

Üreticilerin Buğdaya Yüklediği Anlamlar

Rahmi TAŞCI^{1*}, Sevinç KARABAK¹, Erkan SÖYLEMEZ¹, Meliha ER ÇON¹,
Belma ÖZERCAN¹, Sinem TARHAN TEK¹

¹Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü / Tarım Ekonomisi Bölümü / Ankara

Özet

Bu çalışmanın temel amacı; Orta Anadolu ve Batı Geçit Bölgelerinde buğday üreticileri için buğdayın anlamı ve ona atfedilen değeri ortaya koymaktır. Araştırmanın materyalini Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğüne (TAGEM) bağlı Araştırma Enstitüleri tarafından geliştirilen buğday çeşitlerini eken üreticilerden anket yolu ile elde edilen veriler oluşturmuştur. Çalışmada kartopu örnekleme metodu ile 9 ilde, 689 üretici ile görüşülmüştür. Anket sonucu geçerli 97 kelime belirlenmiştir ve öncelikle, söylem sıklığına göre bu kelimeler kelime bulutu analizi ile şekillendirilmiştir. Kelime bulutu analizi sonucunda en fazla tekrarlanan kelime "ekmek" kelimesi olmuştur. Kelime sayısının fazla olması nedeniyle kelimeler, ortak yönleri dikkate alınarak kavramsal kategoriler altında gruplandırılmış ve toplamda 10 kategori elde edilmiştir. Kategorik gruplar içinde frekans değerlerine göre yapılan analizler sonucunda ise beslenme unsuru, yaşam kaynağı ve geçim kaynağı kategorileri ilk üç sırada yer almıştır. Bu sonuçlara göre buğday ile üreticiler arasında zaman içinde sosyal, kültürel ve ekonomik etkileşim sonucu sıkı bir bağ oluştuğu görülmektedir. Üreticilerin buğdaya yükledikleri anlam, kavram, metafor ve semboller, içinde buldukları durumu veya duygularını anlatmada kullandıkları birer araç olarak buğdaya verdikleri değer bir göstergesidir. Bu değerler ise üreticinin karar verme sürecinde rol oynayan ve üretimde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemli faktörlerdir. Çalışmadan elde edilen verilerin tarımsal alanda geliştirilecek politikaların üretici açısından sosyal, ekonomik ve kültürel etkilerini anlamamıza da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

* Sorumlu Yazar

Tel.: -
rahmi.tasci@tarimorman.gov.tr

Yayın Bilgisi:

Geliş Tarihi: 13.09.2024
Kabul Tarihi: 24.10.2024

Anahtar kelimeler: Buğday, kelime bulutu, üretici, algı, buğdayın anlamı, kelime analizi

Keywords: Wheat, word cloud, producer, perception, meaning of wheat, word analysis

The Meanings Producers Attribute to Wheat

Abstract

The main objective of this study is to reveal the meaning of wheat and the value attributed to it for wheat producers in Central Anatolia and Western Transition Regions. The material of the study consisted of the data obtained by surveys from the producers planting wheat varieties developed by the Research Institutes affiliated with the General Directorate of Agricultural Research and Policies (TAGEM) of the Ministry of Agriculture and Forestry. In the study, 689 producers were interviewed in 9 provinces by snowball sampling method. As a result of the survey, 97 valid words were determined and these words were shaped by word cloud analysis according to their frequency of discourse. As a result of the word cloud analysis, the most repeated word was "bread". Due to the high number of words, the words were grouped under conceptual categories considering their commonalities and thus 10 categories were obtained in total. As a result of the analysis made according to the frequency values within the categorical groups, the categories of nutrition, source of life and source of income took the first three places. According to these results, it is seen that a close bond has been formed between wheat and producers as a result of social, cultural and economic interaction over time. The meanings, concepts, metaphors and symbols that producers attribute to wheat are an indication of the value they place on wheat as a tool they use to express their situation or feelings. These values are important factors that play a role in the decision-making process of the producer and ensure sustainability in production. It is thought that the data obtained from the study will contribute to our understanding of the social, economic and cultural effects of the policies to be developed in the agricultural field for the producers.

1. Giriş

Buğday, günümüzden yaklaşık 10000- 11000 yıl öncesinde Bereketli Hilal'de kültüre alınmış, Türkiye ve Dünya'da yetiştirilen en eski ve yaygın bir kültür bitkisidir (Karabak ve Kan, 2021).Türkiye'de tahıllar arasında %61.3 oranla (TÜİK, 2022) en fazla ekim alanına sahip, özellikle kırsal alanın başlıca geçim kaynaklarından biridir. İnsan beslenmesinde temel gıda hammaddesi olması nedeniyle sadece Türkiye'de değil küresel düzeyde de büyük önem taşımaktadır.

Buğdayın kültür bitkisi olarak nitelendirilmesi tarihsel bir bağlama da sahiptir. Kültürel boyutun arka planında, insanlığın avcı-toplayıcı aşamadan, süreklilik arz eden bir üretim aşamasına geçtiği "tarımsal faaliyet ve hayvanların evcilleştirilmesi süreci" belirleyici bir rol oynamaktadır (Karyelioğlu, 2021). Buğdayın kültüre alındığı dönem, tarımın başlangıcı olarak sayılmaktadır. İnsan-buğday etkileşiminin başladığı bu dönemde insanlar, buğday ile depolanabilir ilk artık ürünü elde etmiştir. Bu etkileşim ile insanlar nehir kenarları gibi buğday yetiştirmeye uygun alanlara yerleşmiştir. Buğday, temel besin maddelerinden biri haline gelirken insan buğdayı gittiği her yere taşımış; bu da buğdayın evrimsel değişimine ve farklı ekolojilere uyum sağlayan gelişimine yol açmıştır (Yıldız, 2018). Avcı-toplayıcı insanların yerleşik yaşama geçmelerinde en önemli rolü olan bitkidir. Ekmeğin sosyal önemi, tahıl tüketiminin önemine katkıda bulunmuş ve buğdayın kültüre alınarak ekiminin yapılmasını ve yayılmasını destekleyen faktörlerden biri olmuştur (Hammer ve Perrino,1984; Salamini ve ark., 2002). Yerleşik hayata geçişle birlikte artan gıda ihtiyaçlarının karşılanmasında, küçük yerleşim alanlarının kentlere dönüşmesinde, kültürel ve medeni gelişimin hızlanmasında rol olarak vazgeçilmez bir konuma gelen buğday, günümüzde ise besinsel ve halk sağlığındaki öneminin yanı sıra toplumsal, ekonomik, tarihi, arkeolojik ve kültürel değere sahip ürün olarak görülmektedir (Mızrak, 2018; Karabak ve Kan, 2021).

Beslenmenin birer aracı olan besinlere, kültürel kodları barındırdıkları için zamanla simgesel anlamlar yüklenmiştir. Bu simgesel anlamlar besinlerin, kültürel değişim aracı ve kimlik oluşturma vasıtası olmalarını sağlamıştır (Reis 2012; Akarçay 2016; Gürhan 2017). Bu besinlerden biri de buğday ve buğdaydan elde edilen ekmeğdir. Bolluğun ve bereketin sembolü olarak görülen buğday/başak motifi, Türk kültüründe de bir yiyecek maddesi olmanın ötesinde anlamlar yüklenerek itibar görmüş ve buğdaydan elde edilen ekmeğ maddi olarak

yapımının kolaylığı, malzemesinin ucuzluğu ve yendiği zaman insana tokluk hissi vermesi yüzünden özellikle Türk mutfak kültüründe vazgeçilmezlerden biri olmuştur. Türkiye'de bereket, nimet ve gelenek olarak anlandırılmıştır. Osmanlı yeme içme kültüründe de ekmeğ, sadakati ve bağlılığı simgeleyen kutsal bir yiyecektir. Kendilerine verilen ekmeği yiyenlerin, ekmeği veren kişiyle şahsi bir bağ kurulduğuna inanılmaktadır (Samancı, 2013; Gürhan, 2017). Ekmeğin, dünyanın bazı bölgelerindeki tahıl bazlı Neolitik gıda sistemlerinin aksine, Yakın Doğu Neolitiklerinin kültürel geleneklerinin bir özelliği olduğu ileri sürülmektedir (Haaland, 2007; Fuller ve Rowlands, 2011). Avrupa'nın batısından Hindistan'ın kuzeyine, İskandinavya ve Rusya'dan Mısır'a kadar olan coğrafyada yaşayan insanlar tarafından değişmez yiyecek olarak kabul görmektedir. Ekmeğ, inanışlar dünyasında da kutsal bir anlam taşımakta, tanrısal ve yaşamsal bir yiyecek olarak tanımlanmaktadır. Boratav ise ekmeğin, besinler arasında en çok saygı gören nesne olduğunu belirtmiştir (Boratav, 1973; Kurt, 2018).

