

PAPER DETAILS

TITLE: Yemegi Cinsiyetlendirmek: Yemekte ve Mutfakta Disilik ve Erillik

AUTHORS: Nazli Terzi, Hayati Besirli

PAGES: 119-130

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4165561>



Yemeği Cinsiyetlendirmek: Yemekte ve Mutfakta Dişilik ve Erillik

(Genderising Food: Femininity and Masculinity in Food and the Cuisine)

Nazlı Terzi¹, Hayati Beşirli²

Makale Geçmişi

ÖZ

Article History

Alındı/Received:

23/08/2024

Kabul edildi/Accepted:

29/12/2024

Article Type:

Araştırma Makalesi

Research Article

DOI: doi:

10.48174/buaad.1537841

Yemek, insanların hayatlarını sürdürebilmesi için en temel ihtiyaçlardan birisidir. Bireylerin yiyecek tercihleri ise ekonomik ve kültürel faktörlerin yanı sıra cinsiyet faktörüne göre de değişmektedir. Literatür değerlendirmesi şeklinde gerçekleştirilen bu çalışmada toplumsal cinsiyetin; kadınlığın ve erkekliğin, yemeği nasıl anlamlandırdığı ve yediklerimize atfettiğimiz anlamlar aracılığıyla yemeklerin de cinsiyetinin olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Toplumsal ve kültürel olarak inşa edilen cinsiyet algısına göre yemekte de erkek ve kadın kimliğinin şekillendiği görülmüştür. Toplum nezdinde kadınlar, nazik ve zayıf; erkekler, güçlü ve cesur olarak algılanmaktadır. Bu algı kapsamında et ve et ürünü yemekler güç ve erkeklikle ilişkilendirilerek çoğunlukla erkeklerin tükettiği ve tüketmesi gereken besinler olarak değerlendirilmektedir. Sebze, meyve gibi düşük kalorili besinler ve tatlılar ise kadınsı olarak görülmekte ve kadınların tercih ettiği besinler olarak değerlendirilmektedir. Erkek ve kadın kimliğine yüklenen anlamlar neticesinde cinsiyetlerin yiyecek tercihlerinin değiştiği, bu anlamlar çerçevesinde erkekler ve kadınlar arasında beslenme çeşidinin farklılaştığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: kimlik; yemek; kadınlık; erkeklik; toplumsal cinsiyet

© 2024 BUAAD-BIJAR. Tüm hakları saklıdır.

Kaynak gösterme / To cite this article:

Terzi, N. & Beşirli, H. (2024). Yemeği cinsiyetlendirmek: yemekte ve mutfakta dişilik ve erillik. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 119-130. doi:10.48174/buaad.1537841

Summary

Food is one of the most basic needs for people to sustain their lives. Individuals' food preferences vary according to gender as well as economic and cultural factors. It is seen that the meanings we attribute to food also change according to gender. From this point of view, this article seeks to answer the question "how is the gender of food formed within the framework of femininity and masculinity?". This study, which is conducted as a literature review, aims to reveal how gender, femininity and masculinity make sense of food and how the gender of food is formed through the meanings we attribute to what we eat. For this purpose, the study explains how meat and meat dishes, vegetable and vegetable dishes, fruits and desserts are gendered according to gender perception within the framework of female and male identity by including the concept of identity.

Identity is socially constructed and gender identities are within this scope. Masculinity and femininity are the result of certain behaviour patterns in society. Both the differences arising from the biological nature of human beings and social construction can be decisive here. This determination of gender has been demonstrated itself in many intersections. The differentiation of food preferences according to gender and the gender of food as an indicator are within this scope. It is seen that meat and meat products are attributed to masculinity and men, while foods such as vegetables, fruits and desserts are feminine and attributed to women. This differentiation is based on social institutions, language and status differentiation. The perception of gender has spread to discourses and spaces and turned into a situation that the person has internalised without realising it and has continued its existence from the past to the present.

Power and power relations appear as a fundamental phenomenon in determining the gender of food and represent status. In this context, it has been observed that the element of power varied according to the identity of men and women, and power was associated with men and masculinity. In this context, meat is considered as an essential of

¹Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sosyoloji Bölümü, nazli_terzi@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-3369-8068

²Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, hayati.besirli@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0002-2051-2471

male power. Meals consisting of meat and meat products are seen to symbolise concepts such as physical endurance and courage and are considered as necessary foods for men by being described as ‘heavy’ food. Men are perceived as strong and brave, and within the scope of this perception, meat and meat product dishes are associated with power and masculinity and are considered as foods that men consume and should consume. Women are perceived as gentle and weak by society. Therefore, low-calorie and ‘light’ meals are associated with women, who are socially perceived to be weaker than men. Vegetable-based foods are seen as foods that do not produce power or produce less power compared to meat, which should be consumed by women. These socially constructed gender perceptions play a role in shaping men's and women's food preferences, also, men and women consume more of certain foods according to gender perceptions.

In conclusion, this study finds out that the food preferences of the genders change as a result of the meanings attributed to male and female identity and that the type of nutrition differs between men and women within the framework of these meanings. In addition, this study also shows that the methods of consumption of food also determine the male or female characters of food. Foods that are eaten by hand and broken with teeth are considered as masculine. These foods are the ones that can be consumed in large pieces. On the other hand, foods that are cut into small pieces are feminine. The seductive feature attributed to sweets is another dimension of their femininity.

