğrudan izleyiciye yönlendirilmektedir. Diğer bir deyişle film afişleri, toplumun bir parçası olarak da ifade edilebilmektedir. Afişlerde yer alan öğeler genel olarak film hakkında bilgi verirken aynı zamanda toplumun içerisinde bulunduğu döneme ve koşullara da ayna tutmaktadır. Bu eserin araştırma verilerini toplamak için tercih edilmesindeki en önemli etken çalışma hakkındaki en kapsamlı kaynak olmasıdır. Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Türk sineması afişlerinde hangi yıllar arasında daha fazla gastronomik unsur kullanılmıştır?
2. Türk sineması afişlerinde hangi yıllar arasında hangi gastronomik unsur daha sık kullanılmıştır?

Araştırmanın amacına uygun olarak çalışmada göstergebilim analiz tekniği kullanılmıştır. Göstergebilim, sözlü, yazılı ve görsel iletişim biçimlerinde aktarılmak istenen anlamların çözülmesi ve bu anlamların altında yatan kültürel unsurların açığa çıkarılmasının sağlanması amacıyla kullanılan bir modeldir. Göstergebilim, anlamların çözümlenmesini sağlayan bir yöntemdir (Çılgınoğlu, 2022). Dolayısıyla etraftaki her şeyi gösterge sayılabildiğine göre göstergebilim oldukça geniş bir alana sahiptir. Bu doğrultuda özellikle

gastronomik unsurların yoğun olduğu ve içeriğinde sık sık gastronomik unsurların yer aldığı afişler bu yöntemle analiz edilmiştir.

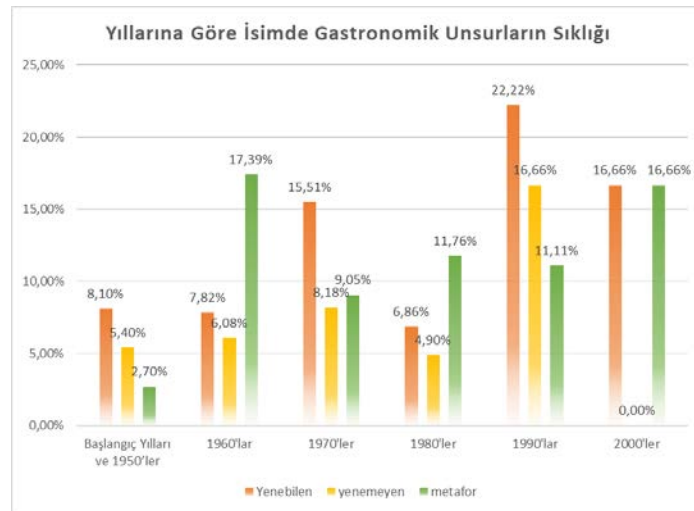
4. Bulgular

Bu bölümde Türker İnanoğlu (2004)'nin 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabında yer alan 5555 afişin analizleri sunulmaktadır. Bu afişlerde yer alan gastronomik öğeler incelenmiştir. İncelemeler sonucunda 5555 afiş içerisinde 529 afişte gastronomik imge bulunmuştur. Bu imgeler 8 kategoride değerlendirilmiştir. İsimlerde yer alan gastronomik unsurlar, ateş imgesi, taşıma araçları, mutfak gereçleri, hayvansal ürünler, meyve, yemek masası ve diğer imgelerdir. Bu kategorilerin ve alt kategorilerin yıllarına göre sayıları belirlenerek hangi yıllarda hangi gastronomik unsurun daha çok kullanıldığı belirlenmiştir.

4.1. İsimde Gastronomik Unsurlar

Grafik-1'de film isimlerinde yıllara oranla isimde gastronomik unsurların dağılımı verilmiştir. İsimde gastronomik unsurlar 3 kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler yenilebilen, yenemeyen ve metaforudur. Yenilebilen unsurlar, film isimlerinde bulunan ve yiyecek anlamıyla isimlendirilen film isimlerini ifade etmektedir. Diğer taraftan yenemeyen unsurlar “Balıkçı Güzeli” gibi yenemeyen gastronomik unsurlara işaret eden isimlerdir. Son olarak metafor kategorisi isimde mecaz anlamıyla kullanılmış metaforik unsurları içermektedir. “Acı Hayat” filmi bu kategoriye örnek teşkil etmektedir.