İnsanlığın ilk çağlarında yalnızca fizyolojik bir anlam taşıyan buğday, ekmeğle ilişkisinden kaynaklı olarak atfedilen kutsiyet ile zamanla madde görevinin dışına çıkarak sosyolojik bir olguya dönüşmüştür. Ürünle yüklenen bu anlamlar insanla ürün arasında tarihsel süreçte nasıl bir etkileşim olduğunu göstermektedir. Tarımın sosyal tarihi de bize buğdayın, tarımın merkezinde nasıl yer aldığını, ürün ve üretici arasında nasıl bir etkileşim yaşandığını açıkça göstermektedir. Üreticilerin buğdaya yükledikleri anlamlar, zaman içinde buğday ve insanın birbirini nasıl şekillendirdiği hakkında bizlere önemli bilgiler aktarırken aynı zamanda bugün üreticilerin nasıl bir duygu içinde oldukları hakkında da fikir vermektedir.

Bu çalışmada da üretici-buğday ilişkisinin boyutunu anlamak, üreticilerin buğdaya verdikleri değeri, buğdayın üreticiyi, üreticinin buğdayı nasıl şekillendirdiğini belirlemek amaçlanmıştır. Buğdayın kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasi dinamikler içinde nasıl yer aldığını anlamak için saha çalışmaları kritik önem taşımaktadır. Sahada daha derinlemesine araştırma yapılarak bu küresel ürünün sosyal dünyaları nasıl şekillendirdiği ve sosyal dünyalar tarafından nasıl şekillendirildiği daha iyi anlaşılabilir. (Barnes, 2016). Bu çalışma üreticilerin günlük karar verme süreçleri ve tercihlerini etkileyen faktörleri belirleme ve buğday kültürü koruma ve yayma açısından önem taşımaktadır. Aynı zamanda karar vericiler için de önemli ipuçları sunmaktadır.

2. Materyal ve Metot

Araştırma, TAGEM tarafından desteklenen ve ülkesel boyutta 30 ilde yürütülen “TAGEM Tarafından Geliştirilen Buğday Çeşitlerinin Üretici Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi ve Takibi” projesinin Orta Anadolu ve Batı Geçit Bölgelerinde yürütülen çalışmaların bir bölümünü oluşturmaktadır. Araştırma sonuçları, Orta Anadolu ve Batı Geçit Bölgelerinde yer alan Ankara, Kayseri, Yozgat, Çankırı, Kırıkkale, Eskişehir, Çorum, Nevşehir ve Afyonkarahisar illerinde buğday üretimi yapan tarım işletmelerinden elde edilen verilerden üretilmiştir. Evren büyüklüğünün bilinmemesi, TAGEM buğday çeşitlerini kullanan üreticilerin kayıtlarına ve nicel bir verisine ulaşmak mümkün olmadığından olasılıklı olmayan örnekleme çeşitlerinden kartopu örnekleme yöntemi ile zincirleme ulaşım prensibi kullanılmıştır. Kartopu örnekleme modeli, evreni oluşturan birimlere ulaşmanın zor veya mümkün olmadığı veya evren hakkındaki bilgilerin (büyüklük ve bilgi derinliği vb.) yetersiz olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Örneğin; Hatay ilinde yaban hayvanlarının tarımsal faaliyetler üzerine etkilerini araştıran bir çalışmada kartopu örnekleme veya diğer adı zincir örnekleme kullanılmıştır (Dağıstan ve ark.2022). Kartopu örnekleme, araştırmacı için bu konuda en çok şeyi bilen kimdir? Görüşmeye kiminle başlamalıyım, kimi önerirsiniz sorularıyla başlar (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Patton'dan, 2014.). Bu teknikte, konuda en çok bilgi sahibi olan kişi örnekleme ilk dahil edilen kişidir. Araştırmacı için önemli olan husus, görüştüğü kişilerin güvenini kazanmasıdır (Grix, 2010). Daha sonra, o kişinin önerileri doğrultusunda görüşülecek diğer kişilere ulaşılır ve zincirleme bir şekilde sürdürülerek veri doygunluğuna ulaşıldığında araştırmanın veri toplama aşaması tamamlanır (Kerlinger & Lee, 1999).

Çalışmada, kayıtlı olmayan buğday çeşidi kullanan üreticilerin belirlenmesi zor olduğundan, ulaşılan ilk üretici vasıtasıyla diğerine ulaşmaya çalışılmıştır. Buğday ekim alanlarının büyüklüğüne

göre yapılan oransal dağılımda bu çalışmada seçilen 9 ilin örnekleme sayısı; 689 olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında araştırma yapılan iller Çizelge 1'de gösterilmiştir. Saha çalışmalarında Kartopu modeline göre hedeflenen illerde 689 adet TAGEM buğday üreticisi işletmeye ulaşılmıştır. Anketler araştırma ekibi tarafından 2023 yılı Ağustos-Ekim aylarında yüz yüze görüşülerek tamamlanmıştır.

Buğday çeşit tercihleri, üretim, verim ve yetiştiricilik konusundaki soruların ardından üreticilere “Buğday denilince aklınıza ne geliyor? (Size ne ifade ediyor?)” sorusu yöneltilmiş ve tek kelimelik cevap alınmıştır. Araştırmadan elde edilen kelimelerin ilk olarak söylem sıklığını görsel, sanatsal, anlaşılır ve hızlı bilgilendirme ile sunmak amacıyla kelime bulutu analizi yapılarak görselleştirilmiştir (Fronza ve ark., 2013; Heimerl ve ark., 2014). Kelime bulutu, bir kelimenin analiz edilen verilerde ne kadar sık görülürse, görselleştirmede o kadar belirgin görüneceği özel bir görselleştirme metni biçimidir (Williams ve ark., 2013). Merkezde yer alan büyük kelime en büyük sıklığa sahip kelimedir. Çalışma kapsamında yer alan kelimelerin daraltılması için frekans “2” değerinin üzerinde değere sahip olan kelimeler kelime bulutuna dahil edilmiştir.

Kelime sayısının fazla olması nedeniyle ikinci adımda kelimeler ortak yönleri dikkate alınarak kavramsal kategoriler altında toplanmıştır (Karataş, 2015). Kelimelerin kategorize edilmesinde anlamsal ilişki kriteri kullanılmış ve kastedilen ifade anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu aşamada 97 kelime değerlendirilmeye alınmıştır. Kelimelerin kavramsal kategorileri temsil edip etmediğini teyit etmek amacıyla araştırmacı görüşüne başvurulmuştur. Uyum yüzdesi formülü ile bulguların güvenilirliği hesaplanmış ve $78/97 \cdot 100 = 80.4$ değerine ulaşılmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Son aşamada her kategorideki kelimelerin frekans değerleri hesaplanarak yüzdelik oranları ile birlikte açıklanmıştır (Ayyıldız, 2016).

Çizelge 1. Anket yapılan iller ve anket sayısı

İller	Anket Sayısı	% Oransal Dağılım
Yozgat	141	20.5
Ankara	121	17.6
Eskişehir	85	12.3
Afyonkarahisar	74	10.7
Kayseri	74	10.7
Çorum	56	8.1
Kırıkkale	52	7.5
Çankırı	45	6.5
Nevşehir	41	6.0
Toplam	689	100.0

3. Araştırma Bulguları ve Tartışma

Araştırma alanında yüz yüze anket yapılan 689 üreticinin %99,4'ü erkek ve yaş ortalaması 53,4 yıldır (Çizelge 2).

