



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Gastro-Endişe ve Yeni Toplumsal Hareketler (Gastro-Anxiety and New Social Movements)

*İlkay KANIK^a

^a Beykent University, School of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul /Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:16.11.2017

Kabul Tarihi:22.12.2017

Anahtar Kelimeler

Gastro endişe

Yemek hareketleri

Yeni toplumsal hareketler

Sürdürülebilirlik

Sosyal medya

Keywords

Gastro anxiety

Food movements

New social movements

Sustainability

Social media

Öz

Bu çalışma, gastro-endişe olarak tanımlanan toplumsal duygunun beslediği, yeni toplumsal hareketlerin bir alt dalı olan yemeği konu edinen toplumsal hareketlere odaklanmıştır. Gastro-endişe kavramı yenilen ve içilenlerin, bireyler veya toplumsal gruplar üzerinde yarattığı endişe duygusunu tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Gastro-endişenin anlaşılmasına yönelik bu araştırmanın sınırlılıkları ise internet üzerinden kolayca bilgisine ulaşılabilen dört yemek hareketi çerçevesinde belirlenmiştir. Bu hareketlerin ortak özelliği ve bu çalışmaya konu olmalarının sebebi ise internet üzerinden kendini tanıtan ve yemek, çevre konusunda faaliyetlerde bulunan yeni toplumsal hareketlerden olmalarıdır. Bu çalışmanın hipotezi: “Gastro-endişe taşıyan bireyler bu endişeyi gidermeye çalışan yemek hareketlerinin farkındadır.” Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Beykent Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerine Nisan 2016- Mayıs 2016 tarihleri arasında anket çalışması uygulanmış ve öğrencilerin gastro-endişe düzeyleri farklı açılardan değerlendirilmiştir. Bu öğrencilerin toplumsal hareketlerin kanaat önderlerini tanıyıp tanımadıkları da sorgulanmış ve farkındalıkları bu sayede ölçülmüştür. Bu araştırmanın sonucunda gastronomi öğrencileri gibi konu ile doğrudan ilişkili bu grupta oldukça yüksek derecede endişe oranı ile karşılaşılmıştır. Endişeyi duyanların toplumsal yemek hareketlerinin farkında oldukları aynı zamanda bu hareketleri yakından izledikleri ortaya çıkmıştır. Yeme- içme alanında genel tüketici için toplumda gastro-endişe mi toplumsal hareketleri yaratıyor, yoksa hareketler mi yaygın gastro-endişeleri ortaya çıkarıyor ve körüklüyor sorusu, önemli bir araştırma konusu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma bu boyutu kapsamasa da, ileride yapılacak araştırmalar için çok önemli bir nedensel ilişki hipotezi üretmiştir.

Abstract

This study centers on gastro-anxiety which is described as the social sentiment that focuses on food as a sub-section of new social movements. Gastro-anxiety describes the anxiety on individuals and social groups by the food and drinks that they consume. The scope of this study on gastro-anxiety is determined by four culinary movements which are easily accessible on internet. The common characteristic of these movements and the reason why this study covers them are that they are among the new social movements that focus on food and environment. The hypothesis of this study is that gastro-anxious individuals are aware of the culinary movements that try to relieve their anxiety. The study has been supported by a questionnaire. The focus group of the questionnaire was Gastronomy and Culinary Arts students of Beykent University and it was carried out between April and May 2016. The questionnaire aimed at measuring the gastro-anxiety of the students from different perspectives. Among the things that were measured were the students' awareness of the opinion leaders of social movements. The findings of the study were that the gastronomy students were highly anxious but they also are aware of the gastro social movements and that they follow their activities closely. For this reason, it emerges as an important research area as to whether it is the gastro-anxiety that creates gastro social movements or the other way around. While this study has not investigated this particular causal link empirical studies in the future will show how the causal link works.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ilkaykanik8@gmail.com (İ. Kanık),

GİRİŞ

Çevre, barış, kadın, insan hakları gibi toplumsal hareketlerden beslenen gastro yeni toplumsal hareketler üretimden tüketime beslenme ilişkilerinin doğaya ve insana olumsuz etkilerine farkındalık kazandırarak çözüm önerileri sunmaktadır. Toplumsal hareketler sayesinde neyin tüketildiğine ve tüketilenin nasıl üretildiğine dair farkındalık artıkça sıradan insanın geleneksel olarak sürdürdüğü beslenme alışkanlıkları da değişmeye başlamıştır. Çevrimiçi ve çevirimdişi (online ve offline) medyada konu ile ilgili enformasyon yoğunluğu sonucunda beslenme ilişkilerine dair hissedilen endişe gün geçtikçe artmaktadır. Toplum adeta anomik bir yabancılaşıma yaşamaktadır (Tolan, 1981). Claudi Fischler beslenme davranışlarında var olan bu kafa karışıklığına bulanmış belirsizlikleri ve normsuzlukları yani yabancılaşmayı gastro-anomi olarak adlandırılmaktadır (Aktaran: Beardsworth ve Keil, 2011, s.270-273). Gastro-anomi toplumsal bir duygunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu toplumsal duygu gastro-endişedir. Gastro-endişelerin artması ile endişeleri gidermeyi amaçlayan bu toplumsal hareketler hem küresel hem de yerel hareket alanları üretmişlerdir. Bu toplumsal hareketlerin içeriğine bakıldığında bazıları küreselleşme karşıtı olarak doğmuş olsa da, varlıklarını küreselleşme süreci içinde güçlü hale getirerek dünyayı etkileyen toplumsal hareketler haline dönüşmüşlerdir. Özellikle hızlı yemek (fast-food) yeme kültürünün küreselleşmesi küreselleşmeye karşı kültürü beslerken, bu konuda ortaya çıkan tepkisel toplumsal hareketlerin sayılarını da hızla çoğaltmıştır. Modern toplumun beslenme biçimlerinin, çocuklara, çevreye, çiftçilere ve genel olarak sağlığa olumsuz etkilerinin farkındalığı arttıkça bütün dünyadan bu hareketleri takip eden insanların sayısını artmakta ve bu durum toplumsal hareketlerin küreselleşmesine neden olmaktadır. Gastro yeni toplumsal hareketler, aynı zamanda, gastro-endişeyi gidermek için organik, vegan, yerel, iyi tarım, hayvan refahı, adil ticaret gibi yeni alternatif tüketim pazarının oluşmasını sağlamasından dolayı günden güne popülerleşmektedir. Ne yediğine dair endişeli olan bireylerin, sürdürülebilir çevre ve sağlıklı beslenme alternatiflerine yönelmeleri ve bu konuda değişim talep etmeleri ile birlikte, yemeği konu edinen bu yeni toplumsal hareketler popüler kamuoyu önderleri sayesinde taraftarlarını artırmaktadırlar. Hissedilen gastro-endişe sürekli yenilenen ve çeşitlenen yeni kimlik alanları inşa etmektedir. Dünyanın birçok bölgesinden hassas oldukları konuyu değiştirmeyi amaçlayan aktivist bireyler yeni toplumsal hareketlerin yeni aktörleridirler. Bu sürecin çok daha iyi anlaşılabilmesi için çevre hareketleri kapsamında ortaya çıkan yeni toplumsal hareketlerin anlaşılması gerekmektedir.

ÇEVRE HAREKETLERİ

Siyaset, ekonomi ve toplumsal yapılar küresel hareketlerin etkisi ile değişime ve aynı zamanda dönüşüme uğramaktadır. Eğer ideoloji, toplumsal yaşamdaki anlamların, işaretlerin ve değerlerin üretilmesi süreci ya da kimlik üretim süreci ise çevreciliğin de bir ideoloji olduğu ileri sürülebilir. Nitekim ideoloji “bir siyasal ülküler dizisi, hem değer yüklü hem de kapsamlı bir dünya görüşü” olarak tanımlanarak çevreciliğin de bir ideoloji olduğu sonucuna varılabilir (Çoban, 2002, s.6). Ekolojik dengenin bozulmasına dair farkındalıklar, insanların bu sorun çerçevesinde karşı kültürler oluşturmalarına neden olmuştur. Çevre ve barış hareketlerinden beslenen karşı kültürler birbirine eklemlenerek bütün dünyada hızla yayılmaktadır. Çevreye dair kaygılar küresel olarak yayılırken aynı zamanda kitle iletişim araçlarının gelişimi ile bu kaygılar etrafında toplanan insanlar yerel topluluklar oluşturmaktadır. Kalkınma faaliyetlerinin hedeflediği endüstrileşme ve sanayileşme sınırlı olan doğal kaynakların kullanımını artırmıştır. Aynı zamanda tarım ekonomisinden, endüstriyel ekonomiye geçiş belli bölgelerde nüfus

artışına neden olmuş, bunun sonucunda da şehirleşmenin artması ile birlikte doğa geri dönülemez bir şekilde bu durumdan etkilenmiştir. Bu etkilerin olumsuz sonuçlarının kitle iletişim araçları vasıtasıyla hızla kitlelere yayılması, çevre ile ilgili toplumsal hareketlerinin parçası olan insanların sayılarını artırmıştır. Sürdürülebilirlik tartışmaları birçok alanda gündeme taşınmaktadır. Bireyler edilgen durumdan çıkıp etken bir hale dönüşerek sorumluluk hissettikleri konuya dair değişimi talep etmektedirler. Yıkıcı etkilerin ne olduğuna dair farkındalık; bu etkileri konu alan filmler, belgeseller, videolar, kitaplar, haberler, reklamlar vb. medya ürünleri ile desteklenmektedir. Bilgileri artan endişeli bireyler *karşı kültürler* oluşturarak toplumsal hareketleri dünya çapında küresel hale getirmektedirler.

Çevreye dair kaygılar artık, ulusal ve uluslararası politikalar içinde ele alınan önemli konulardan birisi haline dönüşmüştür. Uluslararası örgütlenmeler çevre duyarlılığı konusunda kitleleri ilgilendiren kararlar alarak dünya politikalarını yönlendirmektedir (Ritzer, 2011). Bu toplumsal hareketleri örgütleyen kampanyalar düzenleyen uluslararası sivil toplum kuruluşları örneğin Greenpeace ve WWF (World Wildlife Fund) bütün dünyada milyonlarca takipçisi vardır. Bu tip uluslararası örgütlenmeler düzenledikleri birçok kampanya ile küresel olarak çevre sorunlarına dair farkındalıkları artırmaktadırlar. Aynı zamanda bu kitlesel hareketler tarım, tohum, bitki hayvan türlerinin yok olması, suyun ticarileştirilmesi v.b. konularına dikkat çekerek karşı kültürü beslemektedir. Kitleleri çeşitli biçimlerde aktif olmaya çağıran çevrecilik ve barış hareketleri kendilerini takip edenlere aynı zamanda özgün bir kimlik ve yaşam tarzı vaat etmesiyle bu hareketlerin yaygınlık kazanmasında etkisi olmaktadır (Larana, 1994). Modern bireyin kimliğini inşa ederken, çevreye dair duyarlılığını ifade etmesini sağlayan çevreci kimliği, aynı zamanda bireyi dünya vatandaşı olmaya davet eden kozmopolitan kolektif bir kimlik de sunar. Çevre hareketleri siyasetin çatışma ve uzlaşma ikilemi içerisinde, çatışma alanlarına dikkat çekerek bu alanların değiştirilmesi için önerilerde bulunur. Değiştirilmesini istediği sorunları tanımlar, etkilerini gözler önüne serer ve farklı yollarla değişim taleplerini kitlelere iletir. Örneğin protesto ve gösterilerle söylemlerini kitlelere ulaştırılırlar. Yeni toplumsal hareketler medya araçlarını kullanıp, kamuoyu oluşturarak siyasal baskı alanları yaratmaya çabalarlar.