Keywords: identity; food; femininity; masculinity; gender

Giriş

Yemek, kültürel ve toplumsal bir olgudur. Toplumsal cinsiyete göre yemeğe atfettiğimiz anlamlar değişmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, “dişilik ve erillik çerçevesinde yiyeceğin cinsiyeti nasıl oluşmaktadır?” sorusuna cevap aranmıştır. Literatür değerlendirmesi şeklinde gerçekleştirilen bu çalışmada, öncelikle kimlik kavramına yer verilerek kadın ve erkek kimliğinin toplumsallaşma sürecinde nasıl şekillendiği açıklanmış ve kadınlık ve erkeklik kavramları ortaya koyularak bu çerçevede yiyeceklere atfedilen toplumsal cinsiyet algısının daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır.

Çalışmada yemek, bir gösterge olarak ele alınarak kadınlık ve erkeklik ekseninde yiyeceğin simgeselliği incelenmiş, kültürel ve toplumsal olarak inşa edilen cinsiyet algısının yemek tercihlerinde etkili olduğuna değinilmiştir. Kadınlara ve kadınlığa atfedilen anlamlar ile sebze ve meyve gibi yiyeceklerin, erkeklere ve erkeklığe atfedilen anlamlar ile et ve et ürünlerinin ilişkilendirildiği görülmüştür. Çalışmada bu ilişkinin nedenleri ortaya koyulmaya çalışılmış, yemek üzerinden statü ve güç göstergelerinin üretildiği ve bu statü ve güç aracılığıyla günümüzde beslenme çeşitleri değişse dahi toplumda nasıl cinsiyetlendirmenin inşa edildiğine ve edilmeye devam ettiğine değinilmiştir. İnşa edilen cinsiyet algısı, yemek tercihlerinin de cinsiyete göre farklılaşmasına neden olmuştur.

Çoğunlukla yemek tercihlerinin; kadınlıkla ve kadınlarla özdeşleşen besinlerin daha çok kadınlar tarafından, erkeklikle ve erkeklerle özdeşleşen besinlerin ise erkekler tarafından tüketildiğinden hareketle yemeklerin cinsiyetinin olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çalışma, Türkiye’de yemek ve cinsiyet ilişkisine dair çalışmaların azlığı nedeniyle önemlidir ve Türkçe literatürde yemeğin cinsiyetine yönelik yeterli çalışma yapılmamıştır. Bu nedenle, Türkiye’de yemek ve cinsiyet ilişkisine dair çalışmaların azlığı nedeniyle literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Kadınlık, Erkeklik ve Kimlik

Kimlik, kişi veya grubun kendisini diğer kişi ve gruplar arasında konumlandırmasını kapsamakta ve kişinin başka bir kişiye yüklediği anlamlar olarak tanımlanabilmektedir (Bilgin, 2007). Kadın ve erkek kimliği, biyolojik cinsiyetin yanı sıra toplumsal olarak da şekillenmektedir ve topluma göre değişen ve şekillenen kadınlıklar ve erkeklikler oluşmaktadır. Genel anlamıyla erkeklik, erkekler ve erkeksi kimlik biçimleri arasındaki ilişkiyi, çeşitlilik ve karmaşıklığı belirtmek için kullanılan bir kavramdır. Erkekliğin, sosyal ve kültürel bağlamlarda göreceli statü ve işlevleri bulunmaktadır (Gough & Conner, 2006). Kadınlık da sosyal ve kültürel bağlamlarda şekillenen, inşa edilmiş statü ve işlevlere sahiptir. Kadın ve erkek kimliğine göre bir kişinin hangi yiyeceği tükettiği ve tüketilen bu yemeğin nasıl algılandığı toplumsal cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

Modern insanın aldığı ve tükettiği yiyecek; bilgi sunma, bir durumu özetleme, bir olguya işaret etme ve iletişim sisteminin işlevsel bir birimi olarak algılanır. Yiyeceğin bir gösterge işlevi bulunmaktadır. Semboller aracılığıyla bir iletişim söz konusudur ve bir mesaj içermektedir (Barthes, 2013). Bu gösterge yalnızca ekonomik olmamakta sosyal ve kültürel olarak da karşımıza çıkmaktadır. Yaşamsal bir faaliyet olan yemek; statü, mekân, cinsiyet gibi unsurlarla ilişkilidir ve yemek kültürü, kültürel kabuller ve uygulamalar sistemi olarak ele alınmaktadır (Sevindik, 2017). Toplumda toplumsal cinsiyetin inşası, erkekler ve kadınlar için farklı beklenti ve davranış kalıpları yaratmaktadır (Stibbe, 2004). Bu davranış kalıpları arasında beslenme şeklimiz de yer almaktadır. Kadınlık ve erkeklik, kültürel olarak inşa edilmekte ve birçok kültürde de yiyecekler, erkeksi ve kadınsı anlamlar taşımaktadır.