Çizelge 2. Anket yapılan üreticilerin cinsiyete göre dağılımı ve yaş ortalaması

İller	Toplam Anket	Cinsiyetin Oransal Dağılımı (%)		Yaş Ortalaması (Yıl)		Genel Yaş Ortalaması
		Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	
Yozgat	141	97,9	2,1	57,4	54,0	57,3
Ankara	121	100,0	0,0	53,3		53,3
Eskişehir	85	98,8	1,2	52,2	38,0	52,0
Afyonkarahisar	74	100,0	0,0	55,8		55,8
Kayseri	74	100,0	0,0	47,4		47,4
Çorum	56	100,0	0,0	52,5		52,5
Kırıkkale	52	100,0	0,0	53,2		53,2
Çankırı	45	100,0	0,0	51,4		51,4
Nevşehir	41	100,0	0,0	52,7		52,7
9 İL GENELİ	689	99,4	0,6	53,4	50,0	53,4

Üreticilerin 9 il %42i7'si ilkokul, %26,7'si lise, %15,1'i ortaokul ve %9,3'ü fakülte mezunudur (Çizelge 3.).

Çizelge 3. Anket yapılan üreticilerin eğitim durumları

İller	Eğitim Durumunun Oransal Dağılımı (%)							
	Okuryazar Değil	Okuryazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	MYO	Fakülte	Lisansüstü
Yozgat	1,4	2,1	56,7	12,1	19,9	0,7	6,4	0,7
Ankara	0,0	0,0	42,1	16,5	23,1	5,8	12,4	0,0
Eskişehir	0,0	0,0	21,2	16,5	35,3	4,7	16,5	5,9
Afyonkarahisar	0,0	0,0	55,4	14,9	17,6	4,1	6,8	1,4
Kayseri	0,0	0,0	31,1	9,5	40,5	2,7	14,9	1,4
Çorum	0,0	0,0	57,8	11,1	20,0	4,4	6,7	0,0
Kırıkkale	0,0	0,0	34,6	25,0	28,8	3,8	7,7	0,0
Çankırı	0,0	0,0	57,8	11,1	20,0	4,4	6,7	0,0
Nevşehir	0,0	0,0	29,3	14,6	39,0	12,2	2,4	2,4
9 İL GENELİ	0,3	0,4	42,7	15,1	26,7	4,2	9,3	1,3

Araştırma kapsamında anket yapılan 689 üretici buğdayın onlar için ne anlam ifade ettiğini 97 farklı kelime ile aktarmıştır. Bu kelimeler arasında "Ekmek" 290 kez tekrarlanmış ve %42.1 oranla ilk sırada yer almıştır. Bunu %6.2 oranla "Un" ve %5.7 ile "Gıda" kelimesi izlemiştir (Çizelge 4).

Çizelge 4. Buğdaya yüklenen anlamlar

Kelime	Frekans Değeri	%	Kelime	Frekans Değeri	%	Kelime	Frekans Değeri	%
Ekmek	290	42.1	Mecburiyet	2	0.3	Kumar	1	0.1
Un	43	6.2	İnsan	2	0.3	Memleket	1	0.1
Gıda	39	5.7	Kazanç	2	0.3	Herkesim	1	0.1
Hayat	36	5.2	Toprak	2	0.3	Kalite	1	0.1
Yaşam	26	3.8	Makarnalık	2	0.3	Dolar	1	0.1
Nimet	24	3.5	Ekin	2	0.3	Umut	1	0.1
Geçim	18	2.6	Eminbey	2	0.3	Borç	1	0.1
Para	13	1.9	Tahıl	2	0.3	Can direği	1	0.1
Bereket	12	1.7	Mutluluk	2	0.3	Hammadde	1	0.1
Verim	9	1.3	Temel gıda	2	0.3	Umutsuzluk	1	0.1
Açlık	8	1.2	Makarna	2	0.3	Tüketim	1	0.1
Üretim	8	1.2	Kunduru	2	0.3	Eskiler	1	0.1
Çiftçilik	8	1.2	Çocuk	1	0.1	İş	1	0.1
Yiyecek	7	1	Yenilik	1	0.1	Yetiştiricilik	1	0.1
Her şey	6	0.9	Rezillik	1	0.1	Göç	1	0.1
İhtiyaç	6	0.9	Doğallık	1	0.1	İnsanlık	1	0.1
Kızıltan 91	6	0.9	Bayraktar 2000	1	0.1	Tokluk	1	0.1
Gelecek	6	0.9	Tutku	1	0.1	Güvence	1	0.1
Gelir	6	0.9	Amelelik	1	0.1	Masraf	1	0.1
Besin	4	0.6	Ekonomi	1	0.1	Kazanmak	1	0.1
Ekiz	4	0.6	Servet	1	0.1	Mahsul	1	0.1
Emek	4	0.6	Karbonhidrat	1	0.1	Tarım	1	0.1
Ekmeklik	4	0.6	Sap	1	0.1	Sarıbursa	1	0.1
Beslenme	4	0.6	Türkiye	1	0.1	Harçlık	1	0.1
Aş	3	0.4	Buğdayla koyun	1	0.1	Pahalılık	1	0.1
Fiyat	3	0.4	Türkiye ekonomisi	1	0.1	Kültür	1	0.1
Doymak	3	0.4	Dayanışma	1	0.1	Hamallık	1	0.1
Yemek	3	0.4	Vazgeçilmez	1	0.1	Ata	1	0.1
Stratejik ürün	3	0.4	Olmazsa olmaz	1	0.1	Ç1252	1	0.1
Bezostaja 1	2	0.3	Sürdürülebilir	1	0.1	Bütçe	1	0.1
Üretmek	2	0.3	Güvenlik	1	0.1	Yaşamak	1	0.1
Vatan	2	0.3	Millet	1	0.1			
Alinteri	1	0.1	Zarar	1	0.1			
TOPLAM							689	100

Kelime Bulutu analizinde de görüldüğü üzere “ekmek, un, gıda, hayat, yaşam, nimet, geçim, para ve bereket” kelimeleri öne çıkan kelimelerdir. Üretici için buğday sadece ekmek değil, aynı zamanda en önemli geçim kaynağı ve kutsal bir üründür (Şekil 1).



Şekil 1. Kelime bulutu analizi

Anket ile elde edilen kelime sayısının fazla olması nedeniyle kategorik gruplandırma yapılmış ve ortak yönleri olan kelimeler kategoriler altında toplanmıştır. Bu kapsamda 10 kategori belirlenmiş ve bu kategoriler altında yer alan kelimeler Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5. Kelimelerin kategorik gruplandırması

Kod	Kategori	Kategori içinde yer alan kelimeler
1	Beslenme unsuru	Ekmek, Un, Gıda, Açlık, Yiyecek, Besin, Ekmeklik, Beslenme, Aş, Doymak, Yemek, Makarnalık, Temel gıda, Makarna, Karbonhidrat, Sap, Hammadde, Tüketim, Tokluk
2	Yaşam kaynağı	Hayat, Yaşam, Her şey, İnsan, Vazgeçilmez, Olmazsa Olmaz, Sürdürülebilir, Herkesim, Can direği, Yaşamak
3	Geçim kaynağı	Geçim, Para, Verim, İhtiyaç, Gelir, Fiyat, Mecburiyet, Kazanç, Ekonomi, Servet, Buğdayla koyun, Türkiye ekonomisi, Dolar, Güvence, Kazanmak, Harçlık, Bütçe
4	Kutsal değer	Nimet, Bereket
5	Değerlerle ifade	Gelecek, Emek, Vatan, Toprak, Çocuk, Yenilik, Doğallık, Türkiye, Dayanışma, Güvenlik, Millet, Memleket, Eskiler, İnsanlık, Kültür, Ata, Alın teri
6	Mesleki değer	Üretim, Çiftçilik, Üretmek, Kalite, İş, Yetiştiricilik, Tarım
7	Çeşit algısı	Kızıltan-91, Ekiz, Bezostaja 1, Eminbey, Kunderu, Bayraktar 2000, Sarıbursa, Ç-1252
8	Olumsuz yönü	Rezillik, Amelelik, Kumar, Borç, Umutsuzluk, Göç, Pahalılık, Hamallık, Zarar
9	Gerçek anlam	Stratejik ürün, Ekin, Tahıl, Mahsul
10	Duygu unsuru	Mutluluk, Umut, Tutku

Kategorik gruplandırmada 1. sırada yer alan beslenme unsuru içeren kelimelerden oluşan grubun oranı %60.8, 2. sırada bulunan yaşam kaynağı kategorisinin oranı %11.0 ve 3. sırada geçim kaynağı içeren kelimelerin oranı %9.9 olup, bu 3 grup toplamda %81.7 oranla ilk üç sırada yer almıştır. Sonuçlar üreticilerin buğdayı öncelikle beslenme unsuru olarak gördüğünü göstermektedir (Çizelge 6).