Grafik-1. Yıllara Göre Film İsimlerinde Yer Alan Gastronomik Unsurlar

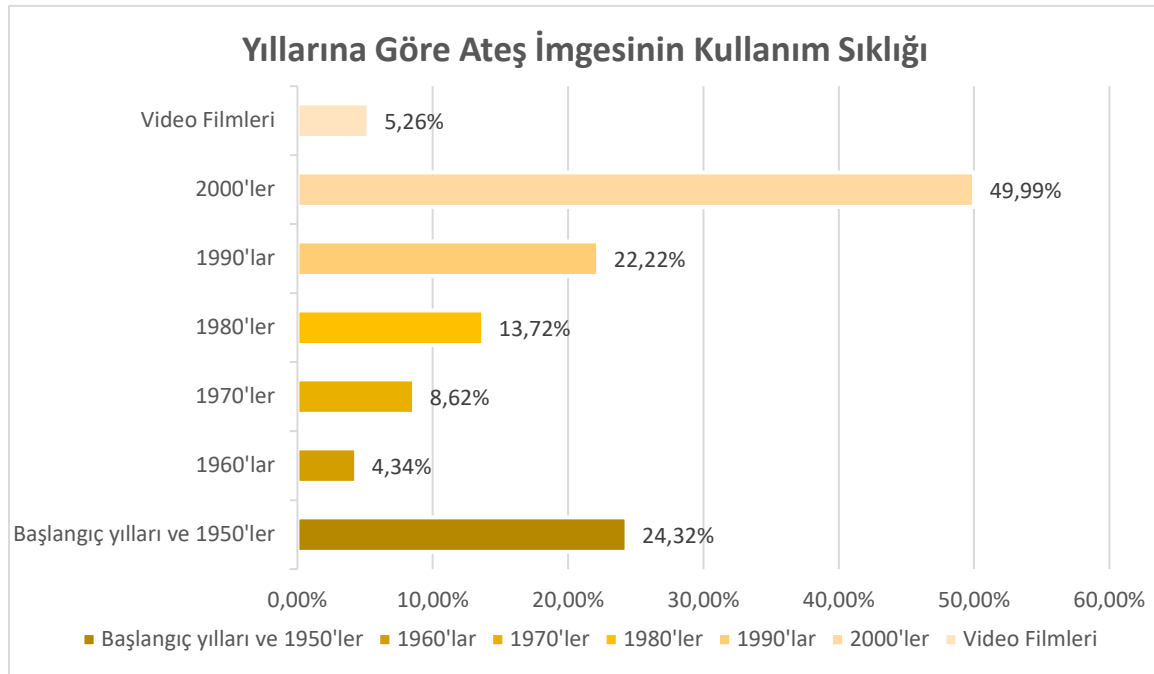


Yukarıdaki grafikte de görüldüğü üzere 1960'lı yıllarda gastronomik unsurlar isimde daha çok metaforik (%17,39) olarak kullanılmıştır. Diğer tarafta yenilebilen gastronomik unsurlar isimde en fazla 1990'lı yıllarda kullanılmıştır (%22,22). Yenemeyen gastronomik unsurlar yine en fazla 1990'larda kullanılmıştır (%16,66). Genel olarak grafiğe bakıldığında en fazla isimde gastronomik unsurların kullanıldığı on yıl 1990'lı yıllar olarak görülmektedir (%49,99).

4.2.Ateş İmgesi

Aşağıdaki Grafik 2'de yıllara göre ateş imgesinin kullanılma sıklığı gösterilmektedir. Ateş, sadece pişirme eyleminin ortaya çıkmasına sebep olmayıp aynı zamanda yemeklerin lezzetini artırma çabasının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bununla birlikte toplumun bir arada olmasını diğer bir deyişle bir sofraya etrafında toplanma geleneğinin de ortaya çıkmasına vesile olduğu söylenebilir. Gastronomi denilince akla gelen ilk imgelerden biri olan ateş, konu çerçevesinde büyük bir öneme sahiptir. Bu öneminden dolayı bu çalışmada ateş tek bir kategori olarak ele alınmıştır.