Toplumda cinsiyete göre farklılaşan yemek tercihleri söz konusudur ve yemek pratikleri inşa edilmiş bu cinsiyet ayrımına göre şekillenmektedir. Çoğu kültürde; et ve et ürünleri erkeklere ve erkekliğe, sebze ve meyveler ise kadınlara ve kadınlığa atfedilir (Beşirli, 2021). Türk kültüründe de cinsiyet ve yemek ilişkisinin gözlemlenebildiği, dilimize yerleşmiş olan birtakım yemek isimleri mevcuttur. “Dilberdudağı, hanımgöbeği, kadınbudu köfte” gibi yemekler, kadın kimliğine gönderme yapmakta; “vezir parmağı, koç yumurtası” gibi yemekler ise erkek kimliğine gönderme yapmaktadır. “Koçum, tosunum, aslanım, paşam” gibi hitaplar güç unsurunu çağrıştırarak erkek kimliği ile özdeşleşmektedir. Şekerim, tatlım gibi unvanlar kadınlar arasında yaygın ve kullanımı normal karşılanırken erkeklere bu unvanlar söylendiğinde hakaret olarak algılanabilmektedir. Bir başka örnek, esnaf lokantalarıdır. Et, kavurma gibi yemeklerin yaygın olduğu bu mekanların neredeyse erkeklere özel olduğu söylenebilmekte ve erkeksi kimliği yansıttığı görülmektedir (Sevindik, 2017).

Toplumda kadınlık ve erkeklik stereotipleri oluşturulur ve bu stereotipler, kadın ve erkek kimliklerinin oluşmasında etkili olur. Bu kimlikler, ataerkil kültürün yansıması olarak toplumsal cinsiyet rollerinin inşa edilmesiyle oluşturulmuş ve normatif cinsiyetin yapılanması sağlanmıştır.

Toplumsal cinsiyet; çeşitli kurumlar, diller, konumlar ve aygıtlar aracılığıyla toplumda inşa edilmeye çalışılmış ve tarihsel koşullar ve söylemler tarafından şekillendirilmiştir. İnsanların ise cinsiyet rollerinin bazılarını kontrol edebilirken bazılarını kontrol edemediği (Berger vd., 1995) sosyalleşme sürecinde bunları içselleştirdiği görülmektedir. İçselleştirilen kalıplar arasında beslenme düzenimiz de yer almaktadır. Yeme alışkanlıklarına dikkatle bakıldığında erkekler ve kadınlar arasında farklılıklar görülmektedir. Cinsiyet farklılığının gözlemlendiği beslenme farklılıklarının, toplumsal olarak inşa edilen cinsiyet rollerinden; kadın ve erkek kimliğinin inşasından kaynaklandığı söylenebilmektedir.

Yemeğin Cinsiyet ile İlişkilendirilmesi

Literatür incelendiğinde yemek ve güç ilişkisinin iki temel esasla ele alındığı görülmektedir. Bunlardan birincisi, toplumda yaşamsal bir kaynak olan yiyeceğe erişim ve yiyeceği kontrol etme durumuyla farklılaşan güç ilişkisidir. Bu noktada yiyeceğin üretimi, dağıtımı ve tüketim yetkisi, güç unsurunun temel ölçütlerinden birisidir. Genel hatlarıyla ele alındığında bu güç ilişkisinin farklılaşmasının; yeteneğe, sınıfa, aile düzenine ve toplumun genel ekonomik yapısına göre değiştiği görülmektedir (Counihan, 2005). Toplumda farklılaşan güç ilişkileri, farklı cinsiyetlere farklı roller atfedilmesine neden olmuştur. Bu durumun kökeninin avcı toplayıcı dönemden kaynaklandığı ileri sürülmüştür. Avcı toplayıcı dönemde erkekler, avcılık rolünü üstlenerek kadınların ve çocukların yemek ihtiyacını karşılama; et temin etme görevi üstlenmiştir. Bu görev erkeklerin; güç, kontrol ve avlanma yeteneğinin bir araya gelmesi ile gerçekleşmiştir. Kadınlar ise avcı toplayıcı dönemin dayattığı iş bölümünde beslenmek için bitkisel gıdanın teminini üstlenmiş, et için erkeklere bağımlı hale gelmiştir (Fox, 1986). Bu sayede, avcı, sağlayıcı ve mevcut kaynaklar üzerinde hak ve düzenli kontrol iddia eden erkekler, etin birincil tüketicileri konumuna erişmiştir (Fiddes, 2004).

Bu anlayış günümüze kadar süregelen ve avcılık aracılığıyla güç gösterisi, zorunluluktan çıkıp bir etkinlik haline gelmeye başlamıştır. 19. yüzyılın sonlarından İkinci Dünya Savaşı'na kadar ki süreçte büyük hayvan avcılığı (*big game hunting*), erkekliğin inşa edildiği önemli bir etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyük bir avın peşinden koşma, avın peşinden koşanların erkeksi olarak damgalanmasına ve cinsel bir kimlik atfedilmesine olanak sağlamaktadır (Loo, 2001). Kadınlara ve erkeklere geleneksel olarak farklı roller atfedilmesi, günümüzde de varlığını devam ettirmektedir. Kadınların genellikle evde yemek hazırladığı, pişirdiği ve servis ettiği, erkeklerin ise avcılık dönemindeki rollerini yerine getiriyormuş gibi etin sağlayıcısı olduğu görülmektedir. Günümüzde de çoğunlukla yemeğin temin edilmesi erkeğe yüklenen bir görev olarak karşımıza çıkmakta; erkek, eti satın alan ve eve getiren kişi konumunda bulunmaktadır (Fiddes, 2004).