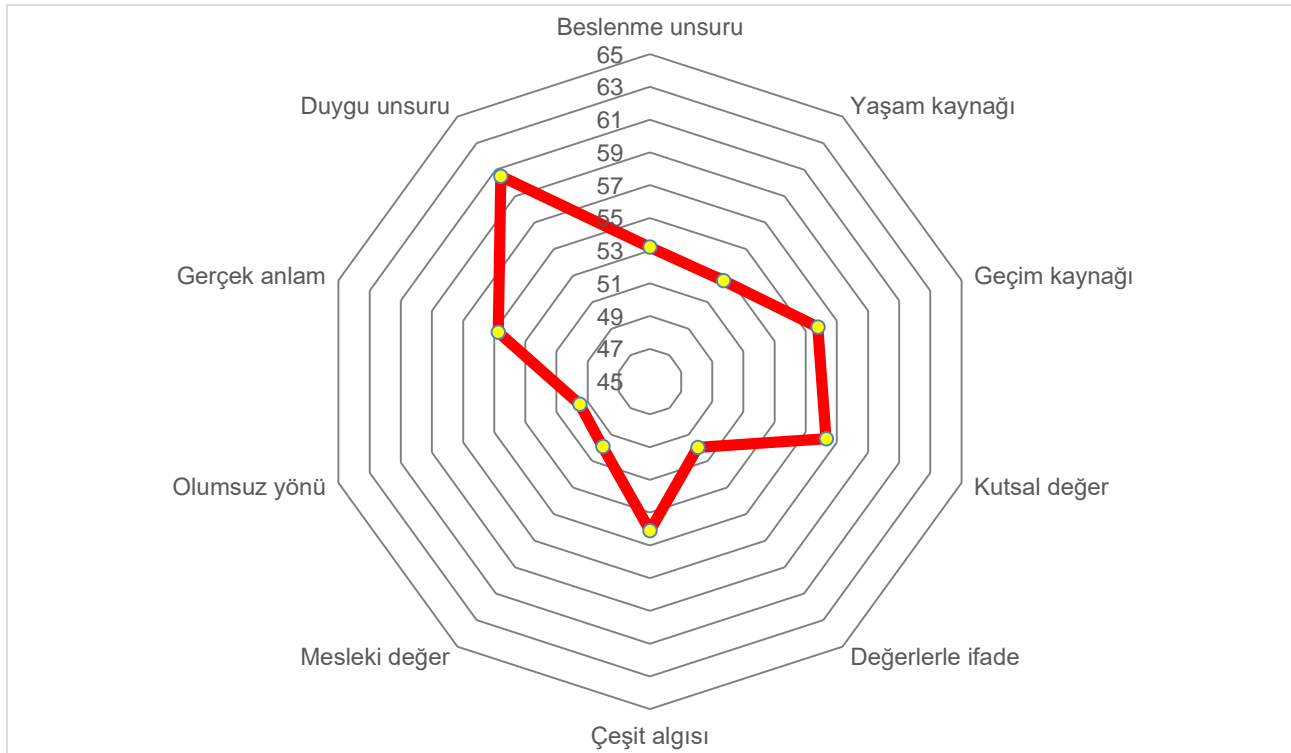
Buğdayı; üreticilerin %5.2'si kutsal değer, %3.9'u milli ve sosyal değerleri de kapsayan değerlerle ifade ederken %3.2'si mesleki değer ile ifade etmişlerdir. Bu değerler toplamı %12.3 oranında olup üreticilerin buğdaya beslenme, yaşam ve geçim kaynağı dışında bir değer olarak da anlam verdikleri söylenebilir (Çizelge 6).

Çizelge 6. Kategorik grupların frekans değerleri ve oranları

Sıra No	Kelime	Frekans Değeri	Oranı (%)
1	Beslenme unsuru	419	60.8
2	Yaşam kaynağı	76	11.0
3	Geçim kaynağı	68	9.9
4	Kutsal değer	36	5.2
5	Değerlerle ifade	27	3.9
6	Mesleki değer	22	3.2
7	Çeşit algısı	19	2.8
8	Olumsuz yönü	10	1.4
9	Gerçek anlam	8	1.2
10	Duygu unsuru	4	0.6
	Toplam	689	100.0

Kategorik gruplara göre üreticilerin ortalama yaşı 53.4 yıldır. Üreticilerin yaşlarına göre verdikleri cevaplar karşılaştırıldığında, buğdayın olumsuz yönü kategorisinde yer alan üreticilerin yaş ortalamasının 49.5 yıl ile en düşük, duygu unsuru

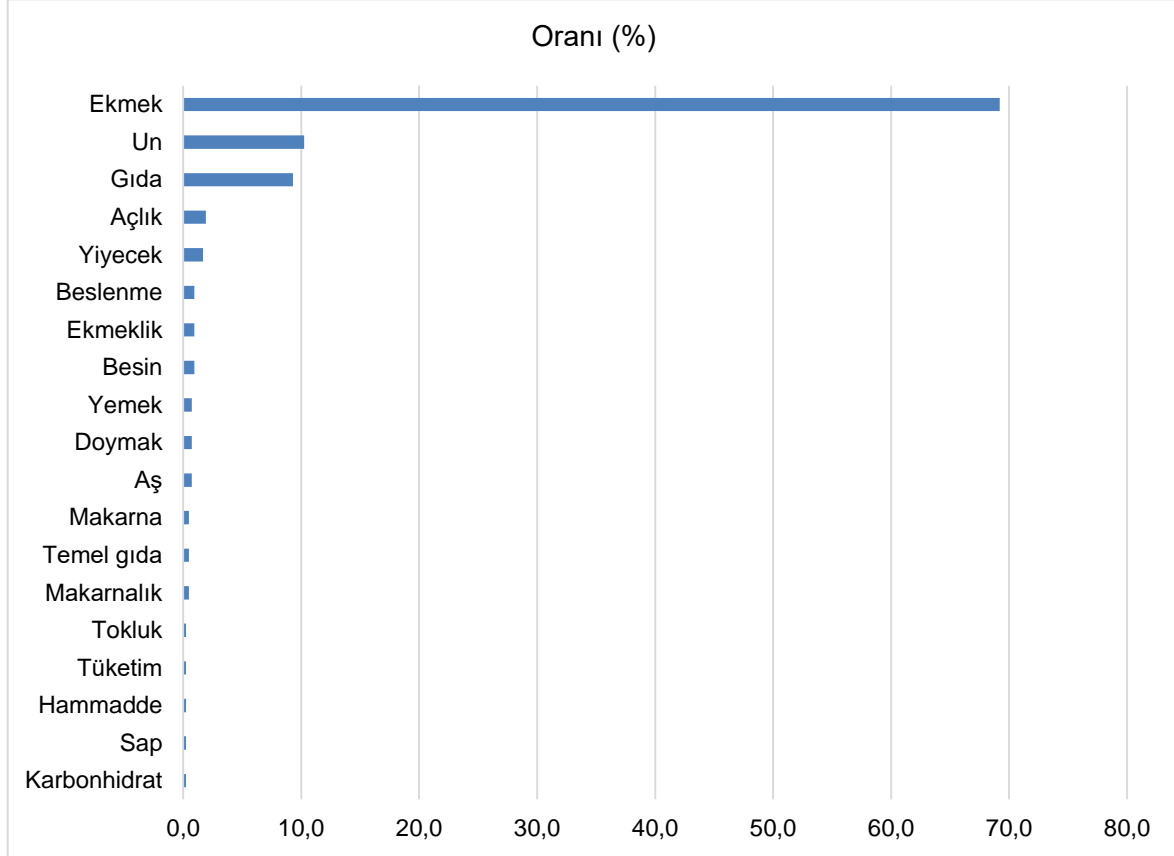
kategorisinde yer alanların 60.5 yıl ile en yüksek olduğu belirlenmiştir. Beslenme unsuru kategorisinde yer alanların ortalama yaşı ise 53.2 olarak hesaplanmıştır (Şekil 2).