Grafik-2. Yıllara Göre Ateş İmgesinin Kullanımı



Yukarıdaki Grafik-2'de görüldüğü üzere başlangıç yılları ve 1950'ler dışında film afişlerinde ateş kullanım sıklığı yıllara göre artış göstermektedir. Gastronomik unsur içeren filmler arasında ateş imgesinin en çok kullanıldığı yıllar 2000'li yıllar olarak tespit edilmiştir.

2000’lerde altı adet filmde gastronomik unsur bulunmaktadır ve bu filmlerin üçünde ateş imgesinin kullanımına yer verilmektedir. Başlangıç yılları ve 1950’lerde gastronomik unsura sahip afişler arasında ateş imgesinin kullanım oranı %24,32 ile ateş imgesinin en çok kullanıldığı ikinci 10 yıldır. Ateş imgesinin en az kullanıldığı 10 yıl ise 1960’lardır (%4,34).

4.3.Yiyecek ve İçecek Taşıma Araçları

Bu çalışmada yiyecek ve içecek taşıma araçları da gastronomik unsur kapsamında ele alınmaktadır. Bir ürün ortaya koymak isteyen insanlar ilk önce ham maddeleri kompleks bir ürüne dönüştürebilmek için o hammaddeyi marketlerden veya bahçelerden ürünü oluşturacakları yere götürmek zorundadır. Bu açıdan ele alındığında yiyecek ve içecek taşıma araçları da gastronominin bir halkasını oluşturmaktadır.

Yeşilçam Sinema afişlerinde kullanılan taşıma araçları incelendiğinde Türk kültüründe önemli yer tutan imgelerin de kullanıldığı görülmektedir. Sepet, küfe ve testi imgeleri Türk kültürü açısından önem arz eden unsurlardır. Sepet işlemeciliği, çanak çömlek yapımı özellikle eski yıllarda yoğun olarak icra edilen Türk El Sanatları unsurlarındandır. Söz konusu unsurlar Yeşilçam Sineması afişlerine de yansımaktadır.

Tablo 1. Sepet ve Küfe ile Şişe ve Testi İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı

İmge	Yıllar	Gastronomik Unsur Bulunan Afiş Sayısı	Belirtilen İmgenin Bulunduğu Afiş Sayısı	%
Sepet ve Küfe İmgesi	Başlangıç ve 1950	37	4	10.81
	1960’lar	115	6	5,21
	1970’ler	232	12	5,17
	1980’ler	102	2	1,96
	1990’lar	18	0	0
	2000’ler	6	0	0
	Video Film	19	0	0

Şişe-Testi İmgesi	Başlangıç ve 1950	37	4	10,81
	1960'lar	115	5	4,34
	1970'ler	232	21	9,05
	1980'ler	102	7	6,86
	1990'lar	18	1	5,55
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	6	31,57

Tablo 1 incelendiğinde sepet ve küfe imgesinin en fazla 1970'lerde kullanıldığı görülmektedir. Ancak yüzde olarak incelendiğinde sepet ve küfe imgesi başlangıç ve 1950'lerde daha yoğun olarak kullanılmıştır (%10,81). Bununla birlikte 1990'lar, 2000'ler ve video filmlerde sepet ve küfe imgesi hiç kullanılmamıştır. Şişe ve Testi imgesi ise yine en fazla 1970'lerde kullanılmıştır. Diğer taraftan yüzdesel olarak incelendiğinde bu imgeler video filmlerde daha yoğun olarak kullanılmıştır (%31,57). Öte yandan 2000'lerin Yeşilçam filmlerinin afişlerinde şişe ve testi imgesine hiç yer verilmemiştir.

4.4.Mutfak Gereçleri

Gastronomi açısından önemi bulunan bir diğer kategori ise mutfak gereçleri kategorisidir. Yemek yaparken kullanılan ürünlerin kalitesi, yemeğin sunulduğu tabak ve bardak gibi gereçlerin görselliği bir ürünün lezzetinde ve pazarlanmasında kilit unsurlardır. Bu nedenle afişlerde bulunan mutfak gereçleri imgeleri de analiz edilmiştir. Mutfak gereçleri kategorisi iki alt kategoride incelenmektedir.