Aykut Çoban(2002), çevreciliğin yeni bir siyasal ideoloji olarak görüldüğünden bahsetmektedir. Bu yeni ideolojinin var olan ideolojilerle kolayca eklemlenebileceğini vurgulamaktadır (Çoban, 2002, s.57). Var olan siyasi ideolojiler çevre konuları gibi aynı zamanda yemek ve beslenme konusunda da ideolojiler üretmektedir. Marksizm, liberalizm ve anarşizm ışığında yemek ve beslenme konularının tekrar ele alınmaktadır. Yeme içme akımlarının felsefesi ve politik duruşu temel ideolojilerden esinlenmektedir. Beslenme ilişkileri, ekonomik, sosyal ve siyasal olarak ideolojilerin temel bakış açısını aktarabilme kapasitesinden dolayı kolayca toplumsal hareketlerin ve arkasındaki ideolojilerin görünür yüzü haline gelmiştir (Holt- Gimenez, 2011; Nestle, 2007).

TOPLUMSAL İLİŞKİLER VE YEMEK

İnsanın doğayla ilişkisi, öbür insanlarla ilişki biçimini ve kültürü yaratır. Karl Marx, Friedrich Engels, *The German Ideology (Alman İdeolojisi)* çalışmasında, insanların doğaya müdahalesine dikkat çeker. Bu müdahale de insanların doğayı kullanacak aletler geliştirerek doğayı çıkarları doğrultusunda varlığını sürdürebilmek için kullandığını vurgular. Doğaya müdahale, toplumsal işbirliği kolektiftik gerektirir. Marx üretimi de, insanların hayat tarzlarını dışa vuruş biçimi olarak tanımlar (Karl Marx, Friedrich Engels,1998). Bireylerin ne oldukları sorusunun

cevabını da ne ürettikleri ve nasıl ürettiklerinin cevabı olduğunu söyler (Küçük, 2006, s.193-195). Bu durumun aynı zamanda bir yaşam tarzı üretmekte olduğu sonucu da çıkartılabilir. Marx gibi birçok sosyal bilimcinin toplumsal yapıların işleyişine dair yaklaşımlarının çevre ve gastro-endişe etrafında şekillenen toplumsal hareketler bağlamında ilişkisi kurulabilir.

Emile Durkheim (2016), işlevselcilik yaklaşımı ile toplumu anlamaya çalışır. Toplumun uzmanlaşmış işlevlere sahip ayrı parçalarının insan vücudu gibi birbiriyle bağlantılı bir şekilde toplumsal ihtiyaçları giderecek işlevsellikle çalıştığından bahseder. Toplumda endüstrileşmeyle birlikte emek işbölümü uzmanlaşmayı gerektirmiştir. Geleneksel ve modern ayrımını bu işlevselliğin yaşadığı değişim ile tasvir eder. Toplamların büyümesi ile bahsedilen organik yapı daha da karmaşıklaşacak ve karşılıklı bağımlılığın içinde uzmanlaşmış kişiler sistemin içinde görev yapacaklardır. Geleneksel yapılar ve modern yapılar konusunda bir karşılaştırma yapan Durkheim, geleneksel değerleri şekillendiren kültür ve din ile toplumun kolektif bilinci oluşurken, diğer taraftan modern kapitalist toplumda ise kolektif bilinç sekteye uğramış ve kent yaşamının içinde bireysellik artmış ve anomi (kuralsızlık) ortaya çıkmıştır. Durkheim bireylerin benzerliğinin toplumsal dayanışmanın temeli olan kolektif bilinci ortaya çıkardığını vurgular. Toplumsal yapının kolektif anlamını yitirdiği kapitalizmin içinde toplumsal değer kayıpları yaşanmaktadır. Organizmanın parçalarındaki farklı uzmanlaşmalar toplum içindeki bireylerin dayanışmasını ortadan kaldırmaktadır (Durkheim, 2016). Modern birey beslenme ilişkilerinin uzmanlaşması karşısında tüketiciler haline dönüşürken üretim süreçlerinin yaşadığı dönüşüm ile kolektif bilinç azalmaya başlamıştır. Gastro yeni toplumsal hareketler üretim süreçlerini tekrar sorgulamaya başlayarak Durkheim'ın bahsettiği kaybedilen kolektif bilincin tekrar kazanılmasını sağlamaktadır. Bu hareketler etrafında insanlar gastro-endişeler çerçevesinde beslenmeye dair kaygılarını ifade etmektedirler. Bu kaygılar ise insanları benzerleştirerek kolektif bilince sahip insanların sayısının artmasına neden olmaktadır.

Max Weber(1997), rasyonelleşmenin kapitalizmin güçlenmesindeki etkisini ortaya koyar. Modern toplumun içinde bireylerin rasyonelleşmenin “demir kafesinin” içine tıklandığından bahseder (Weber, 1997). Gıda üretimi bürokrasinin katı kuralları içinde standartlaşmış, teknolojik ve bilimsel müdahaleler ile verimliliği artırılmış daha kârlı bir biçim almıştır. Bunun karşılığında ise insanlar sağlık problemleri ve çevre sorunlarıyla karşı karşıya kalıp Weber'in (1997) de vurguladığı gibi bir bedel ödemektedirler. İnsanın değerleri üretimdeki rasyonelleşme içinde hiçe sayılmakta insan sistemin bir parçası gibi algılanmaktadır. Amacı tohum satmak olan şirketler için, çiftçiler bu tohumu tüketenler, bu tohumdan etkilenen toprak yani çevre, kar elde edilme sürecinde kontrol edilmesi gereken faktörlerdir.

Michel Foucault (2011), iktidarın teknolojisinin toplumların yönetiminde kullanılan araçları kapsadığından bahseder. Toplumlar bu teknolojilerle iktidarın istediği davranışları üretirler. İnsanlar boyun eğmeye zorlanmazlar, onların rızaları bu teknolojilerle sağlanır (Foucault, 2011). Gastro gösteriler gastro tüketicileri üretirken, gastro-endişelere dair teknoloji kullanımı da aynı zamanda gastro yeni toplumsal hareketleri üretir. İnsanların yeni beslenme ilişkilerine dair tutum ve davranışları gastro gösterilerin çekiciliği ve büyüleyiciliğini üretir ve gastro tüketicileri yaratır (Kanık, 2016). Gastro tüketiciler aynı zamanda üretim sürecindeki şiddetin görünür hale geldiği sistemin işleyişini de sorgulamaya başlar. Endüstriyel hayvancılığın içinde hayvanların maruz kaldığı şiddet, küçük çiftçilerin endüstriyel tarım karşısında karşı karşıya kaldıkları yok olma tehlikesi gibi konular yeni gösterilerin

konusu olmaya başlamıştır. Bütün bu gösterilerin tüketicisi bireyler daha kaygılı hale gelmişlerdir. Bu durumda, yaşadığı dünyaya ve kendi yaşamına dair sorumluluğunu yerine getireceği sürdürülebilirlik faaliyetleri kaygılı yeni tüketicinin hayatında yer kaplamaya başlar. Geleneksel tüketim ilişkilerinin karşısında alternatif kolektif davranışlar ortaya çıktığı görülür. Foucault'un(2011) bahsettiği pastoralın içinde sürünün dışına çıkan koyunlar, gastro-endişenin etkisi ile sürüden ayrılır. Tükettiğimiz ürün ve hizmetler medya teknolojileri ile kolaylıkla sorgulanmaya başlar. Bilgi, iktidar ve güç arasındaki ilişkileri analiz eden Foucault'ya ekleme yapılırsa, yediğimizin arkasındaki gerçekleri bilmek, hayatımızı ve seçeneklerimizi kontrol edebilmek insanlara güç verir dahası tüketicilere bir iktidar alanı yaratır. Gastro gösterilerin konusu daha çok iktidarın bilgiyi kullanması ile ilgili şekillenmiştir. Yeme içmeye dair belgesellerin ürettiği gastro-endişeler ise tersine bir bilgi iktidarının oluşmasını sağlamaktadır. Yeni toplumsal hareketler eski toplumsal hareketlerden farklı olarak devrimi hedeflemezler. Tam tersine, gastro gösterilerin ürettiği büyüdü dünyayı eleştiren söylemlerin ifade edildiği, teknolojinin bu söylemlerin insanlara iletmeyi kolaylaştırdığı ve oluşan bilgi akışının biçimlendirdiği kamusal alanlarda savunmacı değişimi hedeflerler. Foucault'nun bahsettiği suç ortaklığı kavramı burada gastro yeni toplumsal hareketler için yeni bir alan yaratmaktadır denilebilir. Suç ortaklığı Foucault'ya göre iktidar ve ona tabi olanların bir dereceye kadar özgür kalmalarına izin vermesi ile oluşmaktadır (Foucault, 2003). Direniş olmadan iktidarın olmadığı gerçeği bu durumu daha görünür kılar. Charles Wright Mills sosyolojik hayal gücü kavramını vurgular ve bireysel hayatların bu hayal gücünün varlığı ile değişebileceğinden bahseder (Mills, 2016). İktidarın söyleminin dışında bir duruş sergileyecek olan birey için gastro yeni toplumsal hareketlerin ürettiği gastro-endişe sosyolojik hayal gücünün de üretilmesini sağlar. Bu sayede birey hissettiği endişenin nedeni konusunda daha bütünsel bir düşünce gücüne sahip olabilecektir. Entellektüeller fildişi kulelerinden çıkmış toplumu oluşturan bireylerin beslenmelerine dair hissettikleri yabancılaşmayı sorgulayan ve çözümler öneren bir rol üstlenmişlerdir. Bu sayede toplumu kontrol ettiğini düşünen iktidar sahibi elitlere karşı bir duruş sergileyebilmekte; *başka bir beslenme mümkün, başka bir tarımsal üretim mümkün, başka bir tüketim mümkün* seslerini diğer bireylere ulaştırmaya başlamışlardır. Beslenme biçimlerinin değişimi ile küresel olarak artan hastalıklar, obezite, kanser, kalp rahatsızlıklar, çevre sorunlarının beslenme biçimimiz ile ilişkilendirilmesi bütün insanlığı ilgilendiren daha geniş korkuları beslediği için, insanların neyi yediği, nasıl beslendiğine dair farkındalığı ve arkasından sorgulamayı da beraberinde getirmiştir. Toplumsal değişimler için sosyolojik hayal gücü devreye girerek başka bir dünyanın varlığını bireylerin ifade edebilmesini sağlamıştır.

