

Değişen Mekân ve Zamanda Yemeğin Ritmi

Büyük kentlerin yeni cazibe merkezleri hâline gelmesi ve ekonomik fırsatların yeni bir alan olması mekân algısının değişimine neden olmuştur. Böylelikle özellikle İstanbul'da bir zaman-mekân sıkışması ve şehrin bir amaç doğrultusunda yeniden araçsallaştığı görülür. Metropol bir yaşamın hüküm sürdüğü, küresel gastronomi kültürünün birçok argümanı ile beslenen, ruhunda birçok zıtlığı barındıran ve bu karşıtlıklar üzerine kurgulanan İstanbul, evrensel bir tüketim kültürüne açıktır. Dolayısıyla İstanbul, kıta ve gastronomi mekânı oluşumları açısından farklı özelliklere sahiptir. Avrupa yakasının farklı mekân, bunlara bağlı farklı gastronomi kültürü ve biçimleri olmasına karşın; Anadolu yakasının çeşitliliği Avrupa yakasıyla benzer değildir.

Durmuş Durukan*

* Araştırmacı, Yazar

Gündelik hayatın mekân boyutu, fiziksel gerçekliğin ötesinde karmaşık bir dizi insan davranışını içerirken, diyalektik süreç de bu davranışlar tarafından şekillenir. Yaşamda meydana gelen sosyal olgular gibi mekân da aynı zamanda insanların davranışları neticesinde gerçeklik kazanır ve toplumsal bir üretime dönüşür. Henri Lefebvre'e göre, mekânın fiziksel üretimi basit bir üretim süreci olarak düşünülemez. Mekânın üretimi ve hatta tüketimi; toplumsal örgütlenme ve bu örgütlenmenin bir yansıması olarak sosyoekonomik oluşumlar çerçevesinde, politik gerekçelerle var olur.¹ Toplumsal yaşam, zamanın akışı içerisinde tarihsel bir çizgide ve geçmişten geleceğe doğrusal bir süreçte ilerler. Marx'ın "tarihsel materyalizm" kavramıyla ortaya koyduğu gibi ilkel-medeni, geleneksel-modern-postmodern, az gelişmiş-gelişmiş gibi tanımlamalar zamanın akışı içerisinde varlığını



gösterir.² Toplumların daha iyi anlaşılması, sosyolojik manada bir karşılığının olduğunun açıklanması için tarihin içerisinde yön bulan yazılı kulliyat ve bütün bu söylemler, insanların bir başlangıç noktasından başlayarak ileriye doğru yol almakta olduğunu, her şeyin ise bir neden-sonuç ilişkisinde şekillendiğini gösterir. Sosyal teoride yerel düzenden daha ziyade küresel yaşama birlikte mekân üzerindeki hayat akışkanlığının insan davranışlarını yeniden örgütlediği vurgulanır.

Küresel düzen üzerine araştırmalar yapan çeşitli düşünürlerin genel olarak irdeledikleri temalar; dünya üzerindeki sermayenin, ticaretin, nüfusun, tüketim mallarının ve kültürel oluşumların akışkanlığının ve diğer toplumsal alanlarla arasındaki dolaşımlarının giderek arttığı yönündedir. Günümüzdeyse bu gerçeklik geçmişten bugüne çok daha açık ve belirgin bir hâl kazandı. Bu akışkanlığı ve hareketliliği tanımlamak için "zaman-mekân sıkışması" (Harvey, 1989), "zaman-mekân ayrışması" (Giddens, 1990), "mekân kesişmeleri" (Appadurai, 1990) gibi ifadeler kullanılır.³ "Mekân"ın kilit bir sözcük olarak kullanılması manidardır. Çünkü mekânda yoğunlaşan, hızlanan, artan bütün insan ilişkileri, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin türevleriyle de yaygınlaşır ve bunlar insanın hayatına etki eder. David Harvey'in işaret ettiği "zaman-mekân sıkışması" nitelik olarak hızı nedeniyle

bazı nesnelere ötekilerden daha hızlı hareket ediyor olması durumunu da açıklar. Neoliberal ekonomik sistem altındaki küresel düzeyde malların ve hizmetlerin hareketliliği öne çıkarken, para ekonomisine dayalı bir yaşam formu nesnel gerçeklik hâlini alır, yani serbest piyasa düzeninde ve kapitalist saikler temelinde düzen bulan her şey bir amaç doğrultusundadır.

