



Cinsiyetlendirilmiş Yiyecek Adlarına İlişkin Bakış Açısının Değerlendirilmesi (Evaluating the Perspective Related to the Gendered Food Names)

Nebahat TARHAN ^a , Ferah ÖZKÖK ^b , *Müesser KORKMAZ ^b

^a Çanakkale Onsekiz Mart University, Graduate Education Institute, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Çanakkale/Turkey

^b Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Çanakkale/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 26.11.2021

Kabul Tarihi: 24.12.2021

Anahtar Kelimeler

Yiyecek adları

Toplumsal cinsiyet

Lezzet

Kadın

Öz

Yiyecekler sosyal yaşamla güçlü bir şekilde ilişkilidir. Yiyeceklerin cinsiyetlendirilmiş söylemleri ise bir toplumda cinsiyetlere biçilen rollerin sosyal kabulünü artırmak için kullanılabilir ya da erkeklerin ve kadınların gıda tüketim kalıplarının çerçevelenmesinde etkili olabilir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı kadınlık ve erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirilmiş bazı yiyecek adlarının toplumda yarattığı bakış açısının belirlenmesidir. Çalışmanın verileri çevrimiçi ortamda yüz yüze görüşme ve form doldurma tekniği ile elde edilmiştir. Çalışmada 40'ı kadın ve 35'i erkek olmak üzere toplamda 75 katılımcıya ulaşılmıştır. Çalışmada ulaşılan verilerin analizinde “Tema Analizi ve Betimsel Analiz” kullanılmıştır. Çalışma sonucunda cinsiyetlere özgü anlamları olan bazı isimlerin yiyeceklerin adlandırılmasında kullanılmasının insanlarda bazı çağrışımlara sebep olduğu belirlenmiştir. Bu çağrışımlar insanların olumlu veya olumsuz duygu ve düşüncelerini etkilemekle birlikte bu durum tüketime de yansımaktadır. Toplumsal cinsiyete, Türk kültürüne has yiyecek adları çerçevesinde bakıldığında, katılımcıların çoğunun özellikle kadınlara vurgu yaparak, belirlenen yiyecek adlarında cinsiyetçilik kategorisini ön plana çıkardıkları görülmüştür. Bu adlandırmaların toplumda, cinsiyet ayrımcılığı şeklinde bir algı oluşturduğu söylenebilir. Çalışmada ulaşılan sonuçlar kapsamında yemeğin fizyolojik ihtiyacın ötesinde sembolik bir anlama sahip olduğu ifade edilebilir.

Keywords

Food names

Gender

Flavor

Woman

Abstract

Food is strongly associated with social life. The gendered discourse of food can be used to increase the social acceptance of gender-valued roles in society or it can be effective in framing the food consumption patterns of men and women. The study aims to figure out how particular food names influence people's perspectives of femininity and masculinity. The data of the study were obtained by face-to-face interview and form filling technique online. A total of 75 participants were reached in the study, 40 of whom were women and 35 were men. "Theme Analysis and Descriptive Analysis" was used in the analysis of the data obtained in the study. As a result of the study, it was determined that the use of certain names with gender-specific meanings in the naming of food causes some connotations in humans. These connotations affect people's positive or negative feelings and thoughts, but this is also reflected in consumption. When gender is viewed within the framework of food names specific to Turkish culture, it has been observed that most of the participants emphasize sexism in the designated food names, especially by emphasizing women. It can be said that these namings create a perception of sexism in society. The results of the study may indicate that food has symbolic meaning beyond physiological need.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: m.cesurkorkmaz@comu.edu.tr (M. Korkmaz)

DOI: 10.21325/jotags.2021.930

GİRİŞ

Tutumlar, inançlar, uygulamalar ve yaşam biçimlerindeki cinsiyete dayalı farklılıklar, sosyal bilimlerin çoğu dalında muazzam miktarda araştırma ve spekülasyonun odak noktası haline gelmiştir (Beardsworth, Goméz-Corona & Valentin, 2002). Cinsiyetlerin anlam ve rolleri onların biyolojik biçimlerinden bağımsız her toplumun kendi kültürüne bağlı olarak inşa edilir (Aydın & Erdal, 2013). İnsanların biyolojik cinsiyeti doğal, toplumsal cinsiyeti ise sosyo-kültürel olduğu için kadınlık ve erkekliğe ilişkin biçilen roller ve kalıplar toplumdan topluma, bir zaman diliminden diğerine farklılıklar gösterebilir (Akın 2007; Akın & Demirel, 2003; Bal, 2014; Dökmen, 2004; Kottak, 2002; Ökten, 2009; Özaydınlık, 2014; Saraç, 2013; Scott, 2007; Turan, Öztürk, Kaya & Aştı, 2011). Sosyoloji literatürüne Ann Oakley (1972) tarafından kazandırılan “toplumsal cinsiyet” kavramı kadınlar ile erkekler arasındaki farklılıkların toplumsal düzlemde kurulmuş rolleri olarak tanımlanmaktadır. Fakat bu terimin kapsamı yalnızca bireysel kimliği ve kişiliği değil, ayrıca sembolik düzeyde erkekliğin ve kadınlığın kültürel idealleri ile stereotiplerini de içine alacak şekilde genişlemiştir (Marshall, 1999; Vatandaş, 2007).

Beslenme insan yaşamının devam ettirilebilmesi için gerekli olan fizyolojik ihtiyacın yanı sıra kültürel, sembolik ve dini anlamları da bünyesinde barındırır. Yiyecek ve içecekler, etnik, dini ve sınıfsal farklılıklara sahip olmasının yanında cinsiyete dayalı farklılıkların ortaya çıktığı bir alan olarak da karşımıza çıkmaktadır (Gürhan, 2018). Toplumsal cinsiyetle ilgili farklılıklar ve stereotipler birçok alanda olduğu gibi yeme ve içme davranışlarını da etkiler (Zellner, Garriga-Trillo, Rohm, Centeno & Parker, 1999). Gıda tüketiminin, yaşamı sürdürmek için gereken besinleri ve enerjiyi sağlamanın ötesinde etkileri vardır. Yiyecekler sosyal yaşamda önemli bir rol oynadığı için sembolik değerlere sahip olabilir ve bir uyarıcıyı temsil edebilirler. Aslında, insanların başkalarıyla olan etkileşimleri genellikle yemek yemeyi içerir ve öğünlerin çoğu başkalarının varlığında tüketilir. Gıda alımını çevreleyen sosyal atmosferin yanı sıra, sosyal durum ile gıda alımı arasında güçlü bir dinamik vardır ve bu dinamik gıda alımını yöneten sosyal normları da içerisine dahil eder (Herman, Roth & Polivy, 2003).

Her toplumda cinsiyet kalıp yargılarına dayanan toplumsal cinsiyet rolü beklentileri vardır. Yeme-içme eylemi, fizyolojik ihtiyaçlar, zevk veya ifade için de olmak üzere, insan davranışının merkezinde yer alır. Görünüşte basit ve mekanik olan bu eylemler, farklı tabiatlara sahip bir dizi faktörden (fizyolojik, biyolojik, sosyal vb.) etkilenen karmaşık bir seçim olgusunun sonucudur (Köster, 2009). Sosyal bir olay olarak, gıda tüketimi çeşitli değerlerden etkilenir ve bireysel düzeyde, kişi genellikle yemek ve yemek yeme hakkında bazı klişelere sahip olabilir (Kimura vd., 2009). Yiyecek ve içeceklerin cinsiyetlendirilmiş söylemleri normatif cinsiyet kimliklerini ve cinsiyet baskısını somutlaştırmaya yardımcı olduğu gibi erkeklerin ve kadınların gıda tüketim kalıplarının da çerçevelenmesinde etkili olur (Lupton, 1996). Kültürel kodlamaları olan bazı yiyecek isimleri ve şekilleri, kendine ait cinsi kimlikleri taşıyabilir ve göstergeleri üzerinden onları deneyimleyenlere ve anlamlandırmaya çalışanlara sözsüz mesajlar verir (Sevindik, 2017).

Genel olarak cinsiyet ve toplumsal cinsiyet, nesnelere ve durumlara yaklaşma şekillerini etkiler. Bu durum sosyal bilimler alanında köklü bir tartışma konusu olmasına rağmen, gıda ve tüketici algılarını içeren ampirik çalışmalar da dahil olmak üzere, cinsiyet, toplumsal cinsiyet ve gıda arasındaki ilişkiyi ele alan tartışmalar günlük hayatımızda hala ihmal edilmektedir (Rodrigues vd., 2020). Yiyecekler sosyal yaşamla güçlü bir şekilde ilişkilidir. Yiyeceklerin adlandırılması ise o toplumdaki cinsiyetlere biçilen rollerin sosyal kabulünü artırmak için kişinin kadınlığını veya erkekliğini ifade etmek için kullanılabilir. Bugüne kadar yapılmış çalışmalarda hem yenen yiyecek miktarının hem

de seçilen yiyecek türünün büyük ölçüde cinsiyetlendirildiği ve bu nedenle toplumsal etkileşimlerde cinsiyet kimliğinin bir işareti olarak kullanılabildiği görülmektedir (Kimura vd., 2009; Kubberød, Ueland, Rødbotten, Westad & Risvik, 2002; Prättälä vd., 2007; Lax & Mertig, 2020; McPhail, Beagan & Chapman, 2012; Rozin, Hormes, Faith & Wansink, 2012; Shin & Mattila, 2019; Zhu, Brescoll, Newman & Uhlmann, 2015). Buna rağmen yiyeceklerin kadınlık ve erkeklik bedeni üzerinden isimlendirilmesinin toplumsal cinsiyetle ilişkisini ele alan çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı kadınlık ve erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirilmiş yiyecek isimlerinin tespit edilip bu yiyeceklerin toplumda yarattığı bakış açısını anlamaktır.