Tablo 2. Kadeh-Bardak-Fincan-Tabak-Kâse ile Bıçak-Çatal-Kaşık-Satır İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
	Başlangıç ve 1950	37	5	13,51

Kadeh-Bardak- Fincan-Tabak- Kâse	1960'lar	115	20	17,39
	1970'ler	232	33	14,22
	1980'ler	102	27	26,47
	1990'lar	18	3	16,66
	2000'ler	6	1	16,66
	Video Film	19	11	57,89
Bıçak-Çatal-Kaşık- Satır	Başlangıç ve 1950	37	5	13,51
	1960'lar	115	27	23,47
	1970'ler	232	50	21,55
	1980'ler	102	9	8,82
	1990'lar	18	2	11,11
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	4	21,05

Tabloda görüldüğü üzere mutfak gereçleri Yeşilçam Sineması afişlerinde sıkça kullanılmıştır. Kadeh-Bardak-Fincan-Tabak-Kâse imgeleri en çok 1970'lerde kullanılmış olsa da oransal açıdan incelendiğinde Video Filmlerde daha sık kullanılmıştır. Bu imgeler en az 2000'lerde kullanılmıştır. Bıçak-Çatal-Kaşık-Satır imgeleri ise en fazla 1970'lerde kullanılmıştır. Yüzdesele olarak incelendiğinde ise yoğun olarak 1960'larda kullanılmıştır. 2000'lerde ise bu imgeler kullanılmamıştır. Afişler incelendiğinde bu imgelerden en fazla bıçak imgesi kullanıldığı belirlenmiştir.

4.5.Hayvansal Ürünler

Hayvansal ürünler Türk Kültüründe önemli bir yere sahiptir. Türkler hakkında çok fazla bilgi sahibi olmayan yabancı turistlerin hem kendi ülkelerinde hem de Türkiye'de röportajlara verdikleri yanıtlarda, Türkiye ile özdeşleştirdikleri unsurlar genellikle baklava ve kebab olmaktadır. Türk döneri, Türk kebabı artık sadece Türkiye'de değil birçok farklı ülkede de erişilebilen ve beğenilen Türk lezzetleri arasındadır. Bu nedenle Yeşilçam Sineması afişleri incelenirken bu unsurlar da göz önüne alınmış ve hayvansal ürünler kategorileştirilmiştir. Hayvansal kategoriler iki alt kategoriden oluşmaktadır. Kırmızı et ve tavuk-balık alt kategorileri ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Kırmızı Et ile Balık ve Tavuk İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
Kırmızı Et	Başlangıç ve 1950	37	1	2,70
	1960'lar	115	4	3,47
	1970'ler	232	17	7,32
	1980'ler	102	6	5,88
	1990'lar	18	2	11,11
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	1	5,26
Balık ve Tavuk	Başlangıç ve 1950	37	4	10,81
	1960'lar	115	0	0
	1970'ler	232	9	3,87
	1980'ler	102	3	2,94
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	0	0

Tablo incelendiğinde kırmızı et imgesinin 1970'lerde daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Ancak 2000'lerde kırmızı et imgesine afişlerde hiç yer verilmemiştir. Balık ve tavuk imgesi sayısal olarak incelendiğinde yine 1970'lerde daha çok kullanılmış ancak oransal olarak incelendiğinde başlangıç ve 1950'lerde daha sık kullanılmıştır. 1990'larda, 2000'lerde ve Video Filmlerde bu imge hiç kullanılmamıştır. Türklerin kırmızı ete olan düşkünlüğü dikkate alındığında film afişlerinde kırmızı et imgesinin sık kullanılmaması ilginç bir sonuç olmakla beraber tavuk ve balık imgesine oranla daha çok kullanılmış olması ise beklenen bir sonuçtur.