Fransız sosyolog Henri Lefebvre (2016) kenti tekrar gözlenmesi ve okunması gereken alan olarak sunar ve kent hakkında bahseder. Kentin parçalarını okumaya başladığımızda sınıf ilişkilerini de okuduğumuzu vurgular. İktidarı elinde bulunduranlar tarafından ve devlet tarafından şekillendirilen refah içinde yaşayan elitlerin alanları ve merkezin dışında alt sosyo ekonomik sınıfa ait insanların yaşadığı gettolar ve yoksul yaşam alanları vardır. Bu iki alan arasındaki farklılıklar marjinalleşmeyi de daha kolaylaştırır. Lefebvre “kent hakkı” talebinden bahseder ve kentlilerin yaşadıkları kentlerin nasıl olması gerektiğine dair söz hakkını vurgular. Şehri yaşayanların nasıl bir şehirde yaşayacaklarına dair söz hakkı var mıdır? Bu hak sorgulanması gereken bir haktır ve kitlelere ait olması gerekir. Kent sokakları tam da bu alanda ortak kullanıma açıklığı ile o kullanıma dâhil olanların söz sahibi olma haklarını da onlara vermektedir. Ticaret burjuvazisi, entellektüeller ve siyasetçiler gibi iktidarı elinde bulunduran veya yönlendirenlerin belirlediği kentlerin kullanımı tekrar sorgulanmalıdır. Kentler, yoksullar, işçi sınıfı ve

marjinal grupların sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamalıdır (Lefebvre, 2016). Kent bahçeleri, balkon bahçeleri, tarım alanlarını kentin farklı gruplarına önererek insanların bir arada yaşayabildikleri doğadan kopuşun sonuçlarını daha az hissettikleri ve gastro-endişelerine sınırlı tarımsal alanlar da olsa bir şekilde giderebildikleri yerlerdir. Kent ve balkon bahçeleri gastro yeni toplumsal hareketlerin karşısında kolektif kimliklerini inşa eden kentli bireylerin kendilerini ifade edebildikleri alanlardır. Lefebvre'in (2016) vurguladığı gibi kentin içinde ortak kullanım alanları örneğin sokaklar veya bahçeler oyun ve yaratıcılık sayesinde iletişim olanakları sağlayan kent mekânlarıdır. Bu bağlamda, kent bahçeleri, hobi bahçeleri, var oluşun bir şekilde yeniden ifade şekli ve doğadan kopuşun bağlarının tekrar kurulduğu alanlar olarak değerlendirilebilir.

George Ritzer(2016), Max Weber'in bahsettiği rasyonelleştirmenin kapitalizmin içinde modernleştiren fonksiyonuna dikkat çeker. George Ritzer bu fonksiyonu 1961 yılında kurulan bir sistemle bütün dünyaya yayılan McDonalds restoranlarını örnek vererek, fast food restoran modeli üzerinden rasyonelleştirme sürecini anlatır. Rasyonelleşmenin yeni boyutlara ulaştığından bahseden Ritzer, verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve kontrolle McDonald's şirketinin diğer şirketler için örnek olacak bir sistem yarattığından bahseder. Diğer taraftan, verimli, hesaplanabilir, öngörülebilir ve kontrol edilebilir tarladan sofraya üretim sürecinin aynı zamanda hem müşteriler, hem de çalışanlar için insanlık dışı bir alan ürettiğine dikkat çeker. Ritzer benzer üretim ve tüketim ilişkilerinin hayatın her alanında görüldüğünü ve bu yüzden "*Toplumun Mcdonaldlaştırıldığını*" vurgular. Çünkü rekabet koşulları bu kadar akılcılaştırılmış süreçlerde kendisi gibi olmayana yaşam hakkı vermemektedir (Ritzer, 2016). Yabancılaştırma üreten, Weber'in deyiimiyle insanları demir kafeslere sokan sistemin karşısında gastro yeni toplumsal hareketler alternatif üretim ve tüketim alanlarını önermektedir. Bu üretim ve tüketim sistemlerini hayatın parçası yapmak için yeni kolektif hareketler ortaya çıkmaktadır. İnsanlar artık tükettikleri yiyeceklerin üretim sürecini de bilmek istemektedirler. *Slow Food* hareketinin de iddia ettiği gibi daha adil bir ticaret, daha temiz ve güvenilir bir gıda, sürdürülebilir bir eko sistem yeme tercihlerinde belirleyici olan faktörler haline gelmektedir.

Robert D. Putnam (2001)'a göre sosyal sermaye, ortak bir kimlikle kendini ifade eden insanların güven, karşılıklık, iyi niyet ve dostluk çerçevesinde gelişen sermayeleridir (Putnam, 2001). İnsanların sosyal sermaye kavramı ile gönüllük esaslı ve insanlar arasında sosyal bağların kurulmasını sağlayan gastro yeni toplumsal hareketler yeni sivil bağların oluşmasını sağlamaktadır. Modern şehirlerde yalnızlaşan insanların ortak kaygılar etrafında üretim, tüketim süreçleri içinde kaynaşma ve dayanışmasının sosyal sermayeler ürettiği iddia edilebilir. Putnam'a göre sivil toplum kuruluşları modern toplumun içinde bireyselleşmiş ve yalnızlaşmış insanları gönüllülük ruhu içinde bir araya getirerek sosyal sermayenin biçimlenmesini sağlamaktadır (Putnam, 2001). Greenpeace gibi sivil toplum kuruluşları, aynı zamanda, *Slow Food*, *Yemek Devrimi Hareketi*, *Etsiz Pazartesi*, *Farm to Table* gibi hareketler, farklı adlarla isimlendirilen diğer yemek yardımı hareketleri ve yediğimiz içtiğimiz yiyecekler konusunda bilgilendirme hareketleri sosyal sermayenin olduğu toplumsal hareketler olarak nitelendirilebilir.

Manuel Castells (2015), günümüz toplumunu tarif ederken ağ toplumu kavramını kullanır. Çalışmalarında ağ erişim ile birlikte toplumların yaşadığı değişimlere odaklanır. Toplumsal hareketlerin nasıl interneti yaratıcı bir şekilde dikkat çekmek için kullanıldığından bahseder. Sosyal hareketlerin yeni değerler ve hedefler belirlediğini vurgular. Yeni toplumsal değerler, üretilmiş sosyal hareketlerin toplumsal hayatın içinde organize olmasını sağlamaktadır. Toplumsal hareketlerin bir başka özelliği de ana akım medya haricinde medya araçlarını, karşı

söylem üretmesinden dolayı kullanmasıdır. Çünkü ana akım medya hem devlet hem de medya sahipleri tarafından içerik olarak kontrol edilmektedir. Dijital medya ortamı ise daha özgürlükçü tartışma ve görüşleri paylaşma kamusal alanları sunar. Dijital ortam toplumsal hareketlere sınırsız ulaşım olanakları verir. Aynı zamanda dijital ortam, daha geniş kitlelerle sınırsız buluşmayı sağlayan bütünleyici bir iletişim ortamı sağlar. Bu ortamda harekete katılanlar kendi varlıklarını enformasyon çağında ifade edebilirler. Toplumsal hareketlerin bu sayede görünür hale gelmesi hareketi takip edenlerin gücünü de meşru hale getirir. Castells dijital ortamdaki birlikteliğin işleyişinde üç belirleyici unsur olduğundan bahseder. Birincisini, topluluklara birliktelik ve beraberlik hissini vermesi olarak nitelendirir. Birliktelik hissini psikolojik olarak insanların korkuları ile baş etmesinde önemlidir. Korkuların üstesinden gelinebileceğine dair inanç sosyal hareketlerin parçası olmada aşılabilir bir eşiktir. O eşiği aşmak beraberlikleri daha güçlü hale getirecektir. Bu hareketlerin içinde veya dışında olmak biz veya ötekiler kavramını yeniden üretirken gastro-endişelerin yeni sınırlarını tanımlamaktadır denilebilir. Artık ortak kaygıların etrafından birleşmiş insanlar bir güç birliği içindedirler. İkincisi ise, alanların insanların yaşamlarının kontrol aşamasında dönüştürülebilir dinamiğidir. Anlam yüklenmemiş alanlar işgal edilerek onlara anlamlar yüklenerek güç alanları inşa edilir. İnsanların hatıralarında var olan anlamı bozulmuş alanlar sembolik olarak tekrar toplumsal hareketlerin gücüne güç katacak şekilde ele alınır. Üçüncüsü ise toplumsal hareketlerin etrafında birleşen insanlar kamusal alan yaratırlar. Şehir alanları, sanal alanlar artık politik alanlar haline dönüşmeye başlar. Bu alanlar yeni interaktif ve biraradalılık sağlayan alanlar haline dönüşürler. Gerçek ve sanal arasındaki bu alanlar yeni kamusal alanlardır (Castells, 2015, s.8-11). Gastro-endişeleri gidermek için insanları bir araya toplayan yeni toplumsal hareketler, ağ toplumunun içinde interaktif, bir arada olma hissini güçlendiren kolektif kamusal alanlar üretirler ve bu alanlarda savunmacı değişimi talep ederler.

Fransız sosyolog Claua Fischler, gastro-anomi(gastro- anomie) kavramını, insanların geleneksel beslenme sistemlerinden uzaklaşmaları, parçası olmadıkları ve maruz kaldıkları yeni beslenme sistemlerine yabancılaştıkları durumu tanımlamak için kullanır. Fischler, besinleri tüketirken bilginin dâhilinde var olan “ düzenleyici ve rahatlatıcı” yapıların ortadan kalkması, beslenme ilişkilerinde bir krize, gastro- anomieye, neden olduğunu söyler. Gastro-endişe ise gastro-anominin sonucunda ortaya çıkan toplumsal bir duygu olarak bu çalışma içinde değerlendirilmektedir. Alan Warde, modern besin sistemini şekillendiren unsurları sıralar; beslenmeye dair kitlelere aktarılan profesyonel söylemler ve sağlık ile ilgili açıklamalar, geleneksel mutfığa dair inançlar ve uygulamalar, aynı zamanda yeni tatlılara olan ilgi insanların beslenme pratiklerini nasıl "belirsizlik" içine sürüklediğinden bahseder. (Aktaran: Beardsworth ve Keil, 2011, s.270-273; Warde, 1997). Peter Jackson (2015) iştahın etrafındaki şekillenen endişeleri çalışmalarında inceler. Modern toplumlarda korku etrafında şekillenen gıda güvenliği konusuna ve insanların bu konudaki tecrübelerinin gıdaya dair nasıl tercihlerde bulunmalarına neden olduğunu araştırır (Jackson, 2015). Chad Lavin (2013) konuya dair politik bir bakış açısı geliştirir ve etik, estetik, ekolojik açıdan Amerikan toplumunun hissettiği endişeleri çözümlerken, yemek konusunun önemli bir metafor olarak kullanılabileceğinden bahseder.(Lavin, 2013). Anomi, korku, endişe yeme tercihlerini belirlerken, bu tercihler etrafında insanlara farklı kimlikler de önerir.