Şekil 2. Kategorik gruplara göre üreticilerin yaş ortalaması

Buğday kavramını beslenme unsuru olarak belirten üreticilerin sayısı 419 olup, bu kategoriyi 19 kelime temsil etmektedir. Kategori içinde en çok %69.2 oranla ekmek kelimesi üretilmiştir ve bunu un ve gıda izlemiştir (Şekil 3). Ekmek birçok kültürün temel besin maddelerinden biri olmuştur ve buğdaya besin özelliğini kazandıran en önemli faktör ekmek yapımına uygun olmasıdır. Yapımının kolaylığı, malzemesinin ucuzluğu ve yendiği zaman insana tokluk hissi vermesi nedeniyle özellikle Türk mutfak kültüründe de vazgeçilmez besinlerden biridir (Göktaş, 2011). Ekmek, Türkiye'de ve dünyanın birçok yerinde yiyeceklerle aynı anlamda

kullanılmaktadır (Atar, 2017). Beslenme unsuru kategorisinde ekmek, un ve gıdanın ilk üç sırada yer alması temel hammaddenin buğday ve buğdayın öğütülmesi ile elde edilen ürünlerin gıda sektöründe ve farklı sanayi dallarında hammadde olarak yer almasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca buğday, Türkiye'nin sosyal, kültürel, ekonomik ve sanayi yapısına doğrudan etki eden bir bitki olmasının yanında buğday ve buğdayın işlenmesiyle yapılan ekmek, makarna, bulgur, bisküvi gibi birçok ürün vazgeçilmez besinler arasındadır (Taşcı ve ark., 2023).

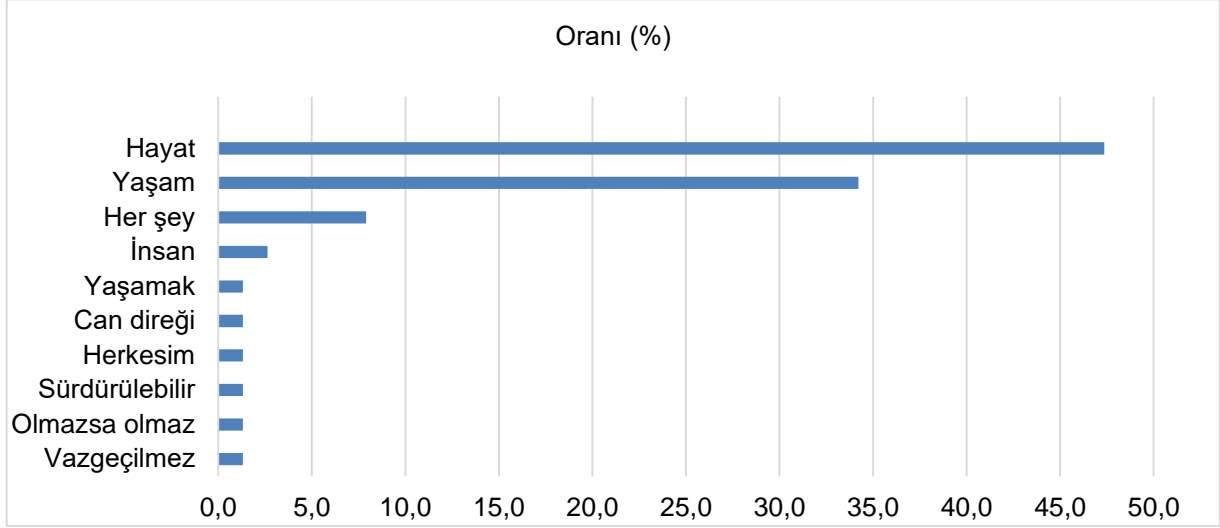


Şekil 3. Beslenme unsuru kategorisinde yer alan kelimeler

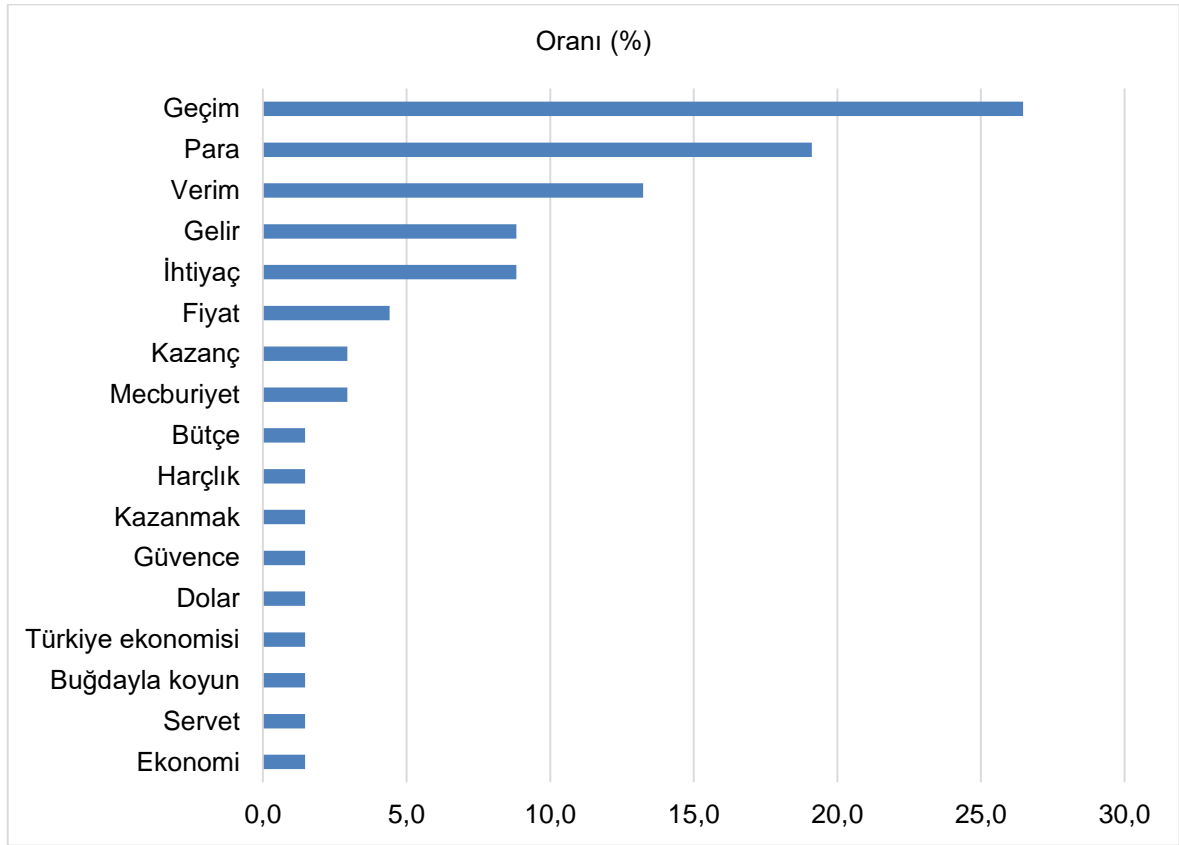
Üreticilerin %11'i de buğdayı yaşam kaynağı olarak görmekte ve hayat, yaşam, her şey kelimeleri başta olmak üzere 10 adet kelime üretmişlerdir. Bu kategorinin ilk iki sırasında yer alan hayat ve yaşam kelimeleri toplamda oransal olarak %81,6 ile kategorinin çoğunluğunu oluşturmaktadır. Hayat kelimesi %47.4 ile birinci, yaşam kelimesi ise %34.2 ile ikinci sırada gelmektedir (Şekil 4).

Türkiye'de tahıllar arasında buğday en fazla ekim alanına sahip ve hemen hemen tüm bölgelerde

yaygın olarak ekilen bir üründür. Tarımla uğraşan üreticilerin büyük bir bölümü geçimini buğdaydan sağlamakta ve Türkiye'nin tarla tarımının sınırlarını buğday yetiştiriciliği belirlemektedir (Atar, 2017). Şekil 5'te geçim kaynağı kategorisinde 16 kelime üretilmiş, sıralamadaki ilk 5 kelime geçim (%26.5), para (%19.1), verim (%13.2), ihtiyaç (%8.5) ve gelir (%8.8) kategorinin %76.4'ünü oluşturmuştur. Bu kategoride yer alan kelimeler buğdayın üreticinin hayatında geçim kaynağı olarak önemini bir kez daha vurgulamaktadır.