Yiyecekler ve Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyetle ilgili farklılıklar ve stereotipler birçok alanda olduğu gibi yeme ve içme davranışlarını da etkiler. Gıdaların cinsiyetlendirilmesi biyolojik temelli olmaktan ziyade büyük ölçüde kültürel olarak inşa edilmiştir (Zellner vd., 1999). Örneğin bir öğünde daha az yemek yiyen bireyler ya da daha küçük porsiyon boyutları genellikle kadınlıkla veya daha az erkeksi olmakla ilişkilendirilmektedir (Bock & Kanarek, 1995; Cavazza, Guidetti & Butera, 2015). Et tüketiminin ise yaygın kullanımıyla erkeklere özgü bir stereotip olduğu görülmektedir (Kubberød vd., 2002; Lax & Mertig, 2020; Prättälä vd., 2007; Rozin vd., 2012). Yiyeceklerin toplumsal cinsiyet tarafına bakıldığında, güçlü olarak kabul edilen yiyeceklerin erkeği, zayıf olarak kabul edilenlerin ise kadını temsil ettiği görülmektedir. Örneğin güçlü olarak kabul edilen et ve et ürünleri erkeği tam tersi sebze ve meyve ürünleri ise kadını temsil eder şeklinde bir simgesellik ön plandadır (Beşirli, 2017).

Et ile erkeklik arasında metaforik bir ilişki vardır (Rozin vd., 2012) ve et, beslenme kültüründe toplumsal cinsiyete dayalı farklılıkların en çok görüldüğü yiyecek türlerinden biridir. Et tüketimi birçok kültürde geleneksel olarak bir erkeklik göstergesi olarak belirtilmiş ve avcılık, saldırganlık, güçlülük, doğa üzerinde tahakküm kurma gibi erkekliğe atfedilen birtakım özellikler ile ilişkilendirilmiştir (Çarpar, 2020). Diğer yandan sebzeler, süt ürünleri, balıklar, meyveler ve tatlılar genellikle kadınsı yiyecekler olarak kabul edilir (O'Doherty Jensen & Holm, 1999). Fakat bu tip kalıp yargılar kültürden kültüre değişkenlik göstermektedir. Örneğin bir çalışmada Amerikalı kadınlarda erkeklere oranla çikolata yeme isteği daha sıkken İspanya ve Mısır'da böyle bir fark görülmemiştir (Zellner vd., 1999).

Toplumsal cinsiyet rolleri gıda seçimini dolaylı yollardan da etkileyebilir. Örneğin sağlıklı yiyecekler kadınlıkla, sağlıksız yiyecekler ise daha çok erkeklikle ilişkilendirilmektedir (Kimura vd., 2009; Shin & Mattila, 2019; Zhu vd., 2015). Yiyeceklerle ilgili cinsiyet temelli stereotipi oluşturan potansiyel faktörlerden yiyecek türü, porsiyon boyutu ve yemek sunumunun rolü ve bunların toplumsal cinsiyet temelinde bazı yiyecekleri yemeye yönelik niyetleri üzerindeki dolaylı etkileri üzerine bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar küçük ve zarif bir Caprese salatası görüntüsüne maruz kaldıklarında daha kadınsı, büyük ve kaba bir hamburger görüntüsüne maruz kaldıklarında ise daha erkeksi gibi bir değerlendirmede bulunmuşlardır. Caprese salatası, hamburger (büyük porsiyon ve kabaca sunulan) göre daha “kadınsı yiyecek” olarak görülme eğilimindedir ve bu nedenle kadınlar onu yeme konusunda erkeklerden daha belirgin bir niyet ifade etmişlerdir (Cavazza vd., 2015). Genellikle yağ oranı düşük olan yiyecekler ve daha küçük porsiyonlarda sunulan yemekler insanlarda daha kadınsı bunun tam tersi daha büyük porsiyonlarla sunulanlar ise daha erkeksi olarak görülmektedir (Vartanian, Herman & Polivy, 2007).

Belli yiyecekler ile toplumsal cinsiyet arasındaki ilişki farklı disiplinlerde geniş çapta tartışılmıştır. Amerika'da yapılan bir çalışmada katılımcılar yiyeceğin cinsiyetlendirilebileceği fikrini ve buna bağlı olarak cinsiyetlendirilmiş yiyeceklerin kendi yiyecek seçimlerini çerçevelediğini reddetmişlerdir. Fakat Kanada'da kırsal ve kentsel bölgelerde

yaşayan 22 aileyle yapılan görüşme sonuçları bunun tam aksini göstermiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre cinsiyetlendirilmiş söylemler katılımcıların algılarını ve günlük gıda tüketim alışkanlıklarını çok etkilemektedir. Katılımcılar pek çok yiyeceğin eril veya dişil olduğunu açıkça belirlemiş ve genellikle tipik olarak cinsiyete göre yemek yediklerini bildirmişlerdir (McPhail, vd., 2012).

Pek çok ülkede kırmızı et, ataerkil güç ve performans kavramlarını yansıtan bir erkeklik simgesi (Schösler, Boer, Boersema ve Aiking, 2015), meyve ve sebzeler ise (daha sağlıklı beslenmeyi ifade ettiği için) kadınsı bir sembol (Rozin vd., 2012) olmasına rağmen bu semboller, gıda mevcudiyeti, din vb. gibi çevresel ve kültürel faktörlere bağlı olduklarından evrensel değildir (Rodrigues vd., 2020). Örneğin Arjantin’de et hem erkekler hem de kadınlar için mutfak kimliğinin merkezidir (Pavan, Grigioni, Aguirre & Leal, 2017). Yeme ve içme kültürün temelini oluşturduğundan, bir kültürde bulunan cinsiyet farklılıklarının başka bir kültürde ortaya çıkmayabileceğinin altını çizmek önemlidir. Bu nedenle, toplumsal cinsiyetin yeme-içme davranışları üzerindeki etkisini tam olarak anlamak için zaman ve mekân dikkate alınmalıdır (Rodrigues vd., 2020).

Yiyeceklerin Dili ve Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet, kültür tarafından kişilere yüklenen düşünce ve davranışlardan oluşur (Kocaer, 2006). Bunun yanında toplumların varlığının vazgeçilmez unsurlarından biri olan dil insanların dünyayı algılamasında ve değerlendirmesinde, kültürlerin, ideolojilerin aktarılmasında en büyük araçlardan biridir. Toplumsal cinsiyetin yansımada kullanılan bir araç da dildir ki bu araç, düşünceyle iç içe olup toplumun deneyimlerinin ve algılarının bir yansıması olduğu için çok güçlüdür. Düşünceler, davranışlar ve gerçeklikler dilin oluşumunu etkilerken, aynı zamanda dil de yeni düşünce ve gerçekliklerin üretilmesini sağlar. Kültür ve dil birbirinden sürekli etkilenen ve ayrı düşünülemez iki olgu olduğuna göre, bir toplumun dili incelenerek de büyük oranda, cinsiyetlere bakışları, onlara biçtikleri roller, güç dağılımı ve toplumun önyargıları gözlenebilmektedir (Güden, 2006).

Sözcükler toplumsal yapıdan etkilenir ve o toplumu şekillendirir. Dilin toplumsal boyutunun bir göstergesi olarak dil-cinsiyet ilişkileri söz varlığına yansır. Toplumsal cinsiyet algısının yaratımı ve aktarımında sözcükler çok önemli bir görev üstlenir. Toplumsal yaşamda cinsiyet kategorisi içinde yaratılmak istenen birey tipi söz varlığı üzerinden inşa edilir. Kadın ve erkeklerden söz edilirken tercih edilen söz öbekleri ve bunların anlamsal değerleri o toplumdaki toplumsal cinsiyet algısının dildeki karşılığıdır (Akata, 2019). Wittgenstein’in de dediği gibi “Dilimin sınırları dünyamın sınırlarıdır”. Dil insanın dünyaya bakışını daha doğuştan hazırlamaya başlar. Kültürün önemli öğelerinden olan dil, bir yandan toplumun gerçeklerini yansıtırken, diğer yandan kültürün yeniden oluşumunda ve devamında önemli roller üstlenir. Bu nedenle ataerkil toplumlarda dilin toplumsal cinsiyet rollerini oluşturmada önemli yadsınamaz (Aydınoğlu, 2015). Bu açıdan Türk kültürünün de ataerkil bir yapıya sahip olduğu düşünüldüğünde dilinin de cinsiyetçi öğelerle dolu olması kaçınılmaz olmaktadır (Güden, 2006).

Yemek, ilk bakışta insanın hayatta kalmasını sağlayan yiyecek ve içeceklerin tamamı olarak görülse de yemeğin yaşamsal bir faaliyet temelinde yemek kültürü açısından ele alınması; onun statü, mekân, din ve cinsiyet gibi meselelerle olan ilişkisini de gözler önüne sermektedir. Yemek, göstergebilim açısından ele alındığında bir kimlik göstergesidir ve insan psikolojisine etki eden yönüyle ele alındığında kültürel oluşumların ve kabullerin de şekillendiricisidir. Kültürel kodlamaları olan yemekler, göstergeleri üzerinden onları deneyimleyenlere ve anlamlandırmaya çalışanlara sözsüz mesajlar verir. Bu doğrultuda yiyecek isimleri ve şekilleri, onların cinsiyet kimliklerini taşıyabilir (Sevindik, 2017).