Yaşamın birçok yönünün cinsiyetlendirildiği söylenebilir (Sobal, 2005). Günlük yaşamda cinsiyetin sürekli inşasının söz konusu olduğu dikkate alındığında yiyecek seçimleri de erkeklik ve

kadınlık çerçevesinde inşa edilmekte; erkekliklerin ve kadınlıkların geliştirilebildiği, öğrenilebildiği ve seçilebildiği varsayılmaktadır (Sobal, 2005). Etin önemli bir besin olarak görülmesi, bu besini çocukların beslenmesinde de öncelikli bir konu haline getirmiştir (Kerr & Charles, 1986). Hayvan etini tüketmek, çocukluktan beri geleneksel olarak hem normal hem de arzu edilen bir şey olarak içselleştirilmiştir. Bu nedenle Fiddes et yeme eylemini, Bourdieu'nun "habitus" olarak adlandırdığı şeyin bir parçası olarak ele alabilmemizin mümkün olduğunu ve et yemenin çoğu insan tarafından sorgulanmayan bir ilke olarak karşımıza çıktığını belirtmektedir (Fiddes, 2004).

Yemek ve güç ilişkisinin bir diğer yönü, kişisel güçtür. Kişisel güç, erkeklerin ve kadınların yiyeceklere ve yiyeceklere atfedilen anlamlara yönelik benlik duygusu inşa edip etmedikleri üzerine şekillenmektedir. Erkekler ve kadınların, birbirlerinin bedenleri hakkındaki tutumları ve iştahlarının meşruluğu gibi birçok unsur ele alınarak cinsiyet rolleri ekseninde benlik oluşumlarının birbirlerini onaylayıcı olup olmadığı üzerinde durulduğu görülmektedir. Bu noktada yiyecek ile olan ilişkinin farklılaşan cinsiyet rollerini nasıl tamamladığı ve cinsiyet hiyerarşisinin nasıl üretildiği üzerine incelemeler söz konusudur (Counihan, 2005). Et, erkeklerin hem kadınlar hem de hayvanlar üzerindeki "doğal" kontrollerinin ifadesi olarak görülmektedir. Bifteğin maço olarak algılanışı, başta kırmızı et olmak üzere etin, erkeksi gıda olduğu fikri bu düşüncenin bir yansımasıdır (Fiddes, 2004). Gerçekleştirilen birçok bilimsel çalışma, et ve hayvansal ürünlerin yaygın olarak erkek gücünü temsil ettiğini ortaya koymuştur. Erkek gücünün temel bir unsuru olarak kabul gören et ve hayvansal ürünler, ideal bir eril kimlik için de temel bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır (Nath, 2011). Marul, domates gibi sebze ağırlıklı besinler, başta kırmızı et olmak üzere diğer hayvansal gıdalar ile kıyaslandığında hafif besinler olarak algılanmakta; erkeklerin iştahlarını tatmin ettiğini öne sürdükleri et ve et ürünleri ise erkeklerin ihtiyacı olan enerjiyi sağlayarak erkeksi besin olarak nitelendirilmektedir. Erkeklerin "kanlı büyük yığınlar" (*bloody great pile*) olarak gördükleri et ve et ürünlerinin, ağır sanayi dünyasının yapılandığı fiziksel dayanıklılık ve cesaret gibi erkeksi idealleri doyurduğu görülmektedir (Gough & Connors, 2006).

Besin hiyerarşisinin en tepesindeki et, bilhassa kırmızı et, en değerli yiyecektir ve kutsal olarak kabul görmektedir. Daha düşük statüde balık ve tavuk gibi kansız etler bulunmaktadır. Bu besinlerin altında ise yumurta, peynir gibi hayvansal ürünler yer almaktadır. Et aynı zamanda saygı duyulan bir yemek çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Et, hayvan gücüyle ilişkilendirildiği için et yemenin belirli bir gücü içerdiği düşüncesi hakim bir kültürel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmiş dönemlerde et, kasın kas ile eşleştirilmesi yoluyla özellikle vücut geliştirme ve atletik güç ile bağdaştırılmıştır. Et tüketiminin güç sağladığı inancı, günümüzde de varlığını sürdürmektedir. Bu güç geleneksel olarak insanoğlunun doğasını belirleyen saldırganlık, tutku, cinsellik gibi unsurlar

etrafında yoğunlaşmaktadır ve bu nedenle erkeklerin başta kırmızı et olmak üzere et yemeklerine ihtiyaç duymakta olduğu düşünülmektedir (Twigg, 1984).

Güç ve Enerji Gereksinimi

Toplumun tüm yönleri üzerinde etkili olan güç ilişkilerinin, toplumsal cinsiyetin de belirleyicisi olduğu görülmektedir. Her zaman bir mücadele ile ilişkilendirilen güç ilişkileri, farklı çıkarlara sahip toplumsal grupların birbirleriyle etkileşime girmesiyle ortaya çıkmaktadır. Toplumsal mücadele, kadınlar ve erkekler arasında da görülmekte (Fairclough, 1989), kadın ve erkek arasındaki çatışmalar, geleneksel toplumsal cinsiyetin oluşmasında etkili olmaktadır. Sebze ve meyvelerin ölüm riskini azalttığına dair kanıtlar olmasına rağmen erkekler bu besinleri daha az tüketmekte ve bu nedenle erkekler, beslenme alışkanlıkları nedeniyle birçok sağlık sorunu yaşamaktadır (Courtenay, 2000). Buna rağmen erkeklerin geleneksel erkekliğin oluşturduğu bu beslenme alışkanlığını devam ettirdiği görülmekte; et yemenin erkeklik gücünün ve kadınlar üzerindeki ayrıcalıklarının temsili olması bu durumu teşvik etmektedir (Stibbe, 2004).