Şekil 4. Yaşam kaynağı kategorisinde yer alan kelimeler



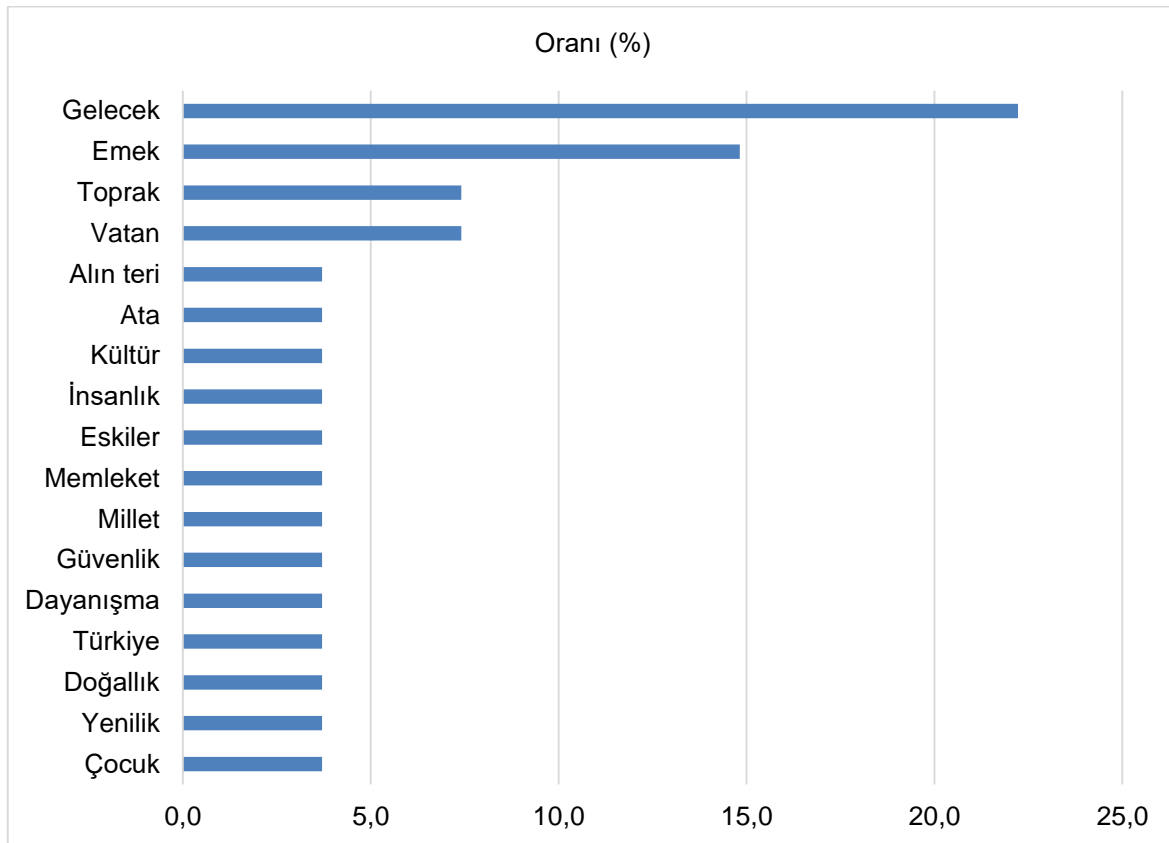
Şekil 5. Geçim kaynağı kategorisinde yer alan kelimeler ve frekansları

Kategoriler arasında 4. sırada bulunan kutsal değerler kategorisinde üreticilerin buğdaya nimet ve bereket olarak değer verdiği görülmüştür. Nimet kelimesi %66.7 oranla ilk sırada yer almıştır, bereket kelimesinin tekrarlanma oranı ise %33.3 seviyesindedir.

Buğday, ekmeğin hammaddesi olması nedeniyle ilk olarak ekmeği çağrıştırmaktadır. Ekmek ise hem besin olarak hem nimet olarak bir anlam ifade ettiğinden "nimet" olarak kutsallık kazanmaktadır. Burada önemli olan ekmeğe yüklenen anlamlar ve manevi değeridir. Daha çok bolluk/bereket kavramlarını karşılayan buğday/başak, kadında ve ana tanrıça kültüyle de ilişkilendirilip doğurganlığın, soyun ve verimliliğin sembolü, inanışlar dünyasında ekmek ise baht açıklığının, bereketin, bolluğun, uzun ömrün sembolü olmuştur (Göktaş, 2011; Altier, 2022). Doğumdan evlenmeye, evlenmeden ölüme ve bayramlara varıncaya kadar insan hayatının ve Türk kültürünün pek çok noktasında ekmeğin sahip olduğu bu sembolik anlamlar ve anlamlara dayalı pek çok pratikler bulunmaktadır (Göktaş, 2011).

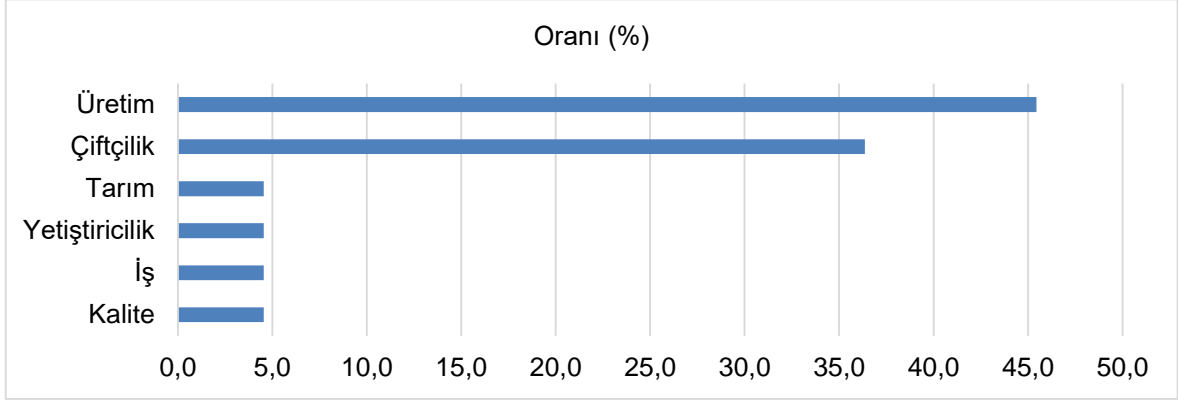
Değerlerle ifade kategorisinde toplumsal, milli ve sosyal değerlerin tamamı dikkate alınarak oluşturulmuştur. Bu kategoride üreticiler tarafından 17 adet kelime dile getirilmiştir. Başlangıç sırası ile gelecek, emek, vatan ve toprak kelimeleri kategorinin %51,8'ini oluşturmaktadır (Şekil 6). Geçimini büyük oranda buğdaydan sağlayan üreticiler buğdayı gelecekleri olarak görmektedirler. Üreticilerin gözünde emek olarak değer görmesi ise buğdayı yetiştirirken sarf ettiği emeğin ifadesi olarak açıklanabilir.

Fizyolojik ihtiyaçların en başında yer alan ve beslenme içgüdüsünden güç alan buğday toplumsal ve kültürel yaşamda hem etkileyen hem de etkilenen değer olarak zaman içinde sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik olarak toplumun ayrılmaz parçası olmuştur. Türk folkloründeki somut ürünler ve pratikler bunun bir göstergesidir (Gündoğdu, 2024). Üreticilerin buğdaya vatan, toprak, çocuk, yenilik, Türkiye, memleket, kültür gibi anlam yüklemeleri de sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik etkileşimin bir sonucu olduğu söylenebilir.



Şekil 6. Değerlerle ifade kategorisinde yer alan kelimeler ve frekansları

Üretim ve çiftçilik kelimeleri mesleki değer kategorisinde %81.9 oranında tekrar edilmiştir. Mesleki değer olarak ayrıca kalite, iş, yetiştiricilik, tarım kelimeleri üretilmiştir (Şekil 7).



Şekil 7. Mesleki değer kategorisinde yer alan kelimeler ve frekansları

Anket yapılan üreticilerden bazıları buğdayı bir çeşit ismiyle anlamlandırmaktadır. Genel olarak kullandıkları ve memnuniyet duydukları çeşitlerin isimlerini belirtmişlerdir. Bu çeşitler arasında Kızıltan 91 buğday çeşidi %31.6 tekrarlanma oranı ile birinci sırada yer alırken, bunu Ekiz (%21.1), Bezostaja 1(%10.5), Eminbey (%10.5) ve Kunduru-1149 (%10.5) çeşitleri izlemiştir (Şekil 8).