Dışarıdan bakıldığında cinsiyetsiz görünmekle birlikte birçok gıda ürünü ve restoran adının cinsiyetle ilişkilendirildiği görülmektedir (Nilsen, 1995). Örneğin kadının fiziki özellikleri, çekiciliği, güzelliği düşünülerek kadınla yiyecek isimleri arasında bağlantılar kurularak çeşitli isimlendirmeler yapılmıştır: Lokum, kadayıf, köfte, ballı, pandispanya, fıstık, fındık, kokoroz, kurabiye... (Koç, 1998). Yine benzer şekilde dilberdudağı, hanımgöbeği, kadınbudu köfte gibi yiyecekler dişil kimlikleri temsil etmektedir. Fıstık, şeker, tatlı gibi kelimelerin de kadınlar arasında bir hitap olarak kullanıldığı bilinmektedir. Tüm bunlarda, yemek isimlerine tat ve şekil benzetmeleri üzerinden cinsiyet kazandırıldığı görülmektedir (Sevindik, 2017). Genel Türkçe sözlükte kadın ögesini içeren kadınbudu, hanımgöbeği gibi kadına yöneltilen fiziki özelliklerin bir başka olguya benzetilmesi sonucunda oluşan bu tür yemek isimleri toplumsal cinsiyet algısının yansımalarını içeren ve kadının toplumsal yaşamdaki konumunu imgeleyen isimlerdir (Akata, 2019). Alpyıldız (2020) eril kültürün cinsel kodlamalarını yemek ile ilişkilendirerek “güzellik algısı belirtme, şehvet ve sahiplik duygusu ortaya koyma, dilin sanatsal kullanımıyla bedeni yenilebilir bölgelere/parçalara ayırma, damak tadını cinsel psikolojik etkenlerle pekiştirme, iktidar gücü ve bağımsızlık sergileme” gibi başlıklar altında toplamış ve toplumsal yapı içerisinde “cinsellik” unsurunun da “yemek” arkasına gizlenerek kendisini sembolleştirdiğinin altını çizmiştir.

Yöntem

Bu çalışmanın amacı kadınlık ve erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirildiği düşünülen bazı yiyecek isimlerinin Türkiye’de yaşayan 18 yaş üstü bireylerde yarattığı bakış açısının anlaşılmasıdır. Çalışmada katılımcılara ait görüşlerin mümkün olduğu ölçüde doğrudan aktarıldığı ve okuyucuya gerçekçi bir resim sunan nitel araştırma yönteminden (Yıldırım ve Şimşek, 2016) yararlanılmıştır. Aynı zamanda bireylerin öznel deneyimlerini keşfetmeyi ve bireysel algıları anlamayı amaçlayan fenomenolojik bir yaklaşım (Kvale ve Brinkman, 2009) benimsenerek bireylerin bu yiyecek isimleri hakkındaki düşünceleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında internet aracılığıyla yiyecek adlarına dair web siteleri taranarak kadınlık ve erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirilen toplamda 17 yiyeceğe ulaşılmıştır.

Tespit edilen yiyecek adları, *hanımgöbeği, dilberdudağı, vezir parmağı, kadınbudu, köpoğlu, şıllık tatlısı, genç kız rüyası, sütlü Nuriye, yengen, Ayşe kadın fasulye, imambayıldı, dul avrat çorbası, analı kızlı, gelin çantası, sultan dudağı, prenses tatlısı, otur Fatma tatlısı* şeklindedir. Çalışmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üstü bireyler oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılarak belirlenmiştir. Bu örnekleme yöntemi ile erişilmesi kolay olan durumların tercih edilmesinden ötürü çalışmaya ilişkin daha çabuk bilgiler edinerek fikir sahibi olmak mümkündür (Sekaran & Bougie, 2016; Yıldırım & Şimşek, 2016). Bu kapsamda örnekleme dahil edilecek kişi sayısı 75 olarak belirlenmiştir.

Çalışmada veri toplamak amacıyla görüşme formu yaklaşımı ve görüşme tekniği benimsenmiştir. Görüşme yoluyla veri toplama nitel araştırmalarda sık kullanılan yöntemlerden biridir ve araştırmacılar bireylerin deneyimlerini algılarını, tepkilerini ve düşüncelerini bu yöntemle anlamaya çalışabilir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Bu doğrultuda çalışmada uzman desteği alınarak yarı-yapılandırılmış bir görüşme soru formu hazırlanmış ve görüşmeler çevrimiçi ortamda yüz yüze ve form doldurma yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Etik Kurulu 03.06.2021 tarihi ve 10/02 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların bu yiyecek adlarına ilişkin düşüncelerini öğrenmek amacıyla yarı yapılandırılmış 12 adet açık uçlu sorudan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise katılımcılara ait yaş, cinsiyet ve eğitim durumuna ilişkin demografik bilgilerden oluşmaktadır. Çalışma kapsamında Haziran 2021 tarihi itibarıyla çevrimiçi ortamda form doldurma yaklaşımıyla 60, yüz yüze yapılan derinlemesine görüşmelerden ise 15 adet olmak üzere toplamda 75 adet yanıt formu elde edilmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmeler ortalama 10-15 dakika sürmüştür ve daha sonra veri analizi için metne aktarılacak üzere izin alınarak kaydedilmiştir.

Çalışmada veri analizi için MAXQUDA 10 yazılımı kullanılmıştır. Veri toplama ve analizi eş zamanlı olarak gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler betimsel analiz ve tema analizi yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen veri içindeki örüntüleri tanımlama, analiz etme ve raporlama yöntemi olarak tema analizi (Braun ve Clarke, 2006), belirlenen temalar arasında neden sonuç ilişkisinin kurulması ve doğrudan alıntılara yer verilerek bağlamın özetlenmesi için ise betimsel analiz yöntemi (Karagöz, 2019) tercih edilmiştir.

Çalışmada geçerlik ve güvenirliğin sağlanabilmesi amacıyla Guba ve Lincoln tarafından belirlenen “inandırıcılık” kriterlerinden (Başkale, 2016) yararlanılmıştır. Bu kapsamda güvenirlik kriterinin bir yöntemi olan üçgenleme/çeşitleme tekniklerinden araştırmacı üçgenlemesi kullanılarak verilerin toplanması, analizi ve yorumlanması sürecinde birden fazla araştırmacı yer alarak çeşitlilik sağlanmıştır. Çalışmada dış geçerliğin sağlanabilmesi amacıyla ise amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmasının yanında, Creswell (2003) tarafından da belirtildiği gibi nitel araştırma yöntemleri konusunda çalışan uzmanlardan yardım alınarak inandırıcılığın artması sağlanmıştır.

Bulgular

Çalışma kapsamındaki katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de yer almaktadır. Tabloya göre çalışmaya katılan katılımcıların 40’ının kadın ve 35’inin ise erkek olduğu görülmektedir. 75 katılımcının 21-64 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bu katılımcıların eğitim durumları ise ilköğretim ve doktora düzeyi aralığında değişmektedir. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde yaş ortalamasının ağırlıklı olarak 19-30 yaş aralığında olduğu ve genelinin yüksek eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo1: Katılımcılara İlişkin Demografik Özelliklerin Dağılımı

Özellikler		Σ_i	%
Cinsiyet	Kadın	40	53,33
	Erkek	35	46,67
Yaş	19-30	40	53,33
	31-44	17	22,67
	45-64	18	24
Eğitim Durumu	İlköğretim	9	12
	Lise	8	10,67
	Önlisans	3	4
	Lisans	35	46,67
	Y. Lisans	18	24
	Doktora	2	2,66
Toplam		75	100

Katılımcılara yöneltilen “Yukarıda verilen yiyecek adlarından hangilerini duydunuz?” ve “Yukarıda verilen yiyeceklerden hangilerini tükettiniz?” sorularına verilen yanıtlar kelime analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların verdiği yanıtlara ilişkin bulgular Şekil 1’de yer almaktadır. Verilen yiyecek adları arasında en çok bilinenler ve

tüketilenler imambayıldı, hanımgöbeği, dilberdudağı, kadınbudu, vezir parmağı, sütlü Nuriye, Ayşe kadın fasulye ve analı kızlı isimli yiyeceklerdir. Bunun yanında sultan dudağı, otur Fatma tatlısı, prenses tatlısı, gelin çantası, dul avrat çorbası ve genç kız rüyası bilinmesinin yanı sıra en az tüketilen gıda ürünleridir.