Neoliberal ekonomik sistem altındaki küresel düzeyde malların ve hizmetlerin hareketliliği öne çıkarken, para ekonomisine dayalı bir yaşam formu nesnel gerçeklik hâlini alır, yani serbest piyasa düzeninde ve kapitalist saikler temelinde düzen bulan her şey bir amaç doğrultusundadır.

David Harvey, üretim süreçleri, pazarlama, kambiyo işlemlerindeki teknolojik yeniliklerin tarihini düşünerek, yerel "mekân" bariyerlerinin azaldığının, bunların ise ulaşım ve iletişim alanlarındaki devrimlerle ilgili olduğu fikrinin üzerinde durur.⁴ Normalde yeryüzünden tecrit edilmiş ve birbirinden ayrılmış birçok yerel "şeylerin" küresel bir hâle dönüştüğü ve bütün bu yerelliklerin ise göklerden gelen düzenli televizyon yayınları aracılığıyla her yerde dolaşıma girdiği bilinen bir gerçekliktir.⁵ Bu dolaşım neticesinde de yankılanan tüm yerel seslerin küresel bir söylem hâline geldiği görülür.⁶ John Urry ise mekânı, zaman ve toplum üzerinden iki şekilde analiz eder: İlk olarak 1970'ler sonunda ve 1980'li yıllarda küresel ve ekonomik açıdan olağanüstü dönüşümler gerçekleşmesi; ikinci olarak toplumsal alan içerisindeki ekonomik, politik süreçlerde yerin hızlı biçimde değişen ekonomik temelini araştırma ve kavramsallaştırma gerekliliği. Yere, yani bir nevi mekâna ilişkin deneyimlerde ve yerin yapılanmasında politika ve

kültürün merkezî konuma yerleştiği görülür.⁷ Mekân algısı sürekli bir anlamlandırılma, gelişme durumundadır. Bu anlamsal bütünlük ise insanın ve zamanın ruhuna uygundur.

Dünyada olduğu gibi İstanbul'da da 1960 sonrası dönemlerde kentsel alanların neoliberal politikalarla yönlendirilmesiyle, görsel yani ağır basan kentsel düzenlemelerin ön plana çıktığı imar politikalarına öncelik verildiği görülür. Kevin Robins gibi sosyal bilimciler postmodern kentsel alanı göz hâkimiyetiyle anlatır.⁸ Küreselleşmeyle bütünleşen kentlerde tüketimin ön planda olduğu 1980 sonrası dönemdeyse kentlerin pazarlanabilen fiziksel bir mekâna dönüştükleri belirtilir. Ayşe Öncü'nün de vurguladığı gibi, günümüzde büyük kentlerin tarihsel geçmişi, uluslararası turizm piyasasında "seyirlik mekânlar" olarak sunulur. Tüm bu süreçte kentler pazarlanabilir ve tüketilebilir nesnelere dönüşür. Sonraki süreçlerde ve 1990'ların başına gelindiğinde ise İstanbul'un dışa açılan Türk ekonomisinde, kentsel mekânların bir vitrine yaraşan şekilde dünya ekonomik pazarına sunulduğu görülür. Yani İstanbul'un, zamanın mekân örgütlenmesine uygun bir şekilde ve çoğu yerinin ise küresel pazar ekonomisinin beğeni ölçütleri üzerinden yapılandırıldığı görülür. Bu süreçte insanlar, İstanbul'un ihtişamlı, 2000 yıllık tarihinin küresel turizm endüstrisine sunulmak üzere yeniden dekore edilmesine şahit oldu.⁹ Büyük kentlerin yeni cazibe merkezleri hâline gelmesi ve ekonomik fırsatların yeni bir alan olması değişen mekân algısına neden olmuştur. Böylelikle özellikle İstanbul özelinde bir zaman ve mekân sıkışması ve şehrin bir amaç doğrultusunda yeniden araçsallaştığı görülür.