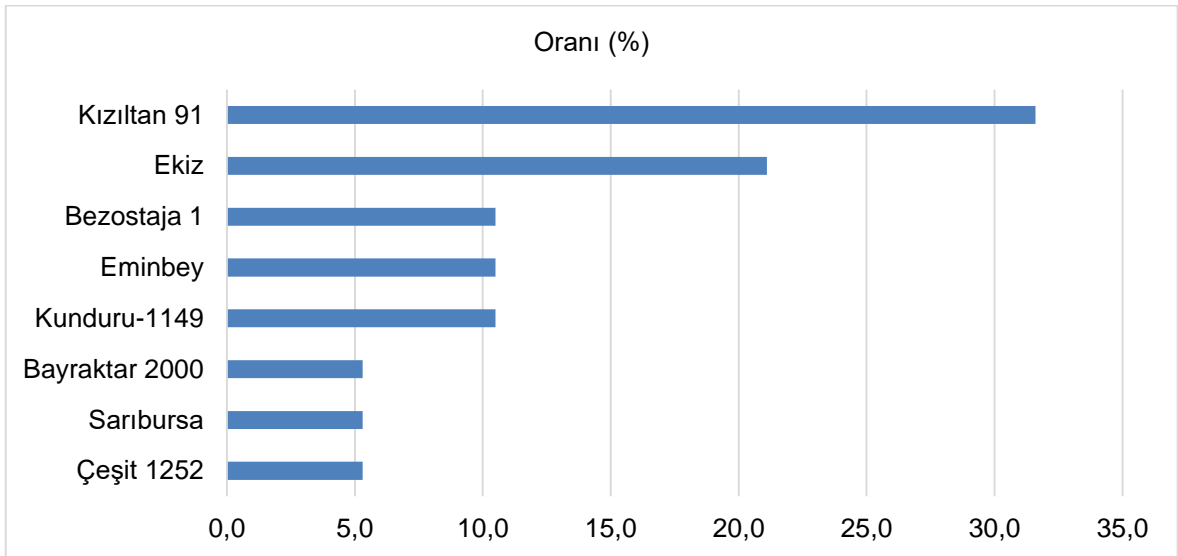
Buğdayın olumsuz yönü kategorisinde 10 kelime üretilmiştir ve frekans değerleri düşük olup, sadece birer üretici tarafından ifade edilmişlerdir. Rezillik, amelelik, kumar, borç, masraf, pahalılık, hamallık ve zarar kelimeleri buğday üretiminden duydukları memnuniyetsizliği ve yeterli gelir elde

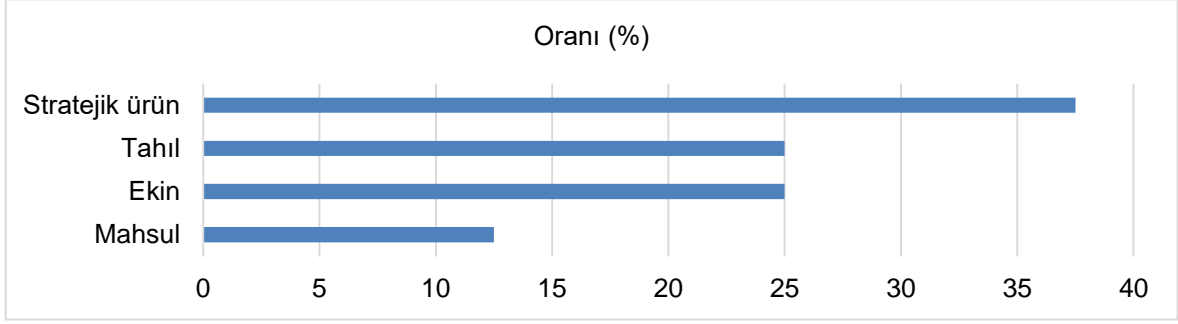
edemediklerini göstermektedir. Umutsuzluk ve göç ise bu duyguların birer sonucu niteliğini taşımaktadır.

Buğday birçok ülke için stratejik öneme sahip bir ürün olarak kabul edilmektedir. Anket sonucunda da gerçek anlam kategorisinde stratejik ürün kelimesi %37.5 oranında birinci sırada yer almıştır. Bu kategoride bulunan diğer kelimeler ekin, tahıl ve mahsuldür (Şekil 9).

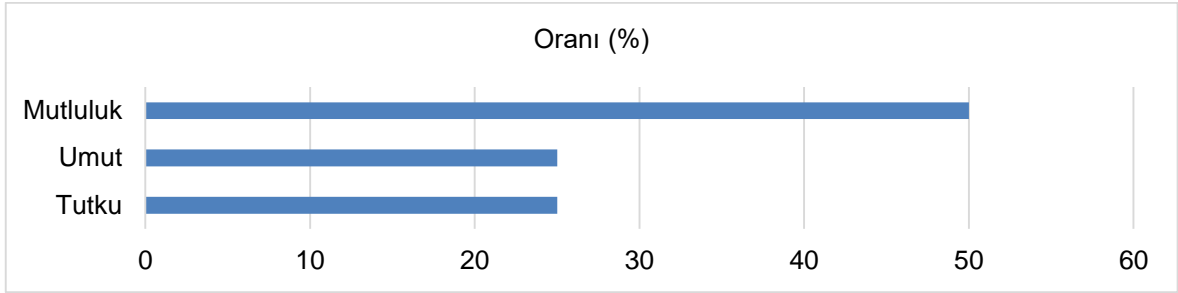
Duygu unsuru kategorisinde yer alan kelimeler Şekil 10'da verilmiş olup toplamda 3 kelime üretilmiştir. Kelimeler arasında mutluluk %50.0 oranında tekrar edilmiş, tutku ve umut kelimeleri ise üretilen diğer kelimelerdir.

Şekil 8. Çeşit algısı kategorisinde yer alan kelimeler ve frekansları





Şekil 9. Gerçek anlam kategorisinde yer alan kelimeler ve frekansları



Şekil 10. Duygu unsuru kategorisinde yer alan kelimeler ve frekansları

4. Sonuç

Buğday küresel düzeyde stratejik bir ürün olmasının yanında sosyal bir üründür. Buğdayı üreten ve tüketen insanlar ile buğday arasındaki etkileşim sosyal dünyalarına yansımış avcı-toplayıcı dönemden başlayarak medeniyetlerin başta beslenmesinde olmak üzere gelişmesinde, modernleşmesinde büyük rol oynamıştır.

Günümüzde, temel besinlerimizin hammaddesi olması, kırsalda yaşayan üreticilerin başlıca gelir kaynaklarından biri olması sosyal açıdan buğdayın araştırılmasını önemli kılmaktadır. Üreticilerin olumlu veya olumsuz düşünceye bağlı olarak verdikleri değer, buğdaya yükledikleri anlam onların üretimde kararlılıklarını da etkilemektedir.

Bu araştırmadan elde edilen veriler; üreticilerin buğdayı, öncelikle beslenme unsuru olarak gördüklerini göstermektedir. Buğday denilince akla ilk gelen ekmek kelimesi olmuştur. Buğdayı bu kadar değerli kılan öncelikle ekmeğin hammaddesi olması ve Türkiye’de ekmeğin temel bir besin olmasıdır. Beslenme unsurundan sonra ikinci sırada yaşam kaynağı kategorisi bulunmaktadır. Üreticilerin buğdayı geçim kaynağından önce yaşam kaynağı olarak anlamlandırmaları buğdaya olan bağlılıklarını yaşamlarında ne kadar büyük bir yer aldığını göstermektedir. Anket yapılan üreticiler gelirlerinin büyük bir bölümünü buğday üretiminden elde etmektedir. Bu nedenle üreticiler için geçim ve parayı da ifade etmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen kelimeler buğdaya kutsal değer yanında, sosyal ve kültürel değerde verildiğini göstermektedir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde buğday üretici için, ekmek, hayat, geçim, nimet, bereket, gelecek, emek, üretim ve mutluluk anlamını taşımaktadır. Fakat aynı zamanda az sayıda da olsa rezillik, amelelik ve kumar gibi olumsuz anlamlar da taşıdığı görülmüştür.