4.6.Yemek Masası İmgesi

Yemek masası veya sofrta hazırlanan ürünlerin sunulduğu kısım ve gastronomi sürecinin son aşaması olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte yemek masası veya sofrta Türklerde önemli bir yere sahiptir. Bunun nedeni ailenin, dostların bir araya geldiği yer olmasıdır. Bu nedenle Türk kültüründe akşam yemeklerinin aynı masada beraber yenilmesi, babanın masanın başına oturması gibi birçok geleneğin de bulunduğu bir alan olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte çilingir sofrası tabiri de sofranın sadece yemek yenilen yer olmadığını kanıtı bir tabirdir. Türkler için sofrta kimi zaman aileyle hep birlikte olmak anlamına gelirken kimi zaman dostlarla hasbihal etmek anlamını çağırıştırabilmektedir.

Tablo 4. Yemek Masası İmgesinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
Yemek Masası ve Sofra İmgesi	Başlangıç ve 1950	37	0	0
	1960'lar	115	3	2,60
	1970'ler	232	18	7,75
	1980'ler	102	14	13,72
	1990'lar	18	1	5,55
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	13	68,42

Yukarıdaki Tablo 4 incelendiğinde yemek masası ve sofrta imgelerinin, sayısal olarak 1970'lerde sıkça kullanılmasıyla birlikte oransal olarak video filmlerde en yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte başlangıç ve 1950'lerde ile 2000'lerde yemek masası ve sofrta imgesinin hiç kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.7.Diğer İmgeler

Toprak-tarla, bahçe ve meyve-sebze Türk kültüründe önemli bir yere sahiptir. Birçok filmde de köylerden şehirlere yeni gelmiş; toprak, tarla ve bahçeyle uğraşan insanların işlendiği

görülmektedir. Meyve ve sebze ise ister zengin evlerinde isterse fakir evlerinde sıklıkla sahnelerde yer alan imgelerdendir.

Tablo 5. Toprak-Tarla-Bahçe ve Meyve-Sebze İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
Toprak-Tarla-Bahçe	Başlangıç ve 1950	37	1	2,70
	1960'lar	115	2	1,73
	1970'ler	232	1	0,43
	1980'ler	102	0	0
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	0	0
Meyve-Sebze	Başlangıç ve 1950	37	1	2,70
	1960'lar	115	2	1,73
	1970'ler	232	8	3,44
	1980'ler	102	1	0,98
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	1	5,26

Yukarıdaki Tablo 5'te de görüldüğü üzere toprak-tarla-bahçe imgeleri Türk sineması afişlerinde çok az gösterilmektedir. Bu imgeler sayısal olarak en fazla 1960'ların afişlerinde gastronomik unsur olarak yer almış ve toplam dört adet kullanılmıştır. Meyve ve sebze imgelerinin ise 1970'lerde en yoğun olarak kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

1950'li yıllardan itibaren Türkiye'de sosyal ve kültürel değişimler hız kazanmış ve bu durum Yeşilçam Sinemasına da yansımıştır. Bu dönemlerde Yeşilçam Sineması yönetmen ve

senaristleri söz konusu değişiklikleri sinema perdesine aktararak seyirciye izlettirme çabasına girmişlerdir. Özellikle 1960 ve 1970’li yıllarda ekonomik, sosyal ve kültürel değişim Yeşilçam Sinemasının ana malzemesi haline gelmiştir. Yeşilçam Sinemasına da yansıyan değişimlerin izleri sinema afişlerinde de yer almıştır. Bu nedenle afişlerde belli başlı temalar fazlasıyla öne çıksa da birbirinden farklı sinema afişleri de Yeşilçam Sineması tarihi boyunca öne çıkmıştır.

Bu çalışmada Yeşilçam Sineması afişlerinde bulunan gastronomik unsurlar incelenmiştir. Türker İnanoğlu (2004)’nun 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabından yararlanılarak hangi tarihlerde afişlerdeki gastronomik imgelerin fazla olduğu, hangi imgelerin daha fazla kullanıldığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu incelemede kullanılan imgelerden yola çıkılarak afişler isimde gastronomik unsurlar, ateş imgesi, yiyecek ve içecek taşıma araçları, mutfak gereçleri, hayvansal ürünler, yemek masası olmak üzere altı kategoride incelenmiştir.