Baudrillard, *Tüketim Toplumu* analizlerine uzunca değinmiş bir sosyologtur. Baudrillard'a göre, yeni oluşan toplumsal yapılar tüketim üzerinden şöyle ifade edilir: "Tüketim" doğal ihtiyaçların mal ya da hizmet aracılığıyla tatmin edilmesi durumu değildir. Bireylerin tüketim davranışlarında belirli kodlar vardır, bunlar ise kurallar ile düzenlenmiş küresel, tutarlı bir göstergeler sistemi olarak yorumlanır. Oluşan bu sistemde ihtiyaçlarla

hazların doğal ve biyolojik düzeninin yerini, yeni bir toplumsal değer ve sınıflandırma düzeni alır: "Gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar arasındaki ayrımın ortadan kalktığı tüketim toplumunda birey tüketim malları satın almanın ve bunları sergilemenin toplumsal bir ayrıcalık ve prestij getirdiğine inanmaktadır."¹⁰ Toplumlar için ihtiyaç artık tikel bir nesneye duyulan ihtiyaçtan ziyade bir farklılaşma ve bir statü vasıtası olarak görülür. Tüketiciler yeryüzünde üretilmiş rasyonel ve hiyerarşik ihtiyaçlar sisteminde tek tek nesnelere değil, genel bir mal ve hizmetler sistemini almaya yönlendirici araçlar olarak görülür.

Bireylerin tüketim davranışlarında belirli kodlar vardır; söz konusu kodlar kurallarla düzenlenmiş küresel, tutarlı bir göstergeler sistemi olarak yorumlanır. Oluşan bu sistemde ihtiyaçlarla hazların doğal ve biyolojik düzeninin yerini yeni bir toplumsal değer ve sınıflandırma düzeni alır.

Tarihsel süreçlerde İstanbul birçok şekilde anlatılmıştır. Mekân bakımından İstanbul, ruhunda birçok zıtlığı barındıran ve bu karşıtlıklar üzerine kurgulanan bir şehir olarak yorumlanır. Dolayısıyla İstanbul, kıta ve gastronomi mekânı oluşumları açısından farklı özelliklere sahip. Avrupa yakasının farklı bir mekân olmasına, bunlara bağlı olarak farklı gastronomi kültür ve biçimlerini içermesine karşın, Anadolu yakasının çeşitliliği Avrupa yakasıyla benzer değil. Metropol bir yaşamın hüküm sürdüğü ve küresel gastronomi kültürünün birçok argümanı ile beslenen İstanbul, evrensel bir tüketim kültürüne açık. Avrupa yakasında Sultanahmet Meydanı'ndan başlayarak Eminönü, Ortaköy, Beşiktaş ve Sarıyer'e kadar uzanan sahil şeridi boyunca küresel yemek kültürüne eklenmiş gastronomi içeriği ve mekânları bulunuyor.

Avrupa yakasında Sultanahmet Meydanı'ndan başlayarak Eminönü, Ortaköy, Beşiktaş ve Sarıyer'e kadar uzanan sahil şeridi boyunca küresel yemek kültürüne eklenmiş gastronomi içeriği ve mekânları görülür.

Özellikle Dolmabahçe'den Ortaköy'e kadar, Türkiye'nin ve hatta Avrupa'nın en değerli otelleri, bu mekânların içerisinde de küresel yemek zevklerine uygun gastronomi menüleri oluşturulur. Hakeza dünya ölçeğinde bir değer otoritesi olan Michelin 2024 tavsiye rehberleri kategorisinde ödül alan mekânlar vardır. Ortaköy'deki Ruby gece kulübü ve restoranı bunun en iyi örneğidir. Yakın zamanda bu rehberlere giren Ruby, yerel mutfak kültürünü

müşterilerine sunmasının dışında, yine Fransız mutfağının önemli ürünlerinden biri olan "Şatobiryan", konukları tarafından en çok tercih edilen ürünler arasında bulunuyor. Yine Ortaköy'de kumpir gibi sokak lezzetleri birçok insan tarafından tüketiliyor. Boğaz'ın hemen karşı yakasında ise özellikle Üsküdar ilçesinin sınırları içerisinde, İstanbul kültürüne ait geleneksel gastronomi mekânları bulunur. Üsküdar meydanındaki Kanaat ve Öz Bolu Lokantası bunların en iyi örneği. Hatta çoğu mekânlar geleneksel ilçe isimleriyle markalaşmış durumda. Örneğin Çengelköy'de Çengelköy Börekçisi, Beylerbeyi'nde Beylerbeyi Profiterol... Çengelköy Börekçisi'nin ürünleri el emeğine dayalı bir şekilde üretiliyor. Yani otomasyondan uzak, daha geleneksel bir üretime gidilmiş durumda. Bu ilçelerdeki mekân örnekleri konunun daha iyi anlaşılması açısından mühim.