Şekil 1: Katılımcıların En Çok Duyduğu ve Tükettiği Yiyecekler

Yukarıda verilen yiyecek adlarının toplumda yarattığı bakış açılarını anlamak amacıyla toplanan verilerden elde edilen tema analizi sonucuna göre 4 ana temaya ulaşılmıştır. Yiyecek adlarının yarattığı çağrışımlar olan ilk tema, cinsellik, mizahi, yerlilik ve millilik ve yiyeceğin kendisine dair çağrışımlar olan alt temalardan oluşmaktadır. İkinci tema olan adlandırma temasında ise yiyecek adlarının verilme sebepleri ele alınmış ve sosyokültürel yapı, benzetme, tarifiin sahibine ait özellikler gibi nedenler ortaya atılmıştır. Bu bölümde ayrıca “Siz olsaydınız bu yiyecekleri nasıl adlandırırdınız?” sorusuna verilen yanıtlardan yiyeceğin şekline göre adlandırma ve malzemesine göre adlandırma kategorilerine ulaşılmıştır. Üçüncü temada ise cinsiyetlere göre duygu ve düşünceler temasına yer verilmeyle birlikte kadın ve erkek olmanın bu yiyecek adlarına karşı bakış açılarını nasıl etkilediği sorusuna ait bulgulara değinilmiştir. Son tema ise yiyecek adlarının tüketime etkisini ele almıştır. Bu temada ise katılımcıların görüşleri, yiyecek adlarından dolayı tercih etmeme, yiyecek adlarından dolayı tercih etme ve lezzete odaklanma şeklinde gruplara ayrılmıştır.

Tema 1.Yiyecek Adlarının Yarattığı Çağrışımlar

Cinsellik

Yiyecek adları katılımcılarda cinsellikle ilgili çağrışımlar uyandırmaktadır. Katılımcılar bu yiyecek adlarının kadını ve erkeği çağrıştırdığını fakat kadın çağrışımının öne çıktığını sık sık (19 Katılımcı) dile getirmişlerdir: “Nerdeyse hepsinde insan vücudu var.” (Katılımcı 24). “Geneli kadınlara yönelik cinsellik çağrıştırıyor.” (Katılımcı 49). “Yiyeceklerin isimleri bana kadını çağrıştırıyor. Dilber dudağı Ayşe kadın vb. gibi isimler kadın figürünü anımsatıyor.” (Katılımcı 40). Yiyecek isimlerinin insan uzuvlarını çağrıştırdığına ilişkin bazı görüşler (9 Katılımcı) de vardır. Katılımcı 11, “Bu yiyecek isimleri bana direkt olarak insanların bazı organ ve bölgelerini çağrıştırıyor. Vezir parmağı denildiğinde aklıma tatlının kendisi değil bir adamın parmağı geliyor. Ya da kadın budu köfte denildiğinde bir kadının vücudunun tıpkı bir tavuk gibi metalaştırıldığını düşünüyorum.” ifadesiyle bu yiyecek adlarının direkt olarak insan uzuvlarını çağrıştırdığını ifade etmiştir. Bazı katılımcılar (11 Katılımcı) ise bu yiyeceklerin cinsiyetçilik çağrışımı yaptığını savunarak toplumsal cinsiyet olgusuna açıkça atıfta bulunmuşlardır: “Yani ilk başta yiyecek olarak geliyor fakat yiyeceklerin adına takılmamak elde değil. Kadınları aşağılayan isimler kullanılmış bu yüzden hoş karşılamıyorum.” (Katılımcı 60). “Yemekler bana kadınları çağrıştırıyor, anca yemelik zaten bu kadınlar...” (Katılımcı 21).

Mizahi Çağrışımlar

Bazı katılımcılar (5 Katılımcı) bu yiyecek adlarının kendilerinde mizahi bir çağrışım uyandırdığını ve bu durumun gündelik hayatlarına da yansıdığını ifade etmişlerdir. “*Kişisel gelişimini tamamlamış biri olarak tabii farklı şeyler aklıma gelmiyor. Ancak komik ve tuhaf hissettiriyor isimler.*” (Katılımcı 22), “*Eski sevgilime şıllık diyordum ayrılmıştık sonra tatlı olduğunu söylemişim gülmüştük.*” (Katılımcı 31), “*Vezir parmağı çocukluk yıllarımda masaya geldiğinde çok gülmüştüm.*” (Katılımcı 53) ifadeleri bu yiyecek adlarının katılımcılarda mizahi bir etki bıraktığını göstermektedir. Bir diğer katılımcı ise yiyecek adlarının onda yarattığı mizahi çağrışımı şu sözlerle anlatmıştır: “*Bu yiyeceklerle bu isimleri verenin hayal dünyasına hayran kaldım. Hangi alemde yaşıyordu acaba. Düşünsene bir restorana gidiyorsun ve bunlardan birini sipariş ediyorsun o an bir gülme tutmaz mı seni? Ben sipariş etsem gülmekten konuşamam herhalde.*” (Katılımcı 17).

Yerlilik ve Millilik

Katılımcıların bir kısmı (8 Katılımcı) bu yiyecek isimlerinin Türk kültürünü yansıttığını ve yöresel çağrışımlar yaptığını vurgulamışlardır. Katılımcılardan bazıları “*Bu yiyecek isimleri bana Türk mutfağı ve Osmanlı dönemini çağrıştırıyor.*” (Katılımcı 25), “*Türk halkının kıvrak zekasını ve yaratıcılığını çağrıştırıyor.*” (Katılımcı 50), “*Yöresel Türkiye coğrafya şenliğini (manda yuva yapmış söğüt dalına gibi) çağrıştırıyor.*” (Katılımcı 54) ifadeleriyle bu yiyecek adlarının Türk mutfağını, Türk halkına ait özellikleri ve yöresel zenginliklerimizi çağrıştırdığını ifade etmişlerdir.

Yiyeceğin Kendisine Dair Çağrışımlar

Katılımcılardan bazıları (10 Katılımcı) verilen yiyecek adlarının kastettiği yiyecekler dışında bir şey çağrıştırmadığını ve yiyeceklerin oldukça lezzetli olmasının yanı sıra çoğunun tatlıları çağrıştırdığını ifade etmişlerdir. Örneğin bir katılımcının “*Kastettiği yemekler dışında bir şey çağrıştırmıyor.*” (Katılımcı 61) ifadesi bu yiyecek adlarının sadece yiyecekleri çağrıştırdığını vurgulamaktadır. Diğer yandan başka bir katılımcı bu yiyeceklerin emek içerdiğini ve insanları doyurucu özelliği olduğunu şu sözlerle dile getirmiştir: “*İnsanları doyurucu ve emek içeren yiyecekleri çağrıştırıyor.*” (Katılımcı 16). Bazı katılımcılar (9 Katılımcı) ise verilen yiyecek adlarının direkt olarak tatlıları çağrıştırdığını ve lezzetli yiyecekler olduğunu söylemişlerdir: “*Genelde tatlı tarzı yiyecekler.*” (Katılımcı 56). “*Yöresel halk çağrışımlarıyla lezzetli ürünler.*” (Katılımcı 54).

Tema 2. Adlandırma

Sosyokültürel Yapı

Katılımcıların çoğunluğu (35 Katılımcı) belirtilen yiyecek adlarının o toplumda hâkim olan sosyokültürel yapıdan etkilenecek verildiğini düşünmektedir. Çalışma bulgularından o toplumun kültürünün, karakteristik özelliklerinin ve toplumda var olan toplumsal cinsiyet rollerinin yiyecek adlarının verilme sebeplerinden olduğu gözlemlenmiştir. Bir katılımcı bu durumun sebebini toplumun kültürünün sözcüklere yansımaları olarak açıklamış ve düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir: “*Kültürel yaşayışın getirmiş olduğu adlandırmalar olduğunu düşünüyorum.*” (Katılımcı 5). Bir diğer katılımcı ise yiyecek adlarının verilme sebeplerinde cinsiyetçiliğe vurgu yapmış ve bunu yiyeceklerin ait olduğu toplumun dünya görüşünün yansımaları olduğunu ifade etmiştir: “*İsimler ait oldukları toplumun hâkim olan karakteristik özelliklerini taşır. Bence ait oldukları yöredeki toplumun, dünya görüşünün bir yansımasıdır. O toplumda süregelen cinsiyetçi düşünceler yemek isimlerini etkilemiştir.*” (Katılımcı 1).

Cinsiyetçilik kategorisinde katılımcılar kadınlara sık sık atıfta bulunarak yiyecek adlarının, ataerkil toplum yapısının kadınlara yüklemiş olduğu rol ve sorumluluklardan ötürü, kadının iyi veya kötü özelliklerinin isimlere yansıdığını belirtmişlerdir: *“Mutfak işi kadın işidir düşüncesini vurgulamak için olabilir.”* (Katılımcı 10). *“Kadınlığın iyi veya kötü özelliklerine benzetilmesiyle ilgili olabilir. Kültür içerisinde cinsiyetçi tavırların ön planda olması, etrafta gerçekleşen çeşitli olay ve cisimlere cinsiyetçi yakıştırmalar yapılmasına neden olur.”* (Katılımcı 2). Bir başka katılımcı ise isimlerin kadına dayalı olunca yiyeceklerin daha çok tüketilebileceği ihtimalini sorgulayarak düşüncelerini şu sözlerle ifade etmiştir: *“Eminim bu isimlerden sadece kadınlar rahatsız oluyor. Çünkü bu saçma sapan isimlerin hepsi kadınlara dayalı. Çok merak ediyorum bunların ismi dul herif çorbası, sütlü Hayri, otur Ali çorbası vs. olsaydı ne olurdu. Sahi niye bu isimleri vermediler ki. Kadına dayalı olunca daha çok tüketilir diye mi?”* (Katılımcı 17).