5555 afişin içerisinde toplam 529 adet gastronomik unsur bulunan afişe rastlanmıştır. Film isimlerinde yoğun olarak gastronomik unsurlar kullanılmıştır. Bu gastronomik unsurlar yenilebilen, yenemeyen ve metaforik olarak üç ayrı kategoriye ayrılmıştır. Yenilebilen unsur bulunan film isimleri en çok 1990’lı yıllarda bulunmaktadır. “Ekmek”, “Karışık Pizza”, “Fasulye” filmleri yenilebilen unsurlara sahip film isimlerine örnek gösterilebilmektedir. Yenemeyen unsur bulunan film isimleri yine en çok 1990’lı yıllarda bulunmaktadır. “Yengeç Sepeti”, “Abuzer Kadayıf” filmleri buna örnek teşkil etmektedir. Bunun nedeni 1990’lı yılların genel olarak en fazla isimde gastronomik unsurların kullanıldığı yıllar olarak ortaya çıkmış olmasıdır. Metaforik unsur bulunan film isimleri ise en çok 1960’lı yıllarda kullanılmıştır. “Tatlı Günah”, “Acı Aşk”, “Acı Tesadüf” de bu filmlere örnek olarak gösterilebilmektedir.

Yeşilçam Sineması afişlerinde ateş imgesi de çok sık kullanılmaktadır. Bu nedenle tek bir kategori altında incelenmiştir. Afişler incelendiğinde ateş imgesinin en çok 2000’li yıllarda kullanıldığı görülmektedir. Başlangıç ve 1950’li yıllarda da ateş imgesi yoğun olarak kullanılmıştır. Diğer taraftan ateş imgesinin en az kullanıldığı yıllar 1960’lar ve video filmlerdir. Ateş, insanların ilk defa sosyalleşebilecekleri bir ortam sağlayan önemli bir unsur olarak değerlendirilebilmektedir. Ateş ile insanlar yemeklerini pişirebilmiş, sosyalleşebilmiş, vahşi hayvanlardan ve soğuktan korunabilmişlerdir. Bunun yanı sıra ateş, biyolojik açıdan daha sağlıklı bir hayata adım atılmasını da sağlamıştır. Ateş, insanlık tarihi için en önemli keşiflerden biri olmuştur. Ateş imgesinin film afişlerinde çok sık kullanılmasının nedeni ise gastronomik olarak anlam bulmasından ziyade afişte seyirciyi filme çekecek dikkat çekici bir görüntü oluşturmak olduğu tespit edilmiştir. Bunun dışında film isimlerinde gastronomik unsurlara da sıklıkla yer verilmiştir.

Afişlerde yiyecek ve içecek taşıma araçlarının kullanım sıklığı çok yoğun değildir. Bunun yanında Türk kültürüne ait imgeler Yeşilçam Sineması afişlerinde yer almaktadır. Bu imgeler sepet küfe ve testi imgeleridir. Afişler incelendiğinde sepet ve küfe imgeleri en çok başlangıç ve 1950’li yıllarda kullanılmıştır. Ancak bununla birlikte 1970’li yıllarda da bu imgeler 12 afişte yer almaktadır. Diğer taraftan 1990’larda, 2000’lerde ve video filmlerde bu imgeler hiç kullanılmamıştır. Şişe ve testi imgesinin kullanım sıklığı incelendiğinde ise video filmlerde bu imgelerin yüzdesel olarak sık kullanıldığı ancak 2000’li yıllarda hiç kullanılmadığı görülmüştür. Bu durumun sebebi toplumsal alışkanlıkların değişmesi olarak yorumlanabilmektedir.

Mutfak gereçleri hem yemek yapımında hem de sunumunda önem taşımaktadır. Bu nedenle mutfak gereçleri gastronomik unsur olarak kategorileştirilmiştir. Mutfak gereçleri kategorisi incelendiğinde Kadeh-Bardak-Fincan-Tabak-Kâse imgeleri en çok video filmlerde en az ise başlangıç ve 1950’li yıllarda kullanılmıştır. Bıçak-Çatal-Kaşık-Satır imgeleri ise en çok 1960’lı yıllarda kullanılmıştır. Diğer taraftan 2000’lerde bu imgelere yer verilmemiştir. Bu durumun da sebebinin birbiriyle ilişkili olmasından dolayı yukarıda sebebi açıklanan etkenlerle benzerlik göstermesinin muhtemel olduğu düşünülmektedir.