TOPLUMSAL KİMLİK VE YEMEK, GASTRO TOPLUMSAL HAREKETLER

Gastro-endişeyi azaltan toplumsal hareketlerin modern bireyin kim olduğunu ifade eden, yani kimlik üreten bir fonksiyonu vardır. İnsanların ne yedikleri veya ne yemedikleri, kim olduğunu belirlemektedir. Ret edilen yemekler ve tercih edilen yemekler ait hissedilen modern kolektif kimlikler hakkında ipucu verir. Örneğin tercih edilen yerel ürünler, organik ürünler, şekersiz ürünler ve tüketimi ret edilen fast food ürünleri, et, süt veya bol kalorili ürünler, gluten de modern bireyin kim olduğu hakkında bilgiler verir. Her ret ediş yeni bir karşı kolektif duruş için alan açar. Kaybolmaya yüz tutmuş yemek tariflerini biriktirmek, tohum mirasını önemseyerek onları toplayıp ekerek yok olmasını engellemek, değişimi talep eden toplumsal hareketlerin konularına örnek olarak verilebilir. Gıda ve beslenme konusunun çevre konusu gibi evrensel bir konu olmasından dolayı ilgili toplumsal hareketler de kolayca küreselleşebilmektedir. Böylece dünyanın herhangi bölgesinde benzer sorunlar etrafında kolektif duruşla bir araya gelmiş insanlar endişelerini azaltmak için ortak hareket ederek ve kim olduklarını bölge vurgusu ile birlikte benzer şekilde ifade ederler.

Pierre Bourdieu (2015), sosyal sermaye, habitus kavramları ile üretilmiş toplumsal farklılaşmaları tanımlar. Toplumsal statü kavramı, üretilmiş ortak toplumsal değer etrafında birleşmiş insanlar hakkında yapılan tanımları ifade eder. Statü kavramında değerlerin belli rasyonel değerlendirmelerle biraradalığı var sayılır. Hayat tarzları değerlerle biçimlenir ve ifade edilir. Aynı toplumsal statüye sahip insanlar belli bir etkileşim içine sahip oldukları değerlerin biçimlendirdikleri hayat tarzları etrafında bir araya gelirler. Yemek kültürü de hayat tarzı üretme ve ifade etme gücünden dolayı toplumsal statüleri kodlar. Ne yediğin, nerede yediğin ve kiminle yediğin bu statünün kodları çerçevesinde belirlenir (Bourdieu,2015). Diğer taraftan ne yediğin kadar, ne yemediğin ve neden yemediğin de toplumsal hareketlerin içeriklerini oluşturur. Yemeğe dair toplumsal hareketler, özellikle beslenme ve çevreye dair kaygılar etrafında bir araya gelmiş insanların yemeğin üretiminden tüketimine kadar ki süreçlerine duydukları kaygılarla şekillenmiştir. Üretimden, dağıtıma ve tüketime kadar özelliklerinden dolayı tercih edilen veya ret edilen yemekler değer üretmekte ve bu değeri tüketenleri belli bir toplumsal statünün içerisinde kodlamaktadır. Bir etkileşim alanı da yaratan tercihler toplumsal değer yüklü kolektif kimliği de bu tercihi yapanlara vaat etmektedir. Örneğin çikolata yerken adil ticaret (fair trade) kurallarına göre üretilip üretilmediği, yerel çiftçinin üretim sürecinden nasıl etkilendiği tüketicuyu satın alma eylemi içinde yönlendiren önemli bilgilerdir. Hayat tarzı olarak haftanın bir gününü etsiz geçirmenin ve/veya organik ürünler tüketmenin değer olması, statü değerlerini hem tanımlar, hem de artırır.

Cornelia Butler Flora(2011), yeni toplumsal hareketlerin kimlikle birlikte şekillenmesinden bahseder. İyi gıda hareketleri, 2008'den itibaren endüstriyel tarıma meydan okuyan farklı toplumsal hareketlerin içinden çıkmıştır. Teknolojinin yarattığı değişimlerin sosyal hayatın içindeki etkileri, tarımsal faaliyetlerin yani üretimin değişimi, yeşil, sağlıklı, adil, sürdürülebilir yerel gıdaları ön plana çıkarmıştır. Butler, yemek etrafında şekillenen toplumsal hareketlerin içeriklerini sermaye üzerinden yedi bölüme ayırır: Doğal, kültürel, toplumsal, insan odaklı, politik, finansal, yapılandırılmış sermaye. Sermayeler ve iyi gıda arasında nedensel ilişkiler kurar. (Flora, 2011).

TOPLUMSAL YEMEK HAREKETLERİNİN İLETİŞİMSSEL BOYUTUNUN ANALİZİ

Alan Beardsworth ve Teresa Keil(2011), toplumların besin endişesinin medya tarafından nasıl biçimlendirildiğinden bahsederler. Toplumlar medyada çıkan haberler ile tükettikleri besinlerin durumlarına dair kaygı duymaktadırlar (Beardsworth ve Keil, 2011, s. 277). Bu kaygı sarmalının iletişimsel boyutunu anlamak için medyada üretilen mesajların etki etme biçimlerinin incelenmesi gerekir.

Oya Tokgöz kanaat önderlerini ve eşik bekçilerini tanımlar ve onların etki alanlarını karşılaştırmalı olarak açıklar (Tokgöz, 2015, s. 147): "*Kanaat önderini, kendi görüşlerini, sözünü dinleyenlere iki akışla aktaran kişi olarak tanımlamak mümkündür. Başka bir deyişle, kanaat önderleri kitle iletişim araçlarını izledikten sonra, bu araçlardan aldıklarını kendi görüşleri olarak kanaat izleyenlere (opinion followers'lara) aktaran kişidir. Eşik bekçisi kişilerarası iletişim içinde, kitle iletişim araçlarını izledikten ve izlediklerini kendine göre süzgeçten geçirdikten sonra bunları aktarmakla kalmayıp başkalarıyla paylaşan kişidir. Kanaat önderlerinden eşik bekçilerinin farkı, kişiler arası iletişimini dışarıda yer alan başka bir kişiye bağlayan kişi olmalarıdır. Eşik bekçileri, denetim yoluyla bir kanaldan akan mesajların dışarıda yer alan kişilere ulaşım sağlayacağına karar verirler. Kanaat önderleri her statüde her tabakada yer alırken, eşik bekçileri haber alma ve verme sürecinde yer aldıkları gibi, hastaneler, mahkemeler, siyasi örgütler, parlamento, yer alarak belli kimselerden- siyasetçi, şirket sözcüsü, polis- yaralanırlar (Tokgöz,2015, s.152) "*

Tokgöz'ün (2015) ifade ettiği durum yemek hareketlerinin biçimlenmesi üzerinden analiz edilirse, sanal toplumun içinde kanaat önderlerinin kitleleri besin endişesi, çevre, sürdürülebilirlik konusunda duyarlı hale getirdikleri söylenebilir. Aynı zamanda kurdukları web sitesi veya bloglar ile eşik bekçisi görevi gördükleri de iddia edilebilir. Diğer taraftan gastro-endişenin üretiminde, özellikle sosyal medya boyutunda, kanaat önderleri ve eşik bekçileri aynı kişiler olabilmektedir. Sosyal medya, kişisel medya alanlarının üretim kolaylığı sayesinde bireylerin hiç zorlanmadan kendi bloklarına sahip olmasını ve bu sayede de eşik bekçisi olmalarını mümkün hale gelir. Aynı zamanda birey olarak kitlelere belli konular hakkında bilgi aktaran kanat önderleri de sosyal medya aracılığıyla etkinlik alanlarını kontrol edebilirler. Kanaat önderleri sosyal medyayı etkin kullanarak ağ toplumu içinde saygı duyulan kişilikleri ile insanları etkileyecek düşüncelerini bildirirler. Gastro-endişeye dair düşüncelerin yaygınlaştırılmasında kanaat önderlerinin sosyal medya kullanabilme becerileri etkilidir. Bu sayede bireyler ve kitleler ile interaktif iletişim kurabilirler.

TOPLUMSAL HAREKETLER VE YEMEK

Marion Nestle (2009) yılında yazdığı makalede bir önceki işçi gününde San Francisco'da gerçekleşen büyük etkinlikten bahseder. Yemek ile ilgili gösterilerin dağınık bir şekilde gerçekleştiğinden ve o zamana kadar da bu hareketlerin genel olarak amaçlarının sağlık ve çevre iyileştirilmesi merkezli geliştiğini vurgular. Bu çerçeveden incelendiğinde daha ayrıntılı olarak hangi konular çerçevesinde insanların bir araya gelerek değişimi talep ettiklerine bakıldığında ise üretim ve tüketim odaklı bir ayrımın olduğu görülür (Nestle, 2009). Bu hareketler, demokratik kapitalizmin gelişmesinin ürünleridir. Nestle toplumsal hareketleri üretimi, tüketimi ve hem üretim hem tüketimi hedefleyen toplumsal hareketler olarak üçe ayırır. Nasıl üretim yapıldığı, iyi, temiz, adil, hayvan refahını gözetken, organik, yerel ve güvenli, toplumsal hareketlerin konularını belirlemektedir. Nasıl tüketim yapıldığını

sorgulayan ve değişimini hedefleyen toplumsal yemek hareketleri: Çocukların ne yiyeceklerini belirleyen pazarlama karşıtı hareketler, bol kalori ve sağlıksız besin içerikli okul yemek programları. Trans yağlar, yüksek früktoz içeren mısır şurubuna yönelik yiyeceklerin tüketimin zararlarına dair farkındalık kazandırmayı amaçlayan, aynı zamanda tüketilen yiyeceklerin kalorilerinin etiketlenmesini destekleyen toplumsal yemek hareketleri vardır. Besin üretimleri ve tüketimlerini aynı anda hedefleyen hareketler ise gıda güvenliği ve iyi çiftçiliği hedef almaktadır.