Benzetme

Katılımcılardan bazıları (22 Katılımcı) belirtilen yiyecek adlarının benzetme sonucu ortaya çıktığını düşünmektedirler. *“İnsanlar çoğu zaman beyinlerinde çağrışımlar yoluyla iletişim kuruyorlar ve çevrelerindeki dünyayı anlamlandırıyorlar. Doğal olarak yapılan yemekleri neye benzediklerine göre isimlendirmiş olabilirler.”* (Katılımcı 11). Yiyeceklerin formunun insan uzuvlarına benzediği için bu durumun isimlere yansıdığını savunan bir katılımcının görüşleri ise şu şekildedir: *“Yemek şekillerini insan uzuvlarına benzettikleri için bu isimleri vermiş olabilirler.”* (Katılımcı 12).

Tarifin Sahibine Ait Özellikler

Bazı katılımcılar (17 Katılımcı) yiyecek adlandırmalarının sebebini tarifin sahibine ait özelliklerden kaynaklandığını ve bu kişilerin hikayelerinin yiyecek adlarına yansıdığını belirtmişlerdir: *“Yiyeceği bir kadın bulmuş, üretmiş olabilir.”* (Katılımcı 42). *“Yiyeceği yapanların bu özelliklere sahip olması.”* (Katılımcı 30). Bir katılımcı bu yiyecek adlarının tarifin sahibine ait çağrışımlardan kaynaklandığını ifade etmiştir: *“Yapan kişinin aklına gelen çağrışımlar ile alakalı olabilir.”* (Katılımcı 35). Diğer bir katılımcı ise bu durumun tarif sahibinin isminden kaynaklandığını belirtmiştir: *“Eski zamanlarda onları yapan kişilerin isimleri olabilir.”* (Katılımcı 29).

Katılımcılara yöneltilen “Bu yiyecekleri siz keşfetmiş olsaydınız ne şekilde adlandırırsınız? Sorusuna verilen cevaplardan ise ortaya iki kategorinin çıktığı görülmektedir. Katılımcılardan bazıları (29 Katılımcı) yiyeceğin şekline göre adlandırma bazıları (37 Katılımcı) ise malzemesine göre adlandırma yapacağını belirterek bu durumu şöyle örneklerle açıklamışlardır: *“Vezir parmağını ben bulmuş olsaydım ismini dombili tatlısı koyabilirdim. Bir parmaktan ziyade şişko olan herhangi bir şeye benziyor.”* (Katılımcı 11). *“Dilber dudağına yarım ay tatlısı ya da saklı tat gibi isimler verebilirim. Kadın budun köfte için oval köfte ya da pirinçli köfte diyebilirim. Sütlü Nuriye’ye sütlü baklava denebilir.”* (Katılımcı 40).

Tema 3. Cinsiyetlere Göre Duygu ve Düşünceler

Olumlu Duygu ve Düşünceler

Bazı erkek (8 Katılımcı) katılımcılar kadın veya erkek olmanın bu yiyecek isimlerine karşı olumlu duygu ve düşüncelere neden olduğunu belirtmiştir. Bir erkek katılımcı belirtilen yiyecek adları hakkında *“Daha çekici gelebiliyor. İnsanda merak uyandırıyor. Karşı cinsten de olsam düşüncem çok değişmezdi sanırım. Yiyeceklerin bu*

şekilde adlandırılması gayet normal bence abes bir durum yok” (Katılımcı 41) ifadesiyle bu yiyecek isimlerinin çekici geldiğini ve onda merak gibi duygular uyandırdığını ifade etmiştir.

Diğer yandan bazı erkek katılımcılar (5 Katılımcı) ise bu yiyecek adlarının onlara komik geldiğini ve bunun cinsiyetlerinden kaynaklı bir durum olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin bir erkek katılımcı “*Güldürüyor ve neye benzediklerini merak ettiriyor. Ama karşı cinsten olsam bu yiyecek isimlerinden dolayı feminizm yürüyüşlerinde pankart açardım. Ben yiyeceklerin bu şekilde adlandırılmasını kötü buluyorum.*” (Katılımcı 32) cümleleriyle bu isimlerin ona komik geldiğini ama kendini karşı cinsin yerine koyunca bu durumdan rahatsız olabileceğini ve bu tür isimleri etik bulmadığını ifade etmektedir.

Olumsuz Duygu ve Düşünceler

Kadın katılımcıların çoğu (21 Katılımcı) bu yiyecek adlarına karşı, cinsiyetlerinden kaynaklı olumsuz duygu ve düşüncelere sahip olduklarını belirtmişlerdir. Kadınlar bu yiyecek adlarından rahatsız olduklarını sık sık dile getirmişlerdir. Bir katılımcının “*Bir kadın olarak yemeklerin bana benzetilmesi bir miktar mutlu etse de aşırı derece rahatsız edici ve tiksindirici bir durum. Erkek olsaydım eğer bu yemekleri yerken veya isterken çok utanırdım. Bir kadını arzuluyor gibi görünüyor olabilirim diye düşünürdüm. Bu isimlendirmeler kesinlikle etik değil*” (Katılımcı 42) ifadesi, kendini karşı cinsin yerine koysa dahi bu yiyecek adlarından duyduğu rahatsızlığı vurgulamaktadır.

Bazı kadınlar (3 Katılımcı) bu isimlere olumsuz bakmalarına rağmen kendilerini karşı cinsin yerine koyunca olumlu duygu ve düşüncelere sahip olabileceklerini belirtmişlerdir. Bir kadın katılımcı bu durumu şu sözlerle ifade etmiştir: “*Örneğin çalışırken bir erkek bana yemeği sorduğunda kadın budu köfte, dilber dudağı demek beni utandırıyor ve çekiniyorum. Ama erkek olsaydım kadının budu mu wow derdim etkilenirdim ve bir kadını düşünürdüm. Tabi ki bu durum kesinlikle etik değil farklı isimler bulunabilir.*” (Katılımcı 40).

Bazı erkek (6 Katılımcı) katılımcılar da bu yiyecek adlarından dolayı olumsuz duygu ve düşüncelere sahip olduklarını ve bu durumu etik bulmadıklarını dile getirmişlerdir. Örneğin bir erkek katılımcının “*Bence bu algının yıkılması lazım. Bir kadın olsam cinsiyetimin bu şekilde isimlendirilmesi karşısında utanır ve üzülürdüm ama değiştiremeyeceğimi hisseder duyarsızlaşır ve kanıksardım. Bu tür isimlendirmeleri doğru bulmuyorum.*” (Katılımcı 13) ifadesi yiyeceklere kadını çağrıştıran isimler verilmesine karşı gösterdiği olumsuz tepkiyi doğrulamaktadır.

Bir erkek katılımcı ise yiyeceklere cinsiyet kavramı oluşturmayı bağınazlıkla eşdeğer bulmuş ve bu yiyeceklere kadın ağırlıklı isimler konulmasını güzellik algısı belirtmeye bağlayarak bu konudaki fikirlerini şu sözlerle ifade etmiştir: “*Yiyeceklere cinsiyet kavramı oluşturmak dondurma reklamlarına karşı fetva veren bağınazlıkla eşdeğer. Kadın olsam yöresel isimleri mercek altına alır incelerdim. Ağırlıklı dişil olması zarıflığı, inceliği, güzelliği, üretkenliği, simgeliyor sanırım. Yöresel isimleri, etik veya değil diye adlandırmak, yaşanmışlıklarını tek tek incelemeden bir yerlere koymak işte o zaman etik olmaz.*” (Katılımcı 54).

Etkilenmeme Durumu

Katılımcılardan bazıları (29 Katılımcı) cinsiyetlerinin yiyecek isimlerine bakış açılarından bir değişiklik yaratmadığını ve bu adlandırmalardan etkilenmediklerini ifade etmişlerdir. Bazı erkek (22 Katılımcı) katılımcıların bu yöndeki ifadeleri şu şekildedir: “*Etkilemiyor sadece yiyorum. Karşı cinsten de olsam sadece yerdim. Etik olarak da bence bir sıkıntı yok yemek sonuçta.*” (Katılımcı 33). Bir erkek katılımcı cinsiyetinin bakış açısını etkilemediğini kişisel gelişimine bağlayarak düşüncelerini şu sözlerle ifade etmiştir. “*Kişisel gelişimini tamamlayan biri olarak*

benim bakış açımı etkilemiyor. Ama kadın olsam uygunsuz olduğunu düşündüm.” (Katılımcı 22). Bir kadın katılımcı ise bu isimlere karşı cinsiyetinden kaynaklı olumlu veya olumsuz bir yaklaşımda bulunmadığını şöyle dile getirmiştir: “Bana normal geliyor. Herhangi bir şekilde etkilenmiyorum. Karşı cinsten olsaydım bana yine normal gelirdi. Bu isimlendirmeleri normal karşılıyorum.” (Katılımcı 3).

Tema 4. Yiyecek Adlarının Tüketime Etkisi

Yiyecek Adlarından Dolayı Tercih Etme

Bazı katılımcılar (6 Katılımcı) bu yiyecek adlarından kaynaklı çekicilik, merak, komik bulma gibi bazı olumlu duygu ve düşüncelerden etkilenecek bu yiyeceklerle yönediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların bu yöndeki ifadeleri şu şekildedir: “İsimleri bende tadına bakma isteği uyandırdı.” (Katılımcı 58). “Kadın ismi verilen tatlı isimleri benim için çekici oldu ve tercihinde ismindeki cazibe etkili oldu.” (Katılımcı 13). “Adı komik diye tadına bakılır, yoksa tercih etmem.” (Katılımcı 32).