Cinsiyete dayalı tüketim kalıplarına bakıldığında; erkekler tarafından harcanan enerjinin büyük bir kısmı et ve hayvansal ürünler, kadınlar tarafından harcanan enerjinin büyük bir kısmı ise sebze ve meyvelerden sağlandığı görülmektedir (Jensen & Holm, 1999). Erkeklerin ve kadınların beslenme alışkanlıklarında bazı farklılıklar görülmektedir. Cinsiyete dayalı yeme alışkanlıklarının sosyal ve kültürel yönleri bulunmaktadır (Jensen & Holm, 1999). Lupton (1996), yiyecek tercihlerinin şekillenmesinde sosyo-ekonomik ayrıcalıkların, kültürel sermayenin yanı sıra cinsiyet ilişkisini de açıklar. Birçok kültürde tatlının kadınsı olarak kalıplaştığı gözlemlenmiştir. Japonya’da tatlı yiyeceklerin neredeyse tamamı yetişkinler tarafından tüketildiğinde dişil olarak görülmektedir ve tatlı yiyecekleri seven erkekler, tatlı sevdiklerini belirttikleri durumlarda kendilerine yüklenen cinsiyet rollerini ihlal etmektedir (Loveday & Chiba, 1985). Yiyecek ve mekânlara verilen isimler üzerinden yemeklere atfedilen cinsiyet anlamlarına dayalı ayrımlar incelenerek yalnızca tatlı yiyeceklerin değil; salata, makarna gibi “hafif” yiyeceklerin de kadınlarla ve kadınsılıkla ilişkilendirildiği ortaya koyulmuştur. Erkek isimleri ise “ağır” görülen ve erkeksi algılanan biftek gibi yiyeceklere özdeşleştirilmiştir (Nilsen, 1995). Bu durum fizyolojik olarak farklı olan kadınların ve erkeklerin yiyeceklerinin de farklı olduğu ve aynı niteliği taşımadığını göstermektedir.

Barthes, yiyeceklerin cinsiyete dayalı tüketiminde, belirli yiyeceklerle aşağılık duygusunu ilişkilendirmiş ve bu nedenle insanların bu yiyeceklerden kaçınma eğilimi gösterdiğini ifade etmiştir. Yiyecekler, erkeksi ve kadınsı olarak ayrılmaktadır ve erkekler, aşağı statü ile ilişkilendirilen besinleri tüketmeme eğilimi göstermektedir. Belirli yiyecek türleri, görsel reklamlarla yüceltilmekte ve hatta cinselliği çağrıştıran görsellerle desteklenerek bir bilinç oluşturulmakta ve böylece insanların yemeğe ilişkin yeni anlamlar üretmesine neden olmaktadır (Barthes, 2013). Batı kültüründen

hareketle örtüşen ama kayıp göndergelere atıfta bulunan Adams da görsel reklamlar aracılığıyla kadın yerine insan olmayan bir canlının, hayvanın, kadının pornografik temsili olarak sunulduğunu ortaya koymuştur. Kayıp göndergeler, maddi bir gerçekliği elinde tutma ve metafora dönüştürme işlevi sunmaktadır ve görsel reklamlar aracılığıyla cinsellik ve et yemek arasında kayıp gönderge kesişimi sunularak kültürel imgelerin oluşturulmasına neden olmaktadır (Adams, 2022).

Yeme Süreci

Gıdaların toplumsal tanımlarının ve anlamlarının oluşturulmasında, yeme sürecinde bedeni kullanma biçimi ve yeme üslubu da belirleyici olmuştur. Erkek ve kadının farklı fizyolojik özelliklere sahip olması, biyolojik organizma olarak büyük veya küçük cüsseli varlıklar olması gıdalara ilişkin bir yemek tarzı beklentisi oluşturmaktadır. Büyük olan ve küçük olanın yeme biçimi farklıdır. Büyük olmak büyük lokmalarla yemeyi, daha büyük parçalar tüketmeyi ve daha hızlı tüketmeyi çağrıştırmaktadır. Balık örneğinden hareket eden Bourdieu, balıkların kılçıkları nedeniyle yavaşça ve küçük lokmalar halinde yenilmesi gerektiğinden eril bir yemek yeme üslubuna uymadığını ve kadının doğasına yakışan bir yemek yeme üslubu olduğunu, bu nedenle de erkek eline yakışmayan bir besin olarak algılandığını belirtmiştir. Burada sözü edilen eril yemek yeme üslubu, erkeksiliğe atıfta bulunmakta; büyük lokmalarla ve ağız dolusu yemek yemekle ilişkilendirilmektedir (Bourdieu, 2015, s. 281-282). Her iki cinsiyet arasındaki gıda paylaşımında; büyüğü, güçlüyü, fazlasını tüketmek erkeğe düşmektedir. Kadınlar ise küçük, narin ve daha az tüketimle eşleştirilmektedir. Besleyici besin olarak güç, kuvvet, sağlık veren ve kan yapan besin ettir ve et erkeklere yakışan; salata gibi yeşillikler ise kadınlara yakışan bir besindir. Buradaki söz konusu ayırım, kadınların etten mahrum bırakıldığı anlamına gelmemekte; kadınların doğasından kaynaklanan bir nedenle açıklanmaktadır. Kadınların doğasında, erkeklerin doğasında olduğu gibi et yemek bir eksiklik olarak görülmediğinden ve erkeğin damak tadıyla kadının damak tadı aynı olmadığından dolayı, kadınlar et tüketmediklerinde eksiklik hissi yaşamayacaktır (Bourdieu, 2015). Bu durum, genel bir ifade ile birtakım tüketim kalıplarının oluşturulduğu şekilde açıklanabilmektedir; erkekler et yemeyi tercih ediyorken kadınlar et yemeden de idare edebilmektedir (Jensen & Holm, 1999).