İstanbul'un mekânsal pratikleri farklı çünkü Avrupa yakasında belli başlı yerlerde konumlanmış mekânlar

özelinde yemeğin içeriği daha küresel olarak tasarlanmış hâlde. Avrupa yakasının çoğu yerinde, yerel bir mekân ve yemek kültüründen bahsetmek pek mümkün değil. İstanbul'un Anadolu yakası ise hem mekân hem de yemek kültürü açısından daha geleneksel ve İstanbul tüketicisine yöneliktir. Mekân isimleri ve hatta menü içerikleri bile gelenekselin sunumu şeklinde.

Avrupa yakasında belli başlı yerlerde konumlanmış mekânlar özelinde yemeğin içeriği daha küresel olarak tasarlanmış hâlde. Anadolu yakası ise hem mekân hem de yemek kültürü açısından daha geleneksel ve İstanbul tüketicisine yöneliktir.



Fotoğraf Durmuş Durukan, Kanaat Lokantası



Fotoğraf Durmuş Durukan, Ruby Restaurant

Beslenme ve yemeği tüketme davranışları sadece fizyolojik ihtiyaçların giderildiği, yaşamsal boyutun oluşturulduğu bir etkinlik değil. Ayrıca yemek, kültür ve de kimlik edinme konularında bir araçsallığı barındırıyor. Kültürün birçok öğelerinin sembolleşmesinde taşıdığı anlamlar gibi, beslenme ve yemek yeme davranışları da kendi içerisinde meşru bir alan oluşturma çabasıdır. Bu alanlar primitif (ilkel-ilkçağ) bir toplumda,

gıdanın elde edilmesinden tüketilmesine kadar geçen sürede gündelik hayatın ritimsel ve mitsel boyutlarıyla ilgilidir. Eski toplum formlarında insanlar gıdanın gerekliliğine inandıkları ve yaşamsal yönleri için gıdaları tüketmiş. Bugün ise gastronomi adı altında incelenen yeme içme kültürü, tüketim toplumunun ve neoliberal piyasa ekonomisinin içerisinde kendisine geniş bir alan açmış durumda. Gıdanın hazırlanması, otomasyon

zamanları, üretilmesi ve tüketilmesi süreçlerinde yemeğin sembolik bir anlamı bulunuyor. Birey kimliği, tüketim toplumunda tıpkı yemek tarifinde olduğu gibi sosyal yaşamda da hayatın reçetelerine eklenmiştir. Artık yemeğin tüketilmesi amacına uygun değil, insanlar için bir araçtır. Gastronomi ise öz değerlerinden uzak piyasa ekonomisinin en güçlü ayağıdır. Gastronomi mekânları da bu ayağın en kullanışlı yerleridir.

Notlar

- 1 Lefebvre, H. (2019). *Mekânın Üretimi*, (çev. İ. Ergüden). Sel Yayınları, İstanbul.
- 2 Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, (çev. O. Akınhay, ve D.Kömürçü). Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- 3 Öncü, A. ve Weyland, P. (2016). "Giriş: Küreselleşen Kentlerde Yaşam Alanları ve Kimlik Mücadeleleri" içinde A. Öncü ve P. Weyland (der.) *Mekân, Kültür, İktidar- Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*, (çev. L. Şimşek ve N. Uygun). İletişim Yayınları, İstanbul, s. 13-14.
- 4 Harvey, D. (2011). *Sermayenin Mekânları Eleştirel Bir Coğrafyaya Doğru*, B. Kıcı, D. Koç, K. Tanrıyar ve S. Yüksel (çev.). Sel Yayıncılık, s. 157-158.
- 5 Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu Kültürel Değişimin Kökenleri*, S. Savran (çev.), Metis Yayınları.
- 6 Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- 7 Urry, J. (2018). *Mekânları Tüketmek*, (çev. R.G. Ögdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s.13.
- 8 Tutar, C. (2015). *Reality Programlarının Etkileşimli Doğasında Postmodern Kentin Gündelik Yaşam Dinamikleri*. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İzmir, s. 105.
- 9 Öncü, A. (2016). "İdealinizdeki Ev" Mitolojisi Kültürel Sınırları Aşarak İstanbul'a Ulaştı". İçinde A. Öncü ve P. Weyland (der.), *Mekân, Kültür, İktidar, Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*, (çev. L. Şimşek ve N.Uygun). İletişim Yayınları, İstanbul, s. 86-87.
- 10 Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu - Söylenceleri/Yapıları*, (çev. N. Tutal ve F. Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 102-200.