Yiyecek Adlarından Dolayı Tercih Etmeme

Katılımcılardan bazıları (16 Katılımcı) yiyecek isimlerinin onlarda olumsuz bir çağrışım bıraktığını ve bu sebeple verilen yiyecekleri tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Örneğin bir katılımcı “İsimleri duyunca bunlardan kaçındım. Tercih etmedim.” (Katılımcı 46) yorumunu yaparak isimlerin bu yiyecekleri tüketmemesinde bir etken olduğunu vurgulamıştır. Başka bir katılımcı ise bu yiyeceklerin lezzetli olduğunu düşünmesine rağmen isimlerindeki olumsuzluklardan kaynaklı tercih durumunu şu sözlerle ifade etmiştir: “İsimlerinden dolayı tercih etmedim. Bana hiçbir zaman çekici gelmedi. Eminim çok lezzetli yemeklerdir ama malesef isimlerindeki olumsuzluk bugüne kadar hiç merak edip tatmak istemememe sebep olmuştur.” (Katılımcı 1).

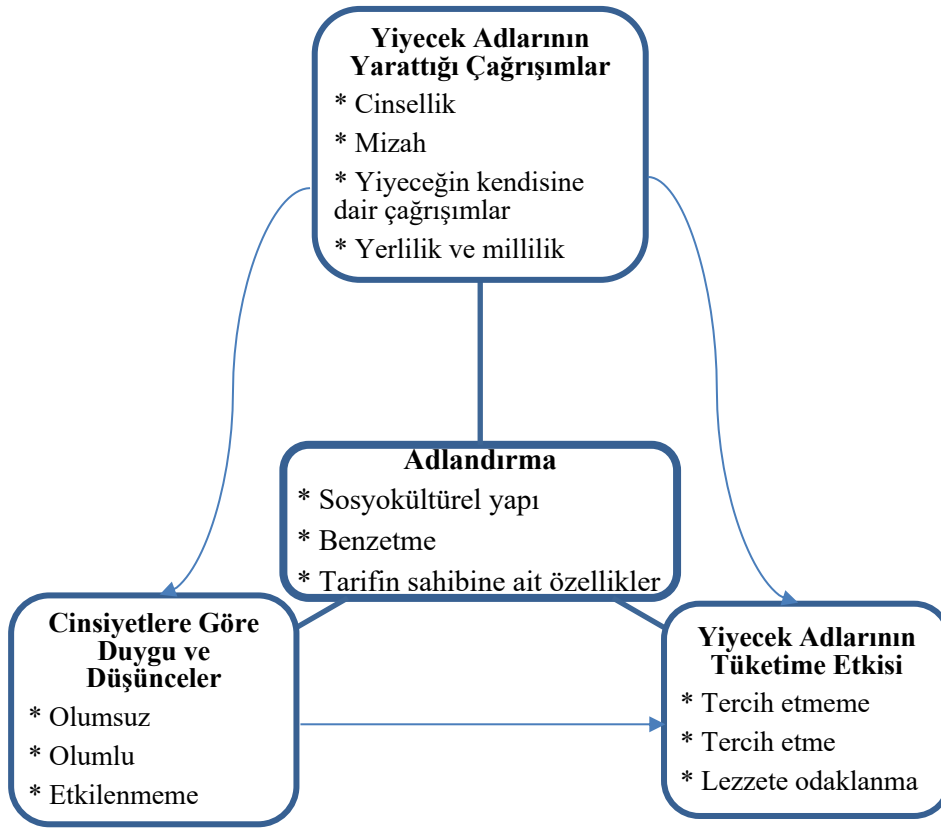
Lezzete Odaklanma

Katılımcıların çoğu (41 Katılımcı) bu yiyecekleri çok lezzetli bulduklarını ve bu yiyecekleri tercih ederken yiyecek adına odaklanmadıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin bir katılımcı başka bir yiyeceğin yarattığı çağrışımından dem vurarak belirtilen yiyeceklerde sadece lezzete odaklandığını şöyle belirtmiştir: “Hiçbir etkisi olmadı. Sevdiğim her yemeği yerim, adını önemsemem gerektiğini düşünmem. Çikolatalı muffinlerin görüntüsü malumunuz ancak yememe engel değil.” (Katılımcı 20). Başka bir katılımcı ise isimlerin onun için bir etken olmadığını şu sözlerle ifade etmiştir: “Bir ürünü ismine göre tercih etmek yerine lezzetine veya damak zevkime göre seçerim. İsmi açısından tercih etmemek için bir sebebim yok.” (Katılımcı 28).

Bazı kadın katılımcılar (7 Katılımcı) ise belirtilen yiyeceklerin malzemesine odaklanarak, bu yiyeceklerin genelini onlar için sağlıksız yiyecekler olduğunu ve genellikle sebzelere yönediklerini belirterek, bu yiyecekleri malzemesinden dolayı tercih etmediklerini bildirmişlerdir. Bir kadın katılımcının bu yöndeki görüşleri şu şekildedir: “Valla Ayşe kadın fasulye benim için bir numara. Çünkü sebze seviyorum ben. Fakat diğerleri güzel tatlılar olmasına rağmen ağır ve ağıdalı tatlılar. Ben daha hafif ve sütlü tatlıları seviyorum genelde.” (Katılımcı 69).

Çalışmadan elde edilen verilerden hareketle Şekil 2’de verilen modele ulaşılmıştır. Bu modele göre yiyeceklerle dair adlandırmaların bazı sebepleri bulunmakla birlikte, bu adlandırmaların sosyokültürel yapıdan, çeşitli benzetmelerden ve tarifi sahibine ait özelliklerden kaynaklandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra yiyecek isimlerinin insanlarda bazı çağrışımlara yol açtığı görülmektedir. Aynı zamanda bu çağrışımların insanlarda olumlu veya

olumsuz duygu ve düşüncelere neden olduğu ve bu adlandırmaların tüketime de yansıdığı görülmektedir. Özetle çeşitli sebeplerden dolayı tercih edilen bu yiyecek adları insanlarda cinsellik, yerlilik ve millilik gibi bazı çağrışımlara neden olarak çeşitli duygu ve düşüncelerin oluşmasına katkıda bulunmakta ve bu durum tüketime olumlu veya olumsuz yansımaktadır.



Şekil 2: Katılımcıların Yiyecek Adlarına İlişkin Bakış Açılarını İçeren Model

Tartışma

Kadınlık ve erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirilen bazı yiyecek adlarının toplumda yarattığı bakış açılarını anlamak amacıyla gerçekleştirilen çalışmada, nitel araştırma yöntemleri kullanılarak toplamda 75 katılımcıya ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda 4 ana temaya ulaşılmıştır. Yiyecek adlarının yarattığı çağrışımlar olan ilk temada, bireyler bu yiyecek adlarının kendilerinde nasıl bir çağrışım yarattığını belirtmişlerdir. Adlandırma temasında bu yiyecek adlarının verilme sebepleri ele alınmıştır. Cinsiyetlere göre duygu ve düşünceler olan üçüncü temada kadın ve erkek olarak bireylerin bu yiyecek adlarına nasıl yaklaştıkları belirlenmiştir. Yiyecek adlarının tüketime etkisi olan son temada ise bu isimlerin yiyeceklerin tüketiminde nasıl bir rol oynadığına değinilmiştir.

Katılımcılardan elde edilen verilere göre, insanların cinsiyetlere özgü anlamları olan bazı isimleri, yiyeceklerle bağdaştırarak isimlendirmesinin bazı sebepleri bulunmaktadır. Bu durum o toplumun sosyokültürel yapısından kaynaklanabildiği gibi çeşitli benzetmeler yoluyla yiyeceklerle cinsiyetleri çağrıştırmak olabilir. Aynı zamanda bu adlandırmalar yiyecek adlarını koyan tarif sahibinin çeşitli özelliklerinden kaynaklanabilir. Yiyeceğin kendisiyle ilgili yapılan yorumlarda öne çıkanlar belirtilen yiyeceklerin geleneksel ve lezzetli olduğu yönündedir. Yiyecek adlarıyla ilgili yapılan yorumların çoğu ise cinsiyetçi ve mizahi bir algı uyandırması olmuştur.

Yiyecek adlarının yarattığı çağrışımlara bakıldığında, katılımcıların çoğu bu yiyecek adlarının cinsellik çağrışımı yarattığını belirtmiştir. Kùltürler ve çağlar boyunca yiyeceklerle dair oluşturulan çağrışımlar, cinsellik ve cinsiyet

kimliği gibi kavramları hem iletmek hem de şekillendirmek için önemli bir sembolik araç işlevi görmüştür (Andrievskikh, 2014). Cinsellik temasında katılımcılar bu yiyeceklerin insan uzuvlarını çağrıştırdığını ve kadınlık göstergeleri üzerinden isimlendirilen yiyecek adlarının çoğunlukta olduğunu belirterek bu durumun onlarda toplumsal cinsiyet ayrımcılığı şeklinde bir algıya neden olduğunu belirtmişlerdir. Türk kültüründe kadınbudu, dilber dudağı, sütlü Nuriye, analı kızlı, dul avrat çorbası, hanım göbeği gibi yemek isimleri kadın algısını, cinselliğin yemek üzerinden nasıl kurgulandığını ve kadının bir yemek konusu olduğunu göstermektedir (Yaşar, 2017). Bunun yanında, tek başına mizahi bir çağrışım uyandırmayan kavramlar kullanıldığı ortama göre mizahi bir anlam kazanabilir (Abdurrezzak, 2014). Katılımcılar belirlenen yiyecek adlarının onlarda mizahi bir çağrışım uyandırdığını ve bu durumun gündelik hayatlarında da espri konusu olduğunu sık sık vurgulamışlardır. Alpyıldız'a (2020) göre insanların besin maddeleri üzerinde çağrışımlar yüklemesinin sebeplerinden biri de yiyecekleri eğlence aracı olarak mizahlaştırmadır.