Yenilenin Niteliği

Vejetaryenler, et tüketmeyen beslenme çeşidini benimseyen kişiler olarak tanımlanmakla birlikte (Barr & Chapman, 2002); veganlar, hayvansal kökenli hiçbir besini tüketmeyen kişiler (White & Frank, 1994) olarak tanımlanmaktadır. Bu beslenme türleri her geçen gün daha da popüler hale gelerek vejetaryenliği ve vegan etik tutumu benimseyenlerin sayısı günden güne artmakta (Beardsworth, 1991; Leitzmann, 2014); vejetaryenlik ve veganlık, özellikle gençler arasında daha da yaygınlaşan bir etik tutum ve beslenme rejimine dönüşmektedir (Clarys vd., 2014). Bu beslenme biçimlerini benimseyen kişilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında ise kadınların sayısının erkeklerin

sayısından daha fazla olduğu görülmektedir (Barr & Chapman, 2002). Birçok araştırma da kırmızı et tüketiminin kadınlara kıyasla erkeklerde daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır (Akçay & Vatansever, 2013; Rothgerber, 2013; Kerr & Charles, 1986).

1986 yılında yapılan bir araştırmada, kadınlardan oluşan örneklemin %85'inin aile içerisinde hangi yiyecekleri satın alacaklarına kadınların karar verdiğini ortaya koymuş; ancak kadınların bu kararı almasında aile üyelerinin neyi sevip sevmediğinin etkili olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle kadınların yemek seçimlerinin büyük ölçüde erkeklerin yemek tercihi tarafından şekillendiği ortaya çıkmıştır (Kerr & Charles, 1986). Erkeklerin toplam et tüketiminin kadınların ve çocukların et tüketimine kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiş; bu nedenle erkeklerin et yeme tercihlerinin ailelerde etin düzenli olarak tüketilmesini sağladığı görülmüştür (Kerr & Charles, 1986).

Erkeklerin et tüketimi hakkındaki görüşlerine bakıldığında da et yemek erkekler için “gerçek erkek” olmak anlamına geldiği görülmüştür. Erkekler et yemeyi erkeklikleri gereği yenmesi gereken bir yiyecek olarak meşru kılmış ve daha fazla et yiyen erkeklerin daha erkeksi görüldüğüne ulaşılmıştır (Rothgerber, 2013). Bitkisel temelli beslenmenin yaygınlaşmasıyla vejetaryenliğin ve veganlığın erkekler tarafından da bir beslenme çeşidi olarak benimsenmeye başladığı, vejetaryen ve vegan erkek sayısında artış olduğu görülmektedir. Bu durum ise Adams (2022) tarafından, vejetaryen olan erkeklerin erkek rolünün önemli bir kısmına meydan okudukları şeklinde ifade edilmiştir. Adams’a göre vejetaryen olan erkekler, kadınların yiyeceklerini seçmeleriyle erkeksi ayrıcalıklarının birinden vazgeçmektedirler. Bu durumda toplumda kadınsı olarak görülen besin rejimine uygun davranan erkekler, “hanım evladı”, “nonoş” gibi erkekliklerini sorgulayıcı ve aşağılayıcı olumsuz ataerkil tanımlarla nitelendirileceklerdir. Geleneksel erkekliğin başat kuralı erkeklerin kadınlığı ima eden herhangi bir şeyi asla yapamaz oluşudur ve erkeklik, kadınlığın net ve acımasız bir şekilde reddedilmesi olarak açıklanmaktadır. Büyük beden kıyafet giymek, erkekler için fiziksel bir ideali, büyük ve kaslı bir vücuda sahip olmayı temsil etmektedir. Bu nedenle erkeklerin düşük kalorili beslenmesi; zayıf, korkak, muhallebi çocuğu (*sissy*) gibi algılanmakta ve potansiyel olarak erkekliğe yöneltilecek bir tehdit unsuru olarak görülmektedir (Bentley, 2004).

Bitkisel ağırlıklı beslenmenin etik tutuma bağlı olarak yaygınlaşmasıyla yemeğe atfedilen cinsiyet algısının günümüzde yavaş yavaş değişmeye başladığı görülse de bu algı varlığını hala sürmektedir. Vejetaryenliğin ve veganlığın hala kadınlara özgü bir beslenme biçimiymiş gibi algılandığı görülmektedir. Kişiler her ne kadar bu durumu inkar etse de, yiyeceklerin cinsiyetlendirilmiş olmasını benimsemeseler de, yemek tercihlerinde cinsiyete dayalı ayrımların var olduğu ve devam ettiği ortaya koyulmuştur (McPhail vd., 2015). Bitkisel ağırlıklı beslenmenin kadınlara özel olmaktan çıkıp toplumda yaygın bir beslenme çeşidine dönüşmeye başlaması, erkekler arasında da bitkisel ağırlıklı beslenmenin artmasını sağlamaktadır. Hayvan tüketiminin sosyal ve

kültürel normlarını reddeden erkeklerin deneyimlerini anlamak amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Özellikle vegan beslenen erkeklerin hepçil erkeklere göre daha az erkeksi algılandığı ortaya koyulmuştur (Thomas, 2015). Et yemeyen erkeklerin var olan erkeklik normlarını nasıl yıktığının veya benimsediğinin incelenmeye çalışıldığı bir çalışmada, vejetaryen ve vegan erkeklerin et yememeyi savunmak zorunda kaldıkları ve hegemonik erkeklik normlarının bir sonucu olarak erkekliklerinin sorgulanmasına maruz kaldıkları gözlemlenmiştir (Nath, 2011).