Tablo 1: Marion Nestle'nin yemeğe dair toplumsal hareketleri sınıflandırması (Nestle, 2009)

ÜRETİM	TÜKETİM	HEM ÜRETİMİ HEM DE TÜKETİMİ HEDEFLEYEN HAREKETLER
İyi, temiz ve adil gıda hareketleri	Çocuklara ve yiyeceklerle dair pazarlama karşıtı hareketler	Gıda güvenliği toplulukları hareketi
Slow food hareketi	Okul yemek programları düzeltilmesine yönelik hareketler	Daha iyi çiftçilik hareketleri
Çiftlik ve hayvan refahı hareketi	Trans yağlar veya yüksek früktozlu mısır şuruba karşı hareketler	
Organik yemek hareketi	Kalori etiketleme hareketi	
Yerel beslenme hareketi		
Güvenli yemek hareketi		
Hayvanlar için iyi yemek hareketi		

Yemeğe dair toplumsal hareketler biçimlenirken bu hareketlere yön veren kişiler yani kamuoyu liderleri veya eşik bekçileri hareketlerin içeriğini belirlemektedir. Bu kişiler aynı zamanda çevirim içi ve çevirim dışı(online ve offline) medyada sıklıkla yer alan popüler kişilerdir. Hareketlere yön veren bu kişiler beslenmeye dair toplumsal sorunun ne olduğunu tanımlamakta ve çözüm yollarını ayrıntılı bir şekilde belirlemektedir. Aynı zamanda kanaat önderi gibi kitleleri peşinden sürükleyen açıklamalarda bulunarak, yeme içmeye dair alternatif önerileri hareketlerini kitleleştirirken kullanırlar. Yemek, güven, sürdürülebilirlik ilişkisi üzerinden yeni tartışma alanları yaratıp modern beslenme biçimlerini toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik açıdan kitlelere sorgulatırlar. Jamie Oliver, Paul Mc Cartey, Michael Pollan, Alice Waters, Carlo Petrini ve Marion Nestle bu kişiler arasındadır. Yemeğe dair toplumsal hareketlerin içeriğini biçimlendiren bu aktörler yemek blogları, instagram, facebook, videolar, filmler, gazeteler, dergiler, televizyonlar, kitaplar gibi birçok mecra da kitlelere hitap ederler. Özellikle sosyal medya etkin bir şekilde yemek sosyal hareketlerini kitlelere yayarken kullanılmaktadır Yemeğin hem araç hem mesaj olduğu yemek kitapları, yemek programları, yeme- içmeyi konu alan dergiler, yemek ile ilgili reklamlar, tanıtım faaliyetleri, performans gösterileri hem bu kişileri görünür hale getirir hem de temsil ettikleri hareketlerini görünür hale getirir. (Gong, 2013, s.130-131) (Kanık, 2016, s. 83-98). Günümüzde toplumsal hareketler yaygınlaşırken bu hareketlerin iç dinamiklerine bakıldığında, özellikle yemek üretim ve tüketim ilişkilerine dair endişeleri giderecek çözümler önerdikleri görülür. Bu çözümler etrafında insanları bir araya gelir ve etkileşim içine girer. Bu araştırma için farklı gastro-endişeler konusunda toplumsal farkındalık oluşturmayı amaçlayan, internet

üzerinden faaliyet göstererek küresel etkileşim alanı sağlayan dört toplumsal hareket seçilmiştir: Tüketimi ele alan *Yemek Devrimi Günü (Food Revolution Day)*, *Etsiz Pazartesi*, hem üretim hem tüketimi ele alan *Slow Food (Yavaş Yemek)*, *Farm to Table (Çiftlikten Masaya)*.

YEMEK DEVRİMİ GÜNÜ (FOOD REVOLUTION DAY) KAMPANYASI VE HAREKETİ

Bu hareketin temsilcisi ve amacı

Şef ve televizyon programcısı Jamie Oliver bu hareketi yönlendirir. Bu hareket amacını çocuklara ve gençlere sağlıklı besin tüketmeye yönelik farkındalık kazandırmak ve bu farkındalığı hayatın parçası haline getirmektir. *Yemek Devrimi Günü (Food Revolution Day)*, yeme içme alışkanlıklarının değiştirilmesi üzerine hazırlanan küresel bir kampanya ile amacına ulaşmayı hedeflemiştir. Bu hareketin sloganı “Her çocuk için beslenme eğitimi savaşı (Fighting for food education for every child)” dır. 196 ülkede bir milyon 625 bin 257 kişi kampanyanın yürütüldüğü internet sayfasında bu devrim için imza atmıştır (foodrevolutionday.com) .

-Hareketin içeriği ve hedefledikleri

İnternet sitesinde yemek devrimi hareketinin amacı çocukların beslenme hakkında bilgi becerilerini artırabilecekleri bir ortamı yaratmak olarak tanımlanır. Yanlış beslenme sonucunda artan beslenme ile ilgili sağlık sorunlarına dikkat çekilir. Doğru beslenmenin çocuklara öğretilmesinin ne kadar önemli olduğu vurgulanır. Öğrencilere daha sağlıklı nasıl besleneceklerini öğretmek amaçlanır. Oliver, çocukları yemek konusunda eğitirken farklı bir yol izlenebileceğini savunur. Yemek hazırlamanın nasıl eğlenceli hale getirileceğini özellikle vurgular. Pratik, eğlenceli ve kolaylıkla parçası olabilecekleri bir eğitimle iyi beslenmenin öğretilbileceğine inanır. Bu kampanya çerçevesinde Jamie Oliver, hem öğrenciler, hem öğretmenlere hem de ailelere seslenir. İnternetteki sayfasında: “Önce imzala, sonra paylaş ve uygula” şeklinde oldukça basit basamaklara ayırarak hareketin parçası olmayı kolaylaştırır. Siteye uygulanabilir yemek tarifleri ekler. Bu tarifler ulaşılması kolay malzemeler ve hazırlanması kolay tariflerdir. Gönüllü elçiler yaratmayı amaçlar. Bu hareketin takipçisi olmayı, *elçi olmak* (Become an ambassador) linkini hareketin web sayfasına ekleyerek kolaylaştırır. (foodrevolutionday.com).

Hareketin yayılması ve başarısı

Bu hareketin başarılarını Oliver internet sitesinde paylaşır. Jamie Oliver'ın açtığı farkındalık kampanyası ile G20 ülkelerinin liderlerine zorunlu pratik yemek eğitimleri konusunda farkındalık kazandırmaya çabalar. Doğru ve sağlıklı beslenmeyi öğretmek isteyen bu kampanyanın amacı beslenme eğitimi örgün eğitimin içine dâhil etmektir. 2015 gelindiğinde bütün dünyada 8200 okul bu harekete katılmıştır. İngiltere, Meksika, Brezilya, Finlandiya gibi ülkelerde okullarda sağlıklı beslenme eğitimleri eklenmiş veya buna dair düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Oliver'ın internet sitesinde paylaştığı sandviç tariflerinin 100'den fazla ülkede yapıldığından bahsedilmektedir (foodrevolutionday.com). *Jamie Oliver Yemek Devrimi* programı Türkiye'de 24 Kitchen kanalında yayınlanmaktadır.

ETSİZ PAZARTESİ (MEATLESS MONDAY) GÜNÜ

-Bu hareketin temsilcisi ve amacı

Etsiz pazartesi hareketi 2003 yılında başlamıştır. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health ilişkisi olan Sid Lerner'in önderlik ettiği bir harekettir. 2009 da ise, ilk ABD harici bir ülke (first non-USA) Belçika, etsiz pazartesi hareketine dâhil olur. İngiltere'yi etsiz pazartesi ile tanıştıran şarkıcı Paul Mc Cartey bu hareketin ünlü yüzü olur. *Etsiz Pazartesi* şimdi 44 ülkede etkin olan ve her geçen gün yeni bir ülkenin dâhil olduğu bir harekettir. Her kültür kendi farklılığı ile bu harekete dâhil olmaktadır (www.meatlessmonday.com).

-Hareketin içeriği ve hedefledikleri

Bu kültürel farklılıklarla vegan-vejeteryan yemeklerin ve etsiz bir yemek kültürünün popülerleşmesini amaçlar. Bu hareketin önerisi ise haftanın bir gününü et yemeden geçirmektir. Bu sayede hem kişisel sağlık hem ulusal sağlık geliştirilecek, hem de sürdürülebilir bir dünya yaratılacaktır. İnternet sitesi, bu katkıları önemseyen herkesi de hareketin parçası olmaya davet eder. Bu hareket etsiz önerdiği pazartesi günü için tarifler üretir. Bu toplumsal hareket bireylerden, daha geniş toplumsal gruplara kadar geniş alanda değişim yaratmayı ister. İlkokullardan üniversitelere kadar farklı eğitim kurumlarının hareketi desteklemesini talep ederek kitlesel yayılmayı amaçlar. Bu hareketin kitleselleştirilmesinde ve tanınmasında haftalık haber bültenleri kullanılır. Hareketin temsilcileri tarafından oluşturulan bültenler bölgesel olarak faaliyeti destekleyen şeflere veya diğer takipçilere internet üzerinden gönderilir. Aynı zamanda *Etsiz Pazartesi*'nin internet sayfasında etsiz yemeklerin faydaları anlatılır, etsiz beslenmenin teşvik edilmesi amaçlanır. Yine sayfa aracılığıyla organik besinler, adil ticaret, hayvan hakları gibi sürdürülebilir beslenme ve diğer toplumsal hareketlere yön veren konularda da bilgiler verilir. *Etsiz Pazartesi* hareketi bütün dünyada popüler olmaya başlayınca, restoranlarda bu hareketin parçası olmasıyla hareket küresel hâkimiyetini artırmıştır. Bu hareketi savunan restoranlar etsiz pazartesinin onlar için nasıl artıları olacağını müşterilerine anlatırlar. Restoranlar etsiz geçirilen bir pazartesi ile hem müşterilerin hem parçası oldukları toplumun ve yaşadıkları dünyanın iyiliği için bir eylemde bulunduklarını iddia ederler. Bu hareketi destekleyen müşteriler de kendi desteklerini göstermek için *Etsiz Pazartesi* hareketini destekleyen restoranları tercih ederler. Yiyecek ve içecek endüstrisi de *Etsiz Pazartesi*'yi desteklemektedir. Çiftçiler, süper marketler, yiyecek içecek endüstrisinin liderleri *Etsiz Pazartesi*'yi meyve ve sebze tüketimini, satışını artırarak katkıda bulunurlar. *Etsiz Pazartesi* posterlerini ve hareketin diğer promosyon ürünlerini işyerlerine asıp aynı zamanda müşterilere de dağıtarak bu hareketi desteklediklerini açıkça gösterirler. (www.meatlessmonday.com).