Çalışma bulgularına bakıldığı zaman belirlenen yiyecek adlarını cinsiyetçi bulan katılımcıların çoğunun kadın olduğu görülmektedir. Kadın katılımcılar belirlenen yiyecek adları hakkında olumsuz duygu ve düşüncelere sahip olmakla birlikte bu katılımcılar, yiyecekleri adlarından dolayı tercih etmediklerini bildirmişlerdir. Yiyecek adları hakkında olumlu duygu ve düşüncelere sahip katılımcıların çoğunun ise erkek olduğu görülmektedir. Erkek katılımcılar bu isimlerin onlara cazip geldiğini, mizahi bir etki bıraktığını ve bu yiyecekleri adlarından dolayı merak ettikleri için tükettiklerini bildirmişlerdir. Bu durumun, o toplumun sosyokültürel yapısından kaynaklı olduğu ve bu doğrultuda cinsiyetlere yüklenen roller çerçevesinde olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların çoğu ise belirlenen yiyecekleri tercih ederken yiyecek adlarından ziyade lezzete odaklandıklarını çünkü bu yiyeceklerin oldukça lezzetli olduğunu bildirmişlerdir. Fakat bazı kadın katılımcılar bu yiyecekleri sağlıksız bulduklarını, daha hafif tatlara yönelmek istedikleri için bu yiyecekleri tercih etmediklerini bildirmişlerdir. Toplumsal cinsiyet ve yiyecekler ile ilgili literatüre bakıldığı zaman bu bulgunun desteklendiği görülmektedir (Kimura vd., 2009; Shin & Mattila, 2019; Zhu vd., 2015).

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak yiyeceklerde söylenmek istenenin yiyecek adlarında kendini göstermesi yemeğin fizyolojik ihtiyacın ötesinde sembolik bir anlam taşıdığını da açıkça göstermektedir. Toplumsal cinsiyete Türk kültürüne has yiyecek adları çerçevesinde bakıldığında, bu durumun toplumda cinsiyet ayrımcılığı şeklinde bir algı oluşturduğu görülmektedir. Belirlenen yiyeceklerde erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirilen yiyecekler de olmasına rağmen katılımcıların çoğu kadınlara vurgu yapmış ve bu durumun onları etkilediğini sık sık ifade etmişlerdir. Ataerkil bir yapıya sahip olan Türk kültürünün çoğunlukla kadınlık göstergeleri üzerinden gerçekleştirdiği cinsel kodlamalar dilin anlatım gücünü kullanarak yemek isimlerinde de varlık alanı bulmuştur. Sonuç olarak Türk toplumunda kadınlık ve erkeklik göstergeleri üzerinden isimlendirilen yiyecek adlarının cinsiyetleri etkileme özelliği bulunmaktadır.

Bu çalışmada bir genelleme yapmaktan ziyade hedeflenen grubun yiyecek adlarına ilişkin görüşlerinin nasıl oluştuğunun derinlemesine araştırılması hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında toplanan verilerin çoğu Covid-19 pandemisi nedeniyle önlem amaçlı çevrimiçi ortamda form doldurma yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir. Konuyla ilgili ileride yapılacak olan çalışmaların yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılmasının daha kapsamlı sonuçlar elde edilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir Aynı zamanda çalışmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilerek çalışmaya katılmak isteyen 18 yaş ve üstü bireyler çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmaya katılan katılımcıların

demografik özellikleri incelendiğinde cinsiyet hariç yaş ve eğitim durumunda homojen bir dağılım sağlanamadığı için karşılaştırmalı analizler tam olarak yapılamamıştır. Gelecek araştırmalarda amaçlı örnekleme yöntemlerinden birinin tercih ederek belirlenen yiyecek adlarına dair bakış açılarının eğitim durumu ve yaşa göre değişip değişmediği incelenebilir. Ayrıca bireylerin toplumsal cinsiyet eşitliği puanı cinsiyetlendirilmiş ürün adlarına yönelik bakış açısı üzerinde etkili olabilir. İlgili alanda yapılacak sonraki çalışmalarda toplumsal cinsiyet eşitliği puanı ile cinsiyetlendirilmiş ürün adlarına yönelik bakış açısı arasındaki ilişkinin incelenmesi ilgili alan yazına önemli katkı sağlayabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Etik Kurulu 03.06.2021 tarihi ve 10/02 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Abdurrezzak, A. O. (2014). İşlevsel teori bağlamında yemek kültürünün iletişimsel yönü. *Electronic Turkish Studies*, 9(11) 1-16.
- Akata, Z. H. (2019). *Güncel türkçe sözlük'te kadın kavramı ve toplumdilbilimsel sezdirimleri*. 2275-2283.
- Akın, A. (2007). Toplumsal cinsiyet (gender) ayırıcılığı ve sağlık. *Toplum Hekimliği Bülteni*, 26(2), 1-9.
- Akın, A., & Demirel, S., (2003). Toplumsal cinsiyet kavramı ve sağlığa etkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi Halk Sağlığı Özel Eki* 25(4), 73–83.
- Alpyıldız, E. (2020). Psikoanalitik halkbilimi kuramı temelinde türk yemek kültürünün çağrışım sınırsızlığı: "Oburluğun Cinselliği". *Milli Folklor*, 32(125) 138-149.
- Andrievskikh, N. (2014). Food Symbolism, Sexuality, and Gender Identity in Fairy Tales and Modern Women's Bestsellers. *Studies in Popular Culture*, 37(1), 137-153.
- Aydın, S., & Erdal, Y.S. (2013). *Antropoloji*. Handan Üstündağ Aydın (Ed.), Anadolu Üniversitesi Yayını
- Aydınoğlu, N. (2015). Kadın ve Dil. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 217-230.
- Bal, M. D. (2014). Toplumsal cinsiyet eşitsizliğine genel bakış. *Kadın Sağlığı Hemşireliği Dergisi*, 1(1), 15-28.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Beardsworth, A., Bryman, A., Keil, T., Goode, J., Haslam, C., & Lancashire, E. (2002). Women, men and food: The significance of gender for nutritional attitudes and choices. *British Food Journal*, 104(7), 470-491.
- Beşirli, H. (2017). *Yemek sosyolojisi. Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi, 1-184.
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal Cinsiyet-Bize Yüklenen Roller*. (çev. Kader Ay), İstanbul: Kadav Yayınları.

- Bock, B. C., & Kanarek, R. B. (1995). Women and men are what they eat: The effects of gender and reported meal size on perceived characteristics. *Sex Roles*, 33(1), 109-119.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Cavazza, N., Guidetti, M., & Butera, F. (2015). Ingredients of gender-based stereotypes about food. Indirect influence of food type, portion size and presentation on gendered intentions to eat. *Appetite*, 91, 266-272.
- Creswell, J. W. (2003). Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches. California: Sage Publications.
- Çarpar, M. C. (2020). Beslenme, Kimlik ve Erkeklik: Et Yemeyinin Sosyolojisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 249-277.
- Dökmen, Y.Z., (2004). *Toplumsal cinsiyet sosyal psikolojik açıklamalar*. Ankara: Sistem Yayıncılık.
- Güden, M. P. (2006). *Dilde cinsiyet ayrımcılığı: Türkçe'nin içerdiği eril ve dişi ifadeler bakımından incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürhan, N. (2018,). *Sex of The Food: Gender and The Food*. In *INNOVATION AND GLOBAL ISSUES CONGRESS III* (p. 254).
- Herman, C. P., Roth, D. A., & Polivy, J. (2003). Effects of the presence of others on food intake: A normative interpretation. *Psychological bulletin*, 129(6), 873-886.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Jensen, K. O. D., & Holm, L. (1999). Preferences, quantities and concerns: Socio-cultural perspectives on the gendered consumption of foods. *European journal of clinical nutrition*, 53(5), 351-359.
- Karagöz, Y. (2019). *Spss amos meta uygulamalı nitel nicel karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*, Nobel Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Kimura, A., Wada, Y., Goto, S. I., Tsuzuki, D., Cai, D., Oka, T., & Dan, I. (2009). Implicit gender-based food stereotypes. Semantic priming experiments on young Japanese. *Appetite*, 52(2), 521-524.
- Kocaer, S. (2006). Argo ve toplumsal cinsiyet. *Milli Folklor*, 18(71), 97-101.
- Koç, A. (2002). *Argoda Kadın*. (Ed.) E. Gürsoy Naskali, & G. Sağol, Türkistan ve Azerbaycan Araştırma Merkezi Yayını
- Kottak, P.G. (2002). *İnsan çeşitliliğine bir bakış*. S. Altuntek, B. Aydın, & D. Erdal, (Ed.), Antropoloji içinde (s. 442-463). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Köster, E. P. (2009). Diversity in the determinants of food choice: A psychological perspective. *Food quality and preference*, 20(2), 70-82.
- Kubberød, E., Ueland, Ø., Rødbotten, M., Westad, F., & Risvik, E. (2002). Gender specific preferences and attitudes towards meat. *Food Quality and Preference*, 13(5), 285-294.

- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed.). Sage Publications, London, United Kingdom.
- Lax, J. B., & Mertig, A. G. (2020). The perceived masculinity of meat: Development and testing of a measure across social class and gender. *Food, Culture & Society*, 23(3), 416-426.
- Lupton, D. (1996). *Food, the Body and the Self*. Sage., s.106
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (çev. Osman Akinhay, Derya Kömürcü), Ankara; Bilim ve Sanat Yayınları.
- 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.
- 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.
- Oakley, A. (2015). *Sex, gender and society*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Ökten, Ş. (2009). Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Toplumsal Cinsiyet Düzeni. *Journal of International Social Research*, 2(8), 302-312.
- Özaydınlık, K. (2014). Toplumsal cinsiyet temelinde türkiye'de kadın ve eğitim. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, (33), 93-112.
- Pavan, G.M., Grigioni, G.M., Aguirre, P., & Leal, M. (2017). What is meat in Argentina?, *Animal Frontiers*, 7 (4), 44-47.
- Prättälä, R., Paalanen, L., Grinberga, D., Helasoja, V., Kasmel, A., & Petkeviciene, J. (2007). Gender differences in the consumption of meat, fruit and vegetables are similar in Finland and the Baltic countries. *European Journal of Public Health*, 17(5), 520-525.
- Rodrigues, H., Gómez-Corona, C., & Valentin, D. (2020). Femininities & Masculinities: Sex, gender, and stereotypes in food studies. *Current Opinion in Food Science* 33, 156-164.
- Rozin, P., Hormes, J. M., Faith, M. S., & Wansink, B. (2012). Is meat male? A quantitative multimethod framework to establish metaphoric relationships. *Journal of Consumer Research*, 39(3), 629-643.
- Saraç, S. (2013). *Toplumsal cinsiyet. Toplumsal Cinsiyet ve Yansımaları*. (Ed.) L. Gültekin, G. Güneş, C. Ertung, & A. Şimşek, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları, 27-32.
- Schösler, H., de Boer, J., Boersema, J. J., & Aiking, H. (2015). Meat and masculinity among young Chinese, Turkish and Dutch adults in the Netherlands. *Appetite*, 89, 152-159.
- Scott, J. W. (2007). Toplumsal Cinsiyet: Faydalı Bir Tarihsel Analiz Kategorisi. (Çev.) D. Demirler, & F. Dinçer, *Kültür ve Siyasette Feminist Yaklaşımlar*, 112-138.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sevindik, A. (2017). Türk halk kültüründe yemek ve cinsiyet ilişkisi. *Dede Korkut Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi*, 6(13), 611-637.

- Shin, J., & Mattila, A. S. (2019). When organic food choices shape subsequent food choices: The interplay of gender and health consciousness. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 94-101.
- Turan, N., Öztürk, A., Kaya, H., & Aştı, T. (2011). Toplumsal cinsiyet ve hemşirelik. *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi*, 4(1), 167-173
- Vartanian, L. R., Herman, C. P., & Polivy, J. (2007). Consumption stereotypes and impression management: How you are what you eat. *Appetite*, 48(3), 265-277.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, 35, 29-56.
- Yaşar, M. R. İki Şiddet Arasında Kadın. *Akademik MATBUAT*, 1(1), 1-20.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 11. Baskı.
- Zellner, D. A., Garriga-Trillo, A., Rohm, E., Centeno, S., & Parker, S. (1999). Food liking and craving: A cross-cultural approach. *Appetite*, 33(1), 61-70.
- Zhu, L. L., Brescoll, V. L., Newman, G. E., & Uhlmann, E. L. (2015). Macho nachos: The implicit effects of gendered food packaging on preferences for healthy and unhealthy foods. *Social Psychology*, 46(4), 182.

Evaluating the Perspective Related to the Gendered Food Names

Nebahat TARHAN

Çanakkale Onsekiz Mart University, Graduate Education Institute, Çanakkale /Turkey

Ferah ÖZKÖK

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale/Turkey

Müesser KORKMAZ

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale/Turkey

Extensive Summary

The aim of this study is to identify some food names named on indicators of femininity and masculinity and to understand the perspective of these foods in society. The naming of food can be used to increase the social acceptance of roles assigned to the sexes in a society. When the national and international literature is examined, it is seen that the amount of food eaten and the type of food selected are largely gendered (Kimura et al., 2009; Dømerød, Ueland, Rødbotten, Westad & Risvik, 2002; Prättälä et al., 2007; Lax & Mertig, 2020; McPhail, Beagan & Chapman, 2012; Rozin, Hormes, Faith & Wansink, 2012). However, the number of studies addressing the relationship between gender and the naming of food through indicators of femininity and masculinity is almost nonexistent. Given the fact that food is strongly associated with social life, understanding the relationship between food names and gender is the scope of this study.

Within the scope of the study, a total of 17 food named through indicators of femininity and masculinity were obtained by scanning websites via the internet. The food names detected are *hanımgöbeği*, *dilberdudağı*, *vezir parmağı*, *kadınbudu*, *köpoğlu*, *şılık tatlısı*, *genç kız rüyası*, *sütlü Nuriye*, *yengen*, *Ayşe kadın fasulye*, *imambayıldı*, *dul avrat çorbası*, *analı kızlı*, *gelin çantası*, *sultan dudağı*, *prenses tatlısı*, *otur Fatma tatlısı*. The population of the study is made up of individuals aged 18 and over living in Turkey. The sample of the study was determined using easy-to-reach situation sampling. In order to collect data in the study, the interview form approach and interview technique were adopted online. The interview form consists of two parts. The first part consists of 12 semi-structured open-ended questions to learn what the participants think of these food names. The second part consists of demographic information about the age, gender and educational status of the participants. As of June 2021, a total of 75 response forms were obtained, including 60 from online form filling and 15 from in-depth face-to-face interviews. Data collection and analysis were carried out simultaneously and the data obtained were examined using descriptive analysis and theme analysis methods.

It is seen that 75 participants in the study were between the ages of 21 and 64. The educational status of these participants varies between primary and doctoral levels. When the participants are evaluated in general, it is seen that the average age is predominantly between the ages of 19-30 and the overall one has a high level of education. Among the food names offered to the participants, the most well-known and consumed foods are imambayıldı, hanımgöbeği, dilberdudağı, kadınbudu, vezir parmağı, sütlü Nuriye, Ayşe kadın fasulye and analı kızlı. In addition, sultan dudağı, otur Fatma tatlısı, prenses tatlısı, gelin çantası, dul avrat çorbası and genç kız rüyası are the least consumed food products.

According to the theme analysis obtained from the data collected in order to understand the perspectives of the food names specified within the scope of the study, 4 main themes were reached. The first theme, which is the connotations created by food names, consists of sub-themes, which are connotations of sexuality, humor, indignity and nationality, and the food itself. In the second theme of naming, the reasons for giving food names were discussed and reasons such as sociocultural structure, analogy, characteristics of the owner of the recipe were revealed. In this section, the categories of naming and naming according to the shape of the food were reached from the answers to the question "How would you name these foods?" The third theme includes the theme of feelings and thoughts by gender, but the findings of the question of how being male and female to affect their perspectives on these food names are mentioned. The latest theme addresses the impact of food names on consumption. In this theme, the opinions of the participants are divided into groups in the form of not preferring because of their food name, preferred because of their food name and focusing on taste.

According to the data obtained from the participants, there are some reasons why people associate names with gender-specific meanings with food. This may be due to the sociocultural structure of that society or it may be aimed at evoking genders with food through various analogies. The highlights of the comments about the food itself are that the specified foods are traditional and delicious. Many of the comments about food names have been sexist and humorous.

Looking at the connotations created by food names, most of the participants stated that these food names create a sexual connotation. Connotations about food throughout cultures and ages have served as an important symbolic tool for both conveying and shaping concepts such as sexuality and gender identity (Andrievskikh, 2014, p.137). In Turkish culture, food names such as kadınbudu, dilber dudağı, sütlü Nuriye, analı kızlı, dul avrat çorbası, hanım göbeği show the perception of women, how sexuality is constructed through food and that women are a food topic (Yaşar, 2017, p. 8). Participants often emphasized that the designated food names evoke a humorous connotation in them, which is also the subject of humor in their daily lives. According to Alpyıldız (2020), one of the reasons people have connotations of nutrients is to humor food as a means of entertainment. When looking at the study findings, it is seen that most of the participants who found the food names determined were sexist were women. It is seen that most of the participants who have positive feelings and thoughts about food names are male. It is thought that this situation is due to the sociocultural structure of that society and is formed within the framework of the roles placed on the sexes in this direction.

In this study, it is aimed to investigate in depth how the opinions of the targeted group regarding food names are formed rather than generalizing. In this respect, when we look at the results of the study, the fact that what is meant to be said in food is manifested in the names of food clearly shows that food has a symbolic meaning beyond physiological need. The sexual codings carried out by Turkish culture, which has a patriarchal structure mostly through indicators of femininity, have also found a presence in food names using the narrative power of language. As a result, food names named on indicators of femininity and masculinity in Turkish society can to influence genders.