Erkeklik ve et arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalara bakıldığında, çalışmalarda erkeklerin, tükettikleri besinler aracılığıyla cinsiyet inşa etmeye (*doing gender*) çalıştıkları görülmektedir (Julier & Lindenfield, 2005). Geleneksel bir algı olarak et üzerinden erkeklik inşası söz konusu olsa da güncel çalışmalarda erkeklerin yalnızca et değil, bitkisel besinler üzerinden de erkeklik inşası gerçekleştirmeye çalıştıkları görülmektedir. Vegan ve vejetaryen erkekler üzerinde gerçekleştirilmiş bir çalışmada, bu beslenme çeşidini benimseyen erkeklerin kendilerine atfedilen kadınsı kimlikleri kabul etmek yerine, kadınsı bir pratik olarak algılanan vegan ve vejetaryen beslenmeyi erkeksileştirmeye çalıştıkları ve var olan cinsiyet ayrımcılığına bu şekilde meydan okumaya çalıştıkları görülmüştür (Mycek, 2018). Vegan blog paylaşımlarının ve yorumlarının incelendiği bir çalışmada da başta et alternatifi yemekler olmak üzere bazı vegan yemeklerin cinsiyetçi dil kullanılarak anlatıldığı ortaya koyulmuştur. Erkeklerin sebze yemeye gönülsüz ve etobur olarak tanımlandığı, bazı yemeklerin etin alternatifi olarak erkeklere de uygun olduğunun vurgulandığı görülmüştür. Bunun yanında vegan köfte gibi yemekler; et gibi tatmin edici, kocaman gibi sıfatlarla erkeksileştirilmektedir. Geleneksel erkekliğin güç unsurunun tatmini amacıyla vegan yiyeceklerin yüksek protein içerdiği ve iştahlı kişilere göre olduğuna dikkat çekilmiştir (Hart, 2018). Toplumda hakim olan toplumsal cinsiyet algısının süregelenliğinin devam ettirildiği ve beslenme çeşitleri değişse dahi bitki temelli besinler üzerinden de erkeklik inşasının sürdüğü görülmektedir.

Sonuç

Kimlik, toplumsal olarak inşa edilir. Cinsiyet kimlikleri de bu kapsamdadır. Erkeklik ve kadınlık, toplumda belirli birtakım davranış kalıplarının sonucudur. Hem insanın biyolojik doğasından kaynaklanan farklılıklar hem de toplumsal inşa burada belirleyici olabilmektedir. Cinsiyetin bu belirlemişliği birçok kesişimsellikte kendini ortaya koyacaktır. Yemek tercihlerinin cinsiyete göre farklılaşması ve yemeğin bir gösterge olarak cinsiyete sahip olması bu kapsamdadır. Et ve et ürünü yiyeceklerin erilliğe ve erkeklere atfedildiği; sebze, meyve, tatlı gibi yiyeceklerin ise dişi olduğu ve kadınlara atfedildiği görülür. Bu farklılaşmanın temelinde; toplumsal kurumlar, dil, statü farklılaşmaları yatar. Toplumsal cinsiyet algısı, söylemlere ve mekanlara da sirayet ederek farkında olmadan kişinin içselleştirdiği bir duruma dönüşmüş ve geçmişten günümüze değin varlığını devam ettirmiştir.

Güç ve güç ilişkileri yemeğin cinsiyetinin belirlenmesinde temel bir olgu olarak karşımıza çıkmakta ve statüyü temsil etmektedir. Bu bağlamda güç unsurunun kadın ve erkek kimliğine göre değiştiği görülmüş ve güç erkeklerle, erkeklikle ilişkilendirilmiştir. Bu çerçevede et, erkek gücünün temel bir unsuru olarak değerlendirilmiştir. Et ve et ürünlerinden oluşan yemeklerin fiziksel dayanıklılığı ve cesaret gibi kavramları sembolize ettiği ve “ağır” yemek olarak nitelenerek erkekler için gerekli yiyecekler olarak ele alındığı görülmektedir. Düşük kalorili ve “hafif” görülen yemekler ise toplumsal olarak daha zayıf görülen kadınlarla ilişkilendirilmiş ve sebze ağırlıklı yiyecekler, daha çok kadınların tüketmesi gereken güç üretmeyen, besinler olarak nitelendirilmiştir.

Besinlerin tüketimine ilişkin usuller de yiyeceğin erkek veya kadın karakterlerini belirlemektedir. El ile yenilen, diş ile parçalanmış yiyecekler erkeksidir. Bu yiyecekler büyük parçalar halinde tüketilebilen yiyeceklerdir. Bunun yanında küçük parçalara bölünen yiyecekler ise kadınsıdır. Tatlılara atfedilen baştan çıkarıcı olma özelliği tatlılıklarının kadınsılıklarının bir başka boyutudur.