-Hareketin yayılması ve başarısı

Farklı ülkelerdeki yansımaları bakıldığında örneğin Avustralya'da "*Do something*" bir şeyler yap diyen The Fry's Family Foundation 2013 yılında hareketi Avustralya'da başlatır. Kampanya hızla popülerleşir ve güçlenerek yayılır. Brezilya'da ise 2009 yılında Segunda Sem Carne *Etsiz Pazartesi* hareketinin kurucusu ve yürütücüsüdür. Kampanya Brezilya vejeteryen birliği tarafından yürütülür. Vejeteryen yemeklerinin servis edilmeye başlanması ve hareketi takip edenlerin sayısının artması et tüketimini de doğal olarak azaltmaktadır. Aynı zamanda Segunda Sem Carne üyesi olan ünlüler hem etsiz pazartesi tişörtleri giyerek, hem de sosyal medyada bu hareketi destekleyerek bu hareketin popülerleşmesini sağlamıştır. Hem çevirimdışı (offline) hem çevrimiçi (online) haberler, yayınlar,

aktivitelerle bu hareket destekçilerinin sayısını artırmaktadır. Bhutan ülkesi ise kendi kültüründen esinlenerek bu günü destekler. Adını da "*Jangsem Monday*" koyar. Budist geleneğinden esinlenerek yerelleştiren kampanya etkinliğini yerelleştirme stratejisi ile artırmaya çalışır. Ulusal televizyonlarda program yaparak, ünlüleri şarkıcıları, politikacıları da kampanyaya dâhil ederek kampanyayı daha da çekici hale getiriler. Üniversiteler ve diğer okullarda farkındalık artırılmaya çalışılır. Oteller ve restoranlar bu harekette destekleyenlerdir. Kanada ise bölgesel olarak destekleyicilerle bu hareketin yayılmasını sağlar. Vancouver'da 10 Haziran 2013 de ilk defa *Etsiz Pazartesi* kutlanır. Daha sonra bu etkinlikler devam eder. Quebec'te ise 2010 da ilk defa *Etsiz Pazartesi* kutlanmaya başlar. McGill veya Queens gibi birçok Kanada üniversitesi bu hareketi destekler. Restoranlar ünlüler basın hareketin yayılmasında etkili olmuştur. Türkiye'de de hareketin çevirim içi (online) faaliyetleri vardır. Türkiye'de "*Sağlığınız için, dünya için, hayvanlar için etsiz pazartesi*" sloganı ile bu hareketin parçası olmuştur (www.meatlessmonday.com).

SLOW FOOD, YAVAŞ YEMEK HAREKETİ

-Bu hareketin temsilcisi ve amacı

Slow Food, yavaş yemek, 1989 yılında fast food yiyecek alışkanlıklarına karşı bir hareket olarak ortaya çıkmış ve kitleselleşmiştir. *Slow Food*, 1986 yılında İtalya'da Carlo Petrini'nin öncülük ettiği ve 62 arkadaşının da parçası olduğu, İtalya çapında ulusal bir hareket olarak başlamıştır. Carlo Petrini, hızlı yemek kültürünün (fast-food) simgesi olan Mc Donalds'ın ilk şubesi Roma'da açıldığında yemek kültürel mirasını ve biyoçeşitliliği korumak amacıyla *Slow Food* hareketini başlattığını belirtir. Daha sonra ise Paris'te 15 ülkeden delegelerin imzasıyla uluslararası bir statü kazanarak uluslararası bir hareket haline gelmiştir. Şu anda bir milyon destekçisi, yüz bin üyesi, 160 ülkenin katılımcısı olduğu küresel bir toplumsal hareket haline dönüşmüştür (www.slowfood.com).

-Hareketin içeriği ve hedefledikleri

Bir manifesto da yayınlayan hareket önceliklerini takipçilerine anlatır. Ne üretildiğini, kimin ürettiğini ve nasıl tüketildiğini önemseyen hareket günlük hayatın içinde hızlı beslenme kültürünün dayattığı beslenme pratiklerini değiştirmeyi amaç edinir. *Slow Food* hareketin amaçları ise: "Doğayı ve biyoçeşitliliği korumak. Hayatın ritmiyle uyumlu olmak, kültürel mirası korumak, geleneksel bilgiyi yüceltmek, yerel üreticiye destek olmak, yiyeceği tanımak ve nasıl üretildiğini bilmek" olarak belirtir. Lezzet eğitimleri vermek ve bu eğitimleri yaygınlaştırmak bu hareketin hedefledikleri etkinliklerdendir. Hareketin savunucuları, sofraları bir şenliğe dönüştürmek istediklerini söylerler. Bu hareket endüstrileşme ile birlikte yeme içme alanında geleneksel bilgilerden ve değerlerden kopuşun farkındalığını kazandırmayı ister. Hareket, tada dair devir alınmış kültürel mirasın kaybolmasını önleme isteği ve bu mirası koruma refleksinden gücünü almakta olduğunu söyler. Yerel gıdaları ön plana çıkararak özellikle küresel etkilerin karşısında bir karşı duruş sergiler. *Slow Food* hareketi de iyi, temiz ve adil gıdayı savunduğunu belirtir. İyi diye kastedilen lezzetli yiyeceklerdir. Yemeğin tadının değişiminin bir kayıp olarak değerlendirir. İyi gıdadan uzaklaşmak bir sonraki nesillerin bu tattan da bir haber olması ile tamamen ortadan kalkacaktır. İyi gıdanın lezzeti koruması gerekir. İyi olan gıdanın farkındalığını artırmak hedeflerimizden bir tanesidir diyerek *Slow Food* hareketi önceliklerini belirtir. Aynı zamanda üretim sürecinin önemsenmesi gerektiğini de dikkat çeken hareket, yeryüzüne, diğer canlılara ve sağlığa zarar vermeyecek şekilde gıdaların temiz üretilmesi gerektiğini savunur. Üretim süreci

kadar bu üretimi kimin yaptığının da önemsenmesi gerektiğine inanır. Çiftçiler emeklerinin karşılığını adil bir şekilde almakta mıdır? Sorusunun cevabı bu hareketin savunucuları için önemlidir. Modern dünyada üretimden tamamen uzaklaşmış olan bireylerin, üretim sürecine "eş-üretici veya yardımcı üretici" olarak dâhil olması gerektiğine inanırlar. Eğer yiyeceklerimizin nasıl üretildiği konusunda söz sahibi olunursa bu durum arzu edilen "iyi, temiz, adil" gıdaya sahip olmayı da mümkün kılacaktır. Biz “ne yersek oyuz” diyerek yenilenin nereden geldiğini önemser. Doğaya yapılan müdahaleler sonucunda yemeğe dair değerlerin ortadan kaybolduğunu iddia ederler. Bu hareketi savunanlar yemek seçimlerimizin dünyayı etkilediğine dikkat çekerler (www.slowfood.com).

-Hareketin yayılması ve başarısı

Slow Food hareketinin dünyada yayılmasına baktığımızda, üyelerini dünyanın farklı bölgelerindeki *Slow Food* hareketlerinin “convivium” olarak niteler. Bu harekete yerel (local) bir bağlılığı ifade eder. *Slow Food* hareketine bağlı bu yerel ağlar bu hareketin felsefesini bazı aktivite ve çalışmalarla insanlara yaymaya çalışır. Aynı zamanda yerel üretici ve çiftçileri ziyaret onlar ile ortak çalışmalar içinde olmak, film gösterimleri, festivaller düzenlemek bu hareketin parçası olurken yapılan faaliyetlerdendir. Dünyada 1500’den fazla convivium vardır. Bunlar yerel olarak konumlanarak, *Slow Food* hareketinin felsefesini dünyaya yaymaya çalışırlar (www.slowfood.com). Türkiye’de bu hareketin, *Fikir Sahibi Damaklar* gibi yerel temsil biçimleri bulunmaktadır.

ÇİFTLİKTEN MASAYA (FARM TO TABLE) HAREKETİNİN MUTFAĞI

-Bu hareketin temsilcisi ve amacı

Bu hareket bir restorandın öncülüğünde ortaya çıkıp yayılmaya başlar. San Francisco’da Chez Panisse restoranında bu hareketi başlatsa da hareket hızla bütün ABD’ye yayılır. Birçok şef yazar, çiftçi ve çevreci bu hareketi desteklemektedir. Örneğin tanınmış Michael Pollen gibi akademisyenler, Alice Waters gibi şeflerin öncülük ettiği ve tanıttığı bu hareketin değiştirmeyi amaçladığı durum nettir. Yemeklerin malzemelerinin üretim yapıldığı çiftlikler ile tüketildiği masalar arasındaki mesafenin artması ile birlikte beslenme ilişkilerinin çevreye yönelik olumsuz etkilerini sorgulanmaya başlanmıştır. Bu mesafenin kısaltılması sayesinde sürdürülebilir çevre ve yaşama katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu hareketin etrafında, sürdürülebilirlik konusuna duyarlı insanlar bir araya gelmeye başlamıştır (localfoods.about.com).

-Hareketin içeriği ve hedefledikleri

Bu hareket çerçevesinde dikkat çekilen konu; yiyeceklerin tarladan yetiştirilmesinden, çataldan tüketmeye hazır hale gelinceye kadar nasıl bir süreç yaşadığı ve sürecin nasıl sonuçları olduğudur. Çiftçilerin emeklerinin daha değerli hale getirildiği ve tüketicinin bu emeğin farkında olarak yiyecekleri tükettiği bir beslenme ilişkisini öneren toplumsal bir harekettir. Bu hareketin yayılmasında en önemli faktörlerden bir tanesi de kurduğu işbirlikleridir. Restoranlarla, şeflerle ve tabi ki tüketicilerle kurduğu işbirlikleri takipçi sayısını da artırmaktadır. Yerel besin uzmanı Molly Watson: *Farm to Table*’ın aslında masaya gelen ürünün belli bir çiftlikten gelmesi olarak tanımlar. Arada herhangi, market, dağıtıcı olmadan besinlere ulaşmayı amaçladıklarını söyler. Burada çiftlik ile restoranlar arası bağı güçlendirici bir ilişkiden bahsedilmektedir. Burada popüler olmaya başladıktan sonra *Farm to Table* etiketi birçok yerde görülse de, bir restoranın *Farm to Table* hareketine bağlı bir restoran olduğu nereden anlaşılır diye bir soru akla gelirse, cevabı ise restoranın belli bir çiftliği kullanması olarak ifade edilir. Restoranda kullanılan

malzemelerin hangi çiftlikten geldiği veya hangi çiftçiden veya pazardan alındığı belirtilmektedir. Eğer çiftçi kültürel miras ürünler gibi, kaybolmakta olan bir değeri koruyorsa, bu bilgi de müşterilerle paylaşılmaktadır. Çiftlikten gelen ürünler organik yiyecekler olmak zorunda değildir. Organik olabilir de veya olmayabilir de; ama asıl vurgulanan yemekte kullanılan malzemelerin çoğunluğunun taze, yerel ve sezonluk olmasıdır. Kaybolmakta olan bir lezzeti hem kullanmak hem de yok olmasını önleme çalışmak önemsenmektedir. Bu hareket hazırlanan yemeklerin malzemelerinin ne olduğuna önem verirken, aynı zamanda mutfakta iyi bir malzemenin basit sunumları olması gerektiğini savunur. Ağır soslar yerine taze soslar ve hafif tatların kullanımı tercih edilmektedir. Rafine tatlar ve çok müdahale edilmeden ufak dokunuşlarla hazırlanan yiyeceklerin donattığı masa istenilen olduğuna hareket içinde vurgu yapılır. Çiftliklerde üretilen, kaybolmakta olan, kültürel mirasın parçası olan ürünlerin desteklendiği hareket içinde ortaya çıkarmak amaçlanandır. Yemeği hazırlayan şeflerde, sürdürülebilir üretim ve beslenme konusunda oldukça duyarlıdır. Bu hareketin içinde şeflerin yaratıcılıkları, taze malzemelerle, basit ama sanatsal dokunuşlarla yeni yemekler üretmek olarak ifade edilir (localfoods.about.com).