Hayatını buğday üretimine bağlayan insanların elbette üretim ile ilgili karar verme aşamasında buğdaya verdikleri değer, kattıkları anlamlar ve düşünceler önemli ölçüde etkili olacaktır. Buğday konusunda uygulanan politikaların etkileri de sosyal açıdan farklı kategorik gruplardaki üreticiler üzerinde sosyal ve ekonomik açıdan farklılık gösterebilecektir. Çünkü dar gelirli, çoğu geçimlik aile işletmelerinin ana geçim kaynaklarından biri buğday üretimidir. Dolayısı ile üretici-buğday arasındaki etkileşimi ve bağı dikkate almanın, sahada bu konuda daha detaylı araştırmalar yürütmenin önem taşıdığı düşünülmektedir. Üreticilerin bizlere buğday ilgili ifade ettikleri kelimeler; sosyal ve kültürel değerlerin korunması, üretimde sürdürülebilirlik ve karar vericiler için önemli ipuçları taşımaktadır.

Geçmişten günümüze yüzyıllardır yetiştiriciliği yapılan buğdayın anavatanında onu yetiştiren üreticiler için taşıdığı anlamların ve değerlerin bilinmesinin sosyal, ekonomik, kültürel gibi pek çok konuda önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Teşekkür: Bu çalışmada; Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü tarafından desteklenen TAGEM/TEPAD/Ü/22/A8/P1/5215 numaralı "TAGEM Tarafından Geliştirilen Buğday Çeşitlerinin Üretici Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi ve Takibi" isimli projeden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Çalışma alanında ankete katılan üreticilere ve çalışmalarımıza destek olan İl ve İlçe Tarım ve Orman Müdürlükleri çalışanlarına teşekkür ederiz. Bu makalede 2023 yılına ait araştırma verileri kullanılmış olup, çalışmanın yürütülmesi ve sonuçların yazılması esnasında araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu beyan ederiz.

Çıkar Çatışması Beyanı: Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti: Araştırmada "Katkı Oranına" göre yazar sıralamasına uyulmuştur.

YAZAR ORCID NUMARALARI

Rahmi TAŞCI <http://orcid.org/0000-0002-2520-2181>

Sevinç KARABAK <http://orcid.org/0000-0001-8662-6175>

Erkan SÖYLEMEZ <http://orcid.org/0000-0003-0997-4373>

Meliha ER ÇON <http://orcid.org/0009-0007-6106-0428>

Belma ÖZERCAN <http://orcid.org/0000-0003-3492-8192>

Sinem TARHAN TEK <http://orcid.org/0000-0002-3009-0815>

Kaynakça

Akarçay, E. (2016). Beslencenin sosyolojisi: Orta sınıf (lar) in yeme içme ve eğlence örüntüleri. Phoenix Yayınevi, s400, Ankara.

Altier, S. (2022). Anadolu Türk kültüründe buğday/başak ve görsel dile aktarımı. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (12), 30-62.

Ayyıldız, T. (2016). Üniversite öğrencilerinin dans kavramına yönelik metaforik algılarının analizi. *Gaziantep üniversitesi spor bilimleri dergisi*, 1(2), 13-25

Atak, M. (2017). Buğday ve Türkiye buğday köy çeşitleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 71-88.

Atar, B. (2017). Gıdamız buğdayın, geçmişten geleceğe yolculuğu. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 2(1), 1-12.

Barnes, J. (2016). Separating the wheat from the chaff: The social worlds of wheat. *Environment and Society*, 7(1), 89-106. <https://doi.org/10.3167/ares.2016.070106>.

Boratav, P.N. (1973). 100 Soruda Türk Folkloru. Gerçek Yayınevi 2. Baskı, İstanbul.

Dağıstan, E., ÇELİK, A. D., TAPKI, N., SARIOĞLU, T., Aybuke, K. A. Y. A., & TAPKI, İ. (2022). Yaban Hayvanlarının Tarımsal Faaliyetler Üzerine Etkileri: Hatay İli Örneği. *MAS Journal of Applied Sciences*, 7(2), 519-527.

Fronza, I., Janes, A., Sillitti, A., Succi, G., Trebeschi, S. (2013). Cooperation wordle using pre-attentive processing techniques. In 2013 6th International Workshop on Cooperative and Human Aspects of Software Engineering (CHASE) (pp. 57-64). IEEE.

Fuller, D.Q., Rowlands, M. (2011). Sindirim ve gıda teknolojileri: Batı, Güney ve Doğu Asya'da uzun vadede farklılıkların sürdürülmesi. *Avrasya'da Birbirine Dokunan Dünyalar-sistemik etkileşimler*, MÖ 7. ila 1. bin yıl. Oxford: Oxbow Kitapları, 37-60.

Göktaş, Ö. 2011. Türk kültüründe ekmekle ilgili inanışlar. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Grix, J. (2010). *The Foundations Of Research*. London: Palgrave Macmillan.

Gürhan, N. (2017). Yemek ve din: Yemeğin dini simgesel anlamları üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1204-1223.

Gündoğdu, S. (2024). Kitap Tanıtımı – Türk halk kültüründe buğday Yaz.: Doğan, O., *Folklor Akademi Dergisi*. Cilt:7, Sayı:1, 522 – 525.

Haaland, R. (2007). Porridge and pot, bread and oven: food ways and symbolism in Africa and the Near East from the Neolithic to the present. *Cambridge Archaeological Journal*, 17(2), 165-182.

Hammer, K., Perrino, P. (1984). Further information on farro (*Triticum monococcum* L. and *T. dicoccon* Schrank) in South Italy. *Kulturpflanze*, 32, 143-151.

Heimerl, F., Lohmann, S., Lange, S., Ertl, T. (2014). Word cloud explorer: Text analytics based on word clouds. In 2014 47th Hawaii international conference on system sciences (pp. 1833-1842). IEEE.

Karabak, S., Kan, M. (2021). Total economic value of wheat landraces. *Wheat landraces*, 121-146.

Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi temelli sosyal hizmet araştırmaları dergisi*, 1(1), 62-80.

Karyelioğlu, S. (2021). Yemek ve göç: Türkiye'ye göç etmiş Suriye'lilerin yemek ile ilgili kültürel ve iktisadi deneyimleri. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, (8).

Kerlinger, F. N. & Lee, H. B. (1999). *Foundations Of Behavioral Research*. New York: Harcourt College Publishers.

- Kurt, F. (2018). Türk mutfak-yemek kültürü etrafında oluşan inançlar, Üsküp örneği. International Conference on Social Sciences and Humanities "Sustainable Developments: Trends and Opportunities", Üsküp, Makedonya.
- Mızrak, G. (2018). Topraktan sofraya buğday. Türkiye Ziraat Odaları Birliği, s367. https://books.google.com.tr/books/about/Topraktan_Sofraya_BU%C4%9EDAY.html?id=cSd1DwAAQBAJ&redir_esc=y.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. https://books.google.com.tr/books?id=U4IU_wJ5QEC&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory And Practice*. Sage Yayıncılık
- Reis, H. (2012). Ortaçağ İngiliz edebiyatında yemek ve kimlik. Yemekte tarih var yemek kültürü ve tarihçiliği, 127-140
- Salamini, F., Özkan, H., Brandolini, A., Schäfer-Pregl, R., Martin, W. (2002). Genetics and geography of wild cereal domestication in the near east. *Nature Reviews Genetics*, 3(6), 429-441.
- Samancı, Ö. (2013). Selçuklu mutfağı, yemek tarihi ve "yemek hikayeciliği". *Yemek ve Kültür*, 32: 152-154.
- Taşcı, R., Özercan, B., Tarhan, S., Söylemez, E., Hamarat, T., Karabak, S., Bolat, M. (2023). TAGEM tarafından geliştirilen buğday çeşitlerinin üreticiler açısından değerlendirilmesi; Kayseri ili örneği. *Ziraat Mühendisliği*, (377), 4-18.
- TÜİK, (2022). Bitkisel üretim istatistikleri Erişim Tarihi 22.11.2023
- Williams, W., Parkes, E. L., Davies, P. (2013). Wordle: A method for analysing MBA student induction experience. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 44-53.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9.Baskı)*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, M. Y. (2018). Buğday'ın Akdeniz'deki yolculuğu. *Meltem İzmir Akdeniz Akademisi Dergisi*, (4), 95-97.