Hayvansal ürünler özellikle Türk kültüründe önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle afişler incelenirken bu imgeler de ayrı bir kategori olarak incelenmiştir. Kırmızı et imgesi en fazla 1990’larda kullanılmıştır. Bu imge 2000’li yıllarda ise hiç kullanılmamıştır. Kırmızı etin önemli olduğu Türk kültüründe kırmızı et imgesinin çok az kullanılmış olması dikkat çeken bir sonuç olarak ifade edilebilmektedir. Balık ve Tavuk imgesinin ise neredeyse hiç kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sofra, Türk kültüründe sadece yemek yeme işlevinden öte bir anlam ifade etmektedir. Bu nedenle yemek masası imgesi Yeşilçam Sineması afişlerinde sıklıkla kullanılmıştır. Afişler incelendiğinde özellikle video filmlerde sıklıkla kullanılmıştır. Ancak başlangıç ve 1950’lerin ve 2000’lerin afişlerinde bu imgeye hiç yer verilmemiştir. Afişlerde bu imgelerin filmin odak noktası olmaması bu imgelerin çok sık kullanılmamasının bir sebebi olarak açıklanabilmektedir.

Diğer kategoride ise toprak-tarla ve bahçe imgeleri beklenenin aksine çok az kullanılmıştır. Bunun sebebi genel olarak köyden kente göç gibi konuların sıklıkla işlenmesinden dolayı, köye ait imgelerin afişlerde az kullanılmış olması söylenebilmektedir. Meyve ve sebze imgeleri de toplam 13 adet kullanılmıştır. Meyve ve sebzelerin afişlerde az

bulunması tamamen rastlantısal olabileceği gibi halkın bu ürünlere ulaşımının kısıtlı olmasının bir eleştirisi de olarak da değerlendirilebilmektedir.

Yeşilçam Sineması Türklerin ne izlediği, neye sinirlendiği, nelerden hoşlandıkları ve neye değer verdikleri ile ilgili bir sürü ipucunu saklamaktadır. İncelendiğinde, Yeşilçam Sineması belki bir tarih kitabında okunabilecek olaylara ilişkin bilgiler sunabilmekte ve en önemlisi toplumun dinamiklerini de yansıtabilmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalara ve araştırmacılara bu bilgilerden yola çıkarak Türk kültüründe kadının yeri ve erkeğin yerinin ne olduğu, bunun 1950'lerden 2000'lere değişip değişmediği, modernitenin sinemadaki yansımalarının ne olduğu ve yurtdışı algısının nasıl olduğu gibi sorulara cevap aramaları önerilmektedir.

Kaynakça

- Akbaş, E. (2018). Yeşilçam Sinemasında dinsel ve tarihsel imge kullanımı. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*, (1), 172-202.
- Akpınar, Ş. (2015). Melodram ve modernite ilişkisi bağlamında, Yeşilçam Sinemasında Avrupalılık görünümünün kadın karakterler üzerinden temsili: Kezban filmleri çrneği. *Turkish Studies*, 10(10), 61-80.
- Algün, V. (2016). *Gastronomik bir öge olarak üzümün görsel sanatlardaki biçimleri: sosyo-kültürel ve tarihsel bir inceleme*. (Yayın No: 441047) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi].
- Altaş, A. (2017). Ülke tanıtım çalışmaları kapsamında kullanılan gastronomik öğeler: "Home of Turkey" kampanyası afişleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 81-102.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide menü yönetimi*. (Yayın No: 261801) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Balcı, D. (2011). *Yeşilçam Sinemasında gayrimüslim temsilleri (1960-1975)* (Yayın No: 290798) [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Batu, A. ve Batu, H. S. (2018). Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today. *Journal of Ethnic Foods*, 5(2), 76-82.
- Blank, G. (2007). Food and cultural consumption. G. Ritzer (Ed.), *Blackwell encyclopedia of sociology* (pp.721-724). Blackwell.
- Candemir, T. (2006, 16-18 Kasım). *Türk sinema afişlerinde geleneksel kültür göstergeleri*. [Konferans bildirisi]. Uluslararası Geleneksel Sanatlar Sempozyumu, İzmir.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