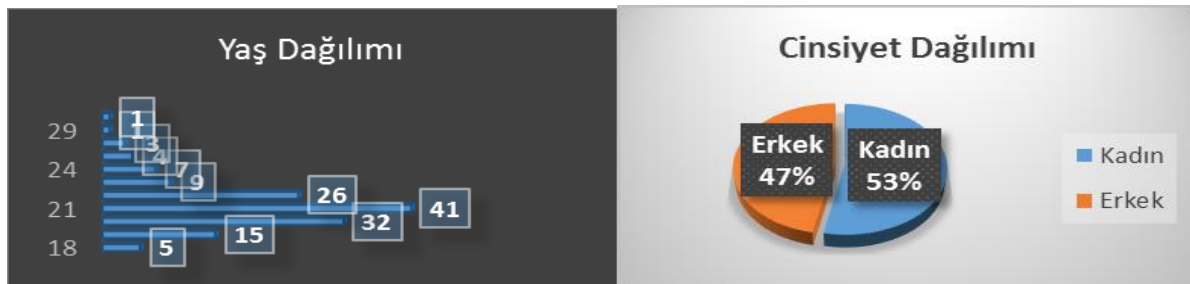
-Hareketin yayılması ve başarısı

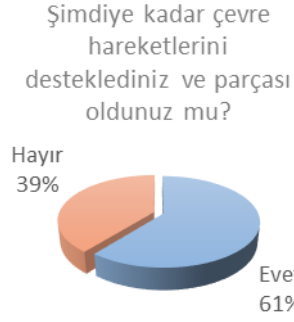
İlk önce ABD’ de Kaliforniya eyaletindeki restoranların aldıkları malzemeleri nereden aldıklarını önemseyerek başlattıkları bu hareket daha sonra Amerika’nın 30 eyaletinde yayılmış birçok şef, restoran sahibi, aktivist, yazar bu hareketi desteklemiştir. ABD’nin en önemli yemek toplumsal hareketlerinden birisi haline gelmiştir (localfoods.about.com).

ARAŞTIRMA SONUÇLARI

Bu araştırma kapsamında Beykent Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinin çevre hareketlerine dair duyarlılıkları ve dünyadaki yemek hareketleri hakkındaki bilinçlerini ölçmek istenmiştir. Bu çalışmanın hipotezi; gastro-endişe taşıyan bireyler bu endişeyi gidermeye çalışan yemek hareketlerinin farkında olduğudur. Bu hipotezin doğruluğunun anlaşılabilmesi için nicel araştırma yöntemlerinden anket veri toplama tekniği kullanılmıştır. Nisan- Mayıs 2016 tarihleri arasında yapılan anket toplam 158 öğrenciye uygulanmıştır. Analiz ISM SPSS 20.0 kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Anket toplamda 10 sorudan oluşmaktadır. Öğrencilerin bilinç düzeylerinin analizi yapılmıştır.

Araştırmaya katılan 158 öğrencinin %47 erkek %53 kız öğrencidir. Anket çalışmasına katılan öğrencilerden çevre hareketlerinin önemli olduğunu düşünenlerin sayısı %97’dir. Şimdiye kadar herhangi bir çevre hareketini destekleyip desteklemedikleri öğrencilere sorulduğunda öğrencilerin %61’i desteklerini ifade etmişlerdir ve %39 ise şimdiye kadar herhangi bir çevre hareketini desteklemediklerini belirtmişlerdir.





Öğrencilere yemek gıda ve beslenmeye dair bir endişe taşıyıp taşımadıkları sorulduğunda öğrencilerin %88,6'sı evet, %10,8'i hayır cevabını vermiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, anket yapılan her 10 öğrenciden bir tanesi herhangi bir endişe taşımadığını bildirirken geriye kalan dokuz öğrenci ise endişeye duyduğunu bildirmişlerdir.

Soru 5: Yemek-gıda-beslenmeye dair bir endişe taşıyorsanız, ne tür endişeler taşıyorsunuz?

Şs5 Frekanslar

	Cevaplar		Ana değişken Yüzdeleri
	N	Yüzdeleri	
7 Açlık	44	7,0%	30,1%
2 Hormon ve tarım ilaçlarına maruz kalmış gıda	116	18,6%	79,5%
1 GDO'lu Besin Tüketmek	120	19,2%	82,2%
Endişeler ^a 6 Çiftçilerin sürdürülebilirliği	61	9,8%	41,8%
4 Hayvan ürünlerine bulaşan hastalıklar (Deli dana, Kuş gribi)	93	14,9%	63,7%
3 Hayvanların kötü koşullarda yetiştirilmesi	100	16,0%	68,5%
5 Tohum mirasını kaybetmek	91	14,6%	62,3%
Toplam	625	100,0%	428,1%

Yemek-gıda-beslenmeye dair bir endişe taşıyorsanız, ne tür endişeler taşıyorsunuz? Birden fazla şıkkın işaretlenebileceği bu sorudaki cevap dağılımları bakıldığında; en yüksek endişe “GDO’lu besin tüketmek” ve “Hormon ve tarım ilaçlarına maruz kalmış gıda” olarak değerlendirilebilir. En yüksek 3. endişe ise “Hayvanların kötü koşullarda yetiştirilmesi” dir. 4. sırada ise hayvan ürünlerin bulaşan hastalıklar, 5. sırada ise tohum mirasını kaybetmek vardır. Açlığın en az endişe duyulan endişe türü olduğu tespit edilmiştir. Bu soru bir önceki soruda endişe sahibi olduğunu belirtenlerin cevaplarıyla da değerlendirilmelidir. 158 katılımcıdan 18'i yemek-beslenmeye dair bir endişe taşımadığını belirtmiştir. Kalan 140 katılımcının yemek-beslenmeye dair endişeleri aşağıdaki gibidir.

Yemek (gıda), beslenme ve sürdürülebilirlik toplumsal hareketleri sizin için neden önemli?

§6 Frekanslar

		Cevaplar		Ana değişken Yüzdeleri
		N	Yüzdeler	
Neden önemli ^a	2 Yemek-Beslenme çünkü önemli bir konudur	99	21,2%	63,9%
	1 Sürdürülebilir bir hayat için gereklidir	126	27,0%	81,3%
	4 Hayvan hakları önemlidir	61	13,1%	39,4%
	3 Yerel çiftçileri çiftlikleri desteklemek önemlidir	81	17,4%	52,3%
	2 İnsanların ne yedikleri önemlidir.	99	21,2%	63,9%
Toplam		466	100,0%	300,6%

Yemek (gıda), beslenme ve sürdürülebilirlik toplumsal hareketleri sizin için neden önemli? Sorusunun en çok işaretlenen neden “Sürdürülebilir bir hayat için gereklidir”, ikinci olarak en çok işaretlenen nedenler “Yemek-Beslenme çünkü önemli bir konudur- İnsanların ne yedikleri önemlidir.” ve üçüncü olarak en çok işaretlenen neden ise “Yerel çiftçileri çiftlikleri desteklemek önemlidir” olarak ifade etmişlerdir. Katılımcıların yalnızca %13,1’i hayvan haklarının önemini bir neden olarak belirtmiştir.

Soru 7: Aşağıdaki yemek toplumsal hareketlerinden hangilerini daha önce duydunuz?

§7 Frekanslar

		Cevaplar		Ana değişken yüzdeleri
		N	Yüzdeler	
Yemek hareketleri bilinci ^a	Slow food	144	30,9%	93,5%
	Çiftlikten sofraya (farm to table)	112	24,0%	72,7%
	Etsiz pazartesi	40	8,6%	26,0%
	Yemek devrimi (Food revolution-Jamie Oliver)	85	18,2%	55,2%
	Yerel beslenme hareketleri	81	17,4%	52,6%
	Diğer	4	0,9%	2,6%
Toplam		466	100,0%	302,6%

Aşağıdaki yemek toplumsal hareketlerinden hangilerini daha önce duydunuz? Sorusuna katılımcıların %31’i daha önce en çok “Slow Food” hareketini, %24’ü “Çiftlikten Sofraya (Farm to Table)” hareketini duydıklarını belirtmişlerdir. %18’si ise “Yemek Devrimi Günü Hareketini” duymuşlardır. Yalnızca 13 katılımcı (%8’i) beş hareketin de tamamını daha önceden duymuştur. Diğer seçeneklerde belirtilenler ise fast food ve natural food, row food’dur.

Soru 8: Eğer duyduysanız nereden duyduunuz?

§§8 Frekanslar				
		Cevaplar		Ana değişken yüzdeleri
		N	Yüzdeler	
Nereden duydunuz ^a	Gazeteden	29	9,5%	19,9%
	İnternetten	129	42,3%	88,4%
	Dergiden	54	17,7%	37,0%
	Arkadaşılarımdan	51	16,7%	34,9%
	Ailemden	9	3,0%	6,2%
	Diğer	33	10,8%	22,6%
Toplam		305	100,0%	208,9%

Katılımcıların %42,3'ü toplumsal yemek hareketleri hakkındaki bilgiyi internetten (facebook, twitter, blog, youtube) edindiklerini belirtmişlerdir. Dergiler %20 oranında iken, benzer bir oran arkadaşlardır. Bilgi en az aileden edinilmiştir. Gazetelerin oranı ise %10 dur.

Öğrencilere *aşağıda kişilerin dâhil oldukları yemek toplumsal hareketlerini eşleştiriniz?* Sorusu sorularak yemek toplumsal hareketi ve hareketleri yönlendiren ve tanıtan ilgili kişilerin eşleştirilmesi istenmiştir.

Carlo Petrini - Slow Food	Doğru İşaretlenme Yüzdesi	41,1%
	Yanlış İşaretlenme Yüzdesi	27,2%
	Fikri yok	31,6%
Paul Mc Cartney - Etsiz Pazartesi	Doğru İşaretlenme Yüzdesi	23,4
	Yanlış İşaretlenme Yüzdesi	39,2
	Fikri yok	37,3
Jamie Oliver - Yemek Devrimi Günü	Doğru İşaretlenme Yüzdesi	55,7
	Yanlış İşaretlenme Yüzdesi	22,8
	Fikri yok	21,5
Michael Pollen&Alice Waters - Çiftlikten Sofraya	Doğru İşaretlenme Yüzdesi	20,9
	Yanlış İşaretlenme Yüzdesi	39,9
	Fikri yok	39,2

Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere, Jamie Oliver öncüsü olduğu *Yemek Devrimi Günü* hareketi öğrenciler tarafından en fazla bilinen toplumsal yemek hareketidir. Carlo Petrini'nin öncüsü olduğu *Slow Food* hareketi ise ikinci en çok bilinen toplumsal harekettir. Paul Mc Cartney'nin görünen yüzü olduğu *Etsiz Pazartesi* hareketi ise üçüncü en çok bilinen toplumsal harekettir. En az bilinen yemek hareketinin ise Michael Pollen ve Alice Waters'ın *Çiftlikten Sofraya (Farm to Table)* hareketi olduğu tespit edilmiştir.

Anket formunda yer alan, *Yemek(gıda), beslenme ve sürdürülebilirlik ile ilgili toplumsal (farkındalık ve değişim) hareketlerine katılır mıydınız?* Sorusuna öğrencilerin verdiği cevaplar değerlendirildiğinde, öğrencilerin % 80'i yemek(gıda), beslenme ve sürdürülebilirlik ile ilgili toplumsal (farkındalık ve değişim) hareketlerine katılacaklarını bildirdiler.



SONUÇ

Eski toplumsal hareketler artık yerini yeni toplumsal hareketlere bırakmıştır. Çevre, barış, kadın, LGBT, insan hakları v.b. konulu yeni toplumsal hareketler hızla bütün dünyada yayılarak özellikle iletişim olanaklarının da artması ile kendisine küresel farkındalık ve savunmacı değişimi vaat eden faaliyet alanları yaratmaktadır. Beslenmeye dair endişeler, bu çalışmada bahsedildiği adıyla gastro-endişeler, tarladan sofraya kadar farklı biçimlerde, toplumsal yeme içme biçimlerini de önemseyerek insanların dikkatini çekmekte ve onları belli bir kolektif kimliğin etrafında toplamaktadır. Makale kapsamında incelenen toplumsal hareketler gibi hareketlerin yaygınlaşmasında özellikle kolektif kimlik kavramı ön plana çıkmaktadır. Gastro yeni toplumsal hareketler; üretim, tüketim ve hem üretimi hem tüketimi hedefleyen hareketler olarak sınıflandırılabilir. Araştırma sonuçlarında öğrenciler arasında gastro-endişe düzeyi çok yüksek oranda olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın hipotezimizi doğrulayacak şekilde gastro-endişe taşıyan bireyler bu endişeyi gidermeye çalışan yemek hareketlerinin farkındadırlar. Hatta “*Yemek(gıda), beslenme ve sürdürülebilirlik ile ilgili toplumsal(farkındalık ve değişim) hareketlerine katılır mıydınız?*” sorusunu katılımcılar yüzde sekseni evet olarak cevaplandırmıştır. Araştırmanın sonucunda toplumsal yemek hareketlerini öğrenmenin en önemli bilgi kaynağının internet olduğu görülmektedir. Yazılı basın, gazeteler, dergiler, arkadaşlar ve aile konu hakkında bilgi edinilen ama internet kadar yoğun kullanılmayan bilgi kaynaklarıdır. Öğrencilerin yine en çok duydukları hareket *Slow Food* hareketi olmasına rağmen bu hareketin lideri Carlo Petrini’yi ikinci sırada en fazla bildikleri görülmüştür. Yemek devrimi hareketinin lideri Jamie Oliver’ı en fazla tanıdıkları, hareket ve lider arasında doğru eşleştirme yaptıkları gözlemlenmiştir. Eşik bekliliği yapan toplumsal hareketin internet siteleri, kanaat önderleri olarak da ifade edeceğimiz bu sitelerin önderleri çevirim dışı (offline) medyadaki popülerliklerine göre doğru bir eşleştirme yapılarak öğrenciler tarafından tanınmıştır. Toplumsal hareketlere yön veren kanaat önderlerinin popülerliği, hareketin farkındalığını daha da artırmaktadır. Çevrimiçi ve çevirimdışı (online ve offline) medyaların beraber etkin çalışması ile mesajlar etkili bir şekilde hedef kitleye ulaştığı görülmektedir. Türkiye’de *Slow Food* hareketi ve *Yemek Devrimi Hareketi* ve bu hareketi savunanların Türkiye temsilcilikleri Türkiye’de etkinlik alanı yaratmayı amaçlamaktadır. *Fikir Sahibi Damaklar* hareketi ve Jamie Oliver’ın dergisi, aynı zamanda restoranı ve televizyon programları Türkiye’de faaliyet göstermektedir. *Çiftlikten Sofraya(Fram to Table)* hareketi ve *Etsiz Pazartesi* hareketi Türkiye offline

etkinliği çok daha sınırlıdır. Bunun sonucunda her iki hareketin bilinirlik ve hareketin liderleri doğru eşleştirme düzeyleri oldukça düşüktür. Küreselin yerelleşmesi için yerel işbirlikleri olması gerekli olduğu sonucuna varılabilir. *Slow Food* hareketinde olduğu gibi yerel işbirlikleri kurulduğunda toplumsal hareketlerin takipçilerinin sayısı daha da artacaktır.

KAYNAKÇA

- Beardsworth, A. (2011). Keil, T. *Yemek Sosyolojisi*, Abdulkaki Dede(Çev.) Phoenix Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrim*, Derya Fırat Şannan (Çev), Ayşe Günce Berkkurt (Çev), Heretik Yayınları.
- Castells, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope, Social Movements in The Internet Age*, Polity Press.
- Çoban, A. (2002). ‘Çevreciliğin İdeolojik Unsurlarının Eklemlenmesi’, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt 57, Sayı 3.
- Durkheim, E. (2016). *Toplumbilim Dersleri*, Özer Ozankaya (Çev), Cem Yayınevi; Emile Durkheim, *Ahlak ve Toplum*, Duygu Çenesiz (Çev), Pinhan Yayınları.
- Flora, C. B. (2011). Curtiss, C. F. *Good Food as a Social Movement*, <http://www.soc.iastate.edu/staff/cflora/Flora%20Good%20Food%20as%20a%20Social%20Movement.pdf>, Presented at *Agriculture, Food and Human Values*, College Park, PA, May 30, 2009.
- Foucault, M. (2003). *İktidarın Gözü*, Isık Ergüden (Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Foucault, M. (2011). *Özne ve İktidar*, Osman Akınhay (Çev), Işık Ergüden(Çev), Ayrıntı Yayınları.
- Gong, Q. (2013). *Media, Food Words*, Peter Jackson(Ed.), Bloomsbury Academic.
- Jackson, P. (2015). *Anxious Appetites*, Bloomsbury Academic.
- Holt- Gimenez, E. (Ed.) (2011). *Food Movements*, Unite, Food First Books.
- Kanık, İ (2016). Gastro Medya ve Gastro Kültürün Kavramsal İncelemesi”, *Folklor/Edebiyat Dergisi*, Cilt 22, Sayı 88, 2016/4, s. 83-98.
- Küçük, M. (2006). *Medya, İktidar, İdeoloji*, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Larana, E. (Ed.); Hank J. (Ed.); Joseph R. G. (Ed.) (1994). *New Social Movements: From Ideology to Identity*, Temple University Press.
- Lavin, C. (2013). *Eating Anxiety*, University of Minnesota Press.
- Lefebvre, H. (2016). *Şehir Hakkı*, Çeviren: Işık Ergüden, Sel Yayıncılık.
- Marx, K. (1998). Engels F. *The German Ideology*, Prometheus Books.
- Mills, C. W. (2016). *Sosyolojik Tahayyül*, Hil Yayınları.
- Nestle, M. (2009). *Food Politics*, University of California Press.

- Nestle, M. (2009). “Reading the Food Social Movement” <http://www.foodpolitics.com/wp-content/uploads/wlt-jan09-nestle2.pdf>.
- Putnam, R. D. (2001). *Bowling Alone*, Touchstone Books by Simon & Schuster; 1st Edition.
- Ritzer, G. (2016). *Toplumun McDonaldlaştırılması*, Akın Emre Pilgir(Çev), Ayrıntı Yayınları.
- Tolan, B. (1981). *Çağdaş Toplumun Bunalımı Anomi ve Yabancılaşma*, Ankara İktisadi ve Ticaret Akademisi Yayınları.
- Tokgöz, O. (2015). *İletişim Kuramlarına Anlam Vermek*, İmge Yayınları, Ankara.
- Warde, A.(1997). *Consumption, Food and Taste : Culinary Antinomies and Commodity Culture*, Sage Publication.
- Weber, M. (1997). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, Çev. Zeynep Aruoba, Hil Yayınları.
- Weber, M. (2006). *Sosyoloji Yazıları*, Taha Parla (Çev), İletişim Yayınları.
- www.foodrevolutionday.com/campaign/#gJLzo6VVlMBKr08h.97.
- www.localfoods.about.com/od/localfoodsglossary/g/Definition-Of-Farm-To-Table.htm
- www.meatlessmonday.com
- www.slowfood.com
- www.localfoods.about.com/od/localfoodsglossary/g/Definition-Of-Farm-To-Table.htm
- www.culinaryone.com/what-is-farm-to-table-cuisine/yenilen

Gastro-Anxiety and New Social Movements

İlkay KANIK

Beykent University, School of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts

Extensive Summary

Throughout history social movements have transformed into masses. Old social movements aim revolution and destroy the existing *status quo*. New social movements, on the other hand, focus on particular domains in life. The latter has brought people together under the umbrella of a collective identity which in turn results from the negative effects of the *status quo* regime. For example, in the past people remained indifferent and passive to the way in which the food they consume were prepared. But now this is no longer the case. People which assumed the collective identity of food movements became more active in the way in which the food they consumed were prepared. For people which are worried about the food they consume has rendered their life more meaningful by way of the information they learned from the press. This article focuses on the culinary social movements within the framework of gastro-anxiety. For as Claude Fischer has emphasized gastro-anomy created anxiety in people. Gastro-anxiety has become so popular around the world due to globalization such that people participate in social movements and change their lifestyles in the direction in which food movements leads. Social movements has become popular in the eyes of masses due to digital media and people's willingness to use it. People's anxiety about the food they consume take shape within the social movements they participate in. The individual wants to get over the anxiety to continue his/her daily life. Food Revolution Day, Meatless Monday, Slow Food, Farm to Table are social movements that aims to lessen the anxieties which are caused by food regimes we are part of. This study quantitatively measured the hypothesis that gastro-anxious individuals are conscious of food movements which tries to lessen gastro-anxiety. The study reveals that the student participants of the study are highly gastro-anxious. The study also confirms our hypothesis that gastro-anxious individuals are aware of the social movements that try to lessen their gastro-anxiety. %80 of the participants in the study answered in the affirmative the question 'would you participate in social movements that aims to create social awareness about food.' The study shows that people learn about social movements by means of internet. Printed press, newspapers, magazines, journals, friends and family are among the sources of information but not as highly used as internet. Although students knows Slow Food movements the most they know its leaders as they did the movement itself. The students know the most about the leader of the revolutionary food movement and they correctly identified the movement itself and its leader. The students correctly identified the internet sites, the movement and opinion leaders according to their popularity. As a result, the popularity of the opinion leaders of the movements increase the awareness of social movements. The messages that social movements give to the masses are conveyed via the digital and standard media working together.