Kaynakça

- Adams, C. J. (2022). *Etin Cinsel Politikası: Feminist-Vejetaryen Eleştirel Kuram*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Akçay, Y., & Vatansever, Ö. (2013). Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 43-60.
- Barr, S. I., & Chapman, G. E. (2002). Perceptions and practices of self-defined current vegetarian, former vegetarian, and nonvegetarian women. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(3), 354-360.
- Barthes, R. (2013). Towards a psychosociology of contemporary food consumption. C. Counihan & P. van Esterik (Eds.), *Food and Culture* (23-30). Routledge.
- Beardsworth, A. D., & Keil, E. T. (1991). Vegetarianism, veganism, and meat avoidance: recent trends and findings. *British Food Journal*, 93(4), 19-24.
- Bentley, A. L. (2004). The other Atkins revolution: Atkins and the shifting culture of dieting. *Gastronomica*, 4, 34-45.
- Berger, M., & Wallis, B., & Watson, S. (1995). Introduction. M. Berger & B. Wallis & S. Watson (Eds.), *Constructing Masculinity* (1-7). Routledge.
- Beşirli, H. (2021). *Yemek Sosyolojisi: Yiyeceklere ve Mutfaka Sosyolojik Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. Ankara: Aşina Kitaplar.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım: Beğeni yargısının toplumsal eleştirisi*. Heretik Yayınları.
- Clarys, P., Deliens, T., Huybrechts, I., Deriemaeker, P., Vanaelst, B., De Keyser, W., Hebbelinck, M., & Mullie, P. (2014). Comparison of nutritional quality of the vegan, vegetarian, semi-vegetarian, pesco-vegetarian and omnivorous diet. *Nutrients*, 6(3), 1318-1332.

- Counihan, C. M. (2005). Introduction—Food and Gender: Identity and Power. C. M. Counihan & S. L. Kaplan (Eds.), *Food and Gender: Identity and Power* (1-11). Harwood Academic Publishers.
- Courtenay, W. H. (2000). Behavioral factors associated with disease, injury, and death among men: evidence and implications for prevention. *The Journal of Men's Studies*, 9(1), 81-142. <https://doi.org/10.3149/jms.0901.81>
- Gough, B., & Conner, M. T. (2006). Barriers to healthy eating amongst men: a qualitative analysis. *Social science & medicine*, 62(2), 387-395.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fiddes, N. (2004). *Meat: A natural symbol*. Routledge.
- Fox, R. (1986). The conditions of sexual evolution. P. Aries & A. Beijin (Eds.), *Western Sexuality Practice and Precept in Past and Present Times* (1-13). Basil Blackwell.
- Hart, D. (2018). Faux-meat and masculinity: the gendering of food on three vegan blogs. *Canadian Food Studies/La Revue canadienne des études sur l'alimentation*, 5(1), 133-155.
- Jensen, K. O., & Holm, L. (1999). Preferences, quantities and concerns: socio-cultural perspectives on the gendered consumption of foods. *European Journal of Clinical Nutrition*, 53, 351-359.
- Julier, A. P., & Lindenfeld, L. (2005). Mapping men onto the menu: masculinities and food. *Food and Foodways*, 13, 1-16.
- Kerr, M., & Charles, N. (1986). Servers and providers: the distribution of food within the family, *The Sociological Review*, 34(1), 115-157.
- Leitzmann, C. (2014). Vegetarian nutrition: past, present, future. *The American journal of clinical nutrition*, 100(suppl_1), 496S-502S.
- Loo, T. (2001) Of moose and men: hunting for masculinities in British Columbia, 1880–1939. *Western Historical Quarterly*, 32 (3), 296–319, <https://doi.org/10.2307/3650737>
- Loveday, L., & Chiba, S. (1985). Partaking with the divine and symbolizing the societal: the semiotics of Japanese food and drink. *Semiotica*, 56(1-2), 115-132. <https://doi.org/10.1515/semi.1985.56.1-2.115>
- Lupton, D. (1996). *Food, the Body and the Self*. Sage Publications.
- McPhail, D., & Beagan, B., & Chapman, G. E. (2012). “I Don't Want to be Sexist But...”: Denying and re-inscribing gender through food. *Food, Culture & Society*, 15(3), 473-489.
- Mycek, M. K. (2018). Meatless meals and masculinity: How veg* men explain their plant-based diets. *Food and Foodways*, 26(3), 223-245.
- Nath, J. (2011). Gendered fare? A qualitative investigation of alternative food and masculinities. *Journal of Sociology*, 47(3), 261-278.
- Nilsen, A. P. (1995). From Aunt Chilada's to Cactus Willy's: gender naming in the marketing of food in Arizona. *Names*, 43(1), 29-52.

- Rothgerber, H. (2013). Real men don't eat (vegetable) quiche: masculinity and the justification of meat consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(4), 363-375.
- Sevindik, A. (2017). Türk Halk Kültüründe Yemek ve Cinsiyet İlişkisi. *Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi*, 6(13), 11-20.
- Sobal, J. (2005). Men, meat, and marriage: models of masculinity. *Food and foodways*, 13(1-2), 135-158.
- Stibbe, A. (2004). Health and the Social Construction of Masculinity in *Men's Health Magazine*. *Men and Masculinities*, 7(1), 31–51. <https://doi.org/10.1177/1097184X03257441>
- Thomas, M. A. (2016). Are vegans the same as vegetarians? The effect of diet on perceptions of masculinity. *Appetite*, 97, 79-86. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.11.021>
- Twigg, J. (1984). Vegetarianism and the meanings of meat. A. Murcott (Ed.), *The Sociology of Food and Eating: Essays on the Sociological Significance of Food* (18-30). Gower Publishing.
- White, R., & Frank, E. (1994). Health effects and prevalence of vegetarianism. *Western Journal of Medicine*, 160(5), 465-470.