- Uçkan Çakır, M., Şengül, S. ve Parmaksızoğlu, E. (2020). Sinema perdesinde gastronomi görüntüsü: yemeğin sosyolojik yansımaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3173-3191.
- Çakır, S. (2017a). Popüler romanlardan Yeşilçam melodramlarına bir uyarılma örneği: Hıçkırık. *Sinefilozofi*, 2(3), 79-111.
- Çakır, S. (2017b). Yeşilçam sineması ve masal formu: Ayşecik. *Turkish Studies*, 12(21), 133-150.
- Çelik, F. (2010). Modernleşme serüvenimiz ve Yeşilçam. *Sanat Dergisi*, (17), 31-37.
- Çelik, T. (2021). Yeşilçam sinemasında kökensel bir nitelik olarak kader teması: modernleşme kaygılarından melodramın şefkatli kollarına. *Aurum Journal Of Social Sciences*, 6(1), 1-23.
- Çılğınoğlu, H. (2022). Televizyon dizilerinde izleyicilere sunulan gastronomik öğelerin belirlenmesi: Gönül Dağı dizisi örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(2), 1441-1455.
- Çıraklı, M. Z. ve Yemez, Ö. (2017). Yeşilçam melodramlarında veremli kadın imgesi ve Son Beste (1955) filmi. *Turkish Studies*, 12(34), 131-142.
- Depeli, G. (2016). Emine Mine, hepsi sensin be kızım”: Yeşilçam sinemasının eril fantezisi/the male phant. *Fe Dergi*, 8(2), 124-137.
- Diken, B. ve Laustsen, C. B. (2012). *Filmlerle sosyoloji*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de gastronomi ve turizm: İstanbul örneği*. (Yayın No: 264485) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Galvez, J. C. P., Granda, M. J., Lopez-Guzman, T. and Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, (32), 604-612.
- García-Henche, B. and Cuesta-Valiño, P. (2022). The increasing visibility of women in gastronomy. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 30, 100589.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri: Bodrum’daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. (Yayın No: 273179) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi].
- Hegarty, J. A. and O’Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal Of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- İnanoğlu, T. (2004). *5555 afişle Türk sineması*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Kivela, J. and Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Koerich, G. H. and Müller, S. G. (2022). Gastronomy knowledge in the socio-cultural context of transformations. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 29, 100581.

- Leong, Q. L., Ab Karim, S., Awang, K. W. and Bakar, A. Z. A. (2017). An integrated structural model of gastronomy tourists' behaviour. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 573-592.
- Mutlu, H. ve Sandıkçı, M. (2022). Gastronomi envanteri oluşturulması: gastronomi şehri Afyonkarahisar örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1168-1195.
- Müjde, K. A. (2016). Yeşilçam'da körlüğün temsili: trajik, tıbbi ve zamansız. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 3(1), 1-12.
- Özdemir, G. ve Altınır, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Öztürk, S. (2020). Yeşilçam sinemasında felsefeyi aramak. *Sinefilozofi*, 5(10), 764-768.
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: a multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1-25.
- Sevinç, Z., (2014). 2000 sonrası yeni Türk sineması üzerine yapısal bir inceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 40, 97-118.
- Sevindi, K. (2016). Sosyo-kültürel bağlamıyla Yeşilçam'daki kötü adam temsilleri: köy ağaları örneği. *Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 61-78.
- Seyitoğlu, F. and Ivanov, S. (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 21, 100230.
- Sivas Gülçur, A. (2020). Bu toprakların iletişim tarihi. İçinde E. Çağlak (Ed.), *Türk sinemasında Yeşilçam dönemi*. (ss.227-235). Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Soyer, F. (2021). Türk sinemasında modernleşme bağlamında kadın bedeninin dönüşümü: melodramlarda pygmalion etkisi ve ideal kadın temsili. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(11), 144-158.
- Tantu, Y. (2021). *Gastronomi turizminde kullanılan basılı tanıtım materyallerinin görsel algı kuramlarına göre incelenmesi*. (Yayın No: 673675) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Tuğan, U. S. (2021). *Türkiye ve İspanya'nın tanıtımında kullanılan turistik tanıtım filmlerinde gastronomik öğelerin kullanımı ve karşılaştırmalı analizi*. (Yayın No: 677043) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi].