**T.C**

**İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**DOKTORA TEZİ**

# KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM VE GASTRODİPLOMASİ: İSTANBUL'DAKİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN TÜRK MUTFAĞI ALGISI

**Mehmet SALİ**

**2502180117**

**TEZ DANIŞMANI:**

**Prof.Dr. Abdullah ÖZKAN**

**İSTANBUL 2023**

# ÖZ

# KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM VE GASTRODİPLOMASİ: İSTANBUL'DAKİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN TÜRK MUTFAĞI ALGISI

**Mehmet SALİ**

Bu çalışma, Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımının nasıl olması gerektiği sorusundan hareketle kurgulanmış ve çalışmanın amacı Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirmek olarak şekillenmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın kavramsal çerçevesi kültürlerarası iletişim, kamu diplomasisi, yemek ve beslenme ile Türk mutfağından oluşan teorik bir zeminde tartışılmıştır. Araştırma aşamasında, İstanbul Üniversitesi'nde kayıtlı bulunan uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık, Türk mutfağı algısı, Türk yemeklerini deneyimlemeleri ve beslenme alışkanlıklarına ilişkin ölçek ve soruların yer aldığı bir saha çalışması yürütülmüştür. Bu aşamada Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği isimli 2 farklı ölçek, demografik bilgiler, beslenme ve Türk mutfağına ilişkin sorular ve gastrodiplomasiye ilişkin ifadelere yer verilmiştir. 443 katılımcıdan elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak bağımsız grup t testi, Pearson korelasyon analizi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), Scheffé testleri, non-parametrik Kruskal Wallis-H testi ve non-parametrik Mann Whitney-U testi ile analiz edilmiştir. Analizler sonucunda uluslararası öğrencilerin kültürlerarası etkileşimlerde duyarlı oldukları, Türk yemeklerini beğendikleri, ülke ve bölgelere göre kültürlerarası duyarlılık düzeyleri ve Türk yemeklerine ilişkin beğenilerinin değişkenlik gösterdiği, Türk mutfağının bir yumuşak güç unsuru olarak kullanılabileceği sonuçlarına ulaşılmış ve yabancı kamuoylarını etkilemek üzere geliştirilmesi gereken Türkiye için kullanılabilecek bir gastrodiplomasi yaklaşımı önerilerek tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler: Kültürlerarası iletişim, gastrodiplomasi, yumuşak güç, Türk mutfağı, uluslararası öğrenciler.**

# ABSTRACT

## INTERCULTURAL COMMUNICATION AND GASTRODIPLOMACY: THE PERCEPTIONS OF TURKISH CUISINE AMONG THE INTERNATIONAL STUDENTS IN İSTANBUL

**Mehmet SALİ**

This study is based on the question of what Turkey's gastrodiplomacy approach should look like and the aim of the study is to develop a gastrodiplomacy approach for Türkiye. Accordingly, the conceptual framework of the study was discussed on a theoretical ground consisting of intercultural communication, public diplomacy, food and nutrition, and Turkish cuisine. In the research phase, a field study was conducted that scales and questions about intercultural sensitivity, perceptions of Turkish cuisine, experiences of Turkish food and eating habits of international students enrolled at Istanbul University were included. At this stage, Intercultural Sensitivity Scale and Perception of Turkish Cuisine Scale, demographic information, questions on nutrition and Turkish cuisine, and statements on gastrodiplomacy were included. The data obtained from 443 participants were analyzed using SPSS program with independent group t-test, Pearson correlation analysis, one-way analysis of variance (ANOVA), Scheffé tests, non-parametric Kruskal Wallis-H test, and non-parametric Mann Whitney-U test. As a result of the analyses, it was concluded that international students are sensitive in intercultural interactions, they like/enjoy Turkish food, their intercultural sensitivity levels and their liking for Turkish food vary by country and region, Turkish cuisine can be used as a soft power element, and a gastrodiplomacy approach that can be used for Türkiye to influence foreign public opinion is proposed and discussed.



**Keywords: Intercultural communication, gastrodiplomacy, soft power, Turkish cuisine, international students.**

# ÖNSÖZ

Bu çalışma Türk mutfağının bir yumuşak güç unsuru olarak konumlandırılarak yabancı kamuoyları nezdinde ülke imajının güçlendirmek üzere Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Bu tezin hazırlanmasında değerli bilgileriyle yol gösteren, her daim destekleyen ve tıkanıklıkları açan kıymetli danışmanım ve hocam Prof. Dr. Abdullah Özkan'a en kalbi şükranlarımı sunarım. Tez izleme sürecindeki değerli katkıları ve sürekli destekleri için Prof. Dr. Yeşim Güçdemir ve Doç. Dr. Nebahat Akgün Çomak hocalarıma çok teşekkür ederim.

Çalışmamın başından sonuna kadar birçok noktasında tecrübe, bilgi ve yönlendirmeleri için sürekli kapılarını çaldığım, her defasında yeni ufuklar açan Adem Başpınar, Mustafa Otrar ve Nurullah Karaca'ya hassaten teşekkürlerimi sunarım. Süreç esnasında çeşitli zamanlarda kıymetli görüşlerine ve desteklerine başvurduğum Ahmet Uysal, Ali Haydar Beşer, Bilal Sali, Enis Duman, Ensar Alemdar, Furkan Yıldız, Hacı Sarı, Onur Günaydın, Ömer Faruk Ocakoğlu, Selime Gümüş, Şuara Softa, Taha Eğri, Yasin Yayla ve Yunus Kılıç'a çok teşekkür ederim. İsmini yazmayı unuttuklarım varsa lütfen affetsin; onlara hassaten teşekkür ediyorum. Covid-19 pandemisinin zorlu şartlarındaki araştırma aşamasında uluslararası öğrencilere ulaşmam için yardımlarını esirgemeyen İstanbul Üniversitesi Uluslararası Öğrenci Merkezi Müdürü Prof. Dr. Faruk Taşçı'ya ve ofis personeli Sibel Işık'a çok teşekkür ederim.

Baştan sona bütün süreçlerde maddi manevi desteklerini gösteren, gidişatla ilgili arayıp soran, birçok hususta anlayış gösteren sevgili ailem, dostlarım ve arkadaşlarıma ayrıca teşekkür ederim. Zor zamanlarda anlayış ve hoşgörü ile yaklaşan, sürecin en başından itibaren sürekli desteğini gördüğüm eşim Elif ve kızım Zeynep Gülce'ye teşekkür ve muhabbetlerimi sunarım.

Mehmet SALİ

İstanbul 2023

## İÇİNDEKİLER

**ÖZ** ..... **ii**
**ABSTRACT** ..... **iii**
**ÖNSÖZ** ..... **iv**
**TABLOLAR LİSTESİ** ..... **viii**
**ŞEKİLLER LİSTESİ** ..... **xiv**
**GRAFİKLER LİSTESİ** ..... **xv**
**KISALTMALAR LİSTESİ** ..... **xvi**
**GİRİŞ** ..... **1**

**BİRİNCİ BÖLÜM**
**KÜLTÜRLERARASI KAVRAMLAR VE KARŞILAŞMALAR**

1.1 Kültürlerarası Kavramlar ..... 6
1.1.1. Farklı Olan Hangisi: Ben ve Öteki ..... 7
1.1.2. Şehre Gelen Yabancının Etkisinde Yerlilik, Yabancılık, Vatandaşlık, Yurttaşlık Kavramları Üzerine ..... 20
1.1.3. Üçüncü Mekânın İçinde: Melez Kültürler ..... 27
1.1.4. Öznelerarasılık – Kültürlerarasılık – Çok Kültürlülük ..... 32
1.1.5. Dünyayı Kendi Kültüründen Algılamak: Etnosentrizm ..... 38
1.1.6. Farklı Olanla Karşılaşma: Kültürleşme ve Kültür Şoku ..... 41
1.2. Kültürlerarası Karşılaşmalar ..... 48
1.2.1. Kültürlerarası İletişim ..... 48
1.2.1.1. Kültürlerarası Yeterlilik ..... 52
1.2.1.1.1. Kültürlerarası Farkındalıkk ..... 55
1.2.1.1.2. Kültürlerarası Beceriklilik ..... 57
1.2.1.1.3. Kültürlerarası Duyarlılık ..... 59
1.2.2. Uzun Süreli Turistler: Uluslararası Eğitim ve Uluslararası Öğrenciler 68
1.2.2.1. Uluslararası Öğrencilere İlişkin Çalışmalar ..... 82

**İKİNCİ BÖLÜM**
**YEMEK ÜZERİNE KURAMSAL TARTIŞMALAR VE BİR GASTRODİPLOMASİ ARACI OLARAK TÜRK MUTFAĞI**

2.1 Yemek Çalışmalarına Disiplinlerarası Bir Bakış ..... 92
2.2. Kültürlerarası Kavşakta Türk Mutfağı ..... 117
2.3. Yemeğin Diplomasisi: Gastrodiplomasi ..... 122
2.3.1. Orta Güçlerin Mücadele Alanı: Kamu Diplomasisi ..... 123
2.3.2. Sopa ve Havuç Yerine Cazibe Merkezi Olmak: Yumuşak Güç ..... 132
2.3.3. Dünyanın Geri Kalanına Kendi Hikayesini Anlatmak: Kültürel Diplomasi ..... 136
2.3.4. Küresel Denklemde Ulusun İnşası: Ulus Markalama ..... 141
2.3.5. Mideden Geçerek Kalplerin Fethi: Gastrodiplomasi ..... 149

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**
**ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

3.1. Araştırmanın Problemi ..... 165
3.2. Araştırmanın Amacı ..... 167
3.3. Araştırmanın Önemi ..... 168
3.4. Araştırmanın Varsayımları ..... 170
3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları ..... 170
3.6. Araştırmanın Yöntemi ..... 171
3.6.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi ..... 171
3.6.2. Veri Toplama Araçları ..... 172
3.6.2.1. Demografik Sorular ..... 173
3.6.2.2. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ..... 173
3.6.2.3. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Doğrulayıcı Faktör Analizi ..... 174
3.6.2.4. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ..... 183
3.6.2.5. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Doğrulayıcı Faktör Analizi 185
3.6.2.6. Beslenme ve Türk Mutfağı Soruları ..... 194
3.6.2.7. Gastrodiplomasi Soruları ..... 194
3.7. Verilerin Toplanması ..... 194
3.8. Verilerin Analizi ..... 195

**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**
**ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

4.1. Betimsel Değerler ..... 198
4.1.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular ..... 198
4.1.2. Beslenme Alışkanlıkları ve Türk Mutfağına İlişkin Bulgular ..... 202
4.1.3. Gastrodiplomasiye İlişkin Bulgular ..... 209
4.2. Karşılaştırmalı Analizler ..... 216
4.2.1. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Karşılaştırmalı Analizleri ..... 217
4.2.1.1. Demografik Analizler ..... 218
4.2.1.2. Beslenme ve Türk Mutfağına İlişkin Analizler ..... 232
4.2.1.3. Gastrodiplomasiye İlişkin Analizler ..... 232
4.2.2. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Karşılaştırmalı Analizleri ..... 245
4.2.2.1. Demografik Analizler ..... 247
4.2.2.2. Beslenme ve Türk Mutfağına İlişkin Analizler ..... 257
4.2.2.3. Gastrodiplomasiye İlişkin Analizler ..... 258
4.2.3. Diğer Karşılaştırmalı Analizler ..... 271

**BEŞİNCİ BÖLÜM**
**TÜRKİYE İÇİN BİR GASTRODİPLOMASİ YAKLAŞIMI**

5.1. Genel Değerlendirme ..... 289
5.2. Tartışma ..... 299
5.3. Türkiye İçin Gastrodiplomasi Yaklaşımı ..... 317
5.3.1. Afrika ..... 323
5.3.2. Balkanlar ..... 325
5.3.3. Ortadoğu ..... 327
5.3.4. Orta Asya ..... 330
5.3.5. Uzak Doğu ..... 332
**SONUÇ ..... 335**
**KAYNAKÇA ..... 348**
**EKLER ..... 394**
**ÖZGEÇMİŞ ..... 401**

# TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Baker'in Kültürlerarası Farkındalık Süreci ..... 56
Tablo 2: Türkiye'deki Uluslararası Öğrencilerin Geldikleri Ülkelere Göre Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı) ..... 77
Tablo 3: Türkiye'deki Bölgelerde Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı) ..... 78
Tablo 4: Türkiye'deki Şehirlerde Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı) ..... 79
Tablo 5: İstanbul Üniversitesi'ndeki Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı) ..... 80
Tablo 6: Kamu Diplomasisi Çerçevesi ..... 129
Tablo 7: Gücün Üç Birimi ..... 134
Tablo 8: Yumuşak Gücün Kaynakları, Uzmanları ve Alıcıları ..... 135
Tablo 9: Ulus Markalama Endeksleri ..... 147
Tablo 10: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları ve Soruları ..... 174
Tablo 11: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Normallik Sınaması İçin Hesaplanan Betimsel Değerler ..... 175
Tablo 12: Çoklu Normallik Testi ..... 177
Tablo 13: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Ölçüm Uyum İyiliği Göstergeleri ..... 178
Tablo 14: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Standardize Regresyon Tablosu ..... 181
Tablo 15: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sınamasında Önerilen Modelin Varyans Değerleri ..... 182
Tablo 16: İç Tutarlık Analizi Değerleri ..... 183
Tablo 17: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Normallik Sınaması İçin Hesaplanan Betimsel Değerler ..... 186
Tablo 18: Çoklu Normallik Testi ..... 187
Tablo 19: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Ölçüm Uyum İyiliği Göstergeleri ..... 189
Tablo 20: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Standardize Regresyon Tablosu ..... 191
Tablo 21: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sınamasında Önerilen Modelin Varyans Değerleri ..... 192
Tablo 22: İç Tutarlık Analizi Değerleri ..... 193
Tablo 23: Uluslararası Öğrencilerin Demografik Özellikleri ..... 198
Tablo 24: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkeler ..... 200

Tablo 25: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkeler (Gruplandırılmış) ..... 201
Tablo 26: Uluslararası Öğrencilerin Dışarıda Türk Mutfağı Tercihleri ..... 202
Tablo 27: Uluslararası Öğrencilerin Evde Türk Mutfağı Tercihleri ..... 202
Tablo 28: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan ..... 203
Tablo 29: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verikleri Puan - Min, Max, Mean, Std. Dev. Değerleri ..... 204
Tablo 30: Uluslararası Öğrencilerin Kendi Ülkesinde Türk Mutfağı Tercihi ..... 204
Tablo 31: Uluslararası Öğrencilerin En Sevdikleri Türk Yemek Grupları ..... 205
Tablo 32: Uluslararası Öğrencilerin En Sevmedikleri Türk Yemek Grupları ..... 206
Tablo 33: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağı Düşününce Akıllarına Gelen İlk Kelime ..... 207
Tablo 34: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağını Düşününce Akıllarına Gelen İlk Kelime (Gruplandırılmış) ..... 208
Tablo 35: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi ..... 210
Tablo 36: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi Olan Ülkeler ..... 210
Tablo 37: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi Olan Ülkeler (Gruplandırılmış) ..... 211
Tablo 38: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Yaptıkları Tutum ve Davranışlar ..... 212
Tablo 39: Uluslararası Öğrencilerin Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılmasına İlişkin Görüşleri ..... 213
Tablo 40: Uluslararası Öğrencilerin Yemeklerin Bir Ülkenin Ulusal Kimliğini Güçlendirmesine İlişkin Görüşleri ..... 213
Tablo 41: Uluslararası Öğrencilerin Hangi Türk Yemeğinin Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kullanılabileceğine İlişkin Görüşleri ..... 214
Tablo 42: Uluslararası Öğrencilerin Hangi Türk Yemeğinin Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kullanılabileceğine İlişkin Görüşleri (Gruplandırılmış) ..... 216
Tablo 43: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Alt Boyutları ve Ölçek Toplam Puanı Aritmetik Ortalamaları, Standart Sapma, Minimum ve Maksimum Değerleri ..... 217
Tablo 44: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Aritmetik Ortalama Seviyesi ..... 218
Tablo 45: Uluslararası Öğrencilerin Yaş Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 218
Tablo 46: Uluslararası Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 220

Tablo 47: Uluslararası Öğrencilerin Medeni Durum Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 221
Tablo 48: Uluslararası Öğrencilerin Gelir Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 221
Tablo 49: Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'de Kaldığı Yer Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 223
Tablo 50: Uluslararası Öğrencilerin Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 225
Tablo 51: Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'de Bulunduğu Süre Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 226
Tablo 52: Uluslararası Öğrencilerin Demografik Özellikleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizleri Özeti ..... 227
Tablo 53: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkelere (Gruplandırılmış) Göre Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları Betimsel Değerleri ..... 228
Tablo 54: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülke (Gruplandırılmış) Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 229
Tablo 55: Uluslararası Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Düzeylerinin Ülke Gruplarına Göre Kültürlerarası Gelişim Modeli'nde Karşılığı ..... 231
Tablo 56: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 232
Tablo 57: Uluslararası Öğrencilerin Kendi Ülkelerine Döndüklerine Türk Yemeklerini Tercihleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 233
Tablo 58: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 234
Tablo 59: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Kültürel İçeriklerini Araştırma İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 235
Tablo 60: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Lezzetlerini Tatmaya Niyet Etme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 236
Tablo 61: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Seyahat Etmeyi Düşünme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 237
Tablo 62: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Pozitif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 238

Tablo 63: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Ziyareti Asla Düşünmeme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 239

Tablo 64: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Bütün Kültürel Formlarını Reddetme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 240

Tablo 65: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Negatif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 241

Tablo 66: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye İlişkin Yaptıklarını Tanımlayan İfadeler ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizlerinin Özeti ..... 242

Tablo 67: Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılabilirliğine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 243

Tablo 68: Yemeklerin Ulusal Kimliği Güçlendirmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 244

Tablo 69: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Aritmetik Ortalama Seviyesi ..... 246

Tablo 70: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Aritmetik Ortalama Seviyesi ..... 246

Tablo 71: Uluslararası Öğrencilerin Yaş Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 247

Tablo 72: Uluslararası Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 248

Tablo 73: Uluslararası Öğrencilerin Medeni Durum Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 249

Tablo 74: Uluslararası Öğrencilerin Gelir Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 250

Tablo 75: Uluslararası Öğrencilerin Kaldığı Yer Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 252

Tablo 76: Uluslararası Öğrencilerin Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 253

Tablo 77: Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'de Bulunduğu Süre Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 254

Tablo 78: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkelere (Gruplandırılmış) Göre Türk Mutfağı Algısı Ölçeği Alt Boyutları Betimsel Değerleri ..... 256

Tablo 79: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülke (Gruplandırılmış) Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 256

Tablo 80: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 258
Tablo 81: Uluslararası Öğrencilerin Kendi Ülkelerine Döndüklerine Türk Yemeklerini Tercihleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi 259
Tablo 82: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 260
Tablo 83: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Kültürel İçeriklerini Araştırma İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 261
Tablo 84: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Lezzetlerini Tatmaya Niyet Etme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 262
Tablo 85: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Seyahat Etmeyi Düşünme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 263
Tablo 86: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Pozitif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 264
Tablo 87: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Ziyareti Asla Düşünmeme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 265
Tablo 88: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Bütün Kültürel Formlarını Reddetme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 266
Tablo 89: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Negatif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 266
Tablo 90: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye İlişkin Yaptıklarını Tanımlayan İfadeler ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizlerinin Özeti ..... 267
Tablo 91: Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılabilirliğine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi ..... 269
Tablo 92: Yemeklerin Ulusal Kimliği Güçlendirmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi. 270
Tablo 93: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 271
Tablo 94: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağını Düşününce Akıllarına Gelen İlk Kelime ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 272

Tablo 95: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 273

Tablo 96: Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılabilirliğine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 274

Tablo 97: Yemeklerin Ulusal Kimliği Güçlendirmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 275

Tablo 98: Uluslararası Öğrencilerin Hangi Türk Yemeğinin Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kullanılabileceğine İlişkin Görüşleri (Gruplandırılmış) ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 276

Tablo 99: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 277

Tablo 100: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Kültürel İçeriklerini Araştırma İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 278

Tablo 101: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Lezzetlerini Tatmaya Niyet Etme İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 279

Tablo 102: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Seyahat Etmeyi Düşünme İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 280

Tablo 103: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Pozitif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 281

Tablo 104: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 282

Tablo 105: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Bütün Kültürel Formlarını Reddetme İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 283

Tablo 106: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Negatif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi ..... 283

Tablo 107: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye İlişkin Yaptıklarını Tanımlayan İfadeler ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizlerinin Özeti ..... 284

# ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kültürleşme Stratejilerinin Alt Boyutları ..... 43
Şekil 2: Kültürlerarası Gelişim Süreci ..... 63
Şekil 3: Mutfak Üçgeni Birinci Versiyon ..... 99
Şekil 4: Mutfak Üçgeni İkinci Versiyon ..... 100
Şekil 5: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonucu Standardize Edilmiş PATH Diyagramı ..... 180
Şekil 6: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Standardize Edilmiş PATH Diyagramı ..... 190
Şekil 7: Çalışmanın Başlangıcında Öngörülen Modelin İlk Versiyonu ..... 319
Şekil 8: Çalışmanın Sonunda Ulaşılan Modelin Son Versiyonu ..... 320

# GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Uluslararası Öğrenci Sayısının Yıllar İçindeki Değişimi ..... 72
Grafik 2: Ülkelere Göre Uluslararası Öğrenci Sayıları (2019) ..... 73
Grafik 3: Yıllara Göre Türkiye'deki Uluslararası Öğrenci Sayıları..... 76
Grafik 4: İstanbul Üniversitesi'ndeki Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı) ..... 81
Grafik 5: Uluslararası Öğrencilere İlişkin Yıllara Göre Tez Sayıları ..... 83
Grafik 6: Uluslararası Öğrencilere İlişkin Yıllara Göre Makale Sayıları ..... 85
Grafik 7: Uluslararası Öğrencilerin En Sevdikleri ve En Sevmedikleri Türk Yemeklerinin Yüzde Karşılaştırması ..... 291

# KISALTMALAR LİSTESİ

| | |
|---|---|
| AA: | Anadolu Ajansı |
| ABD: | Amerika Birleşik Devletleri |
| ANOVA: | Tek yönlü varyant analizi |
| AS1: | Araştırma sorusu 1 |
| AS2: | Araştırma sorusu 2 |
| AS3: | Araştırma sorusu 3 |
| AS4: | Araştırma sorusu 4 |
| AS5: | Araştırma sorusu 5 |
| AS6: | Araştırma sorusu 6 |
| AS7: | Araştırma sorusu 7 |
| BI: | Bireylerarası İlişkiler |
| DC: | Duyusal Çekicilik |
| DO: | İletişimde Dikkatli Olma |
| HA: | Heyecan Arayışı |
| IH: | İletişimden Hoşlanma |
| IS: | İletişimde Sorumluluk |
| KD: | Kültürel Deneyim |
| KDÖ: | Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği |
| KG: | İletişimde Kendine Güvenme |
| KS: | Kültürel Farklılıklara Saygı |
| KTOP: | Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Toplamı |
| OECD: | Organisation for Economic Co-Operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) |
| SE: | Sağlık Endişesi |
| TİKA: | Türk İşbirliği ve Koordinasyon Başkanlığı |
| SSCB: | Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği |
| TMA: | Türk Mutfağı Algısı Ölçeği |
| TRT: | Türkiye Radyo Televizyon Kurumu |
| TTOP: | Türk Mutfağı Algısı Ölçeği Toplamı |
| UNESCO: | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) |

YEE: Yunus Emre Enstitüsü

YÖK: Yükseköğretim Kurumu

# GİRİŞ

Küreselleşen dünyada sınırların kalktığı, ulaşım ve iletişimin hızlandığı, teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde yayıldığı yadsınamaz bir gerçektir. Küresel ekonomi, küresel ısınma, küresel iklim değişikliği, küresel kültür, küresel gıda güvenliği, küresel finansal kriz, küresel sağlık, küresel vatandaşlık gibi birçok kavramın türetildiği ve tartışıldığı göz önüne alındığında küreselleşmenin ne denli etki alanı yüksek bir kavram olduğu daha iyi anlaşılacaktır. Birçok alanı köklü değişimlere zorlayan bu süreç kültürel düzlemde de etkileşimleri hızlandırmıştır. Böylece farklı kültürler hakkında sadece bilgi sahibi olmanın ötesinde daha geniş bir deneyim imkânı da birçok insan için mümkün olmuştur. Çünkü küreselleşmiş bir dünyada farklı kültürlerin bir arada bulunduğu ortamlar, kültürlerarası karşılaşmaları da beraberinde getirmektedir. Bu karşılaşmalar, farklı kültürel kimliklere sahip bireylerin bir arada yaşadığı, etkileşimde bulunduğu veya ortak bir amaç için bir araya geldiği ortamlarda meydana gelebilmektedir. Turizm, göç, ticaret, iş seyahatleri, eğitim gibi nedenlerden dolayı insanlar farklı kültürlerarası ortamlarda bulunmakta ve bu ortamlar bireylerin kendi kültürel kimliklerinin yanı sıra farklı kültürel kimliklerle temasa geçmelerine, diğer kültürler hakkında bilgi sahibi olmalarına, farkındalık kazanmalarına ve öteki kültürlere hoşgörülü bir yaklaşım sergilemelerine yardımcı olmaktadır. Kültürlerarası etkileşimler esnasında kimi ihtilaf, anlaşmazlık veya uyuşmazlıkların yaşanması öngörülse de kültürlerarasılığın artması ile karşılıklı kültürel anlayış, empati ve hoşgörünün de artacağı ve çatışmaların çözümünün yine kültürlerarası etkileşimler ile mümkün olacağı gözden kaçırılmamalıdır. Nitekim sınırların gitgide muğlaklaştığı günümüzde birçok insan, içine doğduğu ve yıllarca kültürlendiği toplumların haricindeki ülkelerde hayatlarını sürdürmektedir. En fazla gündemde olan ve bilinen mülteci ve sığınmacılar olsa da eğitim, iş, kariyer, ticaret, seyahat gibi sebeplerle de insanlar başka coğrafyalara gitmekte, bunlardan bir kısmı başka ülkelerde hayatlarını sürdürmektedir. Farklı kültürlerin kesiştiği bu durumlar, haliyle kültürlerarası temasların yoğun yaşandığı yerler olmaktadır.

Bu çerçevede küreselleşme bir yandan kültürlerarası etkileşimleri artıracak zemini insanlara sağlarken diğer yandan da böyle bir zeminde kültürlerin, kültürel

değerlerin, kültürel çeşitliliklerin diğer insanlara aktarımını mümkün kılmaktadır. Şu bir gerçektir ki insanın kendi kültürünü merkezi bir konuma alarak diğer kültürlere temas etmesi, öteki kültürleri etkilemeye çalışması çok muhtemeldir ve hatta insan olmaya ait (insani) bir şeydir. Elbette sosyal bilimlerin en tartışmalı terimlerinden biri olan kültür, bir de kültürlerarası bir özellik arz ettiğinde fazlasıyla etkileşimli, karmaşık, yoğun, katmanlı, çok anlamlı bir hüviyete bürünecek; farklı kültürler veya bir egemen kültür içindeki alt kültürler, "öteki" kültürler ile sürekli etkileşim ve iletişim içinde olacağı açıktır ve oluşacak bu iletişim dil, söylem, düşünce, duygu, davranış gibi farklı alanlarda kendini gösterecektir. Gündelik hayatın farklı veçhelerinde kendine yer bulan farklı kültürler arasındaki bu etkileşim ilk insandan bu güne insanoğlunun fiziki/biyolojik devamlılığını sağlayacak beslenme davranışlarında da net şekilde görülmektedir. Şu yadsınamaz bir gerçektir ki modern bireyin hayatında beslenmenin önemi neyse insanın ataları için de aynıdır ve bu yüzden de insanlığın tarihi bir anlamda beslenme tarihi olarak da görülebilir. Bu tarihsel süreç sadece biyolojik veya fizyolojik değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel, ekonomik, siyasi ve tarihi birçok boyuta sahip çok katmanlı bir yapıyı içermektedir. Beslenme ve beslenme etrafında şekillenen davranışlar; bireysel düzeyden başlayarak toplumsal örüntüleri şekillendiren ve küresel anlamları içeren çok merkezi bir konumda yer almaktadır. Avcı-toplayıcı topluluklardan günümüz modern insanına kadar geçen sürede insanın en temel kaygı ve motivasyonlarının başında beslenme gelmiştir. Savaşlar, göçler, keşifler, bilimsel ve teknik gelişmeler, yaşam tarzları, toplumsal ilişkiler gibi ülkeleri, sınırları, toplumları şekillendiren birçok etkenin beslenme ile göbekten bir bağı vardır.

İfade etmek gerekir ki coğrafya, iklim, din, ulus kimliği gibi birçok etmen sayesinde insanların yeme-içme pratikleri oluşmaktadır. Aynı coğrafyada yer alan farklı dinlere mensup kişilerin birbirine taban tabana zıt yeme alışkanlıkları olabilmekte; yahut birbirinden çok uzak ülkeler benzer lezzetlerde buluşabilmektedirler. Dolayısıyla yemek sınırları aşan, kalıplara sığmayan bir mizaca sahiptir. Şu durumda yemeğin izini sürmek veya tek bir bölgeye, ülkeye ait olduğunu iddia etmek elbette ki zor bir uğraştır. Bu yüzden birçok ülke kendine ait olduğunu düşündüğü lezzetleri sahiplenmeye çalışmakta ancak aynı lezzeti birden fazla ülke sahiplenmeye çalışınca da mutfaklar arası bir çatışma oluşmaktadır. Baklava için

Türkiye ve Yunanistan arasında; humus için Filistin, Lübnan ve İsrail arasında; keşkek için Azerbaycan ve Ermenistan arasında bir sahiplenme yarışı/anlaşmazlığı olabilmektedir. Öte yandan kimi lezzetlerin kimi kültürlerle anılması da hayli olasıdır. Örneğin, suşi denince akla Japonya gelmektedir. Kimchi ile Güney Kore, pizza ile İtalya, çikolata ile Belçika, kebap ile Türkiye arasında insanların algısında güçlü bir ilişki olduğu gerçektir. Dolayısıyla hem kendileriyle anılan yemekler hem de ihtilaflı lezzetler söz konusu olduğunda ülkelerin bu yemekleri sahiplenmeye yönelik teşebbüsleri olmaktadır. Bir ülkeyle anılan yemekler söz konusu olduğunda var olan olumlu algının pekiştirilmesi ve o yemek ile ülke arasında var olan bütünlüğün güçlendirilmesi amaçlanırken; ihtilaflı lezzetler mevzu bahis olduğunda bu yemeklerin çatışma halinde bulundukları ülkelerin "kapmasını" engellemek, kendi ulusal kimlikleri ile anılmasını sağlamak temel motivasyon olmaktadır. Her halükârda yaratılmaya çalışılan zihinlerde, algılarda yemek ile ulus kimliği/ulus devlet arasında bir ilişki kurarak yemeklerin ülke markasına hizmet etmesini sağlamaktır. Bu noktada bir ülkenin yemek kültürü ile kamuoylarının etkilenmesini temel alan gastrodiplomasi öne çıkmaktadır.

Gastrodiplomasi, kamu diplomasisi disiplininin altında ve bir kültürel diplomasi biçimi olarak son yıllarda birçok ülkenin başvurduğu bir diplomasi biçimidir. Uluslararası ilişkilerdeki paradigma değişimi diplomasi anlayışını da dönüştürmüş ve böylece sadece resmî kurumların, hükümet yetkililerinin dahil olduğu "soğuk" bir diplomasinin tek başına yeterli olmayacağı öngörülerek basın/medya kuruluşlarının, sivil toplum örgütlerinin, üniversitelerin, uluslararası şirketlerin, kanaat önderlerinin ve yabancı ülkelerde yaşayan insanların da sürece dahil olduğu "yeni bir diplomasi" mümkün olmuştur. Böyle bir diplomasi anlayışı çerçevesinde ulusların yemek kültürlerini bir cazibe unsuru olarak kullanmasını temel alan gastrodiplomasi, ülkelerin yabancı kamuoylarını etkilemek üzere başvurduğu dikkate değer bir yaklaşımdır. Tayland, Güney Kore, Malezya, Japonya, Tayvan gibi Güneydoğu Asya ülkelerinin başı çektiği gastrodiplomasi programları sayesinde bu ülkelerin ülke markalarına artı değer oluşmakta, gerek turizm ve gerekse gastronomi turizmi canlanmakta, ülkeye ilişkin yabancı kamuoylarında var olan algıda olumlu çıktılar elde edilmektedir.

Peki birçok kültürün kesişim havzasında bulunan Türkiye'nin Türk yemek kültürü üzerinden bir gastrodiplomasi programı yürütmesi ne kadar mümkündür? Bu çalışmanın çıkış noktası tam da bu soru olmuştur. Birçok kültürü etkilemiş ve birçok kültürden de etkilenmiş, zengin bir lezzet skalasına sahip, Fransız ve Çin mutfaklarıyla birlikte dünyanın en zengin mutfaklarından sayılan Türk mutfağının yabancı kamuoylarının etkilenmesi için kullanılacak bir yumuşak güce sahip olup olmadığı fikrinden hareketle Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı belirleme amacı bu çalışmanın zemininde yer almaktadır.

Böyle bir amaç doğrultusunda bu çalışmanın ilk bölümünde farklı kültürlerin karşılaşmaları ve bu karşılaşmalar esnasında oluşan çeşitli durumlar irdelenmiştir. Kültürlerarası kavramlar ve kültürlerarası karşılaşmalar başlıkları ile iki alt bölümden oluşan bu kısım önce kültürlerarası kavramlar tartışılmıştır. Ötekilik, yerlilik, yabancılık, melezlik, kültürlerarasılık, çok kültürlülük, etnosentrizm, kültürleşme ve kültür şoku kavramları kültürlerarasılık biçimleri olarak detaylandırılmıştır. Kültürlerarası karşılaşmalar başlıklı ikinci alt bölümde kültürlerarası iletişim ve kültürlerarası iletişim için önemli bir yer tutan kültürlerarası yeterlilik, kültürlerarası farkındalık, kültürlerarası beceriklilik, kültürlerarası duyarlılık kavramları tartışılmıştır. Bu alt bölümün son kısmında ise kültürlerarası bir karşılaşma biçimi olarak Türkiye'de ve dünyada uluslararası öğrencilik üzerine bir tartışma yürütülmüştür.

İkinci bölüm, beslenme, Türk mutfağı ve gastrodiplomasi üzerine üç alt bölümden oluşmaktadır. Birinci alt bölümde yemek ve yemek kültürü üzerine geniş bir kavramsal çerçeve çizilmiştir. Antropoloji, sosyoloji, kültürel çalışmalar ve iletişim bilimleri disiplinleri gibi sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında çalışmaları bulunan kuramcıların beslenme ve yemek kültürüne bakışı bu alt bölümde mercek altına alınmıştır. İkinci alt bölüm, kültürlerarası kavşak noktasında yer alan Türk mutfağı üzerinedir. Son bölümde ise tezin ana omurgasını oluşturan gastrodiplomasi kavramı odağa alınarak; onunla ilişkili olarak şekillenen kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, yumuşak güç ve ulus markalama kavramları incelenmiştir.

Üçüncü bölümde araştırmanın metodolojisi detaylandırılmıştır. Problem, amaç, kapsam, varsayım, sınırlılıklar, yöntem, verilerin toplanması ve analizi bu bölümün alt başlıklarıdır. Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımının belirlenmesi amacı doğrultusunda İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığı ve yeme içme pratikleri üzerine nicel bir araştırma yürütülmüştür. Anket içerisinde yer alan ölçeklerin normallik, geçerlilik, güvenirlilik ve faktör analizleri bu bölümde yer almaktadır. Veriler, anket tekniği ile 2021 yılı haziran ve ağustos ayları arasında çevrimiçi olarak 443 kişiden toplanmıştır.

Dördüncü bölüm, araştırma bulgularının yer aldığı bölümdür ve üç alt bölümden oluşmaktadır. Betimsel değerler başlığını taşıyan ilk kısımda katılımcıların demografik bulgular, beslenme ve Türk mutfağına ilişkin bulguları ve gastrodiplomasiye ilişkin bulgular yer almaktadır. İkinci alt bölüm karşılaştırmalı analizlerden oluşmaktadır ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin karşılaştırmalı analizlerini içermektedir. Üçüncü alt bölümde ise diğer karşılaştırmalı analizler yer almaktadır.

Çalışmanın beşinci ve son bölümünde Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı tartışılmaktadır ve üç alt bölümden oluşmaktadır. Birinci alt bölümde araştırma bulgularının genel bir değerlendirmesi ve kısa bir özeti yer almaktadır. Tartışma başlıklı ikinci alt bölüm, birinci ve ikinci bölümde yer alan kültürlerarası kavramlar ve yeme içme pratiklerine ilişkin kavramlar ile araştırma bulgularının tartışıldığı bir zeminde ilerlemektedir. Üçüncü bölüm bu çalışmanın amacında yer alan Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirilmesi çerçevesinde şekillenmektedir. Bu alt bölümde Türkiye için genel bir gastrodiplomasi yaklaşımının tartışması yürütülmekte ve farklı ülke/bölgeler için geliştirilecek spesifik gastrodiplomasi farklılıkları detaylandırılmaktadır.

Sonuç bölümünde ise çalışmanın genel bir değerlendirmesi ve daha sonra yapılacak akademik çalışmalara ve karar vericilere öneriler şeklinde iki gruba ilişkin öneriler yer almaktadır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

# KÜLTÜRLERARASI KAVRAMLAR VE KARŞILAŞMALAR

Kültür, tanımlanması zor bir kavram olmakla birlikte insan hayatının her anına sirayet eden bir özelliğe sahiptir. "Bir grup veya insan kategorisinin üyelerini diğerinden ayıran"[1] kültüre ilişkin Kroeber ve Kluckhohn'un 164 farklı tanımı bulunmaktadır.[2] Tanımların özeti sayılacak bir şekilde kültür bir grup insan tarafından paylaşılan; her üyenin davranışını ve diğer insanların davranışlarını nasıl yorumlayacağını etkileyen; aynı zamanda her birey için farklı olan ve bir nesilden diğerine aktarılan tutumlar, değerler, inançlar, prosedürler, politikalar, gelenekler ve davranışların bulanık bir kümesidir.[3] Kavramın tanımlarında ittifak olmamasına rağmen kültür insan hayatının her bir alanına içkin bir özelliktedir. Tanımlar ve kültürel süreçlere ilişkin bu denli bir karışıklığın olmasının yanında; bir de süreç farklı kültürlerin etkileşimleri esnasında kültürlerarası bir özellik arz ettiğinde fazlasıyla etkileşimli, karmaşık, yoğun, çok katmanlı ve çok anlamlı bir hal almaktadır.

Bu çerçevede farklı kültürlerin karşılaşmalarına ilişkin literatürde tartışılan kavramlar ve bu karşılaşmalar esnasında oluşan genelde kültürlerarası iletişim süreci ve özelde bir kültürlerarası karşılaşma alanı olarak uluslararası öğrencilik bu bölümün altında irdelenecektir.

## 1.1 Kültürlerarası Kavramlar

İnsan tekinin kimliklendirici bir özellik taşıyan kültür ile kuşanmışlığı ve kültürlerarası süreçleri sosyal bilimlerde antropoloji, sosyoloji, kültürel çalışmalar, iletişim çalışmaları gibi alanların çokça ilgisini çekmiştir. Farklı kültürlerin kesiştikleri durumlarda daha da öne çıkan kültürlerarası olma hali ve onun etkisiyle ortaya çıkan

[1] Geert H. Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, **Cultures and Organizations: Software of the Mind**, 3rd ed, New York, McGraw-Hill, 2010, s. 5.
[2] Alfred Louis Kroeber, Clyde Kluckhohn, **Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions**, New York, Vintage Books, 1963.
[3] David Matsumoto, Linda Juang, **Culture and Psychology**, 6. bs, Boston, Cengage, 2016, s. 16; Helen Spencer-Oatey (ed.), **Culturally Speaking: Culture, Communication and Politeness Theory**, 2. bs, London, Continuum, 2008, s. 3.

farklı kültürlerarası süreçler (kimlik, ötekilik, yerlilik, yabancılık, vatandaşlık, melezlik, kültürlerarasılık, çok kültürlülük, etnik görecelilik, kültür şoku, kültürleşme gibi kültürlerarası süreçlere ilişkin kavramlar) bu alt bölümde incelenecektir.

### 1.1.1. Farklı Olan Hangisi: Ben ve Öteki

> *Onlar* hep çok kalabalık. "Onlar", daha
> az olsalar – hatta hiç olmasalar – daha
> iyi olacak olanlar. Biz ise hep
> azınlıktayız. "Biz", daha fazla olmasını
> istediğimiz insanlar.[4]

Kültür insanları diğerlerinden veya birbirlerinden ayıran bir özelliktedir; bu yüzden her insanın kendisi olması ve bir kimliğe sahip olması ile kendisine nispetle diğer insanların konumunu belirlemesi kaçınılmazdır. Bu noktada **öteki** kavramı öne çıkmaktadır. Ben ile benzer veya öteki ile benzer olmak, tam ters bir bakışla benden farklı ve ötekinden farklı olmak anlamına gelmektedir. Haliyle **ben** ve **öteki** üzerine düşünürken benzerlik ve farklılık kavramları da öne çıkmaktadır. Öteki söylemi, görünmez herhangi bir çizgi çekmekte ve çizginin "berisinde" kalanlarla "ötesinde" kalanları ayrıştırmaktadır. Bu ayrıştırma tam anlamıyla bir zıtlığı içinde barındırmaktadır. Olumlu bütün anlamlar bene, berikine aittir; olumsuz bütün karşıt anlamlar ise ona, ötekine aittir. "Mevcut kültürün içinde dışlanmış olan" [5] öteki daha açık bir ifadeyle "başka bir ülkede doğmuş olan, sonradan gelen, devlete yabancı, vatansız, konuk, ait olmayan, mülteci ve turistlerdir."[6] Kısacası bu ifadeler öteki olmayanı da tanımlamış olur: öteki olmayan, ev sahibi, yerleşik, yerli, hep var olan ve dolayısıyla ben veya biz.

Bu noktada ifade etmek gerekir ki ötekilik, egosentrik (ben merkezci) ve hatta etnosentrik (etnik merkezci) bir önyargıya dayanmaktadır ve antropolojik bir olgudur.

---

[4] Zygmunt Bauman, **Iskarta Hayatlar: Modernite ve Safraları**, İstanbul, Can Yayınları, 2019, s. 48.
[5] TDK, "Öteki", **Türk Dil Kurumu Sözlükleri**, (28.05.2022), (Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr, 28.05.2022.
[6] Frankenberg'den aktaran Tayfun Çiftçi, Betül Alıcı, "Günümüz İran Sinemasında Bir 'Öteki': Afgan Mülteciler", **Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi**, C. 2, No: 1, 2020, s. 28.

Gerçekte tüm insan toplulukları kendi topluluğunu değerli görme, diğerlerini değersizleştirme ve kendilerini diğerlerinden ayırma eğilimindedir. Levi-Strauss'a göre birçok topluluk (Inuit veya Bantu gibi) kendilerini tanımlarken **(auto-ethnonym)** insan, halk gibi anlamlara gelen kelimeleri seçmiş ve diğerlerini insan olmayan varlıklar olarak isimlendirmiştir.[7] Altını çizmek gerekir ki antropolojik bir yaklaşımla insanın ait olduğu grubu esas alması ve diğerlerini ötekileştirmesi çok olağan ve tarihsel olarak insani (insana ait) bir durumdur. Çünkü insan önce kendisini ve kendisi gibi olanı kabul etmektedir ve fakat bu kabul edişin içinde gizli bir öteki inşası bulunmaktadır. Ötekinin varlığının, benin varlığında gizli olduğunu belirtmek abartılı olmayacaktır. Nihayetinde ben, benlik yahut kimlik bir aidiyet içermektedir ve aynılaşma göstergesidir ve aynılığın içinde insanın model aldığı bir kimlik bulunmakta ve daha da önemlisi bu kimliğin başka insanlara dayatıldığı bir düzen **(norm)** bulunmaktadır.[8] Aynı zamanda kimlik, benzerliklerin (veya aynılıkların) yanında farklılıkları da içermektedir.[9] Bir kimliğe sahip olmak, diğerlerinden farklı olmayı da zorunlu kılmaktadır. Nitekim "ötekilik, baskın bir iç-grubun ("biz", benlik) bir farklılığı damgalayarak bir veya daha fazla hükmedilen dış grubu ("onlar", öteki) inşa ettiği söylemsel bir sürecin sonucudur."[10] Girift bir şekilde birbirine kenetlenmiş bu iki kavram birbirlerini üreten, inşa eden, yaratan, dönüştüren ve hatta birbirine ayna olan özelliklere sahiptirler. Özetle bir şeyin varlığı (kimliği), öyle olmayanın[11] varlığıyla (öteki, diğer) birlikte inşa olmaktadır ve neticede ben, ötekinin ötekisidir.

---

[7] Akraran, Jean-François Staszak, "Other/otherness", ed. Rob Kitchin, Nigel Thrift, **International Encyclopedia of Human Science**, 2008, s. 3.

[8] Zeynep Direk, "Ahlak ve Farklılık", 27.04.2014, (Çevrimiçi) https://zeynepdirek.wordpress.com/2014/04/27/ahlak-ve-farklilik/, 31.01.2023.

[9] David Buckingham, "Introducing Identity", **Youth, Identity, and Digital Media**, ed. David Buckingham, Cambridge, MIT Press, 2008, s. 1.

[10] Staszak, "Other/otherness", s. 2.

[11] Çok basit bir şekilde ötekini düşündüğümüzde "… olmayan" şeklinde bir cevap almamız mümkündür ve Bhabha'nın "kültürel konumlanış" yaklaşımından hareketle nerede durduğumuza bakmamız yeterlidir. Çünkü durduğumuz yerde "olmayan" ötekidir. Nitekim durduğumuz yer biz, ben, kimlik, aidiyet, özne, kendi olmakla ilişkilidir. Bu bağlamda, burada "olmayan" ötekidir. Benim gibi "olmayan", benim yanımda "olmayan", beyaz "olmayan", Batılı "olmayan", zengin "olmayan", bizim kabileden "olmayan", benim dünya görüşümden "olmayan" gibi onlarca farklı örneğini verebileceğimiz bütün "olmayan"lar öteki olarak zihnimizde, algımızda oluşmakta; tutumlarımıza ve davranışlarımıza yön tayin etmektedir. Bkz. Homi K. Bhabha, **Kültürel Konumlanış**, İstanbul, İnsan Yayınları, 2016.

Keyman sosyolojik ve antropolojik öteki tanımlarını beş ana grupta tasnif etmektedir.[12] **Ampirik bir nesne olarak öteki,** hakkında ampirik bilgi toplamak suretiyle anlaşılabilecek bir nesne olarak görülen ötekine işaret etmektedir. Bu yaklaşımda öteki, hakkında sözde nesnel ve gerçeklere dayalı bilgilerle açıklanmaya çalışılmaktadır. Ancak bu nesnellik ve gerçeklik sözde bir özellik taşımaktadır bundan dolayı hakiki manada bir ampiriklik söz konusu değildir veya tartışmalıdır. **Kültürel bir nesne olarak öteki,** Doğu-Batı dikotomisinden hareketle kurulan bu algıda modernliğin temel alındığı iki kutuplu (modern/geleneksel) bir yapıyı nitelemektedir. Bu yaklaşımda öteki ne olduğundan ziyade ne olmadığıyla tanımlanmaktadır ve bu noktada Batılı olmadığı, modern olmadığı gibi cevaplar alınmaktadır. Bu yaklaşım özne olan Batı'nın ötekisinde yer alan ve nesne olan bir Doğu şeklinde bir denkleme karşılık gelmektedir. **Bir varlık olarak öteki** ise, "yorumcu ve varoluşçu söylemlerde kullanılan ve bir varlık **(being)** olarak nitelenen, benliğinin oluşum sürecine katkıda bulunan ve modern kimliğin anlaşılmasındaki gözükmeyen gönderim noktasıdır." **Söylemsel bir yapı olarak öteki,** çeşitli söylem ve kurumlar tarafından kurulan bir bilgi nesnesi olarak oluşturulmuştur. Bu yaklaşımda öteki, kurgulanmış bir özellik taşımaktadır. Said'in oryantalizm kuramına uygun bir yaklaşımdır. Said'e göre oryantalizm, söylemsel bir kurgudur ve Doğu imgesi aydınlanma sonrasında Batı tarafından kurgulanmış ve üretilmiştir. **Farklılık olarak öteki,** ben ve öteki arasındaki ilişkisel özelliği vurgulayarak, sömürgeci ile sömürülen arasında oluşan karşılıklı bağımlılığın eleştirel bir biçimde incelenmesine imkân tanımakta ve öteki sorununu kimlik/fark eksenine taşımaktadır.

Schnapper ise, öteki ile ilişkiyi sosyolojik olarak irdelemiştir. Ona göre öteki ile ilişkinin iki temel biçimi vardır. İlki evrenselci bir yaklaşımla asimile etmektir;[13] ki zaten "modernliğin aynılığı sunma biçimi evrenselcilik şeklinde olmaktadır."[14] Bu noktada evrenselci yaklaşımın öteki ile ilişki kurarken onun haklarını ve kimliğini tanıyacağı tahmin edilebilir ancak bu tanıma yahut kabul ediş, ötekinin sadece ben gibi

[12] Fuat Keyman, "Farklılığa Direnmek: Uluslararası İlişkiler Kuramında 'Öteki' Sorunu", **Oryantalizm, Hegemonya ve Kültürel Fark**, ed. Fuat Keyman, Mahmut Mutman, Meyda Yeğenoğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 1996, s. 76-78.
[13] Dominique Schnapper, **Sosyoloji Düşüncesinin Özünde "Öteki" İle İlişki**, çev. Ayşegül Sönmez, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005, s. 25-27.
[14] Direk, "Ahlak ve Farklılık".

olması durumunda mümkün olacaktır. Bu durum da gitgide ötekinin ben içinde asimile olması anlamına gelmektedir. Evrenselcilik, bütün insanların bir olduğu ilkesini temel almaktadır ve bu ilke özünde iyi bir niyet barındırıyor olabilir. Fakat bu yaklaşımın temel eleştirisi, hangi insan (ben) grubunun bu bir olma hali için referans sayılacağı sorusudur. Süreç, referans grubun evrenselci bakışının asimilasyoncu bir yaklaşıma doğru dönme tehlikesini içinde barındırmaktadır.[15] İkinci biçim ise ben ile öteki arasında oluşacak bir boşluk, bir fark üzerinde şekillenir. Farklılaştırıcı tutum olarak isimlendirilebilecek olan bu yaklaşımda ötekinin yeri bene nispetle aşağıdadır ve benden eksik bir özelliği haizdir. Ötekinin kabulü ancak aşağıda kalma ve var olan farkla mümkündür.[16] Bu iki yaklaşım arasındaki gerilim sürmekle birlikte, özünde ikisi de ötekini öteki olarak kurgulamaktadır. Dolayısıyla her iki yaklaşımda da ötekinin konumu benden farklı olan; ya dönüştürülmesi gereken yahut benden aşağı görülen bir özelliktedir.

Bu tanımlamalardan hareketle ötekinin kim olduğu kadar kim olmadığı da dikkat çekmektedir ve bu sorunun cevabı Batı olmayan olarak belirmektedir. Nitekim ötekini inşa eden Batı'nın etnosentrik bakışıdır. Ötekinin konumuna uluslararası ilişkiler perspektifinden bakıldığında varlığı Batı'nın evrenselci bakışı ile mümkündür. Evrenselci bir rasyonalizmle (Batı tarafından) üretilen ötekine ait bilginin çokluğu ve kapsayıcılığı sebebiyle ötekinin kendini tanımlama imkânı güçleşmektedir. Böyle bir bakışta ötekinin varlığı ampirik olarak elde edilen sadece "bilgi"den ibarettir ve bu sebeple Batı'nın kendi ilerlemeci, modern yaklaşımına erişemeyen öteki "var olan" değil, "bilinen" bir ötekidir.[17] Hatta şu bir gerçektir ki geçmişte veya günümüzde "var olan" veya "bilinen" herhangi bir öteki tanımlamasının hiçbir aşamasında ve hiçbir kimsenin zihninde Batı ile örtüşme mümkün değildir. Çünkü Batı, ötekini söylemsel olarak kurgulamış ve özne kendisi olduğu için öteki de Batı olmayan olarak şekillenmiştir. Haliyle ben Batı, öteki Batı olmayandır ve kendini

[15] Örnek olarak Türkkan, Pratt'in seyahat öykülerindeki ötekileştirme örneklerini incelediğini ve şu sonuca ulaştığını aktarmaktadır: ilk başta ötekileştirilecek insanlar "onlar" **(they)** olarak tanımlanarak kolektif bir grupta homojenleştirilmekte ve sonra standart bir erkek örneği olarak "o"na **(he)** dönüşmektedir. Sevinç Türkkan, "Other/Alterity", **The Encyclopedia of Literary and Cultural Theory**, ed. Michael Ryan, Oxford, John Wiley & Sons, Ltd, 2010, s. 2, doi:10.1002/9781444337839.wbelctv1o001.
[16] Schnapper, **Sosyoloji Düşüncesinin Özünde "Öteki" İle İlişki**, s. 27-28.
[17] Keyman, "Farklılığa Direnmek: Uluslararası İlişkiler Kuramında 'Öteki' Sorunu", s. 72.

ontolojik olarak evrenin merkezinde gören bir anlayışın kendi dışında kalanları öteki, barbar, parya olarak görmekten imtina etmemesi onun öteki ile olan ilişkisi kadar ben tasavvuruyla da ilişkilidir.[18] Böyle bir pencereden bakıldığında Batı'nın Doğu'ya ilişkin algısı, coğrafi ifadelerin, başka bir medeniyete ait gerçek veya gerçek dışı imgelerin de ötesinde ve hatta öteki kurgusundan da öte Batı'nın kendisine nasıl bir ben tasavvuru biçtiğinin de bir göstergesidir.[19]

Batı'nın gözündeki Doğu'dan bahsedildiğinde Edward Said'in oryantalizm yaklaşımı dikkat çekmektedir. Keyman'ın "söylemsel bir yapı olarak öteki" diye tanımlaması mercek altına alındığında Batı'nın kendi zihninde, düşüncesinde ve hatta hayallerinde Doğu'yu kurguladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu noktada Said'in yaklaşımı Batılı ötekileştirmenin "coğrafi kurgusu" üzerine yoğunlaşmaktadır. Oryantalizm Batı'nın damgalayıcı klişelerle Türkleri, Faslıları, Persleri, Hintlileri, Japonları indirgediği; onları öteki olarak inşa ettiği; kendini de ötekinin varlığından hareketle kimliklendirdiği bir söylemdir. Konumu Batı'ya nispetle belirlenen ve indirgenen Doğu ise, bütün eksik ve olumsuz sıfatlara maruz kalmakta; Batı ise, Doğu'yu hurafeden, baskıdan, sefaletten, kölelikten, ahlaksızlıktan kurtarma hakkını da kendi kendine vermektedir.[20] Bu durumda Batı, ötekini hem "gayri medeni" olarak yaftalamakta hem de onu "medenileştirme" görevini de kendine vermektedir. Kendi içinde tutarlı görünen bu yaklaşım, zihinsel bir kurgu üzerine inşa edildiği ve söylem düzeyinde olduğu için "ötekinin" bu sarmaldan kendini kurtarması da zorlaşmaktadır.

Kısacası Doğu, Batı olmayandır ve Batı'dan farklı şekilde tanımlanmaktadır: durağan, konuşamayan, derdini anlatamayandır. Tam tersine Batı ise hem kendisi adına hem de konuşamayan Doğu adına konuşmaktadır; çünkü Doğu, kendini temsil edemez ve onun temsil edilmesi gereklidir. Ancak bu tanımlamalar ve yakıştırmalar, Batı'nın algısında yarattığı[21] Doğu'ya ait olduğu için aslında sadece üretilmiş

[18] İbrahim Kalın, **İslam ve Batı**, İstanbul, İSAM Yayınları, 2007, s. 7.
[19] Kalın, **a.g.e.**, s. 17.
[20] Staszak, "Other/otherness", s. 5.
[21] Batı'nın zihnindeki Doğu imajı günden güne değişmiş ve özellikle fotoğraf, resim gibi sanatlarda Doğu'daki gerçek hayatlar değil Batı'nın zihninde yer alan Doğu imajı resmedilmiştir. Hatta Özendeş'in aktardığına göre bazı fotoğrafçılar, model bulmakta zorluk çektikleri durumlarda kadın kıyafetleri içinde erkek model kullanarak Doğulu imajını üretmeye devam etmişlerdir. Bkz. Engin Özendeş, **Fotoğrafta Oryantalizm**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1999, s. 160-166.

imajlardır.[22] Aynı zamanda Batı'nın kendini evrensel norm olarak konumlandırması ile de Batı'da inşa edilen, üretilen bilginin evrensel bir kabule karşılık gelmesi mümkün olmuştur. Bu durum, herhangi bir bilim alanında üretilen bilginin "evrenin" tamamında aynı şekilde sonuç vereceği kabulüne dayanmaktadır. Batı'nın kendini **merkez** olarak konumlandırması da bütün her şeyin Batı'nın etrafında ve onun merkeziliğine göre şekillendiği görüşünü dayatmaktadır.[23] Böyle bir kurguda zamanın ve mekânın merkeziliği Batı ile mümkündür.[24] Şu durumda, ironik şekilde vurgulamak gerekir ki, Batı merkezde, kimliği olan ve asıl olandır; onun dışında kalanlar ise çevredekilerdir ve çevrede olanların (ötekilerin) merkezde olana "benzemek!" gibi bir mecburiyeti vardır.

Bu noktada şöyle bir soru sorulması muhtemeldir: Neden Batı? Birçok topluluk için farklı biçimlerde de olsa etnosentrik bir yaklaşım söz konusuyken ve her biri bu bakış açısıyla kendilerini ve ötekilerini yaratıyorken, Batı toplumu iki sebepten ötürü öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, Batı'nın üretmiş olduğu ikiliklerdir. Kimlik ve ötekilik kavramları, karşıt bir yapıyı ihtiva etmekte ve ikili bir mantığa dayanmaktadır. Aristo'dan bu yana Batı düşüncesi, olumlu terimlerle bunlara karşı çıkan olumsuz terimlerden oluşan bir ikili mantık yapısı inşa etmiş ve bu yapı da ötekinin inşasına zemin teşkil etmiştir. Erkek/kadın, inanan/inanmayan, vatandaş/köle, sağlıklı/hasta, Siyah/Beyaz gibi karşıt ikiliklerin yanında ben ve öteki şeklinde bir ikiliğin/karşıtlığın oluşması da son derece olasıdır. Batı'nın etnosentrik yaklaşımının öne çıkmasının ikinci sebebi ise sömürgeleştirmedir. Sömürgeci bir anlayışla Batı, kendi değerlerini ihraç etmiş ve neredeyse bütün dünyada kabul edilmesini sağlamıştır. Batı kimliği ve öteki söylemi, sömürgeleştirme yoluyla dayatılmış ve böylece Batı, sınırlarının ötesinde de geçerli hale gelmiştir.[25] Aynı zamanda Batı, kurguladığı dil

[22] Yücel Bulut, **Oryantalizmin Kısa Tarihi**, İstanbul, Küre Yayınları, 2004, s. 13.
[23] Roma ve İstanbul'da (Batı ve Doğu Roma) bulunan milyon taşlarının üzerinde "Bütün yollar Roma'ya çıkar." yazmaktadır. İstanbul'daki Milyon Taşı Divanyolu üzerinde, Yerebatan Sarnıcı'nın üst köşesinde bulunmaktadır. Eski çizimlere ve kayıtlara göre burada yer alan Milyon Taşı'nın üzerinde İstanbul'un diğer şehirlere olan uzaklığının yazıldığı, merkez olarak bu noktanın belirlendiği belirtilmektedir. Dolayısıyla Milyon Taşı, Batı mefkuresinin köklerindeki Roma kültüründe yer alan kendini merkez olarak kabul etme/ettirme gayesinin bir emaresidir.
[24] Fuat Keyman, Meyda Yeğenoğlu, Mahmut Mutman, "Giriş: Dünya Nasıl 'Dünya' Oldu?", **Oryantalizm Hegemonya ve Kültürel Fark**, ed. Fuat Keyman, Mahmut Mutman, Meyda Yeğenoğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 1999, s. 10.
[25] Staszak, "Other/otherness", s. 3.

hiyerarşisinde[26] öteki ile yabancıyı eşdeğer tutmaktadır. Öteki veya yabancı farklılık, korku ve endişe alanına karşılık gelmektedir. Batı, kendi kimliğini var etmek için ötekini farklı ve buradan hareketle kötü, eksik, akıldışı, ilkel, vahşi kısaca öteki olarak algılamakta ve kurmaktadır. Böylece öteki zikredilen, alıntılanan, çerçevelenen, aydınlatılan ve kutuya konulan bir konuma indirgenerek "işaret etme, reddetme, tarihsel arzusunu başlatma, kendi kurumsal ve muhalefet söylemini kurma gücünü"[27] kaybetmektedir. Çünkü ötekine "farklılığın uysal bedenleri"[28] olması gerektiği dayatılmaktadır.

Ötekinin filozofu olarak bilinen Emmanuel Levinas'a göre, öteki ile ilişki etik bir düzlemde ve adaletin temini üzerine kurulmalıdır. Levinas, tüm adalet söyleminin öteki için duyulan sorumluluk çerçevesinde, ötekinin yüzünde var olan merhamet, nezaket ve şefkat çağrısı adına ve sonsuz bir hayırhahlıkla (adalet söyleminin sınırlama ve zorlukları ne olursa olsun) kurulması gerektiğini ileri sürmektedir.[29] Ancak Levinas'ın merhamet, nezaket, şefkat ve hayırhahlıkla mukabele edilmesi gerektiğini kastettiği öteki (postmodern bir yaklaşımla farklılıklara sahip) bütün ötekileri kapsamamaktadır. Çünkü Levinas'ın kastı sadece Yahudilerle ilişkilidir. Sabra ve Şatila katliamından[30] sonra katıldığı bir radyo programında Levinas "öteki tanımım tamamıyla farklıdır. Öteki, akraba olması zorunlu olmayan ancak akraba olabilecek komşudur" ve "halkım ve akrabalarım benim komşularımdır. Yahudiyi savunduğunuz zaman komşunuzu savunursunuz ve özelde de her Yahudi savunduğunda komşusunu savunur."[31] ifadeleriyle öteki olmanın Yahudi olmakla ilgili olduğunu ve Yahudiler haricindekileri öteki olarak görmediğini beyan etmiştir. Göka, bu yaklaşımı eleştirerek Levinas'ın "Yahudi kavmiyetçisi" olduğunu belirtmektedir. Ona göre Levinas'ın

[26] "Kültürlü" ya da "uygar" bir tutumun işareti, kültürleri bir tür "müze" tahayyülünde dikkate almasıdır. Kültürleri toplayıp değerini kendisinin biçmesi gerektiğine inanmaktadır. Batı, kültürleri çeşitli tarihsel ve sosyal bağlamlarda kabul etmekte ve onları evrensel bir zaman çizelgesine yerleştirmektedir. Bu durum "Batı'nın uzmanlığıdır." Jonathan Rutherford, "The Third Space: Interview with Homi Bhabha", **Identity: Community, Culture, Difference**, ed. Jonathan Rutherford, Londra, Lawrence & Wishart, 1990, s. 208.
[27] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**, s. 91.
[28] Bhabha, **a.y.**
[29] **Entre Nous: Thinking of the Other**, New York, Columbia University Press, 1998, s. 229.
[30] 16 Eylül 1982 tarihinde İsrail yanlısı aşırı sağcı Falanjist milisler, Beyrut'ta bulunan Sabra ve Şatila kamplarındaki çoğu çocuk, kadın ve yaşlılardan oluşan mültecileri öldürdü.
[31] Sholmo Molko, "Emmanuel Levinas ile Söyleşi: Etik ve Siyaset", çev. Cemalettin Haşimi, Özkan Gözel, **Tezkire**, (2004), s. 152-153.

"göklere çıkarılan etik anlayışı da kavmiyetçilik esasına göre düzenlenmiştir; nasıl Musevilik Yahudilere has bir din olup asla evrensel olamayacaksa, "öteki" ile ilişkileri belirleyen etik de asla evrensel bir ilke veya çağrı niteliğinde değildir."[32] Levinas'ın ifadelerinin onun felsefesinde derin yarıklara sebep olduğu ileri sürülse de ilkesel olarak öteki ile ilişkinin kuruluş biçimine katkısı sebebiyle dikkate değerdir. Direk, etiğin farklı gruplar arasındaki ilişkilerin eşit bir zeminde düzenlediğini ve iyi bir hayatın da böylece mümkün olduğunu belirtmekte; öte yandan da farklılıklar arasındaki ilişkilerin aynılaştırılması ile bir sınır ihlali ve taşkınlık meydana geleceğini ileri sürmektedir.[33] Bu nedenle farklılıklar arasındaki ilişkileri eşit bir zeminde düzenlenmesini sağlayacak da etiktir ve bu çerçevede Levinas, benliğin kendi tikelliğinin sınırlarını aşarak ötekini arama eğiliminde olduğunu ileri sürmektedir. Dolayısıyla da insan, ötekine olan arzusu tarafından yönlendirilir ve oluşturulur.[34] Lacan'a göre de öznenin ilk arzusu ötekinin bakışında var olma arzusudur.[35] Çünkü öteki, özne/ben için önemli bir konumdadır ve öznenin içinde var olan öteki arzusu onun var olmasını da sağlayan bir özelliği barındırmaktadır.

Bunların yanında öteki tartışmalarında farklılık kavramı da dikkat çekmektedir. Nitekim, ötekinin inşası farklılıklar üzerine olmaktadır ve farklılık birçok araştırmacıya göre postmodern dönemin bir çıktısıdır.[36] Modernite evrenselci bir yaklaşımın temel alındığı ve Schnapper'in[37] dikkat çektiği üzere asimilasyon tehlikesini içinde barındıran bir döneme karşılık gelmektedir; ancak postmodernizm, her insanın farklılıklarının bilincinde olunduğu ve bu farklılıkların "kutsandığı"[38] bir imkânı içinde barındırmaktadır. Bhabha'nın, kültürel çeşitlilik yerine kültürel farklılığı önemseme sebebi de budur ve çözüme kültürel farklılığa odaklanmakla

[32] Erol Göka, "Benim Levinas'ım", **Tezkire**, (2004), s. 88-89.
[33] Direk, "Ahlak ve Farklılık".
[34] Türkkan, "Other/Alterity", s. 1.
[35] Türkkan, **a.g.e.**, s. 2.
[36] Zygmunt Bauman, **Modernlik ve Müphemlik**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003; Homi K. Bhabha, "Culture's In-Between", **Questions of Cultural Identity**, ed. Stuart Hall, Paul du Gay, Londra, Sage Publications, 1996; David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, İstanbul, Metis Yayınları, 2003; Senem Sönmez Selçuk, "Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: 'Öteki' ve 'Ötekileştirme'", **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, 2012, s. 23; Mustafa Kemal Şan, "Farklılık ve Çokkültürlülük Siyasetleri Üstüne Bir Deneme", **Milel ve Nihal**, C. 3, No: 1-2, 2005, s. 49.
[37] **Sosyoloji Düşüncesinin Özünde "Öteki" İle İlişki**.
[38] Şan, "Farklılık ve Çokkültürlülük Siyasetleri Üstüne Bir Deneme", s. 49.

ulaşılacağını iddia etmektedir. Farklılığı ön plana çıkaran teorik söylemlerin ırksal, kültürel ve tarihsel ötekiliği marjinalleştirdiklerini öne süren Bhabha'ya göre[39] hâkim görüş kültürel çeşitliliği yaratan ve kültürel farklılığı sınırlandıran bir görüştür. Bu noktada çok kültürlü (kültürel çeşitliliğin hâkim olduğu) bir ortamda çeşitli kültürlerin varlığına bir teşvik olmasına rağmen baskın kültür veya ev sahibi toplum tarafından bir norm oluşturulmakta ve diğer kültürlerin "diğer kültürler iyidir, ancak onları kendi içimize çekebilmeliyiz" şeklinde oluşacak bir norm ile dönüşmesi, benzemesi beklenmektedir. Bir diğer sorun ise, çok kültürlülüğün teşvik edildiği toplumlarda ırkçılığın hala yaygın olmasıdır. Bhabha bunun nedenini keskin bir şekilde belirtmektedir: çeşitliliğe paradoksal olarak izin veren evrenselcilik etnosentrik değerleri ve çıkarları maskelemektedir.[40] Bu yüzden kültürel çeşitlilik değil kültürel farklılık sayesinde öteki olmaya bir direniş mümkün olacaktır. Bhabha kültürel çeşitliliğe olan mesafeli duruşunu postkolonyal bir anlayış çerçevesinde kurmaktadır. Çünkü kültürel çeşitlilik farklı kültürlere, hâkim kültür penceresinden bakmayı ve sorunları evrenselci, liberal, göreli ve normatif bir yaklaşımla çözmeyi öncelemektedir. Kültürel farklılık ise farklı kültürlerin kendi zaviyesinden bir çözüm üretmeyi şart koşmaktadır. "Kültürel farklılık kavramıyla kendimi o eşikteki konumda, kültürün farklılık olarak inşa edildiği o üretken uzamda, başkalık ya da ötekilik ruhu içinde yerleştirmeye çalışıyorum."[41] ifadesinde Bhabha'nın konumlanışı belirgin hale gelmektedir. Fark kavramına ayrıca önem atfeden Bhabha, kültürlerin farklılığını evrenselci bir çerçevede değerlendirmenin imkânsızlığını iddia etmektedir. "Farklı kültür biçimlerini bir araya getirmeye çalışmak ve bunların kolayca bir arada var olabileceklerini iddia etmek aslında çok zor, hatta imkânsız ve verimsizdir."[42] Çünkü farklı kültürler (kültürel inşada veya pratikte) kendi aralarında bir ölçülemezlik kurmaktadır ve bir kültürün diğerine nazaran ne konumda olacağının tesisi kültürel olarak mümkün değildir; ancak bu bir kabul etme/ettirme ilişkisi içerisinde kurulabilir. Dolayısıyla farklı kültürlerin bir arada olmaları[43] kültürel karşılaşmaların mümkün

[39] Bhabha'nın kastı çok kültürlü bir toplumdur. Bhabha, "Culture's In-Between", s. 57.
[40] Rutherford, "The Third Space: Interview with Homi Bhabha", s. 208.
[41] Rutherford, **a.g.e.**, s. 209.
[42] Rutherford, **a.y.**
[43] Buradaki kasıt kültürel çeşitliliğin bulunduğu çok kültürlü bir ortamdır.

olmadığı, farklı kültürlerin edilgen bir şekilde sadece orada bulunduğu bir konuma işaret etmektedir.

Bauman'a göre ise farklılık artık kerhen kabul edilecek bir şey olmaktan çıkarak yüksek bir pozitif değer seviyesinde dikkate alınmaktadır. Bu çoğulcu farklılık evreninde hiçbir yaşam tarzının bir diğerini kısıtlayacak kadar baskın hale gelmesine müsaade edilmemektedir.[44] Bauman, farklılığı bir çözüm aracı olarak kullanabilme imkanına sırtını yaslayarak farklılığın bir baskı aracı olarak kullanılmasından vazgeçip eylem ve çözüm gerektiren bir sorun olarak dikkate alınmasını; böylece farklı yaşam tarzlarının barış içinde yaşamalarının mümkün olduğunu vurgulamaktadır.[45] Kültürel çeşitlilik kavramına Bhabha kadar keskin bir tavır takınmasa da Bauman, farklı kültürlerin bir arada bulunmasından doğacak imkânı önemsemektedir ve çözüm noktasında Bhabha ile benzer bir bakışı sahiplenerek farklılığın önemine vurgu yapmaktadır. Öte yandan Bauman, farklılığın postmodern bir çözüm olduğunun da farkındadır. Ona göre "özgürlük, eşitlik ve kardeşlik modernliğin sloganıydı. Özgürlük, farklılık ve hoşgörü ise postmodernliğin ateşkes formülüdür."[46] Bu çerçevede farklılıkların bu denli ön planda olduğu bir süreçte postmodernite, kimlik tanımında bir dönüşüm yaşanmasına sebep olmuş ve farklılıkların (ötekilerin) kimliklenmesine imkân tanımıştır. Postmodern teori, ötekinin kendini var etmek için açtığı bir itiraz bayrağına uygun bir zemin olmuştur.[47] Daha net bir ifadeyle, farklılık olmasaydı kimlik de olmazdı. Çünkü kimlik var olmak için farklılığa ihtiyaç duymaktadır ve kendi kesinliğini güvence altına almak için farklılığı ötekine dönüştürmektedir.[48] Tam tersinden bir bakışla da öteki kendini farklı olarak inşa etmeye başladığında postmodern dönemde ayrıcalıklı bir konumu sahiplenmektedir.

Öte yandan postmodernizm, bir yandan farklı kimliklerin (ötekilerin) varlığını Bhabha'nın dikkat çektiği gibi kabul ve ilan ederken öte yandan onları nüfuz edilemez bir ötekiliğin içine ve marjinalliğe de hapsetmektedir. Dengesiz iktidar ilişkilerinin

[44] **Modernlik ve Müphemlik**, s. 131.
[45] **a.y.**
[46] Bauman, **a.y.**
[47] Sönmez Selçuk, "Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: 'Öteki' ve 'Ötekileştirme'", s. 88.
[48] William E. Connolly, **Kimlik ve Farklılık: Siyasetin Açmazlarına Dair Demokratik Çözüm Önerileri**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1995, s. 92-93.

gölgesinde postmodernizm, bu farklılıklara alan açma kisvesi altında onları daha da güçsüz ve marjinal bir hüviyete büründürmektedir.[49] Eleştirel bir yaklaşımla postmodernizm, hoşgörü ve toleransın hâkim olduğu çok kültürlü bir toplumsallık vaadi ile eskisine nazaran daha keskin bir bölünme ve kutuplaşmayı mümkün kılarak ben ve öteki ayrımındaki yarığı daha şiddetli hale getirmiştir.[50] Farklılıkları ön plana çıkardığı ve onlara fazlasıyla alan açtığı gerçeğinin yanında farklı olanı (ötekini) toplumun sınırlarına itmesi, postmodernizmin meseleye ilişkin yumuşak karnıdır. Postmodern bir çoğulculuk (çok kültürlülük), farklılıkları hem kutsayan hem de marjinalleştiren özellikleri içinde barındırmasıyla belki de ruhuna uygun şekilde farklı olanı (ötekini) belirsiz bir konuma sürüklemektedir.

Staszak ise farklılık ve ötekiliği birbirinden ayırarak farklılığı olgu alanına, ötekiliği ise söylem alanına konumlandırmaktadır. Öteki kavramı, söylem düzeyinde kurgulanmıştır/üretilmiştir.[51] Birçok araştırmacının üzerinde ittifak ettiği gibi Staszak da öteki kurgusunda Batı'nın dikkat çektiğini ileri sürmektedir. Nitekim ötekiliğin sadece söylem düzeyinde ve kültürel bir yapıda olmadığı, coğrafi bir perspektife de sahip olduğu açıktır. Doğulu (Batı'da olmayan) olmak barbarlığı, vahşiliği, medeniyetten uzak olmayı, orman adamı **(Man of the Forest)** olmayı da içinde barındırmaktadır. Coğrafi ötekiliğin günümüzde de çokça kullanılan versiyonu ise ırk temelli bir yaklaşımdır. İnsanlığı ırklara ve kıtalara bölmek, mekansal bir ötekilik için biçilmiş kaftandır. Bu şablon içinde barbar ve vahşi figürler içkin olarak vardır ancak kavramlar bir süzgeçten geçerek yumuşamaktadır. Renkli Adamlar **(Men of Color)**, Beyaz Adam'dan aşağı bir ırkı temsil etmekte ve Beyaz'ın üstünlüğüne vurgu yapmaktadır. İnsanlığın ırklara ayrılması salt bir bölümleme değil Beyaz'ın ayrıcalıklı üstünlüğünü gösteren bir işaretlemedir.[52]

---

[49] Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, s. 138. Farklılığın karşısında duran bir aynılıktan bahsettiğimiz durumda da iktidar ilişkileri devreye girmektedir. Neyin norm olarak kabul edileceğini veya normun kimi temsil edeceğinin kararını kim verecektir? Bu sorunun cevabı, evrenselci bir bakışta iktidar ilişkilerinin kurulması ve sürdürülmesinde var olan tuzağı ortaya çıkarmaktadır. Sömürgecilik mantığında bu durum net bir şekilde görülmektedir; çünkü ulaşılması gereken bir kimlik vardır. Direk, "Ahlak ve Farklılık".

[50] Sönmez Selçuk, "Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: 'Öteki' ve 'Ötekileştirme'", s. 91.

[51] "Other/otherness", s. 2.

[52] Staszak, **a.g.e.**, s. 3.

Kimlik temelinden bakıldığında var olan çoğulcu toplumsal yapı içerisinde de geçerli olacak şekilde her bir kimlik grubu, (diğer grubun ötekisi de olarak) ötekine nispetle kendini konumlandırmaktadır. Genel içinde marjinal kalan bir öteki dahi kendi marjinalliği içinde bir kimlik yaratarak kendisi ve kendisi gibilere (kimlik) olan güvenini güçlü şekilde tesis etmekte, diğerlerini ötekileştirmekte; böylece ötekine ve topluma yabancılaşmaktadır.[53] Buradan da anlaşılacağı üzere ötekilik tek taraflı değil çift taraflı ilerleyen bir süreçtir. Sadece ötekileştiren nezdinde geçerli bir söylem değil; ötekileştirilen/öteki cephesinde de ötekilik süreci kendini inşa eder. Dış gruplarda yer alanlar, iç grupların dayattığı baskıdan kurtulmak için kendilerini tanımlamaya (söylem), kendilerine olumlu ve özerk bir kimlik (ben) vermeye başladıklarında öteki olmaktan çıkmaktadırlar. Çünkü söylem, kendi kategorilerini dayatır. İç grup söylemle meşruiyet ve norm oluşturarak ötekini kendi dış grubu olarak inşa ederken ve onun değerini alçaltırken başvurduğu güç söylem gücüdür.[54] Sonuç olarak farklılıkların kutsandığı bir çağda farklılığın aynı zamanda bir marjinalleşme ve ötekileşme aracına dönüştüğü aşikardır. Üstelik Sönmez Selçuk'un ifadesiyle "İletişim bolluğu, bir iletişim duvarına dönüşerek insanı dışa açılmaya değil, kendini savunmaya ve kendine dönmeye yöneltmektedir. İletişime doygun bir çağın korkusu, herkesin kendi içine kapanması, kendi farkını, yani kendi özgül kimliğini yapan şey üzerine kapanmasıdır."[55]

Bunların yanı sıra ötekilik kavramının olumsuz anlamları, sömürge dönemi tecrübeleri ve postkolonyal teorideki anlamları sebebiyle ötekiliğe alternatif olarak **başkalık (alterity)** kavramı benimsenmiştir. Bir ötekilik durumu olarak başkalık terimi, analizin odağını ötekilikte var olan felsefi kaygılardan ve yalnızca bilinebildiği ölçüde önemli olan "epistemik öteki"den, daha somut "ahlaki öteki"ye kaydırmıştır. Dolayısıyla bakış siyasi, kültürel, dilbilimsel veya dini bir bağlamda "fiilen" yer alan diğer kişiye doğru evrilmiştir.[56]

---

[53] Sönmez Selçuk, "Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: 'Öteki' ve 'Ötekileştirme'", s. 92.
[54] Staszak, "Other/otherness", s. 3. Bu noktada Bhabha'nın bir çözüm olarak ileri sürdüğü melezlik kavramı bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde irdelenecektir.
[55] "Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: 'Öteki' ve 'Ötekileştirme'", s. 93.
[56] Türkkan, "Other/Alterity", s. 1.

"Şartlar ne olursa olsun tüketilemeyecek"[57] bir özelliği içinde barındıran başkalık, ötekilikte olduğu gibi yine Batı merkezli bir pencereden kurulmaktadır ve Batı metafiziği başkanın aynıya karşı olan üstünlüğünü reddederek başkayı aynının içinde eritmektedir. Kaldı ki Batı metafiziğinin sorunu da varlığın her zaman şimdi ve burada yer aldığı kabulüdür. Başkaya ilişkin var olan bu tavır, farklılıkların ve başkalık deneyiminin ortadan kalkmasına sebep olmaktadır. Oysa, başka ve ben arasındaki ilişkide, başkanın ben karşısında önceliği olduğu gibi başka ile aynı arasındaki ilişkide de başkanın aynıya karşı önceliği söz konusudur.[58] Aynı zamanda başkalık etkileşimleri de artıran bir imkânı barındırmaktadır. Edebiyat teorisyeni Mikhail Bakhtin başkalığı bir dışlama değil diyalogun ön şartı olarak görmektedir ve diyalog kültür, cinsiyet farklılıkları, sınıf ve diğer sosyal gruplar arasında bir aktarım ve etkileşime karşılık gelmektedir.[59] Çünkü başkalık kavramını ötekilikten ayıran önemli bir nüans başkalıkta farklı kültürlerin kendi aralarındaki (başkalar arasındaki) diyalogu da içinde barındırıyor olmasıdır.[60] Ötekilikte var olan ikilik, karşıtlık ve ast/üst kurgusu başkalıkta daha eşit ve yatay bir ilişkiye dönüşmüştür. Ben/özne ile başka arasındaki karmaşık ilişkide birinin öbürünü inşa etmeye çalıştığı iki zıt yapıdan ziyade birbirini var eden, birlikte olunca var olan iki farklı yapı olarak düşünmek daha yerinde olacaktır ve böylece ben var oldukça öteki yahut başkası da var olacaktır. Şu bir gerçektir ki, birey benden farklı benlerin de var olduğunu; kendisinin de ötekilerin ötekisi, başkalarının başkası olduğunu idrak etmesi durumunda kendi kimliğini daha sağlam şekilde inşa edecektir. Farklılıkların bir iktidar ve nüfuz aracı olarak kullanılmasından öte diyaloğu çoğaltan bir zenginlik olduğunun ayırdına varmak, günümüz küreselleşmiş çok kültürlü toplumlarında ilişkileri daha insani bir zemine taşıyarak kültürlerarası etkileşimleri güçlendirecek önemli bir aşama olarak görünmektedir.

[57] Cemzade Kader, "Emmanuel Levinas Felsefesinde Başkalık ve Aynılık Problemi", **Mütefekkir**, C. 2, No: 3, 2015, s. 79.
[58] Zeynep Direk, **Başkalık Deneyimi**, Ankara, Fol Kitap, 2021.
[59] Todorov'dan aktaran Türkkan, "Other/Alterity", s. 3.
[60] Nasrullah Mambrol, "Alterity in Post-Colonialism", **Literary Theory and Criticism**, 2017, (Çevrimiçi) https://literariness.org/2017/09/26/alterity-in-post-colonialism/, 31.01.2023.

### 1.1.2. Şehre Gelen Yabancının Etkisinde Yerlilik, Yabancılık, Vatandaşlık, Yurttaşlık Kavramları Üzerine

Leo Tolstoy'a atıfla rivayet edilir ki; çoğu muhteşem hikâye iki şekilde başlar: ya bir insan bir yolculuğa çıkar ya da şehre bir yabancı gelir. Hikâyenin devamının nasıl şekilleneceği ise anlatıcının kurgusuna kalmıştır ancak her iki ihtimalde de **yerli** ile **yabancı**nın karşılaşması ve etkileşimi söz konusudur. İlkinde yerli olan birinin yola çıkması ve ötekiler içinde yabancı olması; ikincisinde ise yerlilerin içine gelen bir yabancı vardır. Kurgusal düzlemden toplumsal düzleme çekildiğinde de günümüzde yaşanan aslında "muhteşem bir hikâyedir." Dünyanın birçok noktasında yabancı olanların yerlilerin bulunduğu bir topluma sonradan dahil olması ve bu iki grup arasında geçen olaylar, sinema perdesinde veya romanda değil gerçek hayatta yaşanmaktadır. Bu çerçevede yerli, yerleşik, vatandaş, yurttaş gibi kavramlar; kimlik ve aidiyet kavramlarıyla yakından ilişkiliyken "yabancı" olumsuz anlamlar ihtiva etmekte ve öteki, farklı, hatta düşman gibi çağrışımlarla temsil edilmektedir. Örneğin "göç eden kişilerin statülerinin yabancı olarak tanımlanması ve bu tanımın içeriği, devletlerin vatandaş tanımına dayanır ve bu tanım genellikle kültür ve çoğunlukta olan etnik grubun çıkarları bileşenleriyle çerçevelenir."[61] Yabancıda var olan olumsuz çağrışımlar, bir ülkenin vatandaşı olunduğunda silinmekte ve vatandaş yahut yurttaş, "yurtları veya yurt duyguları bir olanlardan her biri" olarak tanımlanmaktadır. İngilizce **citizen** (vatandaş) sözcüğü de **cite'**den yani kentten olan kişiyi tarif etmektedir. Bu noktada kastedilen kent antik Roma ve Yunan şehir devletleridir ve vatandaş da bu şehirlerde yaşayan kimileridir.[62] Çünkü vatandaşlık, "özel bir üyelik

[61] Hatice Şule Oğuz, "Kültürlerarası İletişim Bağlamında Sığınmacılık Deneyimi: Gaziantep Örneği", Ankara, Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2013, s. 32.

[62] Günümüzdeki gibi olmasa da vatandaşlık öncül biçiminin antik Yunan ve Roma'da olduğu bilinmektedir. Modern anlamda vatandaşlık bir ulus devletle ilişkilidir, doğumla veya sonradan kazanılır ve her bir vatandaş aynı haklara sahiptir. Ancak antik Roma ve Yunan şehir devletlerindeki vatandaşlık aynı ulustan olmalarına rağmen kimilerinin alıp kimilerinin alamadığı bir ayrıcalıktır. Yunanlılar köleleri özgür insanlardan ayırmış ve kendi vatandaşı olan ile olmayanı da farklı tutmuşlardır. Örneğin önemli şehir devletlerinden olan "Sparta toplumu Spartalılar, Perikoi ve Helotlar olmak üzere bir sınıflaşma içinde varlığını sürdürmüştür" Her üç grup da Sparta topraklarında olmalarına rağmen hakiki manada bir vatandaşlık sadece Spartalılar için geçerlidir. Perikoiler, mülkiyet hakkına sahip olmakla birlikte siyasi haklardan mahrum yarı vatandaş hükmündedirler. Helotlar ise kölelerden oluşmaktadır. Ahmet Gözlü, Defne Yılmazcan, "Antik Yunan'da Kölelik: Atina ve Sparta Örneği", **Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi**, C. 5, No: 2, 2017,

şeklidir."[63] Homojen bir yapıda vatandaş olmak sorunsuz olabilir ancak "kozmopolit" bir yapıda vatandaşlık kavramı beraberinde kimi sorunları da getirmektedir. Çünkü vatandaşlık aynı zamanda bir aidiyet, kimlik de sunmaktadır ve diğerlerinden, yabancıdan, ötekinden farklı ve ayrıcalıklı olmayı yahut ayrıcalık beklemeyi de içinde barındırmaktadır.

Yabancı ise "başka bir milletten olan, başka devlet uyruğunda olan (kimse)"[64] olarak tanımlanmaktadır. Hem millet (ulus) hem de devlet kavramlarının tanım içinde yer alması meselenin tam da ulus devlet inşası içinde kurgulandığının bir göstergesidir aslında. Vatandaşlık; aidiyet, mensubiyet, kimlik gibi insanın kendini tanımlamakta başvurduğu kavramlarla birlikte değerlendirilmelidir. Haliyle vatandaşlık mefhumu bir ülkeye, ulusa mensubiyeti ifade etmektedir.[65] Kaba bir sınıflandırmayla bir ülkeye, topluma ait olanlar vatandaş, olmayanlar yabancı olarak değerlendirilebilir.

Vatandaşlık kavramı, ulus devlet kurgusu içinde tanımlanmakla birlikte; farklı devletler için farklı kabul ve uygulamalar söz konusudur. Castles ve Miller vatandaşlık türlerini beş grupta sınıflandırmışlardır.[66] **Emperyal modele** göre vatandaşlık, belirli bir etnik grubun kendi dışında kalanlar üzerindeki tahakkümü üzerinden şekillenir ve ulusa olan aidiyet bahsi geçen muktedirin tebaası olmayı gerektirir. Britanya, Avusturya-Macaristan ve Osmanlı imparatorluklarında bu modele uygun vatandaşlık biçimleri görülmektedir. İngiltere de 1981 yılına kadar bu modeli sürdürmüştür. **Etnik modele** göre azınlıklar vatandaşlıktan ve ulusal cemaatten dışlanır. Ulusa aidiyet etnisite (mensubiyet) temelinde oluşur. Almanya, 2000 yılına kadar buna yakın bir model uygulamıştır. **Cumhuriyetçi modelde** ulus, siyasal bir topluluktur ve anayasa ve kanunlar topluluğu şekillendirir. Yeni gelenlerin vatandaşlığa kabulü mümkündür ancak asimilasyoncu bir yaklaşımı benimsediği için kurallara ve ulusal kültüre uyum

---

s. 129-130; Wael B. Hallaq, **İmkansız Devlet: Modern Çağda Bir İslam Devleti Niçin Mümkün Değildir?**, İstanbul, Babil Kitap, 2019, s. 190.

[63] Obrad Savić, "Figures of the Stranger Citizen as a Foreigner", **Parallax**, C. 11, No: 1, 2005, s. 72.

[64] TDK, "Yabancı", **Türk Dil Kurumu Sözlükleri**, (28.05.2022), (Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr, 28.05.2022.

[65] 5901 sayılı Türk Vatandaşlığı Kanunu'nda Türk Vatandaşı, "Türkiye Cumhuriyeti Devletine vatandaşlık bağı ile bağlı olan kişi" olarak tanımlanmaktadır.

[66] Stephen Castles, Mark J. Miller, **Göçler Çağı: Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri**, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008, s. 60-61.

beklentisi yüksektir. Fransa bu modele en uygun örnektir. **Çok kültürlü modele** göre de anayasa ve kanunlar siyasi bir topluluğu oluşturarak vatandaşlığı kurar. Cumhuriyetçi modelden farkı, kurallara bağlı olmak kaydıyla yabancıların kültürel farklılıkları yaşayabilmesine fırsat tanımasından gelir. 1970'lerden itibaren Avustralya, Kanada ve İsveç'te görülmeye başlanan bu model daha sonraları birçok Batı ülkesi için geçerli olmuştur. **Ulus aşırı model** ise, diğerlerinden ayrılarak bir ulus devlet aidiyetini benimsemez. Ulusal devlet sınırlarını aşan bir sosyal ve kültürel kimlik kurgusu sayesinde farklılaşmış aidiyet biçimleri oluşabilir. Bu sınıflandırmaların pratikteki karşılığı ise her zaman çok kesin bir şekilde mümkün olmayabilir. Bir ülke için bu modellerden biri veya birden fazlası değişik şekillerde ve etkilerde geçerli olabilir veya zaman içinde farklılık gösterebilir, ülke kendi özgün modelini oluşturabilir. Türkiye için de net bir model kabulünden bahsetmek mümkün olmamakla birlikte Kadıoğlu'ya göre "Türkiye Cumhuriyeti'nde vatandaşlık olgusu, haklar ya da statü temelli Anglo-Amerikan geleneğinden farklı olarak, daha ziyade Cumhuriyetçi Fransız geleneğini, yani vazifeler temelli, vatandaşlığın belli pratikleri içerdiği bir anlayışı andırmaktadır."[67]

Vatandaşlık, birey tarafından bakıldığında bir konfor alanı ve aidiyet hissi sunarken; diğer taraftan da bir devletin vatandaşı olmak vatandaşın en temel görevlerden birisidir.[68] Devletin vatandaşı olmak ile vatandaşın üzerine birtakım görevler yüklenmekte ve bunları yapması beklenmektedir. Bu karşılıklı ilişki içerisinde "göçmenler, azınlıklar ve diğer kültürel toplulukların (yabancıların) (…) mevcuttaki ulusal gövdenin içine kaynamadıkça, başka bir vatandaşlık ve sadakat bağları olduğu düşünülür."[69] Henüz vatandaş olmadıkları ve yabancı olarak kaldıkları sürece devletin bireye sunduğu konfor alanından ve bireyden beklediği vatandaşlık görevlerinden faydalanamaz yahut tanımlar gereği faydalanmamalıdır. Bu düşünce, devletin bir yönetme biçimi olarak siyasi düzlemde yer almakla birlikte o devletin vatandaşı olarak sokaktaki sıradan insanda da mevcuttur ve devletin vatandaşı olarak

[67] Ayşe Kadıoğlu, "Milliyetçilik-Liberalizm Ekseninde Vatandaşlık ve Bireysellik", **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik**, ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingül, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003, s. 287.
[68] Oğuz, "Kültürlerarası İletişim Bağlamında Sığınmacılık Deneyimi: Gaziantep Örneği", s. 34. Bkz. Vatandaşlık görevi.
[69] Depeli ve Uzun'dan aktaran Oğuz, **a.g.e.**, s. 39.

kendisine tanınan hakların yabancıya tanınandan daha "kapsamlı ve ayrıcalıklı"[70] olmasını talep etmektedir. İşin ironik tarafı ise vatandaş ve yabancı birbirine göre "karşıt" konumlarda yer almalarına rağmen aslında varlıkları ve tanımları ancak birbirleriyle mümkün olmaktadır. Yerli olanın tanımı ben, kimlik, aidiyet, mensubiyet üzerinden kurulmaktadır ancak yabancı olmadan da varlığı sabitlenmemektedir. Haliyle vatandaş, var olmak için yabancı olarak kodladığı, kurguladığı "şey"e ihtiyaç duymaktadır.

Belirtmek gerekir ki günümüzde vatandaşlık ile ulus devlet kavramları birbirine göbekten bağlı kavramlardır, çünkü vatandaş olabilmek için bir ulusa olan aidiyet gereklidir ve bu aidiyet, fiili veya potansiyel olabilir. Örneğin Fransız Medeni Kanunu'nda geçtiği haliyle fiili aidiyet ister Fransa'da ister yurtdışında olsun fark etmeksizin Fransız bir babadan doğmuş kişileri kapsamaktadır. Potansiyel aidiyet ise bir hak edişi içinde barındırmaktadır ve Fransa'da doğan Fransız olmayan bir babadan doğmuşlardan oluşmaktadır. Bu gruptakiler, vatandaşlığı hak edip kazanmalıdırlar.[71] Hangisi olursa olsun Fransa için vatandaş olmaktan kaynaklı ayrıcalık veya kazanımlar, Fransız Devrimi sonrasında mümkün olmuştur. Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi'nde "egemenliğin bir, bölünmez ve millete ait"[72] olduğu yazılmış ve önceden kraliyetin olan her şey milli veya ulusal hale gelmiştir: ulusal devlet, ulusal meclis, ulusal politika, ulusal ordu, ulusal eğitim, ulusal dil, ulusal kültür, ulusal tiyatro, ulusal televizyon, ulusal mutfak vs. "Vatandaşlık ile ulusu birbirinden ayıramamamızın, siyasi ve hukuki vatandaşlık biçimlerini etnik ve kültürel unsurlardan ayıramamamızın temel nedeni budur."[73] Ancak İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi, ulus devlete kapı aralarken insan ve vatandaş arasında bir ayrım yaratarak evrensel ile yerel, insan hakları ve vatandaşlık hakları arasındaki gerilimi de kabul etmiştir. Çünkü yabancı, vatandaş olmayandır. Hukuka tabidir ancak vatandaş olmadığı için hukukun tebaası değildir ve böylece "ikinci sınıf vatandaş" olarak konumlanır ve kamusal ve siyasi hayata dahil olamazlar. Vatandaş değildirler; bu

[70] Oğuz, **a.y.**
[71] Savić, "Figures of the Stranger Citizen as a Foreigner", s. 76.
[72] "İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi", **Vikipedi**, 04.04.2022, (Çevrimiçi) https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=%C4%B0nsan_ve_Yurtta%C5%9F_Haklar%C4%B1_Bildirisi&oldid=27508322, 22.07.2022.
[73] Savić, "Figures of the Stranger Citizen as a Foreigner", s. 72.

durumda "daha az insan" olan ötekini, yabancıyı, göçmenleri, sığınmacıları, mültecileri temsil ederler. Bauman'ın deyimiyle "mülteciler, yerinden edilenler, sığınmacılar, muhacirler, **sans papiers** (belgesi olmayan) küreselleşmenin atıklarıdır"[74] ve bu atıkların (ıskartaların) tasfiye edilmesi gereklidir. "Böylece yabancı, insan ile yurttaş arasındaki, genel insanlık ile ulusal siyaset arasındaki uçurum haline gelir"[75] ve sonuç olarak sosyal alanda kendine yer bulmakta ancak siyasal, kamusal ve hukuki alanların onun için bir bağlayıcılığı olmasına rağmen bu alanlarda dışlanmakta yahut görünür olsa dahi görmezden gelinmektedir.

Elbette bütün uluslar, kendi ulus devletleri üzerinde tasarruf yetkisine sahiptirler. Kendi topraklarında kendilerini beraberce yönetme, ulus ve devlet arasında doğal bir birlik oluşturma, kolektif bir birlik oluşturma ve ulusal bir homojenlik üretme gibi pratiğe dönük uygulamalar bir ulus devlet için kimi yükümlülükler olabilmektedir.[76] Ancak, ulus temelli bir kurgunun içindeki yabancıların konumu bulanık, belirsiz bir haldedir ve en azından yabancı sayılanlar kendilerini dezavantajlı hissedeceklerdir. Öte yandan ulus devletin etnik, dilsel ve kültürel homojenlik kurgusuna rağmen ulusal sınırlar da (hem fiziki hem mecazi), hayali bir çizgiden öteye geçmemektedir. Telle, duvarla veya harita üzerinde işaretlenmesi bu hayalilikten sıyrılmasına müsaade etmemektedir.[77] Anderson'un tanımıyla hayali bir cemaat[78] olan ulus devletler için bu sınırların pratikte karşılığı her zaman tartışmalı olmuştur. Bu noktada yabancılar zaten bulanık olan sınırları daha da bulanıklaştırmaktadırlar ve hatta "açıkça görülmesi gereken sınır çizgilerini sisle kaplayan ve gölgede bırakanlardır."[79] Bauman'ın deyimiyle sosyal ötekiler olan[80] yabancılar, dünyanın istikrarlı ve tahmin edilebilir olmasını dayatan sınırlar için bir tehdittir. Bu durumda özellikle altını çizmek gerekir ki, sınırların belli olmasını ve herkesin bu sınırlara göre şekillenmesini dayatan ulus devlet retoriği, yabancılar sebebiyle aşınmaktadır.

---

[74] Bauman, **Iskarta Hayatlar: Modernite ve Safraları**, s. 74.
[75] Savić, "Figures of the Stranger Citizen as a Foreigner", s. 74.
[76] Savić, **a.g.e.**, s. 71.
[77] Savić, **a.y.**
[78] **Hayali Cemaatler**, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.
[79] Oğuz, "Kültürlerarası İletişim Bağlamında Sığınmacılık Deneyimi: Gaziantep Örneği", s. 42.
[80] Aktaran Vince Marotta, "Zygmunt Bauman: Order, Strangerhood and Freedom", **Thesis Eleven**, C. 70, No: 1, 2002, s. 42.

Simmel ise, yabancının konumunu insanlar arası ilişkilerin kurucusu olarak "mekân"da sabitlemektedir. Uzaklık ve yakınlık zıtlığı üzerinden yabancıyı bu iki kavram arasında bir yerlere yerleştirir. "Mekândaki verili her noktadan belli bir uzaklıkta olma durumu olarak düşünülen gezginlik, belli bir noktaya bağlılığın kavramsal zıttı ise, o zaman "yabancı" denen sosyolojik biçim bu iki özelliğin bir sentezidir adeta."[81] Bauman ise yabancıların konumunu Simmel'e benzer şekilde tarif etmektedir: "dostlar var, düşmanlar var. Bir de yabancılar."[82] Dolayısıyla bu arada kalmışlık sonucunda, yabancı kim veya ne olduğuna karar verilemez bir konumda sıkışmaktadır. Çünkü yabancı, **karar verilemeyenler** ailesinin bir üyesidir. Bauman Derrida'dan aktararak karar verilemeyenleri şöyle tarif eder: "felsefi (ikili) karşıtlığa dahil edilemeyen, buna direnen ve bunun düzenini bozan ve fakat üçüncü bir sınıf da yaratmayan, spekülatif diyalektik biçiminde bir çözüme yer bırakmayan"lardır.[83] Karar verilemeyenler her taşın altından çıkanlardır ve aslında arafta asılı kalmışlardır. Aidiyetleri hususunda bir belirsizlik vardır; çünkü **ne o/ne de şu**'dur[84] ve aynı zamanda **ya o/ya da şu**'nun aleyhinedir. Her halükârda zıt ikili kavramların haricinde kalan, mevcudiyetleri kesin ancak aidiyetleri belirsiz "yersiz yurtsuzlaşmış"[85] birimlerdir.[86]

Yabancı, "bugün gelip yarın giden gezgin gibi değil, bugün gelip yarın kalan adam gibidir."[87] Ancak yine de yabancı doğası gereği toprak sahibi değildir.[88] Gezgin, geldiği yere gitmek için gelmiştir. Ancak yabancı, artık oralıdır, oraya sabitlenmiştir,

[81] Georg Simmel, **Bireysellik ve Kültür**, çev. Tuncay Birkan, İstanbul, Metis Yayınları, 2009, s. 149.
[82] Bauman, **Modernlik ve Müphemlik**, s. 74.
[83] Bauman, **a.g.e.**, s. 77.
[84] Yersiz yurtsuz bir özelliği de içinde barındıran yabancılar bir topluluğa aidiyet noktasında belirsizlik yaşamaktadırlar. Toplumun diğer üyelerinin (ki bu durumda yerli vatandaşlar) sahip olduğu ait olma hissinden yoksun ve aynı zamanda "kırılgan"dırlar. Bkz. Nikos Papastergiadis, **The Turbulence of Migration: Globalization, Deterritorialization and Hybridity**, Massachusetts, Blackwell Publishers, 1999, s. 115.
[85] Bkz. John Tomlinson, "Deterritorialization", **The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization**, ed. George Ritzer, Blackwell Publishing, 2012.
[86] Karar verilemeyenlerden olmak, Agier'in mülteciler için kullandığı ifadelerle "eşikte sürünme" haline benzemektedir. Çünkü mültecilerin istikamet ve ikametleri belirsizdir ve "nerede olurlarsa olsunlar geçicilik, belirsizlik, eğretilik duygusu peşlerini bırakmayacaktır." Çünkü "bir kez mülteci olan, sonsuza dek mültecidir." Bauman, **Iskarta Hayatlar: Modernite ve Safraları**, s. 92-96.
[87] Simmel, **Bireysellik ve Kültür**, s. 149.
[88] Simmel, **a.g.e.**, s. 150.

daha öteye gitmeyecektir. Simmel, yabancıya ilişkin yaklaşımını şöyle detaylandırmaktadır:

> Sirius gezegeninin sakinleri bizim için tam manasıyla, en azından sosyolojideki manasıyla yabancı değillerdir. Bu bakımdan bizim için yokturlar; uzak ve yakın olmanın ötesindedirler. Yabancı, grubun kendisinin bir unsurudur, tıpkı yoksullar ve muhtelif "iç düşmanlar" gibi gruba mensubiyeti hem onun dışında olmayı hem de onunla karşı karşıya gelmeyi içeren bir unsur.[89]

Yerlinin gözünde ise yabancı anonim ve homojen bir yapıdadır. Onlar "birey olarak değil, belli bir tipteki yabancı" olarak algılanırlar. Simmel'in yakınlık-uzaklık zıtlığından hareketle uzakta olan zaten yoktur ve onunla olan ilişki "yok-ilişki"dir.[90] Bu yüzden yabancı, yeterince uzak olmadığı için varlığı şüphe götürmez ancak anonim bir birliktelikte ve bireysellikten uzak şekilde mevcuttur. Yerlinin kimi zaman yanında, ötede beride, bir yerlerde, herhangi bir zamanda karşılaşılabilir olandır.

Yabancının karşıtında yer alan vatandaşın konumunu verdiği bir röportajda Bhabha postkolonyal bir analizle şöyle değerlendirmektedir: "vatandaşlık, kendilerini kaçınılmaz olarak yasanın diğer tarafında bulan göçmen ve mülteci nüfusa tanınan anormal ve ayrımcı yasal ve kültürel statü temelinde sorgulanmalıdır."[91] Agamben ise vatandaş-yabancı ikiliğini mülteci üzerinden dikkate almaktadır. Ona göre mülteci yasal değil bilhassa siyasi bir kavramdır çünkü insan ile yurttaş; doğuş ile milliyet arasındaki ilişkiyi kırarak hâkim egemenlik kurgusunu krize sokmaktadır. "Siyasi tarihimizin merkezi figürü" olarak mülteci, görünüşte marjinaldir ancak eski devlet-ulus-toprak üçgenini sarsmaktadır.[92] Sonuç olarak ifade etmek gerekir ki göçmen, mülteci, sığınmacı, seyyah, tüccar, gezgin, öğrenci, turist veya akla gelmeyen diğer biçimlerde yabancılar (ötekiler), ulus devlet ve onun vatandaşları ile doğrudan ilişki içinde olmaya devam edeceklerdir. "Şehre gelen yabancı" ile şehrin yerleşiği (vatandaş) arasındaki karşılaşmalar sürdükçe de bunun "muhteşem bir hikâye" olup olmayacağı şekillenecektir.

---

[89] **a.g.e.**, s. 149.
[90] Simmel, **a.g.e.**, s. 153.
[91] Rutherford, "The Third Space: Interview with Homi Bhabha", s. 219.
[92] Agamben'den aktaran Savić, "Figures of the Stranger Citizen as a Foreigner", s. 75.

### 1.1.3. Üçüncü Mekânın İçinde: Melez Kültürler

Kültürel küreselleşme üç sonuçtan birini üretme eğilimindedir: farklılaşma, asimilasyon veya **melezlik**.[93] İlkinde marjinal kültürlerin kendi kültürel kodlarıyla varlığını sürdürmesi; ikincisinde hâkim kültürün marjinal kültürleri dönüştürmesi söz konusudur. Kültürlerarası bir özellik taşıyan melezlik **(hybridity)** ise, post-kolonyal teorisyen Homi Bhabha'nın farklı kültürlerin karşılaşması ve etkileşmesiyle ortaya çıktığını iddia ettiği bir kavramdır. Postkolonyal teori, genel olarak sömürgeleştirilmiş toplumların kendi kültürünü devam ettirememesi ve öteki olarak tanımlanması gibi konulara odaklanmıştır. Bu çerçevede toplumsal, kültürel ve siyasi düzeyde evrensel normları belirleyenin Batı olması ve Batı'nın kendi kurgusuna uymayan toplumlara yönelik tutumu, postkolonyal teorinin gündemini belirlemiştir. Moore-Gilbert'e göre[94] postkolonyal teorinin üç önemli kurucusu vardır: Edward Said, Gayatri Spivak ve Homi Bhabha.

Bu teorisyenler içinden Bhabha, postkolonyal teorinin merkezinde yer alan bir dizi zorlu kavram geliştirmiştir: melezlik, taklit, farklılık, müphemlik. Bu kavramlar sömürgeleştirilmiş halkların, hiçbir zaman göründüğü kadar güvenli olmayan sömürgecinin gücüne direnme biçimlerini tanımlamaktadır.[95] Taklit, "neredeyse aynı ama tamamen aynı değil olandır";[96] ki bu durum da onun müphemliğinden kaynaklıdır. Taklit, "kopyalamak"tan çok başka bir duruma işaret etmektedir. Taklit süreci eksiksiz veya kusursuz bir şekilde gerçekleşmez;[97] orijinalin birebir aynısı değildir aksine yeniden inşa ile değişikliğe uğramış bir şeydir.[98] Bu durum da oluşan yeni yapının orijinal olduğunun bir kanıtı olmaktadır. Birebir aynı olması, onun kopyası olması aslında "ona benzer bir o" olması anlamına gelecektir. Ancak yeniden

[93] Keri E. Iyall Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", **Hybrid Identities: Theoretical and Empirical Examinations**, ed. Keri E. Iyall Smith, Patricia Leavy, Leiden ; Boston, Brill, 2008, s. 3.
[94] B. J. Moore-Gilbert, **Postcolonial Theory: Contexts, Practices, Politics**, London ; New York, Verso, 1997.
[95] David Huddart, **Homi K. Bhabha**, Londra, New York, Routledge, 2006, s. 1.
[96] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**, s. 176.
[97] Aycan Gürlüyer, "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman: A Mexican Medea Adlı Oyununun Homi Bhabha'nın Postkolonyal Melezlik & Üçüncü Alan Teorisi Açısından İncelenmesi", **Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi**, No: 29, 2019, s. 49.
[98] Moore-Gilbert, **Postcolonial Theory**, s. 119.

üretilen bu yapı orijinaldir ve farklıdır. Bu noktada Bhabha taklidin inşasının ise müphemlik etrafında olacağını şöyle ifade etmektedir:

> Taklit söylemi de bir müphemlik etrafında inşa edilmiştir. Taklit, etkili olmak için sürekli kayışını/çarpıklığını, aşırılığını, farklılığını üretmelidir. Taklit dediğim bu sömürgeci söylem tarzının otoritesi, bu yüzdendir ki bir müphemlikten mustariptir.[99]

Melezlik kavramı ise Bhabha'nın teorisindeki en dikkat çeken kavramdır ve Bhabha melezlik ile farklı kültürlerin bir arada ve etkileşim içinde yaşamalarını mümkün kılacak bir çerçeve sunmuştur. Edebiyat, tarih ve kültür alanlarında çalışmaları bulunan Homi Bhabha, postkolonyal bir teori zemininde Avrupa-merkezcilik, emperyalizm, kapitalizm ve küreselleşme üzerine oldukça geniş kapsamlı ve eleştirel tahliller yapmıştır.[100] Bhabha, teorisini kurarken sömürge sonrası bir yaklaşımı benimsemiş ve sömürgeci ile sömürülen arasındaki etkileşime odaklanmıştır ve bu iki toplumun etkileşimi ile yeni ve melez bir yapı oluştuğunu savunmaktadır. Melezlik, formların mevcut pratiklerden ayrılma ve yeni pratiklerde yeni formlarla yeniden birleşme yollarıdır. Farklı kültürler,[101] birbirleriyle etkileşime geçtiğinde orijinal halleri kaybolmakta; yeni ve melez bir yapı doğmaktadır.[102] Melezlik, ilk bakışta kültürlerin kendi kimliğini kaybetmesi gibi görünse de[103] aslında buradan bir imkân doğmaktadır. Bu imkân, iki veya daha fazla kültürün etkileşiminde bir sıkışıklık ve arada kalmışlık olarak meydana gelecek ve buradan da daha verimli, öncekileri aşan, yeni ve melez bir konumlanışa kapı aralayacaktır.

Sömürgeci/sömürülen veya yerel/küresel arasındaki yansımalı ilişki melezi üretmektedir. Böyle bir oluşumda kimlikler asimilasyon veya değişime uğramazlar; çünkü hâkim bir kültürden bahsetmek pek mümkün değildir. Bunun yerine yeni bir melez kültür yaratmak için farklı kültürlerin unsurları etkileşim içerisindedir. Çünkü melez bir kimliğin oluşumu yerel ile evrensel olanın iç içe geçmesi ile mümkün

[99] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**, s. 175.
[100] Gürlüyer, "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman", s. 47.
[101] Bhabha'nın kuramında sömürgeci ile sömürülen arasındaki etkileşim ön plandadır ve farklı kültürlerden kasıt genelde bu ikisidir.
[102] Sadece sömürgecilik penceresinden değil de daha geniş bir perspektiften bakıldığında birbirine zıt veya değil herhangi iki veya daha fazla kültürün etkileşimi ile bir melezlik doğacağı aşikârdır.
[103] Gürlüyer, "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman", s. 46.

olmaktadır. Yerel ve küresel, her bağlamda farklı olan yeni bir kimlik yaratmak için etkileşime girmekte ve yerel küreseli ve küresel de yereli etkilemektedir. Sonuçta ortaya çıkan bir melez yapıdır ve melez yerelin temel unsurlarını sürdürürken küreseli seçici bir şekilde kullanarak yerelin küresel bağlamda sürdürülmesine izin verir.[104] Nitekim küresel ve yerel olan beraberce işleyen ve aynı zamanda çelişkili iki süreçtir. Küresel bir kültür, ekonomi veya toplumsal yapı diğer kültürlere doğru yayılmaya çalışırken; yerel kültür ve topluluklar da kendi kültürel, ekonomik ve toplumsal varlıklarını sürdürmeye çabalamaktadır.[105] Melezlik, yerel bir topluluğun yeniden inşası için küresel kültürün kimi esaslarını yerele dahil ederken aynı zamanda küresele karşı direnme imkânını da yerele sunmaktadır. Bu karşılıklı etkileşim sayesinde melezlik, bir kültürün geçmişteki tecrübe ve farklılıklarının şimdi için bir avantaj olduğu devam eden bir süreci ifade etmektedir. Süreç/dönüşüm/melezleşme devam edecektir/etmelidir çünkü sonlanması halinde ilerlemenin de durması muhtemeldir.[106]

Farklı kültürlerin birbirine geçtiği melezlik evreni ancak sınırları olan bir dünyada mümkündür. Melez kimliklerin yaratılması, sınırların değiştiğinin, yeniden şekillendiğinin ve yaratıldığının kanıtıdır, çünkü melezlik kategoriler arası bir süreç ve hiyerarşinin yıkılmasıdır. Sonuç, "karşılaşmayı, çatışmayı ve/veya karışmayı"[107] ifade eden bir melezlik biçimidir. Sınırların muğlaklaştığı küresel bir dünyada başlangıçta bir alay terimi olan melezliğin anlamı da değişmektedir. Sıkıştırılmış bir dünya göz önüne alındığında birçok insan için kimlikler daha karmaşık bir hal almıştır ancak küreselleşme ve artan modernleşme ile hibrit/melez olmak da artık bir avantaj haline gelmiştir. Artık dille ilgili, kültürel, ruhsal, ırksal ve fiziksel engelleri aşma yeteneği öncekinden çok daha değerli bir hal almıştır. Melez, yerel ve küresel unsurları içermesine rağmen, karışım onu benzersiz kılmaktadır çünkü melez alanları işgal edenler hem yerel bilgi hem de küresel kozmopolitlik hakkında bir anlayışa sahiptirler.[108] Melezliğe sahip bireyler, eş zamanlı olarak bir çiftelik **(doubleness)** ve

[104] Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations".
[105] Smith, **a.g.e.**, s. 5.
[106] Gürlüyer, "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman", s. 48.
[107] Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", s. 3.
[108] Smith, **a.g.e.**, s. 4.

kültürel karışımı deneyimlemektedir[109] ve bu durum da günümüzde bir avantaj halini almıştır. İçinde hem yereli hem de evrenseli taşıyan melez birimler, kutsanmış bir farklılığa sahiptirler. DuBois, melezliği çifte bilince **(double consciousness)** yol açan bir şey olarak tanımlamaktadır. Çifte bilinç, kimlik grubu sınırlarını aşmak yerine açıkça birden fazla kimliği bünyesinde barındırdığı için farklıdır. Bu alanı işgal eden gruplar veya bireyler, bir kişide var olmaya çalışan iki kimlik olarak bir tür "ikilik" yaşamaktadırlar.[110] Bu fikri Batı'daki tüm siyahlara yayan Gilroy, melezliğin konumunu "(en azından) iki büyük kültürel topluluk arasında"[111] olarak tanımlamaktadır. Böylece melez bir alanı işgal eden birey, iki kültürel grup arasında gezinerek her iki kültür içinde yer kaplamaktadır ve bu alan bir meydan okuma ve ayrıcalığa sahiptir. Bu noktada melezliğin önemi melez bir kültür içinde iki orijinal kültürün izlerinin bulunmasından değil; diğer ikisinden doğan ancak onları aşan, onlardan başkalaşan ve onların konumlarının ortaya çıkmasını da sağlayan bir **"üçüncü mekân"** olmasından ileri gelmektedir.[112] Üçüncü mekân kendisini oluşturan geçmişlerin yerini almakta ve yeni otorite yapıları ve siyasi girişimler kurmaktadır.

Farklı kültürlerin etkileşimi ve bu etkileşim sonrasında oluşan "konumlanış"[113] Bhabha için önemli bir yerde durmaktadır. Kültürlerin etkileşimi esnasında özellikle sömürülen cephesinde oluşacak avantaj ve üretkenlik ile sömürülenin yeni bir konumlanışı mümkün olmaktadır. Çünkü kültürel melezlik süreci, farklı bir şeye, yeni ve tanınmaz bir şeye, yeni bir anlam ve temsil müzakere alanına yol açmaktadır.[114] Bhabha'nın bakışını sömürgeciye değil sömürülen tarafına ve onun konumlanışına çevirmesi ile diğer postkolonyal teorilerden temelde ayrılmaktadır. Bu yüzden onun yaklaşımı, karşılıklılık ve müzakere temellidir.[115] Zaten bu yaklaşımı sayesinde sömürülen kültürün melezleşmesini ve buradan doğacak bir imkânı önemsemektedir. Bhabha, sömürgeci ile sömürülen üzerine hâkim olan antagonist yaklaşımların sınırlarını aşarak ve sömürülenin ikincil ve arka planda oluşunu ters yüz ederek

[109] Paul Gilroy, **The Black Atlantic: Modernity and Double-Consciousness**, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1993, s. 4.
[110] DuBois'ten aktaran Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", s. 7.
[111] Gilroy, **The Black Atlantic: Modernity and Double-Consciousness**, s. 1.
[112] Rutherford, "The Third Space: Interview with Homi Bhabha", s. 211.
[113] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**.
[114] Rutherford, "The Third Space: Interview with Homi Bhabha", s. 211.
[115] Moore-Gilbert, **Postcolonial Theory**, s. 116.

hakkının teslim edildiği yeni bir ilişki biçimi kurmaktadır. Ayrıca kuramın sac ayaklarını geçmişe değil "şimdi"ye oturtmakta; böylece geçmişten getirilen bütün dinamiklerin şimdi içinde eritilerek melez bir hal aldığını ve aslında başka bir şeye dönüştüğünü ileri sürmektedir.

Bunun yanında Bhabha'nın müzakere ve karşılıklılık temelli kurgusunda melezlik, Taguieff'e göre çok kültürcü değil kültürlerarası bir durumdur. Çünkü çok kültürcü ortamlarda mesafe hala korunmaktadır ve farklı kültürler, iç içe yaşamaktan uzak ve mesafeli bir farklılığa mahkumdurlar. Farklı olanla etkileşim araya mesafe koyarak (uzakta tutularak) sorun olmaktan çıkarılmaktadır.[116] Ancak olması gereken kültürlerarası bir bakışla, farklı kültürlerin zenginliklerinin etkileşim sürecine dahil edildiği bir kültürlerarasılıktır. Temelde her kültürün farklılıkları, etkileşimi sınırlayan bir engelden ziyade iletişim kurmayı ve müzakereyi artırıcı imkanlar sunmaktadır. Böyle bir zeminde kültürler arası geçişkenlik artacak ve kültürlerarası melez yapılar doğacaktır. Farklı kültürler arasındaki iletişim ve müzakerenin toplumları birbirine bağladığı bu zeminde ise yeni bir alan açılmaktadır.[117] Bu alan üçüncü mekândır ve kültürel sınırları aşan müzakere, bağlantı ve alışverişin bir ürünüdür. Üçüncü mekân **(third space),** aradaki konumdur ve aynı zamanda yeni hazırlanmış bir konumdur.[118] Kimliklerin birleşmesinden önce böyle bir alan var olmadığı için kültürel sınırlar bir araya gelip bulanıklaştıkça ortaya çıkan bir tür melez kimliğin alanıdır. Üçüncü mekânda kültürlerin bir sıkışması söz konusudur[119] ancak bu sıkışıp kalma ve aradalık ile kültürler yeni bir boyut kazanmakta ve bu boyut geçmiş ile şimdiyi; hâkim ile alt kültürü; geleneksel ile moderni; yerli ile yabancıyı; küresel ile yereli aşan bir özelliği içinde barındırmaktadır. Örneğin, bir üçüncü mekân olarak diaspora iki farklı kültürün etkileşiminde şekillenerek melez kimlikler üretmektedir. Çünkü diaspora üyeleri yeni yurda uyum sağlamaya çalıştıkça, melez bir kimliği benimseme olasılıkları daha yüksek olabilir.[120]

[116] Taguieff'ten aktaran Nuri Bilgin, **Kimlik İnşası**, Ankara, Aşina Kitaplar, 2007, s. 293.
[117] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**.
[118] Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", s. 8.
[119] Gürlüyer, "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman", s. 48.
[120] Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", s. 9.

Sonuç olarak Bhabha'nın taklit, müphemlik, farklılık ve melezlik kavramlarından hangisi olursa olsun sömürge olanın sömürgeciye direnmesini sağlayacak biçimler, onun kendini daha güvende hissetmesini sağlayacak mekanizmalardır. Sürecin sadece sömürülen ile sömürgeci arasındaki dikotomik ilişkide şekillenmeyeceğini, birçok farklı kültürün benzer şekillerde birbiri ile etkileştiğini belirtmek yerinde olacaktır. Üstelik Bhabha'nın hâkim kültüre direniş olarak altını çizdiği bu biçimler küreselleşen dünyada direnç noktaları olmaktan çok bir ayrıcalık ve üstünlük şekilleridir. Özellikle melezlik, bunlar içindeki en üretken tarz olarak farklı kültürlerin kendilerini ifade etmelerinde, kimliklerini bulmalarında, diğer kültürleri etkilemelerinde önemli bir yerde durmaktadır.

### 1.1.4. Öznelerarasılık – Kültürlerarasılık – Çok Kültürlülük

Birbiriyle ilişkili ve karıştırılan kavramlar olan öznelerarasılık, kültürlerarasılık ve çok kültürlülük süreçleri bireyler arası veya kültürlerarası etkileşimlerde önem arz etmektedir. Öncelikle belirtmek gerekir ki öznenin kim olduğuna ilişkin Descartes'in özne kavrayışında yer alan "res-cogitans" (düşünen şey/özne) ve "res-extensa" (uzamlı şey/nesne) ayrımı ile özne doğadan net bir şekilde ayrılmaktadır.[121] Descartesçi görüş, her bireyin rasyonel davranma becerisine sahip olduğunu varsaymaktadır. İnsanın bu akılcı tarafı bireycilik demek değildir ve her zaman "biz" ve "öteki" insan zihninin bir köşesinde mevcuttur. Böyle bir "önyargı" ile toplumsal yapı içerisinde de birbirini tanımayan insanlar, "genelleştirilmiş öteki"[122] modeline uygun bir şekilde etkileşim içerisine girmektedirler.[123] Şu durumda her bir özne, ötekilerle etkileşim halindeyken aslında bir özne ile iletişime geçmektedir ve bu

[121] Ahmet Emre Dağtaşoğlu, "Modernizmden Postmodernizme Değişen Özne Anlayışının Sanata Etkileri", **Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi**, No: 15, 2021, s. 204.
[122] Genelleştirilmiş öteki **(generalized other),** G.H.Mead'in kavramsallaştırdığı bir kullanımdır ve bireyin içinde bulunduğu toplumun norm, kural ve davranış kalıpları tarafından oluşturulmuş bir rol modeldir. Bu öteki rol modeli, "öteki" kavramının toplum üyeleri tarafından paylaşılan ve genelleştirilmiş halidir. Genelleştirilmiş öteki üzerinden ben kimliği inşa edilir ve sürdürülür ve toplum üyelerince yararlanılacak ortak anlamlar üretilir. Böylece, bireyler iletişim esnasında aynı görüşü paylaşırlar. Bkz. Asker Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2016, s. 23. Holdsworth ve Morgan, genelleştirilmiş öteki ile Durkheim'in toplumsal olgular **(socil facts)** ve Freud'un üst benlik **(superego)** kavramları arasında bir ilişki olduğunu iddia etmektedir. Bkz. Clare Holdsworth, David Morgan, "Revisiting the Generalized Other: An Exploration", **Sociology**, C. 41, No: 3, 2007, s. 402.
[123] Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 23.

etkileşim hali de öznelerarası bir özelliği haizdir. Özne, öznellik, özne olma, öznelerarasılık gibi kavramlar çoğunlukla felsefe literatüründe tartışılmıştır ve bu çerçevede öznelerarasılıkta var olan farklı kullanımlar, dört farklı bakış açısıyla birbirinden ayırt edilebilir. İlki, klasik anlamda bir kullanımdır ve birbirine uyum sağlamış iki özne arasındaki kişilerarası bağı ifade etmektedir. İkinci yaklaşım öznelerarasılığı bir etkileşimde referans nesnesine yönelen ortak dikkat olarak tanımlamaktadır. Bu görüş, sembolik etkileşimin rolünü ve öznelerarası anlayışı işaret etmektedir. Üçüncü görüşe göre öznelerarasılık, empati kavramıyla ilişkili olarak "ötekini hissetme" yeteneği şeklinde dikkate alınmaktadır. Dördüncü yaklaşıma göre ise öznelerarasılık, toplum içinde iki ya da daha fazla öznenin dahil olduğu durumdan ibarettir.[124] Her halükârda öznelerarasılık aynı toplumun bireyleri arasındaki kişilerarası etkileşimi işaret etmektedir. Kültürlerarasılık ise, farklı kültürlerin üyelerinin karşılıklı etkileşimlerine ve bu durumun karmaşık yapısına atıfta bulunmaktadır.[125] Ben ve öteki kavramlarıyla birlikte düşünüldüğünde "kültürel ben" ve "kültürel öteki"nin de dahil olduğu kültürel farklılıklar devreye girmektedir ve dolayısıyla da her "ben" kendi kültürünün bir savunucusu olmakta ve dünyayı algılaması kendi kültürünün penceresinden olmaktadır. Böylece kültürlerarasılık süreci karmaşık ilişkilerin yer aldığı bir zemine dönüşmektedir.

Kültürlerarası bir durumdan bahsedebilmek için "çok kültürlü" bir toplumsal yapının varlığına ihtiyaç vardır. Çünkü aynılıkta model alınan kimlik ve dayatılan normlara bir tepki olarak farklı etnik, milli ve kültürel kimliklerin varlığı da önemli olmuştur.[126] Farklı kültürlerin bir arada, etkileşim içinde ve değerlerini paylaşarak var olduğu kültürlerarası bir toplumsal düzende çok kültürlülükten de bahsetmek mümkündür ve bu yapıda çok kültürlülük anlayışı güçlenerek varlığını devam ettirecektir. Ancak kavramların birbirinden ayrılması gereklidir. "Çok kültürlülük, farklı kültürlerin bir arada bulunması durumuyla ilgili olduğu halde kültürlerarasılık, kültürel karşılaşma durumlarındaki etkileşimi ifade eden bir kavramdır."[127] Cinsiyete

[124] Nelson Ernesto Coelho, Luís Claudio Figueiredo, "Patterns of Intersubjectivity in the Constitution of Subjectivity: Dimensions of Otherness", **Culture & Psychology**, C. 9, No: 3, 2003, s. 196.
[125] Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 34.
[126] Direk, "Ahlak ve Farklılık".
[127] Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 51.

dayalı, etnik,[128] ırksal ve kültürel açıdan çeşitliliği ve çoğulculuğu önceleyen bir toplumsal yapıyı ifade eden[129] çok kültürlülük, farklılıklara dayalı kültürel çeşitlilikle bağlantılı zorlukların nasıl anlaşılacağı ve bunlara nasıl yanıt verileceği hakkında bir tartışmayı yansıtır.[130] Çok kültürlü bir toplumda farklı kimliklerini sürdürmek isteyen ve prensipte bunu sürdürebilen çok sayıda büyük kültürel grubun aynı toplum içinde bir arada yaşaması mümkündür/mümkün olmalıdır.[131] Böyle bir toplumda farklı etnik grupların müzik, mutfak, gelenek görenek gibi kültürel değerlerinin benimsenmesi ve kabulü; bu değerlerin rahatça temsil edilmesi gereklidir.[132] Haliyle çok kültürlü bir politikayı benimsemiş toplumlarda her kültürün yaşama, kendini ifade etme ve temsil etme imkanları yer almaktadır.

Öncelikle ifade etmek gerekirse çok kültürlülük,[133] yalın bir ifadeyle herhangi bir toplumda farklı kültürlerin ve etnik yapıların bir arada yaşamasını onaylayan bir tanınma politikasıdır. Bu kavram, ilk başlarda siyasi bir tanınma için kullanılıyorken günümüzde toplumsal alanın her sahası içinde kendini ortaya koyan daha geniş bir çerçeveyi işaret etmektedir.[134] Çok kültürlülük terimi, çeşitli normatif iddiaları ve hedefleri kapsamaya başlamış olsa da çok kültürlülük savunucuları, azınlık kültür üyelerinin egemen gruba asimile olmalarının beklendiği[135] "eritme potası" **(melting**

[128] Alibhai-Brown Britanya'nın çok kültürlülükteki etnik çeşitliliğini 3S ile açıklamaktadır: **sari, samosa** ve **steel drum**. Sari, Hindistan'a özgü kadınların giydikleri bir kıyafet; samosa, Güney Asya ülkelerinde yaygın olan bir hamur işi; steel drum, Trinidad ve Tobago kökenli bir müzik aletidir. Aktaran Will Kymlicka, "The Rise and Fall of Multiculturalism? New Debates on Inclusion and Accommodation in Diverse Societies", **International Social Science Journal**, C. 61, 2010, s. 98.

[129] Carl A. Grant, Gloria Ladson-Billings, **Dictionary of Multicultural Education.**, Phoenix, Oryx Press, 1997, s. 182.

[130] Sarah Song, "Multiculturalism", **Stanford Encyclopedia of Philosophy**, 2020, (Çevrimiçi) https://plato.stanford.edu/entries/multiculturalism/, 21.02.2022.

[131] Joseph Raz, "Multiculturalism", **Ratio Juris**, C. 11, No: 3, 1998, s. 197.

[132] Kymlicka, "The Rise and Fall of Multiculturalism? New Debates on Inclusion and Accommodation in Diverse Societies", s. 98.

[133] Çok kültürlülük ile çok kültürcülük kavramları birbirinin yerine kullanılan ve karıştırılan kavramlardır. Türkçe literatürde olduğu gibi uluslararası literatürde de bununla ilgili bir belirsizlik mevcuttur. "Çok kültürlülük, bir toplumda farklı kültürlerin varlığına işaret eden bir olgudur. Çok kültürcülük ise, siyasal anlamda çok kültürlülüğün tanınmasını içermektedir." Şu durumda bir ülke çok kültürlü olup, çok kültürcü bir politika gütmeyebilir. Bkz. Mehmet Anık, "Çokkültürlü Bir Toplumda Kimlik Algısı: İsveç'te Yaşayan Türk Göçmenleri Örneği", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Doktora Tezi, 2011, s. 3; Bhikhu Parekh, **Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek**, Phoenix Yayınevi, 2002, s. 3.

[134] Nesrin Akıncı Çötok, "Çokkültürlülük, Kültürlerarasılık ve Enregrasyon Tartışmaları Bağlamında Alman Eğitiminde Türk Öğrenciler: Bremen Örneği", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Doktora Tezi, 2010, s. 10.

[135] Direk'in işaret ettiği "Aynılık veya aynılaştırma, farklılıkları inkâr ederek eşitliği sağlıyorsa buradaki eşitlik gerçek bir eşitlik olabilir mi?" sorusu asimilasyon ve uyum politikalarının altını oyarak çok

**pot)** idealini reddetmektedir.[136] Ancak ABD, Avustralya, Kanada gibi çok göç alan ülkeler özellikle 60'lardan önce ülkelerine gelen göçmenlerin kendi kültürel geçmişlerini terk edip hâkim kültürel kodları kabul etmeleri ve buna göre yaşamalarını öngörmüştür.[137] 60'lardan itibaren bu asimilasyoncu yaklaşım fazlasıyla eleştiriye maruz kalmış ve özellikle ABD'de siyahilerin kimlik mücadeleleri ve 60'ların ortalarından itibaren terkedilen ırkçı politikalar sonucu çok sayıda hispanik ve Asya kökenli göçmenin gelmesiyle "etnik yeniden canlanma" **(ethnic revival)** dönemi başlamıştır.[138] Çok kültürlülük anlayışı, alt kültürlerin hâkim kültüre asimilasyonunu reddeden; her kültürün kendi kimlikleriyle o toplumun içinde yaşayabildiği bir yapının varlığını öncelemektedir. Bunların yanında kültürlerarası etkileşimlerin binlerce yıllık tarihine, 19. yüzyılda kitlesel göçlerin yaşanmasına ve çok kültürlü toplumsal ve siyasi yapıların yüzyıllardan beri var olmasına rağmen çok kültürlülük terimi yeni bir kelimedir. Raz, Oxford Sözlüğü'nün çok kültürlülük terimini 50'lerin sonu 60'ların başına tarihlediğini söylemektedir.[139] 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren tartışılmaya başlansa da ikinci dünya savaşı ile ivmelenen çok kültürlülük tartışmaları, daha sonra

kültürlü bir süreci hızlandırmıştır. Bu noktada çok kültürlülüğün eleştirileri de olmakla birlikte günümüzde birçok Batı ve İskandinav ülkesi tarafından sahiplenilmektedir. Bkz. Direk, "Ahlak ve Farklılık".; Aleksandra Ålund, "Alterity in Modernity", **Acta Sociologica**, C. 38, No: 4, 1995, s. 311-322.

[136] Song, "Multiculturalism".

[137] Çok kültürlülük anlayışından önce bir asimilasyon modeli olarak Anglo-Uyum Modeli **(Anglo-Conformity)** ve eritme potası uygulamalarına özellikle ABD'nin toplumsal ve siyasi teşekkülü ve devamlılığı, tarihsel kurgusunun imkânı için uzun yıllar boyunca başvurulmuştur. Anglo-Uyum Modeli ABD'de kuruluştan 20. yüzyılın başlarına kadar uygulanmıştır. Örneğin ABD'ye uyum için göçmenlerin İngilizce'yi ulusal dil olarak kabul etmeleri, Amerikan kimliğiyle gurur duymaları ve Protestan ahlaka uygun olarak yaşamaları gerekmektedir. Anglo-Uyum yaklaşımı Israel Zangwill 'in 1908'de sahnelenen tiyatro oyunu Eritme Potası **(The Melting Pot)** ile tartışılmaya başlanmış ve ilerleyen yıllarda terkedilerek yeni anlayış olarak eritme potası takip edilmiştir. Eriteme potası metaforuna benzer olarak "etnik mozaik", "sebze çorbası", "meyve salatası" gibi metaforlar da benzer anlamlar için kullanılmıştır. Çok kültürlü bir anlayışa geçene kadar takip edilen bu iki yaklaşım temelde bir asimilasyon amacını gütmektedir. Göçmen kültürün kendi kültürel geçmişinden vazgeçip **(deculturisation)** kendini yeni bir kültüre ait hissetmesi beklenmektedir. Daha detaylı bilgi için Bkz: Nayhan Glazer, "Assimilation Today: Is One Identity Enough?", **Reinventing the Melting Pot: The New Immigrants and What It Means To Be American**, ed. Tamar Jacoby, New York, Basic Books, 2004; Milton M. Gordon, **Assimilation in American Life: The Role of Race, Religion and National Origins**, New York, Oxford University Press, 1964; Peter D. Salins, **Assimilation, American Style**, New York, BasicBooks, 1997; Mustafa Kemal Şan, İrfan Haşlak, "Asimilasyon ile Çokkültürlülük Arasında Amerikan Anaakımını Yeniden Düşünmek", **Akademik İncelemeler Dergisi**, C. 7, No: 1, 2012, s. 29-54.

[138] Milena Doytcheva, **Çokkültürlülük**, çev. Tuba Akıncılar Onmuş, İstanbul, İletişim Yayınları, 2013, s. 32.

[139] "Multiculturalism", s. 195.

uygulamaların da zeminini oluşturmuştur.[140] Öte yandan "bu tartışma, yaklaşım ve uygulamaların tarihsel bir zorlama neticesinde, mevcut sorunlara bir çıkış yolu arayışı olarak, bir zorunluluk sonucu meydana geldiği görülmektedir."[141] Çünkü "Batı düşüncesinin, biz ve öteki ayrımından kurtulamayışı çok kültürcü bir anlayışın doğmasına sebep olmuştur."[142]

Çok kültürlülük uygulamalarının pratikte yansıması ise, tartışmaların yoğun olarak yaşandığı ABD'nin aksine Kanada'da olmuştur. 1971 yılında Quebec'teki milliyetçi silahlı grupların mücadelesini kontrol etmek için Kanada Federal Hükümeti tarafından çok kültürlü politikalar hayata geçirilmiş ve göçmenlerin "iki kurucu halk" tanımına itiraz ederek kendilerinin de Kanada'nın asli unsuru sayılması; dillerinin, kültürlerinin yasal olarak tanınması talepleri karşılık bulmuştur.[143] Günümüzde de hala çok kültürlü politikaların yaygın şekilde uygulandığı ve çok kültürlülüğün tartışıldığı ülkeler arasında Kanada da yer almaktadır. Kanada tarzı çok kültürlülük tecrübesi diğer birçok ülkenin de takip ettiği bir yöntem olarak dikkate alınmıştır. Çok kültürlülüğün 70'li yıllardan itibaren yükselişe geçtiği ve sonrasında bir iniş yaşadığı kabul edilse de[144] çok kültürcü politikaların öldüğünü söylemek o kadar da kolay olmadığını belirtmekte fayda vardır.[145] Zira örneğin yıllar içinde birçok ülkede hem yabancı ülke doğumlu nüfus **(foreign-born population)** artmış hem de çok kültürlülük uygulamaları yıldan yıla artış göstermiştir [146] ve birçok ülke hala çok kültürlü politikaları benimsemekte ve uygulamaktadır.

---

[140] Mustafa Kemal Şan, Salich Tzampaz, "Çok-Kültürcülüğün Soykütüğü: Çok-Kültürcülük Teorisinin Yükselişi ve Düşüşü", **Çokkültürlülük Fragmanları**, ed. Ahmet Faruk Yıldırım, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2023, s. 38.

[141] Ali Haydar Beşer, "Çokkültürlülüğe Paradigma Dışı Bir Bakış: Endülüs", C. 2, **Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar II**, ed. Hasan Selim Kıroğlu, Ankara, Gece Kitaplığı, 2020, s. 169.

[142] Hazır'dan aktaran Beşer, **a.g.e.**, s. 169.

[143] Doytcheva, **Çokkültürlülük**, s. 38.

[144] Will Kymlicka, "Çok Kültürlülük: Başarı, Başarısızlık ve Gelecek", çev. Fatih Öztürk, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası**, C. 70, No: 2, 2012, s. 299; Kymlicka, "The Rise and Fall of Multiculturalism? New Debates on Inclusion and Accommodation in Diverse Societies", s. 97-112.

[145] Şan, Tzampaz, "Çok-Kültürcülüğün Soykütüğü: Çok-Kültürcülük Teorisinin Yükselişi ve Düşüşü", s. 53.

[146] Queen's University, "Mapping the Index - Multiculturalism Policies in Contemporary Democracies", **Queen's University**, (05.05.2023), (Çevrimiçi) https://www.queensu.ca/mcp/immigrant-minorities/mapping-the-index-im, 05.05.2023. Queen's Üniversitesi tarafından desteklenen Çok Kültürlülük Politikası Endeksi **(The Multiculturalism Policy**

Toparlamak gerekirse çok kültürlülük, farklı kültürlerin varlığını kabul etmeyi temel alırken kültürlerarasılık, bir bütünleşme sürecine karşılık gelmektedir. Ancak Tutal her iki duruma da eleştirel bir şekilde yaklaşarak[147] kültürlerarasılık sürecinde, egemen kültürün içinde yer alan marjinal kültürün egemen kültüre uyum sağlaması durumunda bir kültürlerarasılıktan söz edilebileceğini iddia etmektedir. Haliyle kültürlerarası bir durumda marjinal kültürün asimile olma ihtimali vardır. Tutal, Demorgon'dan aktararak her iki durumun da tuzaklarının olduğundan bahsetmektedir. Çok kültürlü bir yapıda her bireyin farklılıklarıyla o toplumda yaşayacağı öngörülür ancak iktidar ilişkileri buna müsaade etmeyecektir. Kültürlerarasılıkta ise oluşacak bütünleşmenin hangi kültürün menfaatine olacağı (kimin baskın çıkacağı) bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Bu noktada Tutal, kültürlerarası etkileşimleri dikkate alırken kavramsallaştırmayı normatif (kural koyucu) veya değer yüklü bir zeminde yapmayı önermektedir. Bu durumda, çok kültürlü bir yaklaşım herhangi bir şehrin herhangi bir mahallesinde veya dünyanın herhangi bir coğrafyasında var olan bir kültürün farklılığını ve varlığını kabul etmektedir. Eleştiriler olmakla birlikte[148] çok kültürlülüğün hâkim olduğu bir düzen, kültürel varlığın kabul edildiği ve farklılıklara saygı duyulduğu bir yapıyı işaret etmekte; kültürlerarasılık ise, farklı kültürler arasındaki şiddet yahut barış sebebiyle oluşacak karşılaşma, etkileşime geçme ve bağlantı kurma anlarını ifade etmektedir.[149] Bhabha'nın kültürel farklılıkları önemsemesinin sebebi de kültürlerarasılığa zemin hazırlamasından ötürüdür. Çok kültürlü toplumlardaki kültürel çeşitliliğin yanıltıcı/aldatıcı/ayartıcı bir zenginlik ve çoğulculuk sunmasının yanında esasen "diğerlerini kendine benzetme" gizli hedefi barındırması sürecin kültürlerarasılık anlayışı ile yürütülmesinin daha yerinde olacağını göstermektedir.

---

**Index),** Will Kymlicka ve Keith Banting tarafından 2006 yılında geliştirilmiştir. Bkz. Kymlicka, "Çok Kültürlülük: Başarı, Başarısızlık ve Gelecek", s. 304.

[147] **Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık**, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2005, s. 114.

[148] Eleştirilerin özeti olacak şekilde çok kültürlülük "kültürlerin iç birliğini abartır, halihazırda daha akışkan olan farklılıkları katılaştırır ve diğer kültürlerden insanların gerçekte olduklarından daha egzotik ve farklı görünmelerine neden olur." Bkz. Anne Phillips'ten aktaran Will Kymlicka, "The Essentialist Critique of Multiculturalism: Theories, Policies, Ethos", EUI Working Papers, Robert Schuman Centre for Advanced Studies Global Governance Programme, Milan, European University Institute, 2014.

[149] **Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık**, s. 104.

### 1.1.5. Dünyayı Kendi Kültüründen Algılamak: Etnosentrizm

İnsanın dünyayı algılamasının kendi kültürü üzerinden olması, kendini merkezi bir konuma yerleştirmesi "insani" bir durumdur. Nitekim antropolojik olarak her toplumun kendi grubundakileri insan ve diğerlerini insan dışı olarak algılaması[150] da kültürün merkezde yer aldığı bir bakışın kanıtı mahiyetindedir. Böyle bir yaklaşımın ilkel insan topluluklarından bu yana var olduğunu kabul etsek dahi insanın kendi kültüründen hareketle çevresini algılaması olan etnosentrizm (etnik merkezcilik) kavramı 1800'lü yılların son çeyreğinde tartışılmaya başlanmıştır ve hatta günümüze yakın bir kavramsallaştırma ancak 20. yüzyılın başlarına rastlamaktadır. Kavramı geliştiren Sumner, olumlu iç grup tutum ve davranışlarının genellikle dış gruplara karşı iç grup için çeşitli tercihli tutum ve davranışlar ve dış gruplara karşı düşmanlık ile ilişkili olduğunu[151] öne sürmektedir. Sumner kültürleri iç grup, dış grup olarak ikili ve karşılıklı bir yapıda incelemiş ve etnosentrizmi kişinin kendi grubunun her şeyin merkezinde olduğu ve diğerlerinin ona göre ölçeklendirildiği ve derecelendirildiği bir konumda dikkate almıştır.[152] Bizumic ve arkadaşları ise etnosentrizmi, güçlü bir etnik grup benmerkezciliği ve bu benmerkezciliği içeren bir tutum olarak kavramsallaştırmışlardır.[153] McGee ise, etnosentirzmi antropolojik bir yaklaşımla değerlendirerek sanayileşmemiş toplumların daha etnosentrik olduğunu "dış dünya hakkında çok az şey bilen kabilelerin kendilerini veya gruplarını, diğer her şeyin etrafında döndüğü merkezde konumlandırdıklarını"[154] ileri sürmüştür. Ancak bu bakış, kişinin sadece kendini veya grubunu dikkate alması sebebiyle tek taraflı bir duruştur.

Bizumic ve Duckitt, kavramı netleştirmek, orijinal kavramsallaştırmalarla ve terimin kökeniyle (**"etnos"** ve **"center"** kelimelerinin bir karışımı) tutarlı kılmak için, etnosentrizmin etnik grup benmerkezciliği olarak görülmesi gerektiğini ileri

[150] Aktaran Staszak, "Other/otherness", s. 3.
[151] Sumner'den aktaran Boris Bizumic, John Duckitt, "What Is and Is Not Ethnocentrism? A Conceptual Analysis and Political Implications", **Political Psychology**, C. 33, No: 6, 2012, s. 889.
[152] Sumner'den aktaran Edward Dutton, **Race Differences in Ethnocentrism**, Londra, Arktos Media, 2019, s. 73.
[153] Boris Bizumic vd., "A Cross-Cultural Investigation into a Reconceptualization of Ethnocentrism", **European Journal of Social Psychology**, C. 39, 2009, s. 887-909.
[154] McGee'den aktaran Bizumic, Duckitt, "What Is and Is Not Ethnocentrism? A Conceptual Analysis and Political Implications", s. 889.

sürmüşlerdir.[155] Sumner etnosentrizmi iç grup/dış grup bağlamında çalışmış olmasına rağmen yıllar içinde kavram, kelime kökündeki etnik anlamına doğru bir değişim geçirmiştir. Böylece etnosentrizm, kişinin kendi ırkını veya etnik grubunu çok önemli görmesi olarak anlam bulmaya başlamıştır. Etnosentrizm, iç grubun merkez olduğu ve tüm dış grupların buna göre yargılandığı bir "biz grubu"[156] duygusuna odaklanmaktadır. Dış gruplara olumsuz bir pencereden bakmanın olduğu; genel olarak bir hoşlanmama ve dış grupların değersizleştirilmesinin içinde bulunduğu bir duruma karşılık gelmektedir. Sumner ise konuyu fazla genelleştirerek her grubun dışarıdakilere küçümseyerek baktığını savunmaktadır.[157] Kavramın tanım ve tariflerinden hareketle etnik merkezci bir tutumda kişinin kendi kültürünün merkezi konumda yer alması, diğerlerinin ona göre yargılanması ve hatta önemsizleştirilmesi söz konusudur.

Öte yandan Bizumic ve Duckitt'in çalışması insanın ben merkezci yaklaşımının altı kategoride sınıflandırılabileceğini ortaya koymuştur.[158] Bunlar iç grubun dış gruplara tercih edilmesi, iç grubun dış gruplara üstünlüğü algısı, kişinin kendi grubunun etnik saflığını koruma isteği, kayırmacılık, gruba bağlılık ve iç gruba güçlü adanmışlık. Çoğu dış gruba kıyasla kişi, kendi iç grubunu göreceli olarak **tercih** etmektedir.[159] Kişi kendi yaşam biçiminin, etnik kökeninin, kültürünün diğerlerine tercih edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Ayrıca etnosentrik bireylerde, herhangi bir dış gruba karşı **üstünlük** duygusu hakimdir.[160] Sadece iç grubun üstünlüğü değil kişinin kendi kültürünü üstün görmesi de etnosentrik bir üstünlük iddiasını içermektedir. Her kabile ya da ulus, en azından bazı konularda – askeri ya da ekonomik güçte olmasa da muhtemelen bilimde, sanatta ya da ahlakta – diğerlerinden üstün olduğuna inanmaktadır.[161] İnsanlar, kültürlerini bir şeyleri yapmanın hem en iyi hem

[155] **a.g.e.**, s. 890.
[156] George Balabanis vd., "The Impact of Nationalism, Patriotism and Internationalism on Consumer Ethnocentric Tendencies", **Journal of International Business Studies**, C. 32, No: 1, 2001, s. 159.
[157] Sumner'den aktaran Bizumic vd., "A Cross-Cultural Investigation into a Reconceptualization of Ethnocentrism", s. 905.
[158] "What Is and Is Not Ethnocentrism? A Conceptual Analysis and Political Implications", s. 890.
[159] J.W. Berry, Rudolf Kalin, "Multicultural and ethnic attitudes in Canada: An overview of the 1991 National Survey", **Canadian Journal of Behavioural Science**, C. 27, No: 3, 1995, s. 303.
[160] Paul Bohannan, "Preliminary notes on ethnocentrism and xenophobia", **Human nature and the new Europe**, ed. Michael T. McGuire, Boulder, Colorado, Westview Press, 1993, s. 80.
[161] Kimball Young, **Social Psychology: An analysis of Social Behavior**, Oxford, Crofts, 1930, s. 20.

de tek yolu olarak kabul etmeye (biraz da doğaları gereği) meyillidirler.[162] Çünkü etnosentirk bireyler, iç grupların neyin iyi ve uygun olduğuna karar vermesi gerektiğine ve diğer grupların ancak iç gruba benzer oldukları ölçüde iyi olduğuna dair bir inanca sahiptir. İç grubun **saflığını** koruma arzusu ve dış gruplara karışmayı reddetme etnosentrizmle ilgili bir diğer temadır. Saflığın korunması için kişiler kültürel çeşitliliğin kabul etmeye dirençli ve dış gruplara karşı genel olarak hoşgörüsüz olacaklardır. Sumner ve arkadaşları saflığın grup insani ilişkiler boyutunu aşarak "kanın saf tutulmasıyla ilgili"[163] olduğunu ileri sürmüştür. **Kayırmacılık**,[164] grup içi çıkarların dış gruplardan önce olduğuna dair bir inancı temel almaktadır. Bireyler, dış gruba karşı iç grubun çıkarlarını savunmaya hazırdırlar. Kayırmacılık, "iç grupların kişinin görüşlerinde baskın olduğu, dış grupların tabi olduğu hiyerarşik, otoriter bir yaklaşımdır."[165] Ayrıca bireyler, kendi iç gruplarının bütünleşik, birleştirici, işbirlikçi olması gerektiğine ilişkin bir inanca sahiptirler ve bu inanç ile gruba **bağlı**dırlar.[166] Grubun ihtiyaçları bireysel ihtiyaçlardan önce gelmekte ve birlik, entegrasyon ve iş birliği ile grup üyelerine yayılmaktadır ve böylece kişinin kendi iç grubuna güçlü bir bağlılığı vardır. Son olarak **adanmışlık** "kendi etnik grubuyla özdeşleşmeye yönelik abartılı eğilimdir."[167] Adanmışlık, grup içi otoritelere itaat etmeyle ilgilidir.

Etnosentrizme ilişkin iç grup/dış grup bağlamında birçok çalışma bulunmasına ve kavram ilk yıllarda bu bağlamda değerlendirilmesine rağmen sonraki yıllarda kelimenin kökeninde bulunan **ethnos**a daha fazla yaklaşarak etnik bir merkeziyetçiliğe karşılık gelmeye başlamıştır. Öte yandan farklılığın daha fazla tanınması ve kabul edilmesi olarak[168] etnorelativizm (etnik görecelilik) ise etnosentrizmin tam karşısında

---

[162] Kalervo Oberg, "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", **Practical Anthropology**, C. os-7, No: 4, 1960, s. 180.
[163] Sumner'den aktaran Bizumic, Duckitt, "What Is and Is Not Ethnocentrism? A Conceptual Analysis and Political Implications", s. 904.
[164] Kavramın İngilizcesi olan *exploitativeness* sömürücülük yahut istismarcılık gibi anlamlara gelmekle birlikte bağlam içinde değerlendirildiğinde bir iç grubun dış gruba nazaran öncelenmesi mevzu bahis olduğundan kayırmacılık tercih edilmiştir.
[165] Theodor W. Adorno vd., **The Authoritarian Personality**, Oxford, England, Harpers, 1950, s. 150.
[166] Bizumic, Duckitt, "What Is and Is Not Ethnocentrism? A Conceptual Analysis and Political Implications", s. 905.
[167] Aktaran Bizumic, Duckitt, **a.g.e.**, s. 905.
[168] Milton J. Bennett, "Towards Ethnorelativism: A Developmental Model of Intercultural Sensitivity", **Education for the Intercultural Experience**, ed. R. Michael Paige, Yarmouth, Intercultural Press, 1993.

durmaktadır. Etnorelativizmde bireyin kendi kültürünü merkeze alması değil diğer kültürlerin kabulü, tanınması, etkileşime geçilmesi, uyum sağlaması söz konusudur. Sonuç olarak etnosentrik bireyler, grup içindeki sorunların sebebini ararken dış grubu suçlama eğilimindedirler. Aynı zamanda dış gruba ve dış grup üyelerine yoğun bir güvensizlik ve korku ile yaklaşmaktadırlar. Böylece dış gruplarla ilgili kalıplaşmış olumsuz imajlar ve düşmanca tutumlar (ahlaksız, aşağılık ve değersiz görme) içermektedir. Buna karşın grup içi üyelerin kendi grubunu bir bütün olarak olumlu değerlendirmesi ve grupla ilgili klişeleşmiş olumlu imgelere sahip olması gayet olasıdır. Etnorelativist kişiler ise, diğer kültürlerin davranış kalıplarını, normlarını, kurallarını ve farklılıklarını bir zenginlik çerçevesinde görerek hoşgörülü bir yaklaşımla değerlendireceklerdir.

### 1.1.6. Farklı Olanla Karşılaşma: Kültürleşme ve Kültür Şoku

Kültürlerarası karşılaşmalar esnasında her bir insan tekinin maruz kaldığı kültürel süreçlerden etkileneceği ve kendi kültürünün de diğerlerini etkileyeceği açıktır. Bu bağlamda birbiriyle etkileşime giren iki farklı kültür arasındaki kültürel değişim süreci, kültürleşme **(acculturation)** olarak adlandırılmaktadır ve farklı kültürlere sahip bireylerin ve grupların, doğrudan ve sürekli bir etkileşimi ile özgün kültürlerin birinde ya da her ikisinde oluşan değişiklik sürecine atıfta bulunmaktadır.[169] Kültürleşme sürecinde farklı kültürler uzun süreli bir etkileşim içerisine girmekte ve kişilerin ve grupların psikolojik ve davranışsal olarak tutumlarında değişimler gözlenmektedir.[170] Kültürleşme iki veya daha fazla özerk kültürel sistemin bir araya gelmesiyle başlatılan bir kültür değişimidir.[171] Nitekim insan doğası gereği bireyler arasındaki iletişim ve etkileşim kaçınılmazdır. Bu etkileşim esnasında farklı kültürlerin birbiriyle olan teması da haliyle bireylerin kültürleşme süreçlerinin sürekli ve kaçınılmaz olmasını sağlamaktadır.

---

[169] Robert Redfield, Ralph Linton, Melville J. Herskovits, "Memorandum for the Study of Acculturation", **American Anthropologist**, C. 38, No: 1, 1936, s. 149-152.
[170] Şükrü Balcı, Nesrin Öğüt, "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Arasında Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No: Prof. Dr. Fuat Sezgin Özel Sayısı, 2019, s. 50.
[171] John W. Berry, "Conceptual Approaches to Acculturation", **Acculturation: Advances in Theory, Measurement and Applied Research**, Washington, American Psychological Association, 2003, s. 18.

Kültürleşme sürecinde en az iki ya da daha fazla kültürel yapı veya üyeleri arasında oluşan bir etkileşim sonucu iki yönlü bir değişim söz konusudur. Gruplar için sosyal yapılar, kurumlar ve kültürel uygulamalarda bir değişiklik oluşacakken; bireysel düzlemde davranışsal değişiklikler olacaktır ancak değişimin yıllar süreceğinin unutulmaması gereklidir.[172] Bu noktada değişimin olması, kültürlerin kendi kültürel kodlarını tamamen bırakacakları yahut değişimin tek taraflı olacağı anlamına gelmemektedir. Çünkü kültürleşme için hâkim veya azınlık kültür için bir değişim olması muhtemeldir.[173] Bu nedenle değişim, (kolaycı bir şekilde bekleneceği gibi) yalnızca azınlık bir grubu (göçmenler, mülteciler, sığınmacılar, yabancılar, farklı dine mensuplar vs.) kapsayan tek taraflı bir durum değildir. Her iki tarafta da bir değişim olması olasıdır ve bu değişimin hangi tarafta ne kadar olacağı sosyokültürel, bireysel, psikolojik durumlara göre farklılık göstermektedir. Kültürleşmenin ne şekilde olacağına ilişkin ise iki farklı yaklaşımı esas alan Gordon'un Tek Boyutlu Kültürleşme Modeli ve Berry'in İki Boyutlu Kültürleşme Modeli'dir.[174]

Gordon tarafından geliştirilen Tek Boyutlu Model'e göre birey[175] farklı bir kültürle etkileşime geçtiğinde ya kendi kültürel kodlarını tercih edip hâkim kültürü reddedecek yahut ev sahibi kültürün değerlerini benimseyecektir.[176] Öte yandan Berry'in İki Boyutlu Modeli,[177] daha karmaşık ve kapsamlı bir kültürleşmeyi

[172] Balcı, Öğüt, "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Arasında Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri", s. 51.
[173] Gökhan Kılıçoğlu, M. Bahaddin Acat, Engin Karadağ, "İngiltere'deki Türk Öğrencilerin Kültürleşme Tercihleri ve Bu Tercihlerin Okula Aidiyet Duygusuyla İlişkisi", **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi**, C. 3, No: 30, 2015, s. 196.
[174] Aktaran Balcı, Öğüt, "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Arasında Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri", s. 52.
[175] Burada kastedilen hâkim kültürün içine karışmış azınlık bireydir.
[176] Balcı, Öğüt, "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Arasında Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri", s. 51.
[177] Berry, "Conceptual Approaches to Acculturation", s. 23; John W. Berry, "Acculturation: Living Successfully in Two Cultures", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 29, No: 6, 2005, s. 705.

öngörmektedir. Yeni bir kültür ile etkileşime geçen birey kendi kültürü ve hâkim kültürün kodları arasında dengeli bir ilişki kurmaktadır. Tek Boyutlu Model'i de içinde barındıran modele göre farklı kültürlerin etkileşimleri dört farklı boyutta

**Şekil 1: Kültürleşme Stratejilerinin Alt Boyutları**




**Kaynak: John W. Berry, "Conceptual Approaches to Acculturation", Acculturation: Advances in Theory, Measurement and Applied Research, Washington, American Psychological Association, 2003, s. 23; John W. Berry, "Acculturation: Living Successfully in Two Cultures", International Journal of Intercultural Relations, C. 29, No: 6, 2005, s. 705.**

gerçekleşmektedir. **Asimilasyon** boyutunda bireyler kendi kültürel kimliklerinden ve değerlerinden vazgeçip ev sahibi kültürün değerlerini benimsemektedirler.[178] **Ayrışma,** azınlık kültürün ev sahibi kültürü reddederek kendi kültürel kodlarını koruması, sürdürmesini ifade etmektedir. **Bütünleşme,** her iki kültürün birbiriyle olan etkileşimi ile mümkün olmaktadır. Azınlık olan grup kendi kültürünü sürdürmesinin yanında ev sahibi kültürü de kabul edip ona eklemlenmeye çalışmaktadır. Bütünleşme esnasında bireyler kendi kültürel tutum, davranış, alışkanlık, inanç, beklenti gibi yaklaşımlarında topyekûn bir ret ve inkara gitmektense hem kendi kültürlerini hem de diğer kültürü birlikte yaşamaya çalışmaları

[178] Redfield vd. kültürleşme ile asimilasyonu birbirinden ayırmaktadır. Onlara göre kültürleşme, "yalnızca bir yönü olan kültür değişiminden **(culture change)** ve zaman zaman bir kültürleşme aşaması olan asimilasyondan ayırt edilmelidir." Kültürleşme iki yönü olan bir duruma işaret etmektedir. Bkz. Redfield, Linton, Herskovits, "Memorandum for the Study of Acculturation", s. 149.

muhtemeldir. Berry, bütünleşmenin olması için ev sahibi kültürün de kültürel çeşitliliği öncelemesi, diğer kültürlere açık ve kapsayıcı yaklaşması gerektiğini ifade etmektedir. Son olarak **marjinallik** ise, bireyin hem kendi kültürünü hem de diğer kültürü benimsemekten geri durduğu durumlarda oluşmaktadır.[179] Modelin sağ tarafında ise azınlık kültüre ait kültürleşme stratejilerine hâkim kültür tarafından bir zorlama, teşvik, yönlendirme olması durumunda ulaşılmaktadır. Örneğin bütünleşme stratejisi hâkim kültürün etkisiyle oluşursa burada çok kültürlü bir politikadan bahsetmek gereklidir. Azınlık kültürün asimilasyona uğraması için hâkim kültür tarafından uygulanacak bir eritme potası yaklaşımı; azınlıkların ayrışması için tecrit politikası; azınlıkların marjinalleşmesi için de dışlama politikasının hâkim kültür tarafından benimsenmesi söz konusudur. Azınlık grubun stratejilerinde bireysel tercihler mevcutken hâkim kültürün stratejileri bir devlet politikası şeklinde şekillenmektedir.

Diğer taraftan, kültürleşme süreci devam ederken süreci (öncesinde veya esnasında) baltalayan bir durum da söz konusudur: kültür şoku.[180] Kısa süreli ikamet edenlerin **(sojourner)**[181] yeni bir toplum veya kültür içine girdiklerinde tepkilerini

[179] Kültürleşme çalışmalarındaki temel sorun, kültürleşmenin baskın şekilde azınlık tarafından olacağına dair (kültürleşme tanımında her iki tarafta da bir değişim olacağına ilişkin ifadelerin olmasına karşın) ön kabuldür. Böylece bütünleşmenin olduğu durumlarda dahi (ki birçok araştırmacı bütünleşmeyi yeğlemektedir) asimilasyoncu bir yaklaşım sezilmektedir. Kültürleşmeye ilişkin bireyin olumlu bir tutumunun olması halinde bu kişinin (özellikle azınlık olanın) kendi kültüründen taviz vermesine ilişkin alttan alta bir beklenti genel olarak hissedilmektedir. Berry'nin Şekil 1'de açıkça ifade ettiği de aslında bu durumun bir göstergesidir. Temel çelişki, tanım ile modellemeler (ve beklentiler) arasında oluşmaktadır. Bkz. John W. Berry, "Acculturation: Living Successfully in Two Cultures", **International Journal of Intercultural Relations,** C. 29, No: 6, 2005.

[180] Stephen Bochner, "Culture Shock", **Psychology and Culture**, ed. Walter J. Lonner, Roy S. Malpass, Needham Heights, MA, Allyn & Bacon, 1994; Stephen Bochner, "Culture Shock", C. 2, **Encyclopedia of Psychology**, ed. Alan E. Kazdin, New York, Oxford University Press, 2000; Oberg, "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", s. 177-182.

[181] Siu, Simmel'in yabancı **(der Ferme)** ve Park'ın marjinal adam **(the marginal man)** kavramlarından farklı olarak **sojourner** kavramını geliştirdiği makalesinde diğer iki kavramla birlikte **sojourner** kavramının hatlarını çizmiştir. Sonrasında da kavramla alakalı çalışmalar artmıştır ve Bochner'e göre **sojourner** "belirli bir süre içinde belirli bir amaç için yurtdışına seyahat eden bireyleri ifade etmektedir" Ancak **sojourner** kelimesinin Türkçe karşılığında bir eksiklik vardır. Misafir olarak kullanım yaygın olmakla birlikte, kavramı açıklamak için yeterli değildir. Misafir kelimesi isim değil sıfat olarak kullanıldığında (örneğin misafir öğrenci) daha kapsayıcı ve anlamı ihtiva edicidir. Ancak misafir tüccar, misafir turist gibi kullanımlarda ise sorunlu bir terkip mevcuttur. "Kısa sureli ikamet eden" kişi olan **sojourner** için Türkçede anlamı karşılayacak bir kelime şimdilik yoktur. Bkz. Paul C. P. Siu, "The Sojourner", **American Journal of Sociology**, C. 58, No: 1, 1952, s. 34-44.; Stephen Bochner, "Sojourners", **The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology**, ed. David L. Sam, John W. Berry, Cambridge, Cambridge University Press, 2006, s. 181.

tanımlamak için kullanılan kültür şoku kavramı, bilinmeyen kültürel ortamların uyandırdığı uyum bozukluğu, endişe ve kafa karışıklığı duygularını ifade etmektedir. Kültür şokunda konaklama ilerledikçe, **sojourner**in yeni koşullarına uyum sağlayıp sağlayamayacağı temel bir sorun haline gelmektedir.[182] Yeni bir kültürün içinde vardıklarında, birçok kişinin başlangıçta iyimserlik, heyecan, mutluluk ve sabırsızlıkla o ülkenin farklılıklarına uyum sağlamaya çalıştığı söylenebilir. Ancak zaman içerisinde farklı kültürün kimi zorluklarıyla baş etmek zorunda kalındığında olumlu duygular kısa sürede endişe, huzursuzluk ve stres gibi olumsuz duygulara dönüşmektedir.[183] Ancak her zaman bu kadar keskin bir dönüş olmayabilir çünkü birçok kişi için farklı bir kültüre varınca bir coşku olmayabilir. Dolayısıyla onlar için kültür şoku, etkileşimin ilk evresinde başlamakta; insanlar zaman içerisinde ve yavaş yavaş hâkim kültüre intibak ederek daha kabul edilebilir bir duygusal uyum düzeyine doğru hareket etmektedirler.[184] Dönüşümün keskin veya daha yumuşak olmasından bağımsız olarak her halükârda kültür şokunun yaşanması muhtemeldir. Öte yandan farklı ülkelerde belirli bir süre kalan bireyler, süre sonunda kendi ülkelerine geri döndüklerinde yine bir kültür şoku ile karşılaşmaktadırlar. Ters kültür şoku, yurtdışında uzun bir süre kaldıktan sonra eve dönen birçok misafirin **(sojourner)** yüzleştiği bir sorundur,[185] çünkü artık menşe kültürlerini yeniden öğrenmeleri gerekmektedir.[186] İronik şekilde kendi asli kültürü ile arasına mesafe giren birey, kendi ülkesine döndükten sonra yine **sojourner** konumuna evrilerek bir kültür şoku daha yaşamaktadır.

Farklı bir kültür içine giren bireyin birçok olumsuz durumla karşılaşacağı ve bunları çözmeye çalışacağı aşikardır. Taft, kültür şokunun farklı anlamlarına ilişkin kapsamlı incelemesinde süreç içinde oluşacak altı farklı durumu saptamıştır. Bunlar, gerekli psikolojik uyum için çaba harcarken zorlanma; arkadaşlar, statü, meslek ve mal varlığına ilişkin yoksunluk duygusu; yeni kültürün üyeleri tarafından reddedilme korkusu; roller, rol beklentileri, değerler, duygular ve kimliğe ilişkin kafa karışıklığı;

[182] Bochner, "Sojourners", s. 189.
[183] Bochner, **a.g.e.**, s. 190.
[184] Bochner, **a.g.e.**, s. 190.
[185] J. Ben Cox, "The Role of Communication, Technology, and Cultural Identity in Repatriation Adjustment", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 28, No: 3, 2004, s. 201-219.
[186] Bochner, "Sojourners", s. 190.

kültürel farklılıkların farkına vardıktan sonra şaşkınlık, endişe hatta iğrenme ve öfke; yeni ortamla baş edememekten kaynaklanan acziyet duygusu.[187] Kültürel karşılaşmalar esnasında oluşması muhtemel olan bu durumlardan hangisi gerçekleşirse gerçekleşsin kültür şoku, bireyin üstesinden gelmesi gereken rahatsız edici bir durumdur.

Bu noktada sürecin yönetimini üstlenen birey dört aşamadan geçmektedir. Oberg'in kavramsallaştırmasına göre bunlardan ilki şaşkınlık ve hayranlık dolu **cicim ayları**dır.[188] Kendi dillerini konuşan ve yabancılara karşı nazik bir tavır takınan yerli halkın nezaretindeki birkaç gün veya haftadan başlayıp altı aya kadar uzayabilecek bu süre bir yabancı için en güzel zamanlardır. Bu süre zarfında kendi ülkesine dönmesi halinde bireyin gittiği ülkeden memnun bir dille bahsetmesi olasıdır. Eve dönüş olmaz ve süre uzarsa cicim ayları bitip zorlu **ikinci aşama** başlayacaktır. Alışveriş, dil, okul, ev, ulaşım gibi alanlarda çekilen sıkıntıların kişisel olarak çözülmesi gerektiği bir aşamadır ve ev sahibi ülkeye karşı saldırgan ve düşmanca bir tutum takınılmaktadır. Hatta yerli insanların problemlerin çözümüne yardım etmelerine rağmen bu tutum sürmekte ve yerlilerin yabancıda var olan bu endişeye anlam verememeleri yabancı kişiyi daha da girdaba sürüklemektedir. Kültür şoku yaşayan bir kişi bu aşamada sürekli ev sahibi kültürü kötülemekte ve kendi kültüründen bir "hemşerisiyle" dertleşmeyi istemektedir. Yabancı yahut misafir **(sojouner)** gittiği ülkenin dilini öğrenmeye, kendi başına etrafta dolaşmaya başladığı zaman yeni kültürel çevreye ilişkin yeni bir yola girmiş demektir, ki bu yol da **üçüncü aşamadır**. Hala zorluk çekmektedir ancak bu durumu kabullenmiştir. Oberg bu aşamada mizah duygusunun geliştiğinden bahsetmektedir.[189] Misafir kültürle ilgili, insanların yaşantısı hakkında, hatta kendisi hakkında şakalar yaparak (aşağılama veya eleştiri maksatlı değil) daha olumlu bir tavır içerisine girmiş olacaktır. **Dördüncü aşama,** uyum sürecinin hayli başarılı bir şekilde sonuçlandığı aşamadır. Misafir, o ülkenin kültürünü, geleneklerini, davranış kalıplarını başka bir yaşam tarzı olarak düşünmektedir. Kimi durumlarda yine

[187] Taft'tan aktaran D. B. Mumford, "The Measurement of Culture Shock", **Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology**, C. 33, No: 4, 1998, s. 129.
[188] Oberg bunu **"honey moon"** (balayı) olarak kullanmaktadır ancak kanaatimizce cicim ayları, Türkçedeki kullanım için daha uygundur ve anlamı daha iyi karşılamaktadır.
[189] Oberg, "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", s. 179.

problemler olmakla birlikte problemler endişe ile değil sükunetle karşılanmaktadır. Toplumsal ilişkilerin bütün yönleri tam kavranmadığı için (örneğin misafir, yerli bir kişinin ne söylediğini tam olarak anlasa bile ne kastettiğine ilişkin bir kuşku hep olacaktır) birey üzerinde gerginlik yaratmaya devam edebilir ancak kültürel farklılıklara uyum sağlamanın yanında misafir bu farklılıklardan zevk almaya başlamaktadır.[190] Oberg'in tasnif ettiği şekilde bir kültür şoku sürecini yaşayan misafir **(sojourner)** için bu aşamalardan hangisinin ne kadar süreceği ve misafirin ne kadar uyum sağlayacağı ise bireysel ve sosyokültürel faktörlere göre farklılık gösterebilir. Süreç içerisinde başta rahatsız edici olan kültür artık daha alışılmış ve hatta zevk veren bir hal almaktadır. Oberg bu aşamalara ilişkin yorumunu şu şekilde özetlemektedir:[191]

> Kısacası ortam değişmez. Değişen şey, ona karşı tutumunuz. Her nasılsa artık sizi rahatsız etmiyor, rahatsızlıklarınızı artık ev sahibi ülkenin insanlarına ve onların yollarına yansıtmıyorsunuz. Kısacası, yeni bir dizi yaşam koşuluyla daha iyi geçiniyorsunuz. (…) Rahatsızlığınızın nedeninin ne olduğunu bilmekle bilmemek arasında büyük bir fark vardır. Sorununuzun, yabancı bir ortamın düşmanlığından değil, diğer insanların kültürel geçmişini anlama konusundaki eksikliğinizden ve kendi iletişim araçlarınızın eksikliğinden kaynaklandığını fark ettiğinizde, bu iletişim anlayışını ve bu araçları kendiniz kazanabileceğinizi de fark edersiniz.

Bu çerçevede vurgulamak gerekir ki "sosyal ilişkilerin tüm tanıdık işaretlerini ve sembollerini kaybetmekten kaynaklanan kaygı"[192] sebebiyle kültür şoku süreci hızlanmaktadır. Yeni insanlarla tanışınca ne söylemeliyiz, ne zaman tokalaşmalıyız, hatta tokalaşmalı mıyız, alışverişte nelere dikkat etmeliyiz, insanlara hitap ederken nasıl cümle kurmalıyız? gibi sorular yaşanılan kaygıyı artırmakta ve insanın yıllar içerisinde elde ettiği kültürleşme pratiklerinden farklı davranışlarla yüzleşmesi (hatta kimi zaman öyle davranması) mümkün olmaktadır. Her halükârda kültürlerin birbirini etkilediği bir kültürleşme sürecinin gerçekleşeceğini söylemek yanlış olmayacaktır ve birey çeşitli kültürel dinamiklerle baş etmeye, çeşitli stratejiler geliştirmeye çalışarak bu sürecin sorunsuz bir şekilde tamamlamaya çalışacaktır.

---

[190] Kalervo Oberg, "Culture Shock", Women's Club of Rio de Janeiro, 1954; Oberg, "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", s. 178-179.
[191] Oberg, "Culture Shock", s. 8; Oberg, **a.g.e.**, s. 179.
[192] Oberg, "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", s. 177.

## 1.2. Kültürlerarası Karşılaşmalar

Farklı kültürlerin bir arada bulunduğu ortamlardaki kültürlerarası karşılaşmalar küreselleşmiş bir dünyada oldukça yaygındır. Bu karşılaşmalar, farklı kültürel kimliklere sahip bireylerin bir arada yaşadığı veya etkileşimde bulunduğu ortamlarda gerçekleşmektedir. Turizm, ticaret, iş seyahatleri, göç, eğitim gibi farklı sebeplerden dolayı insanlar kültürlerarası ortamlarda bulunmakta ve bu ortamlar bireylerin kendi kültürel kimliklerinin yanı sıra farklı kültürel kimliklere de aşina olmalarına ve bu kimlikler hakkında farkındalık kazanmalarına imkân sunmaktadır. Ayrıca, kültürlerarası karşılaşmalar, bireylerin hoşgörü, anlayış ve empati gibi sosyal becerilerini de geliştirebilir ancak kültürlerarasılığın sadece olumlu bir çerçevede gerçekleşmesi her zaman mümkün olmayacağından kimi zaman farklı kültürler arasındaki çatışmalar da oluşmaktadır. Kültürlerarası karşılaşmaların doğasında var olan bu tür sorunların çözümü için ise kültürlerarası etkileşimler önem arz etmektedir. Çatışmaların olması gibi riskleri içinde barındırsa da kültürlerarası etkileşimlerin yaygın bir şekilde yaşandığı durumlarda karşılıklı kültürel anlayış ve kültürlerarasılığın gelişeceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu bağlamda farklı kültürlerin karşılaşmaları ile oluşan etkileşimlerinden hareketle bu bölümde kültürlerarası iletişim ve bir kültürlerarası etkileşim biçimi olarak uluslararası öğrencilik başlıkları ele alınacaktır.

### 1.2.1. Kültürlerarası İletişim

Küreselleşmiş bir dünyada küresel bir vizyona sahip modern insan, kendi kültürünün dışındaki birçok kültürden insanla etkileşim halindedir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak farklı kültürlerin bu denli kültürel değerle olan karşılaşması kaçınılmaz ve bir o kadar da zorlu bir süreçtir. Ancak her halükârda günümüz insanı "kendi kültürleri dışındaki kültürlerden insanların gözlerinden, kalplerinden ve zihinlerinden bakmayı öğrenmelidir."[193] Elbette ki farklı kültürlerin farklı ülkeler, bambaşka coğrafyalar, daha önce görülmemiş topluluklar olması gerekmemektedir.

[193] Guo-Ming Chen, William J. Starosta, "Intercultural Communication Competence: A Synthesis", **Annals of the International Communication Association**, C. 19, No: 1, 1996, s. 353-383.

İnsanlar yanı başındaki kendinden farklı bir kültürle de etkileşim içinde olabilmeyi başarmalıdır ve belirtmek gerekir ki bu durum artık bir ayrıcalık olmaktan çıkmış, zaruret halini almaya başlamıştır. Küresel bir dünyada yaşıyor olmanın sonucu olarak çok farklı kültürlerin "burnumuzun dibinde" bulunmaları artık kaçınılmaz bir durumdur.

Bu bağlamda kültürlerarası iletişim, günlük yaşamın ve toplumsal hayatın farklı alanlarındaki farklı kültürel aidiyetlerdeki insanlar arasında oluşan iletişim ve etkileşimi konu edinen bir alan[194] olarak kültürlerarası karşılaşma süreçlerini irdelemektedir. Birbirine benzemekle ve zaman zaman karıştırılmakla birlikte kültürlerarası iletişim ile kişilerarası iletişim birbirinden farklı iletişim türleridir ve aralarındaki en temel fark, bireylerin birbirleri hakkındaki sahip oldukları bilgi ile ilgilidir. Kültürlerarası iletişimde sahip olunan bilgi kültürel bir özellik; kişilerarası iletişimde ise bu bilgi bireysel bir özellik taşımaktadır.[195] Bir başka deyişle kültürlerarası iletişim kendi veya öteki kültürün bilgisini; kişilerarası iletişim kendi veya ötekinin bilgisini içermektedir. Gudykunst ve Kim kültürlerarası iletişimi farklı kültürlerden insanlar arasında anlam yüklemeyi içeren insanlar arası etkileşim temelinde **(transactional)** ve sembolik bir süreç olarak tanımlamaktadırlar.[196] Kartarı'ya göre ise kültürlerarası iletişim "farklı kültürlere mensup insanlar arasında etkileşim ve anlam aktarımları, yabancının algılanması, açıklanması ve kültürel farklılıkların gözetilmesi gibi konuları inceleyen disiplinlerarası bir bilim dalıdır."[197] Disiplinlerarası özelliği gereği kültürlerarası iletişim antropoloji (özellikle kültürel antropoloji ve beslenme antropolojisi), iletişim bilimleri, psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji, halkbilim, etnoloji, dilbilim gibi farklı disiplinlerin teorik ve uygulama alanlarından faydalanmaktadır.

Tarihsel olarak bakıldığında kültürlerarası iletişim disiplini 2. Dünya Savaşı sonrasında ABD'de Dışişleri'nde çalışan diplomatlara verilen eğitimler kapsamında

---

[194] Engin Sarı, "Kültürlerarası İletişim: Temeller, Gelişmeler, Yaklaşımlar", **folklor/edebiyat**, C. X, No: 39, 2004, s. 1.
[195] William B. Gudykunst, Young Y. Kim, **Communicating with Strangers. An Approach to Intercultural Communication**, Second Edition, New York, McGraw-Hill, 1992, s. 39.
[196] **a.g.e.**, s. 13.
[197] **Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim**, Ankara, Ürün Yayınları, 2001.

ortaya çıkmaya başlamıştır. Diplomatların etkileşim halinde oldukları "öteki" kültürleri yeterince bilmedikleri, tanımadıkları, dillerini konuşamadıkları fark edilince **Foreign Service Institute (FSI)** kurulmaya karar verilmiştir.[198] FSI kurulduğu ilk dönemde dil öğretimine yönelmiş ve diplomatların dil yeterliliğini artırmaya çalışmıştır ancak zamanla dil ile kültür arasındaki ilişkinin fark edilmesiyle sadece dil üzerine yoğunlaşmanın yetersiz olduğu kanaati oluşmuştur. Bu bağlamda Edward T. Hall'ın çalışmaları ile FSI'da diplomatların antropolojik bilgi ve kavrayışlarının artırılması üzerine yoğunlaşılmıştır.[199] Altını çizmek gerekirse kültürlerarası iletişim disiplini, ilk dönemlerinde uygulama ağırlıklı ve kültürlerarası bir eğitimi temel alacak şekilde kurgulanmıştır. Dolayısıyla disiplinin teorik zemini sonraki yıllarda şekillenmeye başlamıştır. Ruth Benedict'in **Krizantem ve Kılıç**[200] ve Hall'ın **The Silent Language**[201] kitaplarının yayımlanması ile akademik zemin de yavaş yavaş oluşmaya başlamıştır. Benedict ABD Savaş Enformasyon Dairesi için antropolojik çalışmalar yürütmüş ve Japonları anlamak ve Amerikalıları Japonlara anlatmak amacıyla çalışmalar yapmış ve çalışmalarını Krizantem ve Kılıç'ta derlemiştir. Kitap, yabancı bir kültürün iletişim davranışlarını anlamaya yönelik ilk çalışmalar olması sebebiyle, kültürlerarası iletişimin temelinin Ruth Benedict ile atıldığı söylenebilir.[202] Alana ilişkin daha önceden çalışmalar olmakla birlikte Hall, **The Silent Language** eserinde kültürlerarası iletişim terimini ilk kullanan kişidir.[203] Hall, kültür ve iletişim arasındaki ilişkinin çok yakın olduğunu iddia etmekte ve kültürü "bütünüyle bir iletişim biçimi"[204] olarak ifade etmektedir. Hatta kimi durumlarda kültür ve iletişimi birbirinin yerine geçecek şekilde kullanan Hall, geleneksel antropolojinin tek bir

[198] Wendy Leeds-Hurwitz, "Notes in the History of Intercultural Communication: The Foreign Service Institute and the Mandate for Intercultural Training", **Quarterly Journal of Speech**, C. 76, No: 3, 1990, s. 264.
[199] Sarı, "Kültürlerarası İletişim: Temeller, Gelişmeler, Yaklaşımlar", s. 5.
[200] Ruth Benedict, **Krizantem ve Kılıç**, çev. Türkan Turgut, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2019.
[201] Edward T. Hall, **The Silent Language**, Garden City, New York, Anchor Press, 1973.
[202] Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 65.
[203] Edward T. Hall, kültürlerarası iletişim alanının önemli kurucularından birisidir. **The Silent Language** kitabının haricinde **Hidden Dimension, Beyond Culture, Dance of Life** gibi kitapları da kültürlerarası iletişim ve antropoloji alanında önemli eserlerdendir. Hall sözsüz iletişim, vücut devinimleri **(kinesics)**, mekânın kullanımı **(proxemics)**, sesin dil dışında kullanımı **(paralanguage)** ve zamanın kullanımı **(chronemics)**, yüksek bağlam/düşük bağlam (Hofstede bu iki kavramın yerine Bireyci/Kolektivist kültür karşıtlığını önermiştir.) gibi kavramlarla kuramını örmüştür.
[204] Hall, **The Silent Language**, s. 51.

kültür üzerine odaklanan klasik yaklaşımı yerine, farklı kültürler arasındaki etkileşimi karşılaştırmalı bir şekilde incelemiştir. Ayrıca, kültür çalışmalarını geniş bir perspektiften daha küçük birimlere yönelterek çalışmalarını yürütmüştür.[205] Kültürlerarası iletişim eğitiminin öncüsü olarak da gösterilen Hall, kültürlerarası iletişim eğitimi alan kişilerin anlamaya çalıştıkları kültürü daha iyi kavramaları için o kültürün içinde yaşayarak[206] tecrübe kazanmayı kültürlerarası iletişim eğitiminin önemli bir parçası olarak görmektedir.[207] Özetle diplomatların yabancı ülkelerdeki iletişimleri için dil becerilerini geliştirmek üzere başlayan uygulama süreci daha sonra farklı kültürleri anlamak ve kültürlerarasılığı artırmak üzere gelişmiştir. Bu bağlamda Benedict ve Hall'ın gerek uygulama gerekse teoriye ilişkin çalışmaları, kültürlerarası iletişim disiplininin temelinin oluşmasında önemli bir yerdedir.

Kültürlerarası iletişimin geniş ve sınırları belirsiz bir kavram olduğu bir gerçektir. Kültürlerarasılığın nerede başlayıp bittiği, kültürlerarası iletişimin tam olarak nereye karşılık geldiği bir nebze de olsa bulanık bir haldedir. Bu noktada Rich ve Ogawa'nın kültürlerarası iletişim sınıflandırması yol gösterici olabilir.[208] Kültürlerarası iletişim **(intercultural communication)** farklı kültürlerden insanlar arasındaki etkileşime; uluslararası iletişim **(international communication)** farklı ulusların temsilcileri arasındaki siyasi düzeydeki iletişime; ırklararası iletişim **(interracial communication)**, hakim kültür ile aynı toplumda yaşayan azınlık kültürler arasındaki etkileşime;[209] etniklerarası iletişim **(interethnics communication)** aynı toplum içinde bulunan azınlık kültürler arasındaki etkileşime; karşıt-kültür iletişimi **(contracultural communication)**, farklı kültürlerin bireyleri

[205] Leeds-Hurwitz, "Notes in the History of Intercultural Communication", s. 263.
[206] Kültür çalışmalarında genel olarak **etik** ve **emik** olmak üzere iki yaklaşım bulunmaktadır. Emik yaklaşımda araştırmacı, bir kültürü içinden bakarak inceler ve iletişimi o kültür üyelerinin gözünden anlamaya çalışır. Etik yaklaşımda ise inceleme kültürün dışında kalınarak gerçekleşir. Bu çerçeveden bakıldığında Hall emik bir yaklaşımı takip etmektedir. Bkz. Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 73.
[207] Kartarı, **a.g.e.**, s. 66.
[208] Andrea L. Rich, Dennis M. Ogawa, "A Model of Intercultural and Interracial Communication", **International Communication Association Annual Conference**, Phoneix, Arizona, Intercultural Division International Communication Association, 1971, s. 20.
[209] Yazarların buradaki kastı, Amerika'daki beyazlar ve beyaz olmayanlar arasındaki etkileşimdir. Beyaz olmayanların toplum içerisinde marjinal bir konuma sürüklenmeleri, iletişime girmekten uzak durmaları ve iki kültür arasında oluşan gerilimler ırklararası iletişimin odaklarıdır. Bkz. Rich, Ogawa, **a.y.**

arasında, bir kültürün kendi değerlerini diğerine dayattığı ve baskın-itaatkar bir ilişki yarattığı iletişime odaklanmaktadır. Gudykunst ise, kültürlerarası iletişim alanını, etkileşimsel – benzeşik ve dolayımlı – kişilerarası boyutlarda incelemiş ve dört gruba ayırmıştır: **Kültürlerarası iletişim** hem etkileşimsel hem kişilerarası iletişim özelliklerini taşımakta ve farklı ya da aynı kültür üyeleri arasındaki iletişimi incelemektedir. Çapraz kültürel iletişim **(crosscultural communication)** kişilerarası ve benzeşik bir özelliktedir ve farklı kültürlerdeki insanların iletişim esnasındaki farklılıklarını incelemektedir. **Uluslararası iletişim,** iletişimi etkileşimsel ve dolayımlı boyutlarda incelemektedir ve farklı kültürlerdeki medya iletişimini araştırmaktadır. **Karşılaştırmalı kitle iletişimi** ise benzeşik ve dolayımlıdır ve farklı ülkelerin kitle iletişim sistemlerini karşılaştırmaktadır.[210] Her iki sınıflandırmadan da anlaşılacağı üzere kavramların birbiri yerine kullanılması ve çoğunlukla karıştırılmasının sebebi biraz da kavramlar arasındaki ayrımların ince nüanslarla oluşmasından kaynaklıdır.

#### 1.2.1.1. Kültürlerarası Yeterlilik

Küresel bir dünyada insanların kültürlerarası süreçlerde kendi kültürleri dışındakilerin penceresinden bakabilmeleri [211] bir zaruret halini almıştır. Bu noktada insanların farklı kültürlerden insanlarla iletişim kurabilme becerileri önem arz etmektedir. İletişim yeterliliği [212] ile benzerlik içermekle birlikte kültürlerarası yeterlilik farklı kültürlerin etkileşimine dayanması sebebiyle farklı "fiziksel ve sembolik çevrelerde" etkin ve uygun bir iletişim kurabilmeye işaret etmektedir.[213] Kültürlerarası yeterlilik yahut kültürlerarası iletişim yeterliliği[214] kavramı ile Hammer

[210] William B. Gudykunst, Seung-Mock Yang, Tsukasa Nishida, "Cultural Differences in Self-Consciousness and Self-Monitoring", **Communication Research**, C. 1, No: 14, 1987, s. 7-34; Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 68.
[211] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 353-383.
[212] Yalın bir tanımla iletişim yeterliliği, etkili bir iletişim için kazanılmış yetenektir. Bkz. Foote ve Cottrell'den aktaran Guo-Ming Chen, "Intercultural Communication Competence: Some Perspectives of Research", **Howard Journal of Communications**, C. 2, No: 3, 1990, s. 245.
[213] Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 258-259.
[214] Kavramlar birbirinin yerine kullanılmaktadır; hatta burada bir karışıklık da mevcuttur. Deardorff'un araştırmasında bilim insanlarının kültürlerarası yeterlilik **(intercultural competence** veya **cross-cultural competence)**, kültürlerarası iletişim yeterliliği, küresel yeterlilik, küresel vatandaşlık gibi kavramlar birbirinin yerine veya ilişkili olarak kullanıldığı görülmektedir. Bkz. "Identification and

ve arkadaşlarının kastettiği kültürlerarası etkileşimler esnasında uygun bir düşünme ve hareket etme yeteneğidir.[215] Fritz ve arkadaşları ise kültürlerarası yeterliliği bireylerin yabancı kültüre karşı olumlu bir tutum geliştirebilme yeteneği olarak kavramsallaştırmıştır.[216] Chen ve Starosta ise, kültürlerarası yeterlilik alanındaki önemli makalelerinde insanların neden kültürlerarası bir yeterliliğe sahip olması gerektiğini şu maddelerle gerekçelendirmiştir: teknolojik gelişmeler, ekonominin küreselleşmesi, yaygın nüfus göçleri, çok kültürlülüğün gelişmesi ve ulus devletin önemsizleşmesi.[217] Yazarların 1996 yılında öne sürdükleri gerekçeler, günümüz için artarak ve daha da etkin bir şekilde geçerlidir. Tam da bu yüzden günümüz modern insanının kültürlerarası yeterlilik özellikleriyle donanmış olması daha da zorunlu bir hal almıştır.

Bu çerçevede kültürlerarası yeterlilik kavramının ne olduğuna ilişkin Deardorff'un yürüttüğü bir araştırma dikkat çekmektedir. Deardorff, kültürlerarası alanlarda çalışan akademisyen ve araştırmacıların katılımıyla bir araştırma yürütmüş ve araştırma sonucunda alanda çalışan bilim insanlarının kültürlerarası yeterlilikle ilgili görüşlerini derlemiştir. İki aşamalı araştırmanın ilk ayağında katılımcılara bir soru formu uygulanmış, ikinci aşamada ise Delphi tekniği[218] ile katılımcıların görüşleri derlenmiştir. Araştırmanın sonucunda alanda çalışan bilim insanları tarafından çoğunlukla kabul edilen Byram'ın kültürlerarası yeterlilik tanımı olmuştur.[219] Byram'ın modelinde dilsel **(linguistic)** yeterlilik kilit bir rol oynamakta ve kişinin kendine ve başkalarına dair bilgisi; yorumlama ve ilişkilendirme becerileri; keşfetme ve/veya etkileşim kurma becerileri; başkalarının değerlerine, inançlarına ve davranışlarına değer vermek ve kendini görecelileştirme **(relativize)** önem arz

---

Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization", **Journal of Studies in International Education**, C. 10, No: 3, 2006, s. 247.

[215] "Measuring Intercultural Sensitivity: The Intercultural Development Inventory", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 27, No: 4, 2003, s. 422.

[216] "Measuring Intercultural Sensitivity in Different Cultural Contexts", **Intercultural Communication Studies**, C. 11, No: 2, 2002, s. 166.

[217] "Intercultural Communication Competence", s. 354-356.

[218] Delphi, alanında uzman katılımcıların belirlenen bir konu hakkında fikirlerini ortaya koyarak bir görüş birliğini mümkün kılan ve bunu yoğun bir soru formu ile gerçekleştiren bir tekniktir. Bkz. Norman Dalkey, Olaf Helmer, "An Experimental Application of the DELPHI Method to the Use of Experts", **Management Science**, C. 9, No: 3, 1963, s. 458.

[219] Michael Byram, **Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence**, 2. bs, Multilingual Matters, 1997.

etmektedir.[220] Modelin öne çıkarttığı kalıplar da göstermektedir ki kültürlerarası yeterlilik bilişsel ve davranışsal bir dizi beceri ile donanmayı gerektirmektedir.

Gudykunst, Wiseman ve Hammer,[221] Hammer, Gudykunst ve Wiseman,[222] Abe ve Wiseman,[223] Hammer[224] ve Wiseman, Hammer ve Nishida[225] kültürlerarası yeterliliğin bilişsel **(cognitive)**, duygusal **(affective/emotional)** ve davranışsal **(conative)** boyutları arasında ayrım yapmak için temel olarak kültürler arası tutum **(intercultural attitude)** yaklaşımını kullanmıştır. Bu açıdan kültürlerarası yeterlilik, bireylerin yabancı kültüre karşı olumlu bir tutum geliştirme yeteneği olarak kavramsallaştırılmıştır. Buna karşılık Ruben,[226] Ruben ve Kealey,[227] Hawes ve Kealey[228] ve Kealey[229] kültürlerarası etkileşim sürecinde bireysel davranış ve becerileri vurgulayan davranışsal becerilerin **(behavioral skills)** önemine vurgu yapmıştır. Yazarlar, davranışsal etkililiğin kültürlerarası iletişimin temel kriteri olduğunu savunmuş ve saygı gösterme, etkileşim esnasındaki duruş, bilgiye yönelim, empati, kendine yönelik rol davranışı, etkileşim yönetimi ve belirsizliklere karşı hoşgörü olmak üzere kültürlerarası yeterli davranışı açıklayan yedi beceri belirlemiştir. Kültürlerarası yeterlilik konusunda bir model ortaya koyan Chen ve Starosta ise, üç temel perspektifin birbirine bağımlı ilişkilerini açıklamaktadır. Bu bakış açıları: bilişsel (kültürlerarası farkındalık), davranışsal (kültürlerarası beceri) ve

---

[220] Deardorff, "Identification and Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization", s. 247.
[221] William B Gudykunst, Mitchell R Hammer, Richard L Wiseman, "An analysis of an integrated approach to cross-cultural training", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 1, No: 2, 1977, s. 99-110.
[222] "Dimensions of intercultural effectiveness: An exploratory study", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 2, No: 4, 1978, s. 382-393.
[223] "A Cross-cultural Confirmation of the Dimensions of Intercultural Effectiveness", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 7, No: 1, 1983, s. 53-67.
[224] Mitchell R. Hammer, "Behavioral dimensions of intercultural effectiveness: A replication and extension", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 11, No: 1, 1987, s. 65-88.
[225] "Predictors of intercultural communication competence", **Special Issue: Intercultural Communication Competence**, C. 13, No: 3, 1989, s. 349-370.
[226] "Assessing Communication Competency for Intercultural Adaptation", **Group & Organization Studies**, C. 1, No: 3, 1976, s. 334-354; "Guidelines for Cross-Cultural Communication Effectiveness", **Group & Organization Studies**, C. 2, No: 4, 1977, s. 470-479.
[227] "Behavioral assessment of communication competency and the prediction of cross-cultural adaptation", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 3, 1979, s. 15-47.
[228] "An empirical study of Canadian technical assistance: Adaptation and effectiveness on overseas assignment", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 5, No: 3, 1981, s. 239-258.
[229] "A study of cross-cultural effectiveness: Theoretical issues, practical applications", **Special Issue: Intercultural Communication Competence**, C. 13, No: 3, 1989, s. 387-428.

duygusal (kültürlerarası duyarlılık) perspektiflere karşılık gelmektedir.[230] Bu bağlamda kültürlerarası yeterlilik, bu üç boyutun birlikte ve etkin şekilde çalışmasını ifade etmektedir.

#### 1.2.1.1.1. Kültürlerarası Farkındalıkk

Kültürlerarası yeterliliğin bilişsel perspektifinde kültürlerarası farkındalık kavramı yer almaktadır. Chen ve Starosta, bu süreci kültürlerarası etkileşimde çok anlamlılık ve belirsizliği azaltmaya dönük çabalar olarak tanımlamakta ve onlar için bilişsel yön, bireye kültürel dinamikler hakkında bir farkındalık geliştirme ve çok kültürlü bir birlikte yaşama durumunu sürdürmek için çoklu kimlikleri ayırt etme fırsatı sağlamaktadır.[231] Kartarı ise farkındalık yerine uyanıklık kavramını tercih etmektedir.[232] Kültürel farkındalık, bireyin hem kendisinin hem de diğerlerinin kültürlerini ve bu kültürel yapıların insanların düşünce ve davranış şekillerine nasıl etki edeceğini anlamasıdır. Baker, kültürel farkındalık ile kültürlerarası farkındalık arasındaki geçişleri incelediği makalesinde kültürel farkındalığı kültürün iletişimde oynadığı rolün bilinçli bir şekilde anlaşılması olarak tanımlamaktadır.[233] Aynı makalede kültürlerarası farkındalık ise şöyle tanımlanmaktadır: "kültürlerarası iletişimde kültürel temelli biçimlerin, uygulamaların ve anlayış çerçevelerinin bilinçli bir şekilde anlaşılması ve bu kavramları gerçek zamanlı iletişimde esnek ve bağlama özgü bir şekilde uygulamaya koyma becerisidir."[234] Aynı zamanda kültürlerarası farkındalık, eleştirel bir şekilde de gerçekleşebilir ve eleştirel kültürlerarası farkındalık kavramı, kişinin kendi kültürü ile diğer kültür ve ülkeleri belirgin kriterler, bakış açıları, uygulamalar ve ürünler temelinde ve eleştirel olarak değerlendirme becerisi olarak tanımlanabilir.[235] Tanımlardan hareketle kültürlerarası farkındalık kavramının bireyin kültürlerarası ilişkilerine ilişkin bilişsel, zihinsel, bilgi ve anlama kaynaklı süreçlerini ifade ettiği görülecektir. Kültürlerarası süreçlerin farkında olarak sürecin

[230] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 362-369.
[231] Chen, Starosta, **a.g.e.**, s. 364-365.
[232] **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 269.
[233] W. Baker, "From Cultural Awareness to Intercultural Awareness: Culture in ELT", **ELT Journal**, C. 66, No: 1, 2012, s. 64.
[234] Baker, **a.g.e.**, s. 66.
[235] Byram, **Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence**, s. 101.

yönetilmesi bilişsel bir yön olarak kültürlerarası farkındalık kavramını şekillendirmektedir.

Kültürlerarası farkındalık ile ilgili Baker'in hazırladığı tablo süreci daha iyi anlamak için güzel bir örnektir. Temel kültürel farkındalık ile başlayan süreç üç kademede ve 12 ögeye ilişkin farkındalık ile oluşmaktadır:[236]

**Tablo 1: Baker'in Kültürlerarası Farkındalık Süreci**

| **1. Kademe: Temel Kültürel Farkındalık** |
|---|
| 1- Paylaşılan davranışlar, inançlar ve değerler olarak kültürün,<br>2- Herhangi bir anlam yorumunda kültür ve bağlamın oynadığı rolün,<br>3- Kültürel olarak oluşturulmuş davranışlarımız, değerlerimiz ve inançlarımız ve bunu ifade etme becerimizin,<br>4- Başkalarının kültürel olarak oluşmuş davranışları, değerleri ve inançları ile kendi kültürel davranışlarımız, değerlerimiz ve inançlarımızla karşılaştırma yeteneğinin farkında olmak. |
| **2. Kademe: Gelişmiş Kültürel Farkındalık** |
| 5- Kültürel normların göreceli doğasının,<br>6- Geçici ve gelişmeye açık kültürel anlayışın,<br>7- Herhangi bir kültürel grup içinde birden çok ses veya perspektifin,<br>8- Birçok sosyal grubun (kültürel olanlar da dahil) üyesi olarak bireylerin,<br>9- Belirli kültürler arasındaki ortak zeminin yanı sıra bu kültürler arasındaki uyumsuzluk ve yanlış iletişim ihtimallerinin farkında olmak. |
| **3. Kademe: Kültürlerarası Farkındalık** |

[236] Baker, "From Cultural Awareness to Intercultural Awareness", s. 66.

10- Hem belirli kültürlerle ilişkili hem de kültürlerarası iletişimde melez olarak ortaya çıkan kültüre referans çerçeveleri, formlar ve iletişimsel uygulamaların,

11- Kültürel kalıplara veya genellemelere dayalı olarak oluşan kültürlerarası iletişimdeki ilk etkileşimin,

12- Kültürlerarası iletişimde yukarıdaki kültür anlayışına dayalı olarak ortaya çıkan farklı sosyokültürel temelli iletişim modları ve referans çerçeveleri arasında müzakere ve arabuluculuk yapma kapasitesinin farkında olmak.

**Kaynak: W. Baker, "From Cultural Awareness to Intercultural Awareness: Culture in ELT", ELT Journal, C. 66, No: 1, 2012, s. 66.**

Süreç ilerledikçe karmaşık ve sofistike bir hal almakta ve 12 element bilgi, yetenek ve tutumların çerçevesini çizmektedir. Daha gündelik ilişkilerle başlayan süreç, karmaşık dil ve kültür algılamalarına dönüşmekte ve en sonunda da akışkan, melez bir form ile kültürlerarası iletişimin oluşması için zemin teşkil etmektedir.

#### 1.2.1.1.2. Kültürlerarası Beceriklilik

Kültürlerarası yeterliliğin davranışsal yönü ise kültürlerarası beceri kavramıyla tanımlanmaktadır. Davranışsal yön, kültürlerarası etkileşimler esnasında nasıl daha etkili olunacağı üzerinde durmaktadır. Kültürlerarası beceriklilik, verilen görevleri hakkıyla tamamlamada ve kültürlerarası etkileşimlerde iletişim hedeflerine ulaşmadaki ustalığı ifade etmektedir.[237] Kültürlerarası beceriklilik, iletişim becerisiyle yakından ilişkilidir ve sözlü/sözsüz iletişim becerilerinin etkileşim esnasında yetkin bir şekilde kullanılması bu noktada önem arz etmektedir.[238]

Chen ve Starosta kültürlerarası becerikliliğin mesaj yetenekleri, kendini yetkince ifade etme, davranışsal esneklik, etkileşim yönetimi ve sosyal yeteneklerin toplamından oluştuğunu ifade etmektedirler.[239] Kültürlerarası iletişim, **mesaj yetenekleri** ile başlamaktadır ve kişinin kendi kültürünün dışındaki bir kültürün dilini

[237] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 367.
[238] Kartarı, **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 271.
[239] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 367.

kullanma becerisini ifade etmektedir. Dilin kendisinin yanında, etkileşim esnasında mesajın açıklayıcı ve iletişimi destekleyici bir yapıda kurgulanması da mesaj yetenekleriyle ilgilidir.[240] Kişinin **kendini yetkince ifade etmesi**, bir diğer kültürlerarası beceriklilik unsurudur. Bu durum, kültürlerarası etkileşimler sırasında kişinin kendisi hakkındaki bilgileri açık ve uygun bir şekilde muhataplarına ifade etmesi şeklinde açıklanmaktadır.[241] **Davranışsal esneklik** ile kastedilen, farklı durum ve bağlamlarda uygun davranışların seçilebilmesidir.[242] Davranışsal olarak esnek kişiler, iletişim hedeflerine ulaşmak için farklı davranış stratejileri uygulayabilirler.[243] Kültürlerarası beceriklilik unsurlarından bir diğeri **etkileşim yönetimidir** ve konuşma esnasında uygun zamanda konuşma ve konuşmayı uygun şekilde başlatıp sonlandırma yeteneğidir. Etkileşim yönetimi, bir sohbetin başlatılıp sürdürülmesi yeteneğini ve etkileşimin uygun bir tonda geliştirilmesini de ifade etmektedir.[244] Son kültürlerarası beceriklilik unsuru ise **sosyal yeteneklerdir**. Sosyal yetenekler, empati ve kimliğin korunmasından oluşmaktadır. Empati veya karşıdaki insanın duygularının aynısını hissedebilme, etkili bir bireylerarası iletişim sürecinin merkezi önemdeki elemanlarından sayılmaktadır.[245] Empati; muhatabın bakış açısını anlamaya çalışma, onun duygularını (korku, sevinç, üzüntü vs.) hissedebilme gayreti ve karşıdakini huzurlu hissettirecek gerçek bir ilgi olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır.[246] Kimliğin korunması ise, bir kişinin karşısındaki kişinin kimliğini etkileşim içinde korumasını ifade etmektedir.[247] Çünkü birey kim olduğunu öğrenmek için başkalarıyla etkileşim içerisinde olmaktadır ve iletişim yeterliliği olan kişiler hem kendilerini ve karşısındakini anlamaya hem de kendisini karşısındakine doğru şekilde ifade etmeye çalışmaktadırlar. Sonuçta kültürlerarası beceriklilik için ve kültürlerarası yeterli bireyler olabilmek için bu unsurların varlığı önem arz etmektedir.

---

[240] Chen, Starosta, **a.y.**
[241] Chen, Starosta, **a.y.**
[242] Chen, Starosta, **a.g.e.**, s. 368.
[243] Malcolm R. Parks, "Interpersonal Communication and The Quest For Personal Competence", **Handbook of Interpersonal Communication**, ed. M.L. Knapp, G.R. Miller, Beverly Hills, California, Sage, 1985.
[244] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 368.
[245] Chen, Starosta, **a.g.e.**, s. 369.
[246] Ronald B. Adler, Russell F. Proctor II, **Looking out, Looking In**, 13. bs, Boston, Wadsworth Cengage Learning, 2011, s. 109.
[247] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 369.

#### 1.2.1.1.3. Kültürlerarası Duyarlılık

Chen ve Starosta'nın kültürlerarası yeterlilik kavramsallaştırmasının duygusal boyutu kültürlerarası duyarlılıktır. Sıralama duygusal, bilişsel ve davranışsal şeklinde olmasına rağmen bu çalışmada duygusal boyut olan kültürlerarası duyarlılık en sonda tercih edilmiştir. Bunun sebebi, çalışma kapsamında kültürlerarası iletişimin kültürlerarası duyarlılığı üzerine bir araştırma yapılacak olmasındandır. Duygusal yönü ifade eden kültürlerarası duyarlılıkla ilgili Triandis'ten aktararak Kartarı, bireyin farklı kültürlerden insanlarla karşılaşması esnasında duygularında oluşan değişiklikler üzerinde durmaktadır.[248] Buradan hareketle kültürlerarası duyarlılık, bir kişinin farklı kültüre sahip kişilerle etkileşim kurmadan önce, etkileşim sırasında ve sonrasında olumlu duygulara sahip olmasını ve farklılıklara saygı duymasını ifade etmektedir.[249]

Duyarlılık, kişinin günlük yaşamında davranışlarına yansıyan bir yaklaşım olarak ele alındığında duyarlı olan kişiler, kişisel karmaşıklığı kabul edebilme, iletişimdeki keskin alanlardan kaçınabilme, etkileşimde bilinçli olma, değiş tokuş edilen fikirleri takdir edebilme ve kasıtlı bakışlara tolerans gösterebilme[250] gibi özelliklere sahip olmalıdır. Bu unsurlar kültürlerarası yeterliliğin bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutlarında içkin olarak gözlemlenebilmektedir.[251] Bu çerçevede kültürlerarası duyarlılık, dört kişisel özellik temelinde şekillenmektedir: kendini tanımlama, açık fikirlilik, yargılayıcı olmama ve sosyal rahatlıktır.[252] Bu dört özellik,[253] bireyin kültürlerarası yeterliliğinin duygusal temelini oluşturur ve bireyin

---

[248] **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, s. 265.

[249] Ayşen Temel Eğinli, "Kültürlerarası Yeterliliğin Gelişmesi ve Kültürlerarası Uyum", **Öneri Dergisi**, C. 9, No: 35, 2011, s. 219.

[250] Roderick P. Hart, Don M. Burks, "Rhetorical sensitivity and social interaction", **Speech Monographs**, C. 39, No: 2, 1972, s. 75-91; Roderick P. Hart, Robert E. Carlson, William F. Eadie, "Attitudes toward communication and the assessment of rhetorical sensitivity", **Communication Monographs**, C. 47, No: 1, 1980, s. 1-22.

[251] Guo-Ming Chen, William J. Starosta, "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", **Human Communication**, C. 1, 1997, s. 5.

[252] Chen, Starosta, "Intercultural Communication Competence", s. 362.

[253] **Kendini tanımlama,** bir kişinin kendini nasıl bir kişi olarak gördüğünü ifade eder. Bireyin yalnızca insanlarla iletişim kurmasına hizmet etmez, aynı zamanda kişinin dış dünyayla nasıl bir ilişki kuracağına da aracılık eder. **Açık fikirlilik,** bireylerin uygun durumlarda kendilerini açıkça ifade etmesini ve başkalarının kendisini ifade etmesini kabul etmeye olan istekliliğini ifade eder. **Yargılayıcı olmamak,** kültürlerarası iletişimde başkalarını içtenlikle dinlemekten alıkoyacak hiçbir ön yargıya sahip olmamaktır. Son olarak **sosyal rahatlık,** bireyin kültürlerarası iletişim sürecini daha az kaygılı bir şekilde sürdürmesi yeteneğini ifade etmektedir. Bkz. Chen, Starosta, **a.y.**

kültürlerarası etkileşimler sırasında kültürel farklılıkları kabul etmesini ve bu farklılıklara saygı gösterecek kadar "duyarlı" olmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla, bireylerin bu özelliklerinin gelişmiş olması, kültürlerarası duyarlılık düzeylerinin de gelişmesi anlamına gelecektir.

Bu noktada tanımlara bakıldığında "kültürlerarası iletişimde uygun ve etkili bir davranışta bulunmayı teşvik eden kültürel farklılıkları anlamaya ve değerlendirmeye yönelik olumlu bir duygu geliştirme becerisi";[254] "ilgili kültürel farklılıkları ayırt etme ve deneyimleme becerisi";[255] "bireyin kültürel farklılıkları deneyimleme veya işleme biçimini belirleyen dünya görüşü";[256] "kültürel farklılıkları fark etme ve deneyimleme yeteneği";[257] "kültürel farklılıkların anlaşılması"[258] gibi farklı tanımların ortak noktaları kültürel farklılıkları anlama, değerlendirme ve bu farklılıklara uyumlu davranışlar geliştirme yeteneğidir.

Kültürlerarası duyarlılıkla ilgili literatürdeki önemli yaklaşımlardan biri Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğidir **(Intercultural Sensitivity Scale)**. Chen ve Starosta tarafından geliştirilen ölçek,[259] birçok ülkede ve farklı örneklem gruplarında uygulanmıştır. Hammer ve diğerleri[260] kültürlerarası duyarlılığı kültürel farklılıkları ayırt etme ve deneyimleme becerisi olarak tanımlamış; Chen ve Starosta[261] ise kültürlerarası duyarlılığın duygusal doğasına da odaklanmıştır. Bu noktada Chen ve Starosta, kültürlerarası duyarlılığın altı bileşeni olduğunu ifade etmektedir: öz saygı, kendini gözleme, empati, açık fikirlilik, etkileşime katılım ve yargılayıcı olmama.[262] Kültürel olarak hassas bir kişi genellikle daha yüksek derecede **öz saygıya** sahiptir. Öz saygısı yüksek bir kişi genellikle başkalarıyla etkileşimde güven aşılayan iyimser bir

[254] Chen, Starosta, "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", s. 1-16.
[255] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 422.
[256] Adriana Medina–López–Portillo, "Intercultural Learning Assessment: The Link between Program Duration and the Development of Intercultural Sensitivity", **Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad**, C. 10, No: 1, 2004, s. 180.
[257] Kristiina Holm, Petri Nokelainen, Kirsi Tirri, "Relationship of Gender and Academic Achievement to Finnish Students' Intercultural Sensitivity", **High Ability Studies**, C. 20, No: 2, 2009, s. 189.
[258] Kwok Leung, Soon Ang, Mei Ling Tan, "Intercultural Competence", **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, C. 1, No: 1, 2014, s. 507.
[259] Guo-Ming Chen, William J. Starosta, "The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale", **Human Communication**, C. 3, 2000, s. 1-15.
[260] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 422.
[261] "Intercultural Communication Competence", s. 363.
[262] "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", s. 6.

bakış açısına sahiptir. **Kendini gözleme**, bir kişinin durumsal kısıtlamalara uyması ve konuşmaya uygun bir davranış sergilemesi için davranışını düzenleme becerisini ifade eder. Kendini gözleme becerisi yüksek olan kişiler, uygun sosyal davranışlarda bulunma ve sosyal etkileşimde kendini sunma konusunda özellikle hassastır. **Açık fikirlilik**, bireylerin kendilerini açık ve uygun bir şekilde açıklama ve başkalarının açıklamalarını kabul etme istekliliğini ifade etmektedir. Chen ve Starosta açık fikirli olma ile Adler'in "çok kültürlü insan"[263] kavramı arasında paralel olduğunu belirtmektedir. **Empati**, uzun zamandır kültürlerarası duyarlılık için merkezi bir unsur olarak kabul edilmektedir. Empati, "bir an için başka bir kişinin bakış açısıyla düşünmek ve aynı şekilde hissetmek" temelinde bir süreci ifade etmektedir. **Etkileşime katılım**, üç temel kavram etrafında şekillenir: duyarlılık, anlayış ve nezaket. Kültürlerarası duyarlı kişilerin mesajları daha iyi anlamaları ve kültürlerarası etkileşim sürecini başarılı bir şekilde yönetmeleri daha olasıdır ve süreç esnasında daha duyarlı, dikkatli ve nezaketli olma eğilimindedir. **Yargılayıcı olmama**, kültürlerarası iletişim sırasında kişinin diğerlerini içtenlikle dinlemesini sağlayan bir tutumu ifade eder. Duyarlı olmayan kişiler, etkileşimde yeterli bilgiye sahip olmadan aceleyle (ve yargılayıcı bir biçimde) sonuca atlama eğilimindedir. Bu nedenle kültürlerarası duyarlılık, başkaları hakkındaki bilgileri alımlamada aceleci yargılarda bulunmaktan kaçınmaktır.[264]

Bennett'in kültürlerarası duyarlılığa yaklaşımı ise gelişimsel bir süreç **(developmental process)** temelindedir. Bennett, modelini Gudykunst ve Hammer'in üç aşamalı kültürlerarası eğitim modelinde yer alan davranışsal, bilişsel ve duygusal[265] süreçleri ve Hoopes'in kültürlerarası eğitim modelini[266] dikkate alarak kurgulamıştır. Bennett, kültürlerarası duyarlılığı bireyin kendini merkeze aldığı bir uçtan başlayarak

[263] Çok kültürlü insan **(multicultural man),** Peter Adler'in 1976'da yaptığı bir tanımlamadır. Adler'e göre çok kültürlü insan yeni bir insan türüdür **(new kind of man)** ve kültürler arasındaki etkileşimler esnasında ilişkileri kolaylaştırıcı özellikleri bünyesinde barındırabilecek bir kişidir. Bkz. Lise M Sparrow, "Beyond multicultural man: complexities of identity", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 24, No: 2, 2000, s. 173.

[264] Chen, Starosta, "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", s. 6-8; Chen, Starosta, "The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale", s. 4-5.

[265] William B. Gudykunst, Mitchell R. Hammer, "Basic Training Design: Approaches to Intercultural Training", **Handbook of Intercultural Training: Issues in Theory and Design**, ed. Dan Landis, Richard W. Brislin, 1983, s. 147.

[266] Chen, Starosta, "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", s. 4.

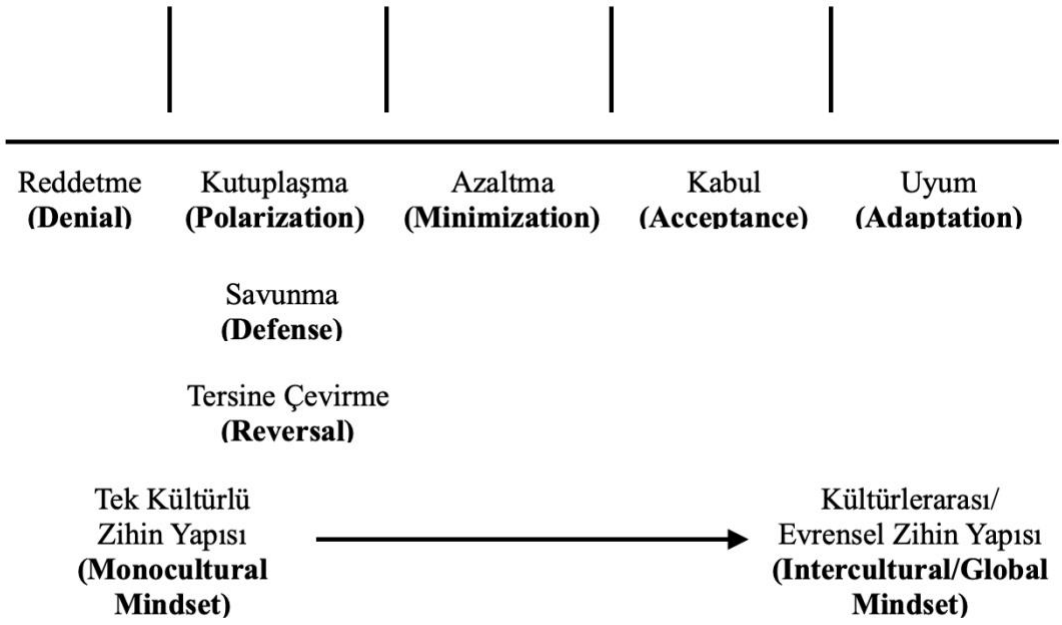
kendini merkezden çıkarıp diğer kültürlere daha göreceli bir bakış sergilediği diğer uca kadar bir süreç ile açıklar. Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli **(Development Model Of Intercultural Sensitivty - DMIS)** isimli modeli yıllar içerisinde değişime uğrasa da ana çatısı aynı kalmıştır. 1986'daki çalışmasında bireyleri, etnorelativizm (etnik görecelilik) ile etnosentrizm (etnik merkezcilik) karşıt uçlarına sahip bir yapı içinde değerlendirmektedir. Buna göre bireyler, kültürlerarası duyarlılığa ilişkin iki uç arasında bir konumda yer alırlar. Reddetme, savunma, azaltma şeklinde gelişen reaksiyonlar etnosentrizme; kabul etme, uyum sağlama ve bütünleşme şeklinde oluşan kültürlerarası iletişim reaksiyonları da etnorelativizme ulaşmayı sağlar.[267] 2003 yılında Bennett'in de ortak yazar olarak bulunduğu DMIS rehberliğinde geliştirilen bir kültürlerarası iletişim duyarlılığı ölçeği makalesinde,[268] Milton Bennett'in, Janet Bennett ile daha sonra birlikte yazdıkları kitap bölümünde[269] ve 2017 tarihli kitap bölümünde[270] modelin kurgusu aynı şekilde devam etmektedir. Daha sonra Bennett'in de aralarında bulunduğu yazarlar tarafından DMIS'i dikkate alarak geliştirilen Kültürlerarası Gelişim Envanteri **(Intercultural Development Inventory - IDI)** ölçeği ise yıllar içinde değişim göstermiştir. Kültürlerarası Gelişim Envanteri'nin ilk geliştirildiği 2003 yılında (1. Faz) kültürlerarası duyarlılık ölçümünde etnik görecelikte en uçta yer alan bütünleşme maddesi ölçülememektedir.[271] 2011'de 2. Faz'a gelindiğinde etnik görecelik ve etnik merkezcilik kavramları terkedilmiş ve iki uç arasındaki duraklarda da değişiklikler olmuştur. Şekil 2'de görüldüğü üzere süreç, Tek Kültürlü Zihin Yapısı **(Monocultural Mindset)** ve Kültürlerarası/Evrensel Zihin Yapısı **(Intercultural/Global Mindset)** şeklinde iki uç arasında şekillenmektedir. Modelin temelinde etnik merkezlilik ve

[267] Milton J. Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 10, 1986, s. 182.
[268] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 424.
[269] "Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity", **Handbook of Intercultural Training**, ed. Dan Landis, Milton J. Bennett, Janet Bennett, 3. bs, Thousand Oaks, California, Sage Publications, 2004.
[270] Milton J. Bennett, "Developmental Model of Intercultural Sensitivity", **The International Encyclopedia of Intercultural Communication**, ed. Young Y. Kim, 1. bs, Wiley, 2017.
[271] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 440.

etnik görecelik yaklaşımları yine yer almakla birlikte farklı bir kavram seti kullanılmaya başlanmıştır.[272]

Kültürlerarası Gelişim Süreci'nin aşamalarından reddetme ve kutuplaşma (savunma ve tersine çevirme) Tek Kültürlü Zihin Yapısı tarafında yer alırken; kabul etme ve uyum sağlama Kültürlerarası Zihin Yapısı tarafındadır. Sürecin ortasında

**Şekil 2: Kültürlerarası Gelişim Süreci**




**Kaynak: Mitchell R. Hammer, "Additional Cross-Cultural Validity Testing of the Intercultural Development Inventory", International Journal of Intercultural Relations, C. 35, No: 4, 2011, s. 475.**

bulunan azaltma yaklaşımı geçişken **(transitional)** bir özelliğe sahiptir ve her iki ucun arasında köprü vazifesi görür. Reddetme **(denial)** zihin yapısı; değerler, inançlar, algılar, duygusal tepkiler ve davranışlarda var olan kültürel farklılıkları anlamada ve bunlara uygun şekilde yanıt vermede daha sınırlı bir yeteneğin varlığıdır. Reddetme, diğer kültürlere karşı ilgisizliği ve kültürel olarak farklı olandan kaçınmayı ifade etmektedir.[273] Reddetme zihin yapısında olan bireyler, kendi dünya görüşlerini tüm

[272] Mitchell R. Hammer, "Additional Cross-Cultural Validity Testing of the Intercultural Development Inventory", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 35, No: 4, 2011, s. 475.
[273] IDI, "The Roadmap to Intercultural Competence Using the IDI", **Intercultural Development Inventory**, (17.01.2022), (Çevrimiçi) https://idiinventory.com/generalinformation/the-intercultural-development-continuum-idc/, 17.01.2022.

gerçekliğin merkezi olarak tartışılmaz olarak görürler ve bu konum nihai bir etnik merkezliliğe karşılık gelmektedir.[274] Reddetme yönelimli kişiler, genellikle algı ve davranış farklılıklarını "kültürel" olarak görmezler. Reddetme yönelimi, diğer kültürel gruplarla sınırlı deneyime sahip olan ve bu nedenle kültürel "öteki" hakkında geniş klişeler ve genellemelerle hareket etme eğiliminde olan bireylerin özelliğidir.[275] Bu aşamadaki kültürel farklılıkların tecrübe edilmesi ya hiç yoktur yahut "yabancı", göçmen", "öteki" gibi kavramlarla ilişki kurularak deneyimlenmektedir.[276] Sonuç olarak reddetme yaklaşımı, farklı kültürlerle ilişki kurmada etnosentrik bir tutumu içermekte ve farklı kültürleri öteki olarak kurgulamaktadır. Böyle bir zihin yapısında olan bireyler, farklı kültürlerle arasına set çekerek ilişkileri sınırlandırmaktan da ziyade iletişime geçmeyi tamamıyla reddetmektedir/yok saymaktadır.

Tek kültürlü zihin yapısının ikinci aşamasında yer alan kutuplaşma **(polarization),** kültürel farklılıkları "bize karşı onlar" perspektifinden değerlendiren bir zihin yapısıdır. Kutuplaşma, savunma **(defense)** ("Kültürel uygulamalarım diğer kültürel uygulamalardan üstündür.) veya tersine çevirme **(reversal)** ("Diğer kültürler benimkinden daha iyidir.") biçimini alabilir.[277] Savunma yaklaşımı, kişinin dünya görüşünün merkeziliğine yönelik algılanan tehdide bir karşı koyma girişimidir. Farklılığın tehdit olarak görülmeden önce tanınması, bilinmesi (ve bu yüzden anlam verilmesi) gerektiğinden, bu aşama kültürlerarası duyarlılıkta reddetmenin ötesinde bir evreyi temsil etmektedir.[278] Tersine çevirme, kişinin kendi kültür grubunu karalarken diğer kültürel uygulamalara değer veren ve onları idealleştirebilen bir zihin yapısıdır. Bir yapıda kutuplaşma mevcut olduğunda (savunma veya tersine çevirme olması fark etmez), çeşitliliğin varlığı "rahatsız edici" hissettirir.[279] Tersine çevirme, diğer kültürü bir tehdit olarak görmemesi yönüyle savunmadan farklılaşmaktadır.[280] Kutuplaşan bireyler ya kendi kültürlerini savunmayı yahut tam zıddı olacak şekilde kendi kültürünü karalayıp diğer kültürü savunup yüceltmeyi seçmektedirler. Her iki

[274] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 182.
[275] IDI, "The Roadmap..."
[276] Bennett, Bennett, "Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity", s. 153.
[277] IDI, "The Roadmap..."
[278] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 183.
[279] IDI, "The Roadmap..."
[280] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 424.

durumda da ya kendi kültürüyle yahut öteki kültürle bir kutuplaşma içinde olan bireyin farklılıklara tahammülü düşük olacaktır.

Tek kültürlü zihin yapısı ile kültürlerarası zihin yapısı arasında köprü vazifesi gören azaltma **(minimization)** yaklaşımı, kültürel farklılıkların daha derin bir şekilde anlaşılmasını maskeleyebilen hem temel ihtiyaçlardaki insani benzerliği hem de evrensel değerler ve ilkeleri temel alan evrenselci bir bakış arasındaki ortak noktaları vurgulamaktadır.[281] Böylelikle bu aşama bir geçiş özelliği kazanmaktadır. Azaltma yaklaşımının davranışlara yansıması, benzerliklerin ön plana çıkması ve daha evrenselci bir bakış açısına sahip olma şeklinde olur. İnsanlar arasındaki "kültürel farklılıklar, insanların biyolojik doğasının ezici benzerliğine tabi olabilir. … Benzerlik deneyimi, belirli dini, ekonomik veya felsefi kavramların varsayılan kültürlerarası uygulanabilirliğinde de deneyimlenebilir (aşkın evrenselcilik). Bu "evrensel mutlaklıklar" derin kültürel farklılıkları gizlediği için, diğer kültürler önemsizleştirilebilir veya romantikleştirilebilir."[282] Azaltma zihin yapısındaki insanlar, benzerlik görmeyi bekler ve başkalarının davranışlarını kendi beklentilerine uyacak şekilde "düzeltme" konusunda ısrarcı olabilirler. Azaltma zihin yapısındaki iki yaklaşımı Bennett fiziksel evrenselcilik **(physical universalism)** ve aşkın evrenselcilik **(transcendent universalism)** olarak isimlendirmekte ve fiziksel evrenselciliği, Hristiyanlığa uygun bir dil ile "hepimiz Tanrı'nın çocuklarıyız."[283] ifadesiyle örnekleyerek azaltmanın dini, spritüal zeminine vurgu yapmaktadır. Azaltma yaklaşımına sahip bireyler, farklı kültürlerdeki benzerlikleri görme ve hatta benzerlikleri çoğaltmaya yatkındırlar.

Modelin kültürlerarası zihin yapısına doğru geçince, buradaki ilk yaklaşım kabuldür **(acceptance)**. Kabul zihin yapısı, Bennett ve Bennett'e göre dünya görüşünün kültürel bağlamlar içinde yeniden yapılandırılmasını temsil etmektedir;[284] ki bu durum onlara göre etnik göreceliğin özüdür. Bu aşamada, sırayla ortaya çıkan iki ana kabul seviyesi vardır. Birincisi, dil, iletişim tarzı ve sözsüz kalıplar dahil olmak

[281] IDI, "The Roadmap..."
[282] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 424.
[283] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 184.
[284] Bennett, Bennett, "Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity", s. 155.

üzere davranışsal farklılıkların kabulüdür. İkincisi, kültürel değer farklılıklarının kabulüdür.[285] Farklılık kişinin kendi kültürüne göre değil; her kültürün kendi kültürel bağlamı içinde incelenmektedir. Kabulün yol gösterici ilkesi kültürel göreceliktir ve bu ilkeye göre bir kültür, doğası gereği diğerinden daha iyi veya daha kötü değildir.[286] Öte yandan kabul, anlaşma anlamına gelmez çünkü bazı kültürel farklılıklar olumsuz olarak değerlendirilebilir ancak bu değerlendirme, etnik merkezci değildir.[287] Meraklı olmakla birlikte kabul zihin yapısındaki bireyler, kültürel farklılıklara tam olarak uyum sağlayamaz ve dolayısıyla kültürel gruplar arasında özellikle etik veya ahlaki kararlar almak durumunda kaldığında zorlanabilirler.[288] Kabul zihin yapısına ulaşmış bireylerin kültürel farklılıklara yaklaşımı her kültürün kendi örüntüsünde olmaktadır.

Uyum **(adaptation)** zihin yapısı, başka bir kültüre ait deneyimin o kültüre uygun algı ve davranış kazandırmasıdır. Kültürlerarası bir zihin yapısının üst seviyesine karşılık gelen bu yaklaşımda kişinin dünya görüşü, diğer kültürel dünya görüşlerinden ilgili yapıları içerecek şekilde genişlemektedir.[289] Bu aşamadaki kişiler bilinçli olarak diğer kişinin düşünme biçimini hayal etmeye çalışır; zihinsel bakış açısını "içeriden" bir bakışa dönüştürür; problem çözerken ve karar verirken alternatif düşünme yolları kullanır ve diğer kültürlerden insanlarla etkili bir şekilde iletişim kurabilirler.[290] Uyum yaklaşımı, kendi kültürel bağlamımızın dışında düşünmemiz veya hareket etmemiz gerektiğinde ortaya çıkmaktadır. Örneğin yurtdışında bir görevdeyken veya çok kültürlü bir ekipte çalışırken olduğu gibi, diğer kültürlerle gündelik temas daha yoğun hale geldiğinde ortaya çıkabilmektedir. Bu noktada, kültürel bağlamların basit şekliyle tanınması davranışı yönlendirmek için yetersizdir.[291] Farklı kültürlerin dinamiklerinin hesaba katılarak daha kapsamlı bir düşünce tarzının geliştirilmesi uyum sürecini daha yetkin kılacaktır. Ayrıca, uyum

[285] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 184-185.
[286] R. Michael Paige vd., "Assessing Intercultural Sensitivity: An Empirical Analysis of the Hammer and Bennett Intercultural Development Inventory", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 27, No: 4, 2003, s. 471.
[287] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 425.
[288] IDI, "The Roadmap..."
[289] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 425.
[290] Paige vd., "Assessing Intercultural Sensitivity", s. 471.
[291] Bennett, Bennett, "Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity", s. 156.

zihin yapısının iki alt aşaması bulunmaktadır; bunlar empati ve çoğulculuktur. Empati, bireyin bakış açısını alternatif kültürel görüşlere kaydırma yeteneğini ifade ederken çoğulculuk birden fazla eksiksiz dünya görüşünün içselleştirilmesi anlamına gelmektedir.[292] Kavramı "kültürel çoğulculuk" olarak kullanan Bennett, bu durumun belirli bir empatik değişimin alışkanlık haline getirilmesi sonucu oluşacağını ifade etmektedir. "Örneğin, uzun süre Japonya'da yaşamış bir Amerikalı, kolayca bir Japon dünya görüşüne geçme yeteneği geliştirebilir, öyle ki kendisine "iki kültürlü" denilebilir."[293] Bennett, çoğulculuktan önce empatinin mutlaka olması gerektiğini ileri sürmektedir. Olmaması durumunda kültürlerarası duyarlılığın söz konusu olmayacağını belirtmektedir.[294] Uyum yönelimi, hem bilişsel çerçeve değiştirmeyi (kişinin kültürel perspektifini değiştirmesi) hem de davranışsal kod değiştirmeyi (kişinin davranışı otantik ve kültürel olarak uygun yollarla değiştirmesi) içermektedir. Uyum zihin yapısındaki bir kişi, kültürel ortaklıklar ve farklılıklar arasında gezinirken kültürel çerçevesinde ve tecrübelerinde artış olmakta ve bu tecrübeleri kullanarak farklı topluluklar arasında derin kültürel köprüler kurmasını öğrenmektedir.[295] Özetle kültürlerarası gelişim sürecinin diğer aşamalarından ziyade uyum aşaması yetkin bir kültürlerarasılık, kültürlerarası yeterlilik ve kültürlerarası duyarlılık için önem arz etmektedir. Uyum aşamasındaki bireyler farklı kültürlerle iletişim halindeyken içeriden bir bakışı sahiplenerek süreci yürütmektedirler.

Öte yandan Bennett modeli ilk kurguladığı zaman etnik göreceli[296] tarafın en ucunda bütünleşme **(integration)** aşaması bulunmaktadır. Daha sonraki versiyonlarından çıkartılan bütünleşme etnik göreceliliğin kişinin kendi kimliğine uygulanmasıdır.[297] Bu aşamadaki kişiler, birden fazla kültürel dünya görüşünü içselleştirmişlerdir. Kimlikleri, parçası oldukları kültürleri içerir, ancak asıl önemlisi o kültürü aşmaktadır ve böylece kendilerini hayatın içinde herhangi bir kişi olarak görmekte ve kültürlerin kıyısındaki kişiler ("kültürel marjinaller") ve kültürel geçişin

[292] Paige vd., "Assessing Intercultural Sensitivity", s. 471.
[293] "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 185.
[294] Bennett, **a.g.e.**, s. 186.
[295] IDI, "The Roadmap..."
[296] Modelin son halinde kültürlerarası zihin yapısına karşılık gelmektedir.
[297] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 186.

kolaylaştırıcıları olarak tanımlamaktadırlar.[298] Ancak bütünleşme yaklaşımı, 2011 yılında gerçekleştirilen 2. Faz araştırmasından itibaren modelden çıkarılmıştır.[299] IDI LLC tarafından yayımlanan 2019 versiyonunda bütünleşmenin bulunmadığı modelin **(Intercultural Development Continuum)** son aşamasını uyum oluşturmaktadır.[300]

Bir diğer kültürlerarası duyarlılık modeli Bhawuk ve Brislin tarafından geliştirilen Kültürlerarası Duyarlılık Envanteridir **(Intercultural Sensitivity Inventory – ICSI).** Modelin kurgusu, kültürlerarası duyarlılığı bireyci ve kolektivist bir perspektiften hareketle Amerikan ve Japon kültürünün karşılaştırması üzerinden oluşturulmuştur. Kültürlerarası duyarlılığın duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarına dikkat çeken araştırmacılar; bir kişinin farklı kültürel davranış biçimlerinin anlaşılması, etkileşim esnasında farklılıklara ilişkin açık fikirlilik ve kişinin yeni bir kültürde sergilediği davranışsal esnekliğin derecesini duyarlılığın temeline yerleştirirler.[301]

Kültürlerarası iletişim süreçlerinde başat bir konumda yer almasına ve birçok kültürlerarası iletişim eğitiminde geliştirilmesi için vurgu yapılmasına rağmen, kültürlerarası duyarlılık alanındaki çalışmalar hala yetersiz ve kavramsal parçalanma ve belirsizlikten mustariptir **(suffers)**.[302] Kültürlerarası yeterlilik, kültürlerarası duyarlılık, kültürlerarası farkındalık gibi kavramların birbirinin yerine kullanılması ve karıştırılması sebebiyle alandaki karmaşa devam etmektedir. Var olan bu karışıklığın düzeltilmesi için kavramsal tartışma ve sahadaki araştırmaların artırılması önem arz etmektedir.

### 1.2.2. Uzun Süreli Turistler: Uluslararası Eğitim ve Uluslararası Öğrenciler

[298] Paige vd., "Assessing Intercultural Sensitivity", s. 472.
[299] Hammer, "Additional Cross-Cultural Validity Testing of the Intercultural Development Inventory", s. 474-487.
[300] IDI, "The Roadmap..."
[301] D.P.S. Bhawuk, Richard Brislin, "The Measurement of Intercultural Sensitivity Using the Concepts of Individualism and Collectivism", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 16, No: 4, 1992, s. 413-436.
[302] Chen, Starosta, "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", s. 8.

Kültürlerarası bir karşılaşma alanı olarak uluslararası öğrenciliğin günümüzde çok yaygın olduğu bir gerçektir ancak bundan yüzyıllar öncesinde dahi günümüz kurumsal hareketliliği gibi olmasa da alim veya öğrencilerin bilgiye ulaşmak için farklı coğrafyalara gittikleri de bilinmektedir. Uluslararası eğitimin önemli bir araç haline gelmesi ise özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerikan emperyalizminin bir yansıması olarak Amerika'nın konu üzerinde yoğunlaşmasıyla olmuştur.[303] 1980'li yıllara gelindiğinde uluslararası öğrenci sayısının 1 milyon civarında olduğu[304] dikkate alındığında hareketliliğin hızlı bir artış gösterdiği açıktır. Sonraki yıllarda da hareketlilik artarak devam etmiştir ve günümüzde dünya genelinde 6 milyondan fazla öğrencinin uluslararası bir hareketliliğin içinde olduğu bilinmektedir[305] Bu çerçevede uluslararası öğrenci[306] OECD'nin tanımına göre "vize ya da özel izinler çerçevesinde kendi ülkesi dışında akredite bir kurumda belli bir öğrenim programına katılma hakkı verilen kişidir."[307] Unesco, "eğitim amacıyla ulusal ya da bölgesel sınırların dışına çıkan ve uyruğu bulunduğu ülke dışında öğrenci olarak kayıtlı kişi" şeklinde tanımlamaktadır.[308] 5978 sayılı kanunda ise yabancı öğrenci "kamu kurum ve kuruluşlarınca ülkemizde eğitim görmesi uygun görülenler ile uluslararası anlaşmalar çerçevesinde eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu öğrenci" olarak tanımlanmıştır.[309]

Bir "alt kültür" olan uluslararası öğrencilik hareketliliğin iş, turizm gibi gerekçelerin yanında eğitim gerekçesiyle yapılmasından dolayı diğerlerinden ayrı bir karakteristiğe sahiptir.[310] Uzun süreli turist **(long-stay tourist)** olarak da tanımlanan

[303] H. Nur Görkemli, **Yükseköğretimde Uluslararasılaşma ve Kültürlerarası İletişim**, Konya, Çizgi Kitabevi, 2019, s. 29.
[304] OECD, **Education at a Glance 2015: OECD Indicators**, OECD Publishing, 2015, s. 360.
[305] OECD, **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, Paris, OECD Publishing, 2021, s. 216.
[306] Uluslararası öğrenci kullanımı yaygın olmakla birlikte kimi ülkelerde yabancı öğrenci, denizaşırı öğrenci, misafir öğrenci kimi kullanımlar da mevcuttur. Türkiye'de yasal mevzuatta yabancı öğrenci/yabancı uyruklu öğrenci olarak geçmektedir. Örneğin uluslararası öğrencilerin Türkiye'de bir üniversiteye kaydolmak için girdiği sınava Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı (YÖS) denmektedir.
[307] **Education at a Glance 2013: OECD Indicators**, OECD Publishing, 2013, s. 314-315.
[308] **Global Education Digest 2009: Comparing Education Statistics Across the World**, Montreal, UNESCO Institute for Statistics, 2009, s. 250.
[309] "Yurtdışı Türkler Ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Teşkilat Ve Görevleri Hakkında Kanun", C. 5978, C. 5978 §, (2010), s. 1, (Çevrimiçi) https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/04/20100406-1.htm.
[310] Uğur Keskin, "Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Alt Kültür: Uluslararası Öğrenciler", **Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi**, C. 3, No: 2, 2020, s. 244.

uluslararası öğrenciler, kendi ülkelerindeki insanları etkilemeleri bakımından önem taşımaktadırlar.[311] Çünkü hem uluslararası ve kültürlerarası bir kimliğe sahiptirler hem de kendi yerel kimliklerini sürdürme gayretindedirler. Nitekim yurtdışında eğitim görme, yükseköğretime kayıtlı genç yetişkinler için önemli bir farklılaştırıcı tecrübe haline gelmiştir ve uluslararası öğrenci hareketliliği, son yıllarda birçok ülkenin artarak ilgisini çekmektedir. Genç yetişkinler için yurtdışında okumak yüksek kaliteli eğitime erişmek, kendi ülkelerinde öğretilemeyecek beceriler kazanmak ve eğitimden daha yüksek getiri sağlayan işgücü piyasalarına daha yakın olmak için bir fırsattır.[312] Kaldı ki bireysel, kurumsal, ulusal ve küresel düzeydeki birçok faktör de uluslararası öğrenci hareketliliğini teşvik etmektedir. Örneğin daha iyi istihdam imkanları için kişisel istekler, yurtiçinde yüksek kaliteli yüksek öğretim kurumlarının eksikliği, yurtdışındaki yüksek öğretim kurumlarının yetenekleri çekme kapasitesi ve eğitim için sınır ötesi hareketliliği teşvik eden hükümet politikaları gibi faktörler[313] öğrencileri başka ülkelerde eğitim fırsatlarına yönlendirmektedir. Bu noktada yurtdışında eğitimin algılanan kalitesi ve üniversitelerin algılanan değeri, nerede eğitim alacaklarını seçerken uluslararası öğrenciler için temel kriterlerdir.[314] Uluslararası hareketli öğrenciler için en iyi yerler arasında çok sayıda en üst sıradaki yüksek eğitim kurumu yer almaktadır. "Geleneksel hedef ülke konumunda, çoğunluğu Batı'da bulunan eğitim merkezlerinin özelliklerinin, küreselleşmenin etkileri ile yıllar içerisinde değişim göstermesi, Sovyetler Birliği'nin dağılması ve Asya'nın kaynak bölge olmaktan çıkmaya başlaması ile geleneksel Doğu-Batı odaklı gerçekleşen öğrenci hareketliliğinde sapmalar oluşması gelişmekte olan yeni eğitim merkezlerinin incelenmesine yönelik ilgiyi artırmıştır."[315] Uluslararası öğrencilerin yurtdışında eğitim görmek için hangi ülkeyi veya üniversiteyi seçeceğinde eğitim kalitesi,

[311] Lorraine Brown, "The Transformatıve Power Of The Internatıonal Sojourn: An Ethnographic Study of the International Student Experience", **Annals of Tourism Research**, C. 36, No: 3, 2009, s. 502.
[312] OECD, **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, s. 213.
[313] Rajika Bhandari, Chelsea Robles, Christine Farrugia, "International Higher Education: Shifting Mobilities, Policy Challenges, and New Initiatives", Global Education Monitoring Report, UNESCO, 2018, (Çevrimiçi) https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000266078, 17.03.2023.
[314] Andrew Abbott, Mary Silles, "Determinants of International Student Migration", **The World Economy**, C. 39, No: 5, 2016, s. 622.
[315] Aktaran Merve Yalçınkaya, Hayati Beşirli, "Türk Cumhuriyetleri Arasındaki Uluslararası Öğrenci Hareketliliği ve Bu Hareketliliğin Yükseköğretimin Uluslararasılaşma Sürecindeki Rolü", **Karadeniz Araştırmaları**, C. 19, No: 74, 2022, s. 364.

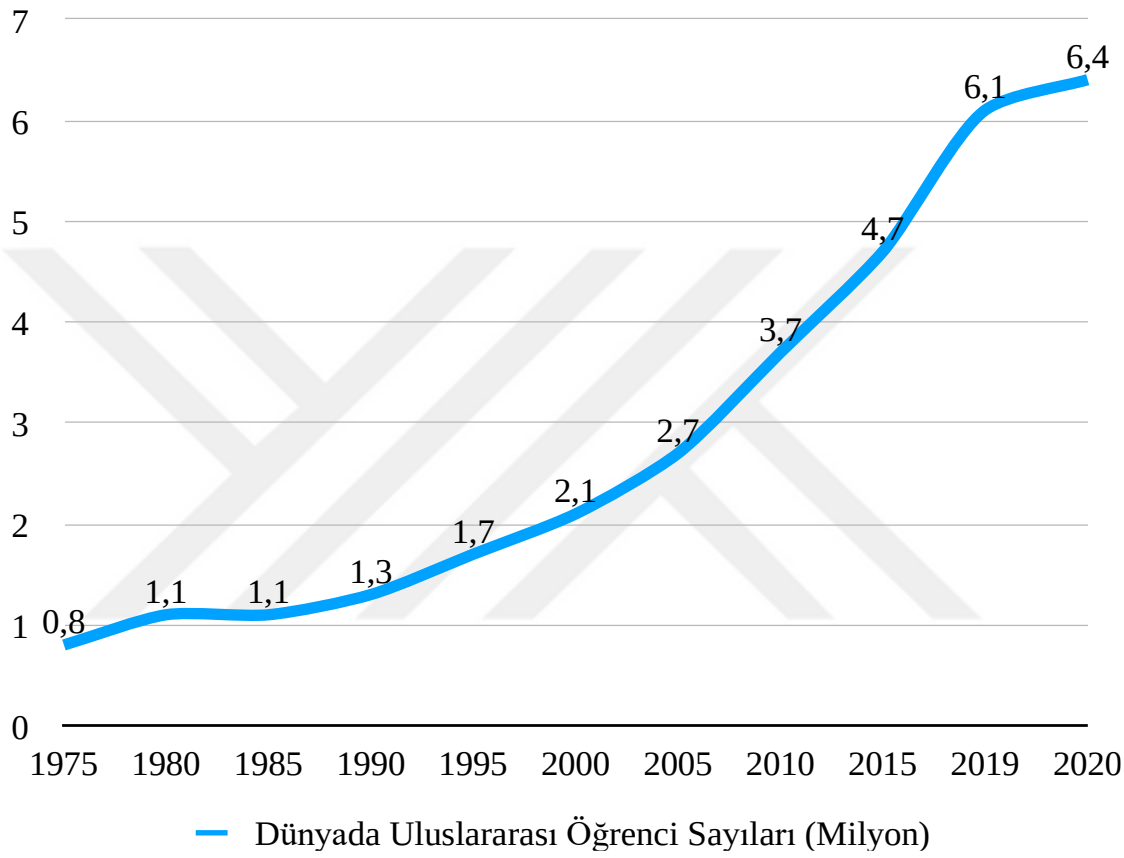
istihdam imkanları, üniversite ücretleri, göç ve vatandaşlık politikaları, hayat standardı gibi hedef ülkelerin imkanları önemli rol oynamaktadır. Ancak yurtdışında eğitim için en baskın belirleyici unsurun bölgesel özelliklere bağlı olarak biçimlendiği ve eğitim görülecek ülkeye karar vermenin genellikle eğitim kurumuna karar vermeden önce gerçekleştiğine ilişkin araştırmalar da vardır.[316] Sonuç olarak ifade etmek gerekirse öğrenciler daha iyi bir eğitim, iş imkânı, kendi ülkesinde bulunmayan imkanların temini gibi gerekçelerle kendi ülkelerinin dışında ve belli zorluklarla karşılaşma pahasına farklı ülkelere gitmektedirler.

OECD'nin **Education at a Glance** raporuna göre 2019 yılı itibariyle dünyadaki öğrenci hareketliliği 6,1 milyon olmuştur. Bu hareketliliğin 4,2 milyonu

[316] Aktaran Yalçınkaya, Beşirli, **a.y.**

OECD üyesi ülkeleri, 1,9 milyonu da OECD üyesi olmayan ülkeleri kapsamaktadır.[317] 2020 itibariyle uluslararası hareketlilikteki toplam sayı 6,4 milyona ulaşmıştır.[318]

**Grafik 1: Uluslararası Öğrenci Sayısının Yıllar İçindeki Değişimi**

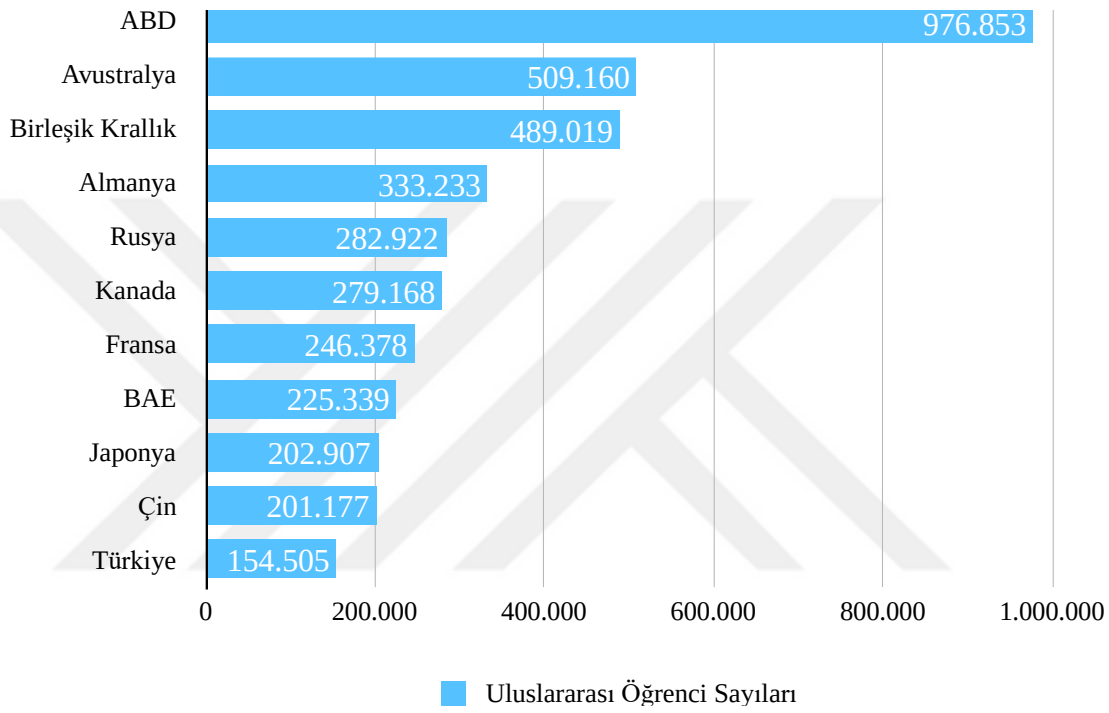



**Kaynak: OECD, Education at a Glance 2015: OECD Indicators, OECD Publishing, 2015, s. 360; OECD, "Education at a Glance 2019: OECD Indicators", Paris, OECD Publishing, 2019, s. 216; UNESCO, "Inbound Internationally Mobile Students", UNESCO, (20.02.2023), (Çevrimiçi) http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3804, 20.02.2023.**

[317] OECD, **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, s. 216.
[318] UNESCO, "Inbound Internationally Mobile Students", **UNESCO**, (20.02.2023), (Çevrimiçi) http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3804, 20.02.2023.

Unesco'nun raporuna göre dünyada en fazla uluslararası öğrencinin yer aldığı ülkeler sıralamasında 2019 yılı rakamların itibariyle 976.853 öğrenci ile ABD ilk sırada yer almıştır. Türkiye, 2019 verilerine göre 11. sıradadır.[319]

**Grafik 2: Ülkelere Göre Uluslararası Öğrenci Sayıları (2019)**




**Kaynak: UNESCO, "Inbound Internationally Mobile Students", UNESCO, (20.02.2023), (Çevrimiçi) http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3804, 20.02.2023.**

Dünya genelinde bir ülkedeki uluslararası öğrencilerin yüzde olarak toplam kayıtlı öğrencilere oranına bakıldığında Lüksemburg %48,6 ile ilk sırada yer almaktadır. Avustralya'nın %28,4 ile ikinci, Yeni Zelanda'nın %20,8 ile üçüncü olduğu sıralamada Türkiye %2'lik bir paya sahiptir. OECD üyesi ülkelerdeki ortalaması, %6,3'tür.[320] Elbette ki bu değerler toplam öğrenci içindeki oran olduğu için tek başına anlamlı değildir. Türkiye'nin uluslararası öğrenci sayısı ve toplam üniversite öğrencisi içindeki uluslararası öğrenci payı birlikte düşünüldüğünde %2'lik

[319] UNESCO veri tabanlarındaki eksik bilgiler sebebiyle güncel verilerin yer aldığı 2019 yılı bilgileri verilmiştir. Türkiye'nin 2023 itibariyle daha yukarıda olduğu öngörülebilir.
[320] OECD, **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, s. 215.

bir pay ile az gibi görünmekle beraber 300 binin üzerinde bir öğrenci sayısı azımsanmayacak bir değerdir.

Bu bağlamda Türkiye'nin uluslararası eğitim serüvenine bakıldığında Türkiye, yükseköğretimde uluslararasılaşmasını altı evrede gerçekleştirmiştir.[321] Tazminat Fermanı ile başlayan **birinci dönem**de ülke içinde batı tarzı okullar açılmış, akademisyenler yurtdışına gönderilmiş ve yurtdışından yabancı akademisyenler ülkeye getirilmiştir. Avrupa'dan akademik gelenek transferinin merkezi bir rol oynadığı görülmektedir. **İkinci dönem**, NATO üyeliği ve ABD ile yakınlaşma süreciyle Amerikan tarzı bir modelin öncelendiği 1950-1970 arası dönemi kapsamaktadır. 1970 ile 1980'li yılların sonuna kadar geçerli olan **üçüncü dönem**de askeri darbelerin etkisiyle daha merkeziyetçi, ulusalcı ve içe kapanık bir eğitim modeli benimsenmiştir. **Dördüncü dönem**de yükseköğretimde ithalattan ihracata doğru bir dönüş görülmektedir. Soğuk savaşın bittiği 1990'lı yıllarda özellikle yeni bağımsızlığını kazanan Orta Asya'ya yönelik dikkate değer açılımlar hedeflenmiştir. 2000'lerin başından itibaren Avrupa Birliği'ne üyelik hedefi ve yükseköğretimde Bologna sürecinin gündeme gelmesi ile **beşinci dönem** başlamıştır. Bu dönemde Avrupa tarzı bir model benimsenmiş; bu kapsamda Erasmus programı ile öğrenci ve akademisyen hareketliliği artırılmış; Bologna süreci de ortak bir müfredat için uluslararası bir katılımı mümkün kılmıştır. Aktif bir uluslararası yükseköğretimin benimsendiği **altıncı dönem**de Türkiye, Bologna gibi uluslararası süreçleri takip etmenin yanında kendi uluslararası vizyonunu da ortaya koymuştur. Uluslararası diplomasi, ekonomi ve eğitim hedeflerinin ortaya konduğu bu dönem aktif uluslararasılaşma dönemidir.

Türk üniversitelerinin uluslararası eğitime ilişkin İkinci Dünya Savaşı öncesinde ve sonrasında küçük de olsa gayretleri bulunmasına rağmen asıl hareketlilik 1981 yılında yapılan Yabancı Öğrenci Sınavı ile gerçekleşmiştir. SSCB'nin dağılması sonrasında Türki cumhuriyetlerle olan ilişkilerin geliştirilmesi kapsamında Büyük Öğrenci Projesi başlatılmış ve Türk ve kardeş coğrafyalardan gelen öğrencilerin burslu

[321] Devrim Vural Yılmaz, "Türk Yükseköğretiminde Uluslararasılaşma: Tarihsel Perpektiften Bir Analiz", **The Journal of Social Sciences**, No: 9, 2016, s. 155-156.

bir şekilde eğitim almasına zemin hazırlanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde projede aksaklıklar meydana gelmiş ve öğrenci sayıları düşüşe geçmiştir.[322] 2010 yılında Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın (YTB) kurulmasıyla uluslararası öğrenci politikasında gözle görülür dönüşümler gerçekleşmiştir. Türkiye Bursları programının da devreye alınmasıyla Türkiye tarafından verilen burslar tek bir çatı altında toplanmıştır. Türkiye Bursları, uygulanmaya başladığı 2012 yılında, toplam 10 bin civarında başvuru alırken 2017 yılında bu sayı 100 binin üzerine çıkmıştır. 2021 yılında ise dünyanın 178 ülkesinden 165 bin 511 kişi Türkiye Bursları'na başvurmuştur.[323]

Bir kültürel diplomasi aracı olarak yeniden yapılandırılan Türkiye'nin uluslararası eğitim anlayışı ile özellikle çekim alanında bulunan ülkelerden Türkiye'ye uluslararası öğrenci akışı günden güne artmış ve bu sayı 2021'de 220 binin üzerine çıkmıştır. Aynı zamanda birçok üniversite, dünyanın farklı ülkelerindeki üniversitelerle uluslararası anlaşmalar yaparak Türkiye'nin uluslararası öğrenci potansiyeline katkı sağlamaktadır. 2021-2022 eğitim dönemi itibariyle Türkiye'de 260.289 öğrenci bulunmaktadır. Bu öğrencilerin 162.108'i erkek; 98.181'i kadındır.[324]

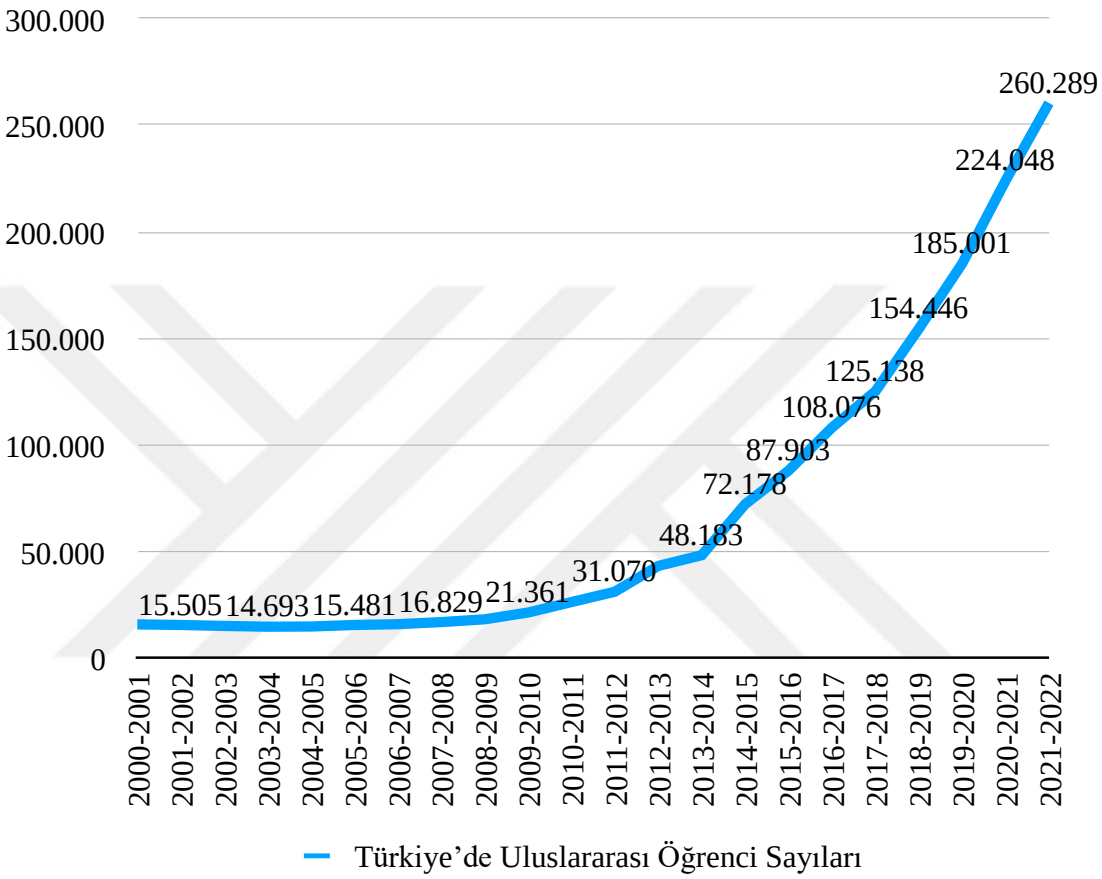
[322] Murat Şeker vd., "İstanbul Üniversitesi Öğrencilerinin Türkiye, İstanbul ve İstanbul Üniversitesi Algıları", Şehir Araştırma Notları-5, İSUMER Uluslararası Öğrencilik Raporları-1., İstanbul, İÜ Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi, 2020, s. 11.

[323] YTB, "2021 Yılında Türkiye Bursları'na Rekor Başvuru", **YTB**, (01.08.2022), (Çevrimiçi) https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/turkiye-burslari, 01.08.2022.

[324] YÖK, "Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi", **Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi**, (21.02.2023), (Çevrimiçi) https://istatistik.yok.gov.tr, 21.02.2023 istatistik.yok.gov.tr adresinden derlenmiştir.

2022 yılı Kasım ayı itibariyle ise Türkiye'de 198 ülkeden 300.000'den fazla uluslararası öğrenci bulunmaktadır.[325]

**Grafik 3: Yıllara Göre Türkiye'deki Uluslararası Öğrenci Sayıları**




**Kaynak: 2000-2001 ile 2010-2011 arası: Murat Özoğlu, Bekir S. Gür, İpek Coşkun, Küresel Eğilimler Işığında Türkiye'de Uluslararası Öğrenciler, Ankara, Seta Yayınları, 2012, s. 54.; 2010-2011 ile 2021-2022 arası: istatistik.yok.gov.tr.**

Türkiye'nin, yıldan yıla artan bir uluslararası öğrenci kapasitesine sahip olduğu açıktır. Örneğin, US News isimli web sitesinin En İyi Ülkeler sıralamasında 2021 için Kanada ilk sırada ve Türkiye 34. sırada yer almaktadır. Ancak, sıralama Yurtdışında Eğitim İçin En İyi Ülkeler olarak daraltıldığında Türkiye 1. sırada yer almaktadır. ABD ve Birleşik Krallık'a ilişkin var olan trendlerin ve en fazla öğrenci bulunduğu göstergelerinin aksine dünya genelinde, 35 yaş altı 6.500 kişiyle yapılan araştırmada

[325] YÖK, "Yükseköğretimde Uluslararasılaşma ve Türkiye'deki Üniversitelerin Uluslararası Görünürlülüğü Çalıştayı Düzenlendi", **Yükseköğretim Kurulu**, (21.02.2023), (Çevrimiçi) https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2022/yuksekogretimde-uluslararasilasma-ve-turkiye-deki-universitelerin-uluslararasi-gorunurlulugunu-artirma-calistayi.aspx, 21.02.2023.

Türkiye'nin ilk sırada olması dikkat çekicidir. Sıralama yapılırken ülkenin kültürel olarak erişilebilir olması, eğlenceli olması, birçok kültürel çekiciliğe sahip olması, üniversite eğitimi için düşünülebilir olması ve kaliteli eğitim kriterleri dikkate alınarak puanlama yapılmıştır.[326] Kısacası yükseköğretim politikalarının daha geniş bir perspektifle uluslararasılaşması sonucu önümüzdeki yıllarda da sayıların ve imkanların artacağı; Türkiye'nin uluslararası eğitim alanında gelecek vadettiği bazı araştırmalara dayanarak da öngörülebilir.

2019'da Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin geldikleri ülkelerin gelir düzeylerine göre bakıldığında %30,3'ü düşük gelirli, %13'5'i düşük orta gelirli, %46,6'sı üst orta gelirli, %7,7'si yüksek gelirli ülkelerden gelmektedir.[327] 2022 Kasım ayı itibariyle ise Türkiye'deki uluslararası öğrenciler toplamda 300.00'in üzerine çıkmış ve 198 farklı ülkeden öğrenci gelmiştir.[328] Vatandaşı oldukları ülkelere bakıldığında ilk sırada %20,4 ile Suriye yer almaktadır. İlk 15 sıradaki ülkelerden gelen öğrenciler toplam öğrencilerin %74,9'unu oluşturmaktadır.[329]

**Tablo 2: Türkiye'deki Uluslararası Öğrencilerin Geldikleri Ülkelere Göre Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı)**

| **Ülkeler** | **Uluslararası Öğrenci Sayıları** | **Uluslararası Öğrenci Yüzdesi** |
|---|---|---|
| Suriye | 53097 | %20,4 |
| Azerbaycan | 28922 | %11,1 |
| Irak | 17010 | %6,5 |
| Türkmenistan | 15578 | %6,0 |
| İran | 14886 | %5,7 |
| Somali | 11074 | %4,3 |
| Afganistan | 9002 | %3,5 |

[326] US News, "The Best Countries to Study Abroad 2021", **US News**, 2021, (Çevrimiçi) https://www.usnews.com/news/best-countries/best-countries-to-study-abroad, 03.08.2022.
[327] OECD, **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, s. 212.
[328] YÖK, "Yükseköğretimde Uluslararasılaşma..."
[329] YÖK, "Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi".

| | | |
|---|---|---|
| Mısır | 7847 | %3,0 |
| Yemen | 7714 | %3,0 |
| Ürdün | 6518 | %2,5 |
| Filistin | 4983 | %1,9 |
| Kazakistan | 4857 | %1,9 |
| Almanya | 4822 | %1,9 |
| Bulgaristan | 4734 | %1,8 |
| Pakistan | 3816 | %1,5 |

**Kaynak: istatistik.yok.gov.tr**[330]

Türkiye'nin uluslararası öğrenci sayılarına şehir bazında bakıldığında 81 şehirde de üniversitenin bulunduğu ve 80 şehirde[331] bulunan üniversitelerde uluslararası öğrenci yer aldığı görülmektedir. Uluslararası öğrencilerin bölgelere dağılımında Marmara Bölgesi 106.080 öğrenci ve %40,8 oran ile en kalabalık bölgedir.[332] Marmara Bölgesi'ni İç Anadolu (%21,0) ve Karadeniz Bölgesi (%13,3) takip etmektedir.

**Tablo 3: Türkiye'deki Bölgelerde Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı)**

| **Bölgeler** | **Uluslararası Öğrenci Sayıları** | **Uluslararası Öğrenci Yüzdesi** |
|---|---|---|
| Marmara | 106.080 | %40,8 |
| İç Anadolu | 54,694 | %21,0 |
| Karadeniz | 34,573 | %13,3 |
| Ege | 20.852 | %8,0 |

[330] Veriler istatistik.yok.gov.tr adresinden derlenerek tablo tasarımı araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Çalışmanın ilerleyen sayfalarında aynı adresten derlenerek tasarlanan tablo ve grafikler de bulunmaktadır.
[331] Yök verilerine göre sadece Hakkari'de uluslararası öğrenci bulunmamaktadır.
[332] YÖK, "Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi".

| | | |
|---|---|---|
| Doğu Anadolu | 16.489 | %6,3 |
| Akdeniz | 15.291 | %5,9 |
| Güneydoğu Anadolu | 12,310 | %4,7 |

**Kaynak: istatistik.yok.gov.tr**

Öte yandan 59 tane üniversitenin bulunduğu İstanbul, 1.299.390 toplam öğrencinin yer aldığı bir üniversite şehridir. Üniversite ve öğrenci sayılarının fazlalığı İstanbul'un uluslararası öğrenciler için de tercih edilen bir şehir olmasını sağlamaktadır. İstanbul'da 2021-2022 eğitim yılında 76.748 uluslararası öğrenci[333] bulunmaktadır.[334]

**Tablo 4: Türkiye'deki Şehirlerde Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı)**

| **Şehirler** | **Uluslararası Öğrenci Sayıları** | **Uluslararası Öğrenci Yüzdesi** |
|---|---|---|
| İstanbul | 76.478 | %29,4 |
| Eskişehir | 17.708 | %6,8 |
| Ankara | 17.018 | %6,5 |
| Karabük | 11.931 | %4,6 |
| Kütahya | 8.341 | %3,2 |
| Sakarya | 7.626 | %2,9 |
| Erzurum | 6.791 | %2,6 |
| Bursa | 6.213 | %2,4 |
| İzmir | 5.048 | %1,9 |
| Samsun | 4.912 | %1,9 |

[333] Bu sayı İstanbul'daki toplam öğrenci sayısının yaklaşık %6'sıdır.
[334] YÖK, "Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi".

**Kaynak: istatistik.yok.gov.tr**

Türkiye'ye ilişkin var olan sayılardaki artış İstanbul Üniversitesi için de geçerlidir. 2021-2022 eğitim döneminde İstanbul Üniversitesi'ne kayıtlı uluslararası öğrenci sayısı ise 8.281'dir. YÖK'ün istatistiklerine göre İstanbul Üniversitesi'nde okuyan uluslararası öğrencilerin %27'sini Suriyeli öğrenciler oluşturmaktadır. Onları Azerbaycan ve Türkmenistan'dan gelen öğrenciler takip etmektedir:[335]

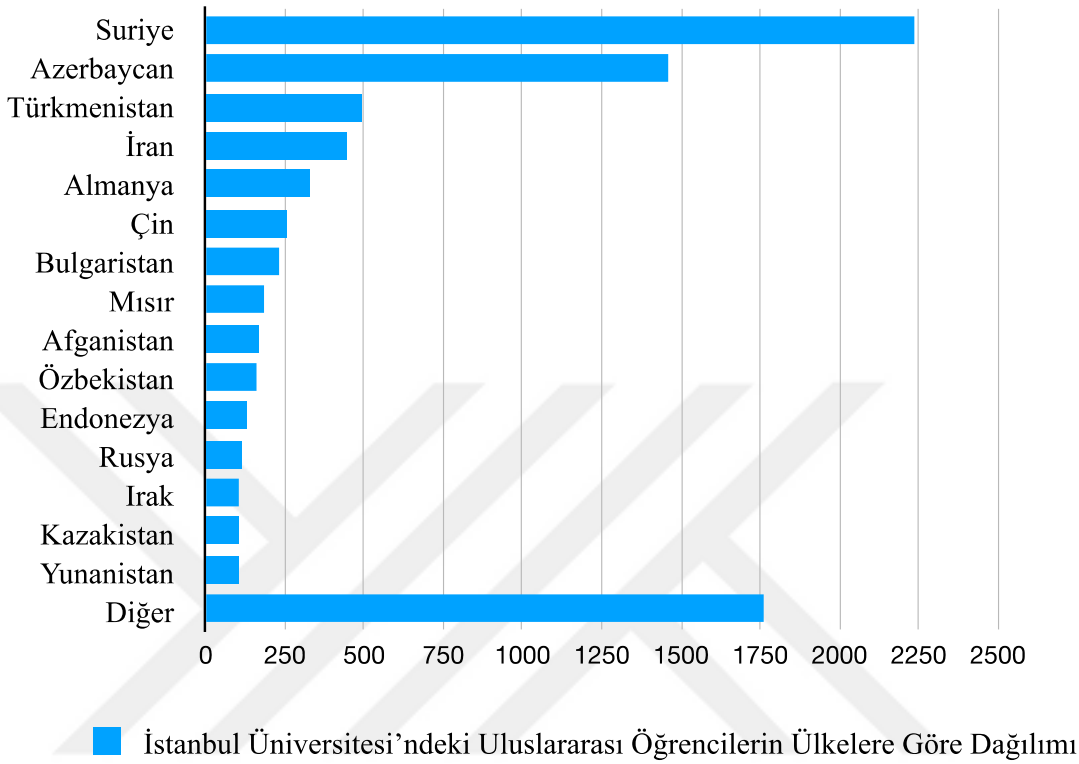
**Tablo 5: İstanbul Üniversitesi'ndeki Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı)**

| **Ülkeler** | **Uluslararası Öğrenci Sayıları** | **Uluslararası Öğrenci Yüzdesi** |
|---|---|---|
| Suriye | 2233 | %27,0 |
| Azerbaycan | 1459 | %17,6 |
| Türkmenistan | 492 | %5,9 |
| İran | 443 | %5,4 |
| Almanya | 330 | %4,0 |
| Çin | 252 | %3,0 |
| Bulgaristan | 232 | %2,8 |
| Mısır | 181 | %2,2 |
| Afganistan | 165 | %2,0 |
| Özbekistan | 163 | %2,0 |
| Diğer | 2331 | %28,1 |
| **Toplam** | **8281** | %**100** |

**Kaynak: istatistik.yok.gov.tr**

[335] Araştırmanın yapıldığı 2020-2021 eğitim döneminde İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin sayısı 8.290'dır. Bkz. YÖK, **a.y.**

**Grafik 4: İstanbul Üniversitesi'ndeki Uluslararası Öğrenci Sayıları (2021/2022 Eğitim Yılı)**




**Kaynak: istatistik.yok.gov.tr**

Rakamlar göstermektedir ki uluslararası öğrencilik, önümüzdeki yıllarda hem dünyada hem Türkiye'de giderek artacaktır. Ancak belirtmek gerekir ki uluslararası öğrenciler gittikleri ülkelerde çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Birçok devletin uluslararası bir anlayışı benimseyip öğrencilere birçok alanda kolaylık sağlamasına rağmen uluslararası öğrenciler, kendi ülkesinde olmamanın getirdiği fiziksel, psikolojik, sosyal ve kültürel sorunlarla mücadele etmek durumundadırlar. Daha önceki yapılan pek çok araştırma, uluslararası öğrencilerin dil ve kültürel engeller, akademik ve finansal zorluklar, kişilerarası sorunlar, ırk ayrımcılığı, sosyal destek kaybı, yabancılaşma ve vatan hasreti gibi nedenlerle birçok zorluk yaşayabileceğini göstermektedir.[336] Karşılaşılan engeller ve yabancı bir ülkede olmanın bizatihi kendisi sebebiyle "kolay incinir, savunmasız" **(vulnerable)**[337] bir özellikte olan uluslararası

[336] Mark Sherry, Peter Thomas, Wing Hong Chui, "International Students: A Vulnerable Student Population", **Higher Education**, C. 60, No: 1, 2010, s. 34.
[337] Sherry, Thomas, Chui, "International Students", s. 33-46.

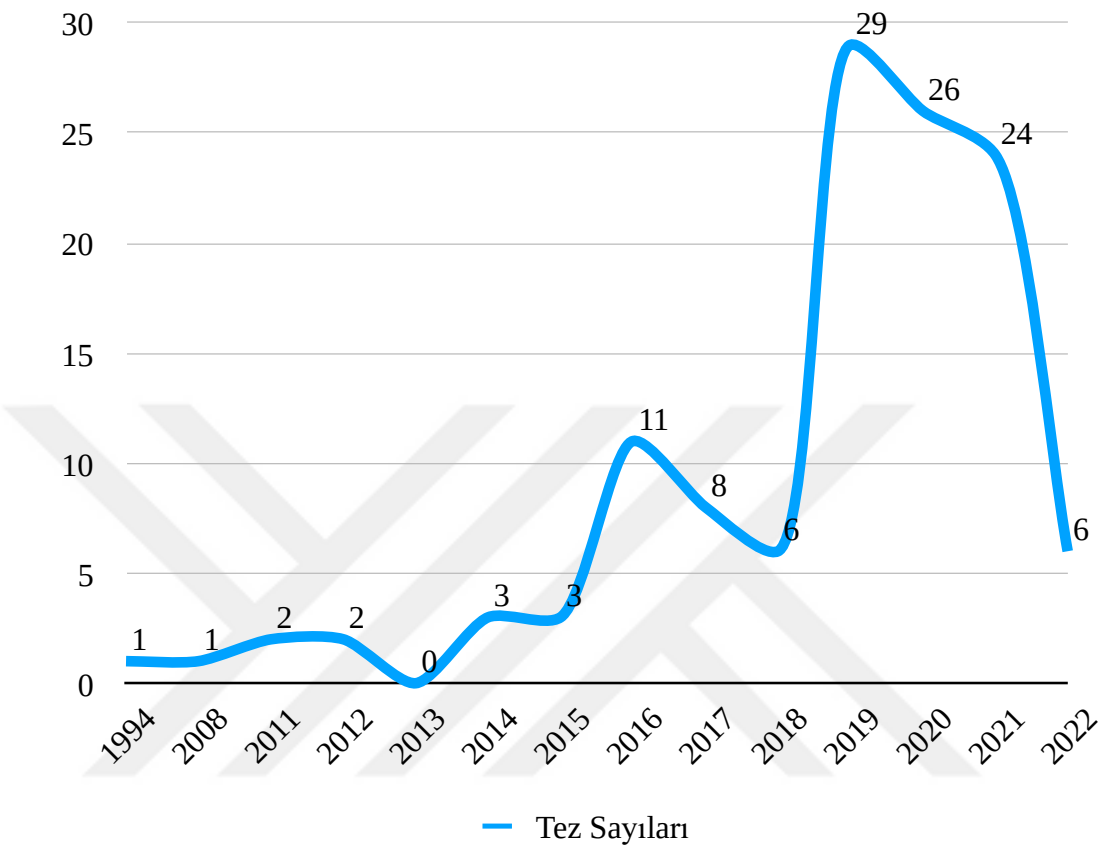
öğrencilerin karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmada üniversite, resmî kurumlar, arkadaşlar gibi dış faktörlerin etkisi de önem arz etmektedir. Yaşanılan zorlukların yanında, ekonomik (örneğin uluslararası uçuşların maliyetleri), teknolojik (örneğin uluslararası etkileşimin sürdürülmesini sağlayan internet ve sosyal medyanın yayılması) ve kültürel faktörler (örneğin ortak bir eğitim dili olarak İngilizce) uluslararası eğitimin geçmişe göre çok daha kolay erişilebilir olmasına katkı sağlamıştır.[338] Özet olarak her geçen gün artan sayılarıyla uluslararası öğrenciler daha iyi bir eğitim imkânı için kendi ülkelerinden başka ülkelerde yaşamaya, burada karşılaşacakları sorunlarla baş etmeye, o ülkelerin kültürleriyle kültürlenmeye ve kültürel karşılaşmalar için merkezi bir figür olmaya devam edeceklerdir.

#### 1.2.2.1. Uluslararası Öğrencilere İlişkin Çalışmalar

Uluslararası öğrencilerin sayılarındaki artışa paralel olarak uluslararası öğrencilerle ilgili çalışmalarda da bir artış söz konusudur. YÖK Tez Merkezi veri tabanında yer alan 124 tane tezin[339] ilki 1994 yılında yazılmıştır. Literatürde hem uluslararası öğrenci hem de yabancı öğrenci birlikte ve birbirinin yerine kullanıldığı için her iki kullanımın toplam sayısı dikkate alındığında 2019 yılındaki keskin yükseliş dikkat çekicidir. Dalgalı bir seyir izlemesine rağmen son yıllarda bir artış olduğu söylenebilir.

[338] OECD, **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, s. 214.
[339] tez.yok.gov.tr adresinden "uluslararası öğrenci" ve "yabancı öğrenci" aramaları yapılarak derlenmiştir. Erişim Tarihi: 03.08.2022.

**Grafik 5: Uluslararası Öğrencilere İlişkin Yıllara Göre Tez Sayıları**




**Kaynak: tez.yok.gov.tr**[340]

Yapılan çalışmalar konularına göre incelendiğinde satın alma davranışları,[341] kültürleşme stresleri,[342] kültürel zekâ, kültürlerarası duyarlılık ve kültürlenmelerinin ilişkisi,[343] üniversite tercihlerinde dijital pazarlamanın etkisi,[344] toplumsal uyumu,[345]

[340] Veriler tez.yok.gov.tr adresinden "uluslararası öğrenci" ve "yabancı öğrenci" aramaları yapılarak grafik tasarımı araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Erişim Tarihi: 03.08.2022.
[341] Sadraddin Azami, "Factors Affecting Customers' Purchasing Behavior in Online Shopping the Case Of: International Students in İstanbul", İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
[342] Buket Alkış, "Acculturative Stress Among International Students: The Role of Emotional Intelligence, Optimism, and Self-Monitoring", Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014.
[343] Elif Alkar, "Eğitim Göçü Perspektifinde Uluslararası Öğrencilerin Kültürel Zekâ Düzeyleri ile Kültürlerarası Duyarlılık ve Kültürlenme Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi (Bursa Uludağ Üniversitesi Örneği)", Bursa, Bursa Uludağ Üniversitesi, Doktora Tezi, 2022.
[344] Işıl Altay, "Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Seçme Sürecinde Dijital Pazarlamanın Etkisi", İstanbul, Maltepe Üniversitesi, Doktora Tezi, 2021.
[345] Deniz Çelik, "Sosyokültürel Uyum İle Akademik Uyum İlişkisi: Uluslararası Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma", İzmir, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019; Ayşegül Ercan, "Türkiye'de Yükseköğretim Gören Uluslararası Öğrencilerin Uyumu: Muğla Örneği", Muğla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019; Tuba Kılıç, "Türkiye'de Bulunan Uluslararası Öğrencilerin Psiko-Sosyal ve Sosyo-Kültürel Uyumu: İstanbul Örneği", Ankara, Ankara Yıldırım

sosyal dışlanmaları,[346] yabancı dil becerileri,[347] reklamlara yönelik tutumu,[348] karşılaştıkları sorunlar,[349] kültürlerarası iletişim becerileri ve gelişmesine etkileri[350] gibi alanlarda uluslararası öğrencilerin görüşleri incelenmiştir. Ayrıca kamu diplomasisi,[351] yumuşak güç,[352] çalışma hayatı,[353] nefret söylemi[354] gibi bağlamlarda da uluslararası öğrenciler ve uluslararası öğrencilik üzerine çalışmalar vardır.

Beyazıt Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020; Ömer Faruk Koçak, "Kişilerarası İletişim Bağlamında Kültürleşme ve Sosyokültürel Adaptasyon: Uluslararası Öğrencilere İlişkin Nicel Bir Araştırma", Erciyes Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020.

[346] Halim Baş, "Uluslararası Öğrencilerin Sosyal Dışlanması: İstanbul Örneği", İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020; Ali Rzayev, "Ortadoğu Kökenli Uluslararası Öğrencilerin Maruz Kaldıkları Sosyal Dışlanme ve Sosyal Sorunlar: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği", Çanakkale, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

[347] Yasin Kanal, "Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Yabancı Öğrencilere Türkçe Sözcük Öğretiminde Akademik Başarıya Etkisi", Tokat, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020; Merve Nur Maden, "Yabancı Öğrencilerin Türkçe Söz Varlığının Geliştirilmesinde Şarkıların Kullanımı", Tokat, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020; Enes Malik Solak, "Türkçeyi İkinci Dil Olarak Öğrenen Uluslararası Öğrencilerin Konuşma Kaygıları Üzerine Bir İnceleme", Tokat, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

[348] Bilal Conteh, "Antalya'da Eğitim Alan Uluslararası Öğrencilerin Mobil Reklamlara Yönelik Tutumları", Antalya, Akdeniz Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

[349] Habiboul Adiamiou Barry, "Kayseri'deki Yabancı Öğrencilerin Karşılaştıkları Sorunlar", Kayseri, Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020; Razieh Ghanbary, "Hacettepe Üniversitesinde Eğitim Gören Uluslararası Öğrencilerin Profili, İhtiyaçları ve Sorunları", Ankara, Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017; Simge Sasa, "Türkiye'de Yükseköğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar", Edirne, Trakya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017; Yaser Snoubar, "Türkiye'de Öğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Sorunları ve Sosyal Hizmet Gereksinimleri", Ankara, Hacettepe Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015; Şerife Taylan, "Sakarya Üniversitesindeki Uluslararası Öğrencilerin Sorunları", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

[350] Hatice Kahraman Adıyaman, "Uluslararası Öğrencilerin Kültürlerarası İletişim Yeterliği Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Bursluları Örneği", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016; Sevda Tozan, "Kültürlerarası İletişimin Geliştirilmesinde Uluslararası Öğrencilerin Etkisi: YTB Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Örneği", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

[351] Merve Canavar, "Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Eğitim ve Türkiye'deki Yabancı Öğrenciler: İstanbul Gelişim Üniversitesi Örneği", İstanbul, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020; Hilal Delikkulak Sak, "Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde YTB Burslusu Uluslararası Öğrencilerin Yeri: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği", Eskişehir, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019; Meryem Okumuş, "Kamu Diplomasisi ve İtibar İlişkisinde İlişki Yönetiminin Rolü: Türkiye'de Öğrenim Gören Uluslararası Öğrencilere Yönelik Bir Araştırma", Erzurum, Atatürk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2018.

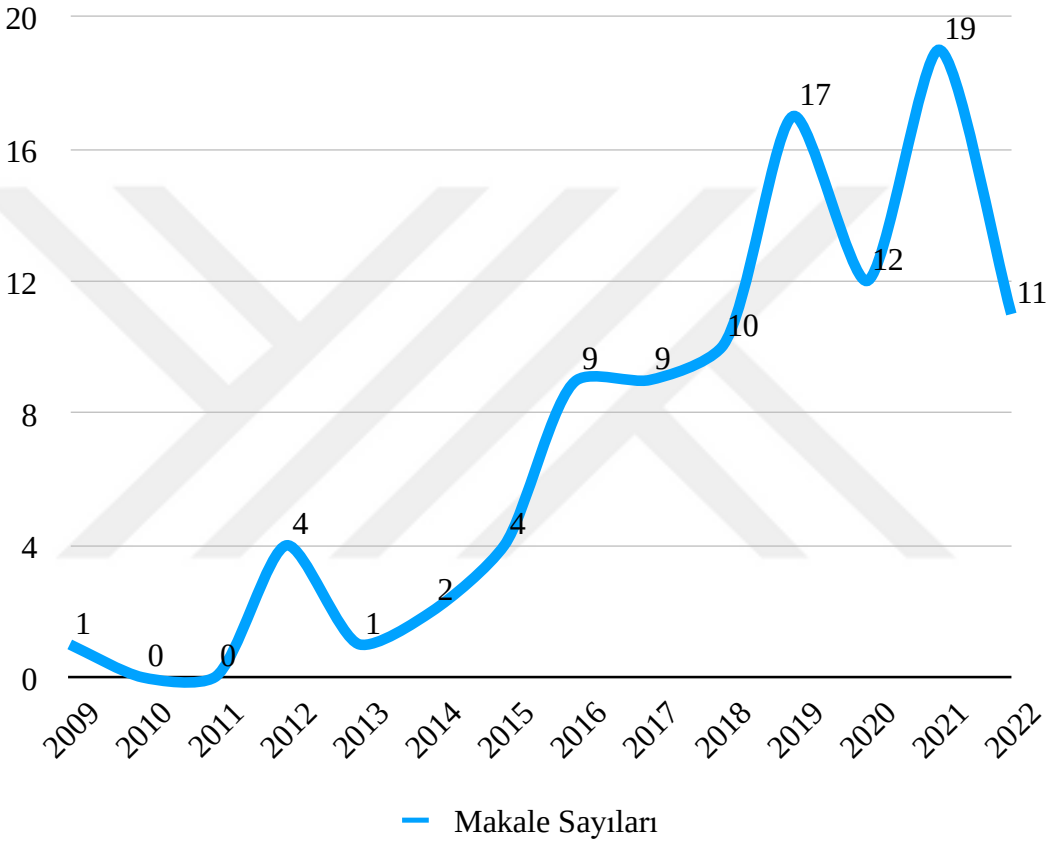
[352] Mehmet Özek, "Yumuşak Güç Bağlamında Türkiye'de Uluslararası Öğrenci Hareketliliği", Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

[353] Emrullah Tekin, "Çalışma Hayatında Uluslararası Öğrenciler: İstanbul Örneği", İstanbul, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

[354] Towhidul Islam, "Türkiye'de Okuyan Uluslararası Öğrencilere Yönelik Nefret Söylemi", İstanbul, İbn Haldun Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Lisansüstü tezlere benzer bir durum, akademik makaleler için de geçerlidir. Dergipark Akademik veri tabanında yer alan uluslararası öğrencilerle ilgili 89 makalenin ilki 2009 yılındadır. Akademik tezlere benzer şekilde son yıllarda makalelerde de bir yükselme eğilimi mevcuttur.

**Grafik 6: Uluslararası Öğrencilere İlişkin Yıllara Göre Makale Sayıları**




**Kaynak: dergipark.org.tr**[355]

[355] Veriler dergipark.org.tr adresinden "uluslararası öğrenci" ve "yabancı öğrenci" aramaları yapılarak grafik tasarımı araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Erişim Tarihi: 03.08.2022.

Yapılan çalışmalara bakıldığında ise toplumsal uyum,[356] Türkçe eğitimi,[357] yaşanılan sorunlar,[358] yabancı düşmanlığına ilişkin tutumlar,[359] kamu diplomasisi,[360]

[356] Ozan Coşkunserçe, Suzan Duygu Bedir Erişti, "Uluslararası Öğrencilerin Kültürel Uyum Sürecine Yönelik Tasarım Tabanlı Araştırma Yaklaşımına Dayalı Çevrimiçi Oryantasyon Uygulamasının Geliştirilmesi", **Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama**, C. 7, No: 1, 2017, s. 83-104; Mehmet Fatih Çömlekçi, "Social Media Use Among International Students: Cultural Adaptation and Socialization", **TRT Akademi**, C. 5, No: 10, 2020, s. 668-685; Nilay Köleoğlu, "Uluslararası Öğrencilerin Sosyal Uyum Problemini Belirlemede Log-Lineer Model Kullanımı", **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, No: 18. EYİ Özel Sayısı, 2018, s. 101-116; Ülgen Osmanlı, "Uluslararası Öğrencilerin Adaptasyonuna Yönelik Bir Araştırma: LAÜ Örneği", **LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 9, No: 1, 2018, s. 49-74; Mustafa Talha Türel, "Uluslararası Öğrencilerin Sosyokültürel Uyumu", **Avrasya Beşeri Bilim Araştırmaları Dergisi**, C. 1, No: 2, 2021, s. 73-89; İbrahim Güray Yontar, "Türkiye Bursları Kapsamında Öğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Yaşamına Uyumu: Bir Devlet Üniversitesi Örneği", **Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 8, No: 1, 2019, s. 242-262.

[357] Mustafa Altun, "Türkçe Yabancı Dil Olarak Nasıl Öğretilir?", **TRT Akademi**, 2022, s. 198-205; Cengiz Alyılmaz, Nurşat Biçer, "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Sorumlulukların Öğrenen Özerkliği Bağlamında Değerlendirilmesi", **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 13, No: 34, 2016, s. 1-23; Halil Aytekin, Ebru Tolar, "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenenlerde Karşılaşılan Yazım Yanlışlarının Ses Açısından İncelenmesi (Omü Tömer Örneği)", **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 26, No: 2, 2022, s. 477-490; Nahide İrem Azizoğlu, Tuğba Demirtaş Tolaman, Feride İdi Tulumcu, "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Akademik Yazma Becerisi: Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri", **Uluslararası Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Dergisi**, C. 2, No: 1, 2019, s. 7-22; Balcı, Öğüt, "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Arasında Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri", s. 49-62; Melike Erdil, "Yabancı Öğrencilerin Türkçe Yazma Becerisine Karşı Öz Yeterlik Algıları", **Turkophone**, C. 4, No: 2, 2017, s. 87-101; Ali Göçer, Bilal Ferhat Karadağ, "Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretiminde Whatsapp Uygulamasının Kullanımının Sözcük Öğretimi Bakımından İşlevselliği", **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 17, No: 46, 2020, s. 322-340.

[358] Rüya Ehtiyar, Özlem Güzel, Hijran Rzazade, "Uluslararası Yükseköğrenim Öğrencilerinin Temel Sorun Alanları: Azerbaycan Uyruklu Öğrenciler Üzerinde Nitel Bir Çözümleme", **Yükseköğretim Dergisi**, C. 11, No: 3, 2021, s. 705-716; Tahsin Geçkil, Selda Başaran Alagöz, "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerinin Sorunlarının İncelenmesi: Konya Örneği", **Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi**, C. 20, No: 4, 2017, s. 279-285; Hatice Kumcağız, Rahim Dadashzadeh, Kamil Alakuş, "Ondokuz Mayıs Üniversitesi'ndeki Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sınıf Düzeylerine Göre Yaşadıkları Sorunlar", **Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 35, No: 2, 2016, s. 37-50; Fikret Topal, Soner Tauscher, "Uluslararası Öğrencilerin Akademik Ve Sosyal Yaşamlarında Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine İnceleme", **Akademik İncelemeler Dergisi**, C. 15, No: 1, 2020, s. 309-344; Tuğba Yanpar Yelken vd., "The Problems Of The International Students: Comparison Of Turkey And Belgium", **Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 1, No: 1, 2013, s. 58-76; Fatih Yardımcıoğlu, Furkan Beşel, Fatih Savaşan, "Uluslararası Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Problemleri ve Çözüm Önerileri (Sakarya Üniversitesi Örneği)", **Akademik İncelemeler Dergisi**, C. 12, No: 1, 2017, s. 203-254.

[359] Zeki Karataş, Bekir Güzel, "Üniversite Öğrencilerinin Yabancı Düşmanlığıyla İlgili Tutumlarının İncelenmesi", **Toplum ve Sosyal Hizmet**, C. 31, No: 2, 2020, s. 500-523.

[360] Mehmet Öztürk, "Bir Kamu Diplomasisi Uygulaması Olarak Aksaray Üniversitesi Örneğinde Türkiye'nin Uluslararası Öğrenci Kabulü", **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 19, No: 4, 2019, s. 1097-1121.

turizm algısı,[361] Türkiye imajı,[362] kültürlerarası iletişim,[363] Türkiye ve üniversite tercih gerekçeleri,[364] Covid-19 tecrübeleri,[365] gibi alanlarda çeşitli makaleler bulunmaktadır.

Bu çalışmanın odaklarından biri olan kültürlerarası iletişim ve kültürlerarası duyarlılıkla ilgili uluslararası öğrenciler üzerinde yapılan çalışmalara bakıldığında Kore'deki uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeylerinin araştırıldığı çalışmada[366] Chen ve Starosta tarafından geliştirilen ölçeğin[367] Kore'deki uluslararası öğrenciler için 5 boyutlu olarak değil 4 boyutlu olarak geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kore'deki bir diğer çalışmada İngilizce sınıflarındaki uluslararası öğrencilerin diğer öğrencilere ve eğitimcilere nazaran daha yüksek bir kültürlerarası duyarlılık seviyesinde olduğu görülmüştür.[368] Tayland'daki bir araştırma ise

[361] Turhan Çetin, Ufuk Karakuş, Bülent Aksoy, "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Turizm ve Türkiye'nin Turizm Değerlerine İlişkin Algıları", **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 5, No: 3, 2012, s. 180-196; Mir Salim Heydarov, Mustafa Gülmez, "Alternatif Turizm Kapsamında Eğitim Turizmi ve Akdeniz Üniversitesinde Bir Uygulama", **Verimlilik Dergisi**, No: 3, 2021, s. 263-275.

[362] Erdem Özlük vd., "Yükseköğretimdeki Uluslararası Öğrencilerin Türkiye İmajı: Selçuk Üniversitesi Örneği", **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, C. 19, No: 38, 2019, s. 145-162.

[363] Könül Abaslı, "Kültürlerarası Duyarlılık ve Empati Arasındaki İlişkilerin Türk ve Uluslararası Öğrenci Görüşlerine Göre İncelenmesi", **TÜBAV Bilim Dergisi**, C. 11, No: 2, 2018, s. 20-23; Könül Abaslı, Şule Polat, "Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık ve Kültürel Zekâya İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi", **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 7, No: 1, 2019, s. 193-202; Zeliha Zuhal Güven, "Yükseköğretim Kurumlarında Kültürel İletişim Aracı Olarak Ortak Dil Öğrenme Modeli", **Medeniyet ve Toplum Dergisi**, C. 3, No: 1, 2019, s. 15-32; Emel YİĞİTTÜRK Yiğittürk Ekiyor, "Göç ve Kültürlerarası İletişim İlişkisi Üzerine Bir Alan Araştırması", **Journal of Humanities and Tourism Research**, C. 11, No: 4, 2021, s. 819-843.

[364] Yaser Arslan, Evren Şumuer, Soner Polat, "Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Web Sitesine Yönelik Tutumları İle Üniversite Çekiciliği Arasındaki İlişki", **İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 19, No: 1, 2018, s. 200-211; Kübra Karakaya Özyer, Zeki Yıldız, "Country-of-Origin and International Students' Motivation in Turkey: A Correspondence Analysis", **Kuramsal Eğitimbilim Dergisi**, C. 13, No: 1, 2020, s. 44-64; Mehmet Mete, Mustafa Özgenel, "Uluslararası Yükseköğretim Öğrencilerinin Türkiye'yi Tercih Etme Nedenlerinin ve Beklentilerinin İncelenmesi", **Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 5, No: 3, 2021, s. 739-753; Somayyeh Radmard, "Türk Üniversitelerindeki Uluslararası Öğrencilerin Yükseköğretim Taleplerini Etkileyen Etkenlerin İncelenmesi", **Yükseköğretim ve Bilim Dergisi**, No: 1, 2017, s. 67-77; Serhat Tekelioğlu vd., "Uluslararası Öğrencilerin Ülke ve Üniversite Seçiminde Etkili Faktörler: Vakıf Üniversitesi Örneği", **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**, C. 4, No: 2, 2012, s. 191-200.

[365] Banu Bekci, "The Pandemic Process of International University Students", **Journal of Awareness**, C. 6, No: 2, 2021, s. 135-144; Bekir Güzel, "Uluslararası Öğrencilerin COVID-19 Pandemisi Deneyimleri: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Örneği", **Üniversite Araştırmaları Dergisi**, C. 5, No: 1, 2022, s. 70-83.

[366] So Young Bae, Hwasung Song, "Intercultural Sensitivity and Tourism Patterns Among International Students in Korea: Using a Latent Profile Analysis", **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, C. 22, No: 4, 2017, s. 436-448.

[367] "The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale", s. 1-15.

[368] Jeongyeon Kim, "International students' intercultural sensitivity in their academic socialisation to a non-English-speaking higher education: a Korean case study", **Journal of Further and Higher Education**, C. 44, No: 7, 2020, s. 939-955.

uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık seviyesinin Taylandlı öğrencilere nazaran daha yüksek olduğunu göstermiştir.[369] Türkiye'deki iki çalışmada da kültürlerarası duyarlılık ve empati arasındaki ilişkinin[370] ve kültürlerarası duyarlılık ve kültürel zekâ[371] arasındaki ilişkinin Türk ve uluslararası öğrenciler için her iki çalışmadaki değişkenler arasında da anlamlı farklılıklar gözlenmemiştir.

Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ni nitel bir şekilde ele alan Kanada'daki araştırmaya göre İngilizceyi ek dil olarak gören öğrencilerin 14 haftalık bir ders dönemi sonunda kültürlerarası duyarlılık seviyelerinde artış olmuştur.[372] Bennett'in geliştirdiği envanterin dört haftalık yurtdışı değişim programına katılan öğrencilere önce ve sonra uygulanmasını içeren ABD'deki bir araştırma da öğrencilerin değişim programından sonra kültürlerarası duyarlılık seviyelerinde gözle görülür bir artış olduğunu göstermektedir.[373] Dolayısıyla güncel veya daha eski araştırmalar göstermektedir ki; kısa dönemli yahut uzun süreli olması fark etmeksizin uluslararası bir öğrencilik deneyimi öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık seviyelerinin yükselmesini, kültürlerarası karşılaşmalarda daha anlayışlı ve becerikli olmasını sağlamaktadır demek mümkündür.

Bu araştırmanın bir diğer çalışma alanıyla ilgili olarak uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına ilişkin tutumlarına ilişkin çalışmalara bakıldığında Özgen ve Yaman'ın 2014 yılındaki araştırmasında Gazi Üniversitesi'nde eğitim gören uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına olan tutumları incelenmiştir. Araştırma bulgularında uluslararası öğrencilerin farklı ülkelerden tatlara alışamadıkları için Türk yemeklerine yönelik tutumlarının "yeni tatlara açıklık" alt boyutunda kız ve erkek öğrenciler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak "yeni tatları merak etme" alt boyutu kız öğrencilerde daha yüksek çıkmıştır. Araştırmanın

[369] John Chocce, "Factors Favoring Intercultural Sensitivity", **I Nternational Journal of I Nnovative Research in I Nformation Security**, C. 1, No: 6, 2014, s. 5-11.
[370] Abaslı, "Kültürlerarası Duyarlılık ve Empati Arasındaki İlişki", s. 20-23.
[371] Abaslı, Polat, "Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık ve Kültürel Zekâya İlişkin Görüşleri", s. 193-202.
[372] Angelica Galante, "Developing EAL Learners' Intercultural Sensitivity Through a Digital Literacy Project", **TESL Canada Journal**, C. 32, No: 1, 2015, s. 53.
[373] Philip H. Anderson vd., "Short-Term Study Abroad and Intercultural Sensitivity: A Pilot Study", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 30, No: 4, 2006, s. 457-469.

bir diğer sonucu da Ortadoğu, Doğu Asya ve Türki cumhuriyetlerden öğrencilerin puanlarının uluslararası öğrencilerin Türk yemeklerine yönelik tutumlarının "yeni tatlara açık olma" alt boyutunda hemen hemen aynı olduğudur. Balkan ülkelerinden ve Afrika'dan gelen öğrencilerin puanlarının daha düşük olduğu ve istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir.[374] Bir diğer araştırma da Kırklareli'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin yeni yemek korkuları üzerinedir.[375] Araştırmaya göre uluslararası öğrencilerin orta düzey bir gıda neofobisi bulunmakta ve yeni, farklı ve etnik yiyecekleri deneme noktasında (gıda neofilisi) orta üstü düzeyde istekli bir tutum içerisinde oldukları görülmektedir. Son olarak Gümüşhane'de gerçekleştirilen nitel bir araştırmada da uluslararası öğrencilerin hem Türk mutfağı deneyimi hem de bu deneyim üzerinden gastrodiplomasi görüşlerinin araştırılmış ve uluslararası öğrencilerin Türk yemeklerini beğendikleri ve Türk Mutfağı Haftası etkinliği ile farklı Türk yemeklerini tecrübe edebildikleri saptanmıştır.[376]

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye uyumları esnasında karşılaştıkları sorunların araştırıldığı çalışmalarda da Türk yemeklerine ilişkin uyum sorunlarından bahsedilmiştir. Ekonomik sıkıntılar, dil yetersizliği, barınma, kandırılma ve korkutulma duygusu, tecrübesizlik, resmi prosedürler konusunda bilgi eksikliği, kültürel farklılık, destek eksikliği, dışlanmışlık, denklik sorunları, sağlıkla ilgili süreçler[377] gibi sorunların yanında yemek ve beslenmeye ilişkin sorunlar da uluslararası öğrencilerin karşılaştıkları sorunlardandır. Araştırmalar göstermiştir ki uluslararası öğrenciler, Türk yemeklerine alışmakta zorluk çekmişlerdir ve özellikle ilk birkaç ay süresince hazır yemek **(fast food)** ürünlerini tercih etmişlerdir. İlk birkaç ay sonrasında Türk mutfağına alışan uluslararası öğrenciler, sonrasında yemekleri

[374] Leyla Özgen, Melek Yaman, "Attitudes of International Students towards Turkish Foods", **Anthropologist**, C. 18, 2014, s. 1094.
[375] Adem Başpınar, Mehmet Sali, "Uluslararası Öğrencilerin 'Gıda Neofobisi' ve Yeme Alışkanlıkları: Kırklareli Örneği", **Kırklareli Kent Çalışmaları: Ekonomi, Toplum, Kültür**, ed. Furkan Yıldız, Ankara, Gazi Kitabevi, 2021.
[376] Fazıl Kaya, "Yabancı Öğrencilerin Gastrodiplomasi Aracı Olarak Türk Mutfağı Haftasına İlişkin Deneyimleri", **GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences**, C. 6, No: 1, 2023, s. 152-167.
[377] Ehtiyar, Güzel, Rzazade, "Uluslararası Yükseköğrenim Öğrencilerinin Temel Sorun Alanları", s. 705-716; Geçkil, Başaran Alagöz, "YABANCI UYRUKLU ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SORUNLARININ İNCELENMESİ", s. 279-285.

beğendiklerini ve sevdiklerini ifade etmişlerdir.[378] Türkiye'deki ve Avustralya'daki yüksek lisans düzeyindeki uluslararası öğrencilerle yapılan karşılaştırmalı nitel bir araştırmada Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin genel olarak Türk yemeklerini beğendiği sonucu çıkmıştır. Avustralya ile mukayese edildiğinde her iki ülkede de öğrencilerin sorun yaşamadıkları görülmektedir.[379]

Uluslararası öğrencilere yönelik araştırmalara Türkiye'de var olan akademik ilgi uluslararası literatürde de mevcuttur. Uluslararası öğrencilerin beslenme alışkanlıkları, yeni yiyeceklere ilişkin tutumları, yeme içme deneyimleri, yemekler vasıtasıyla kültürlenmeleri gibi alanlarda yapılan araştırmalar son yıllarda yabancı literatürde de artış göstermektedir. Bir ülkenin yerel yemeklerine ilişkin görüş, deneyim, algı veya tutumlarını konu edinen çalışmalara bakıldığında örneğin Amira ve Zainal'ın araştırması[380] Malezya'daki uluslararası öğrencilerin Malay yemeklerini tat, doku ve lezzet farklılıklarına rağmen kabul edebildiklerini göstermektedir. Fotoses tekniğiyle[381] gerçekleştirdiği araştırmasında Corcoran,[382] Birleşik Krallık'taki uluslararası öğrencilerin kendi ülkelerindeki yemeklerini yemeye devam ettiklerine ancak yemeklerin malzemeleri için ikame ürünler kullandıklarına ulaşmıştır. Diğer yandan uluslararası öğrencilerin beslenmelerine yönelik olarak New York'taki Doğu Asyalı uluslararası öğrencilerin işlenmiş gıdalara yöneldiği ve kendi yerel yiyeceklerinden uzaklaştığı;[383] İngiltere'deki uluslararası öğrencilerin İngiliz

---

[378] Çetin, Karakuş, Aksoy, "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Turizm ve Türkiye'nin Turizm Değerlerine İlişkin Algıları", s. 478; Khanim Eynullayeva, Murat Gökalp, Bedri Yavuz Hatunoğlu, "Investigation of the Turkish Cultural Adaptation of International Students Living in Turkey", **The European Educational Researcher**, C. 4, No: 2, 2021, s. 165; Mihretab Solomon Gebru, İlknur Yüksel Kaptanoğlu, "Adaptation Challenges for International Students in Turkey", **Open Journal of Social Sciences**, C. 8, No: 9, 2020, s. 262-278; Yardımcıoğlu, Beşel, Savaşan, "Uluslararası Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Problemleri ve Çözüm Önerileri (Sakarya Üniversitesi Örneği)", s. 246.

[379] Hüseyin Aslan, Kheyransa Babirzade, "Türkiye'de ve Avusturalya'da Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları", C. 39, No: 2, 2020, s. 1-21.

[380] SN Amira, A Zainal, "Acculturation of international students on Malay food acceptance", ed. N Sumarjan vd., 2014, s. 365-368.

[381] Fotoses, fotoifade veya fotoroman **(photovoice),** katılımcı bir araştırma tekniğidir ve genelde bir topluluk üyelerine kameraları ile gündelik hayatlarından istedikleri kesitleri fotoğraflamalarına dayanmaktadır (Özdamar Akarçay, 2014, s. 92).

[382] N Corcoran, "Exploring International Students' Food Choices Using Photovoice Techniques", **Journal of International Students**, C. 8, No: 1, 2018, s. 175-193.

[383] Jong Min Lee, Isobel Contento, Heewon L. Gray, "Change in Food Consumption and Food Choice Determinants among East Asian International Students in New York", **Journal of Hunger & Environmental Nutrition**, C. 15, No: 3, 2020, s. 418-441.

yemeklerinin sağlıksız olduğunu düşündüğü ve birlikte yemek yemeye özen gösterdikleri;[384] İspanya'daki uluslararası öğrencilerin etnik merkezci yaklaşımları ile yiyecek seçimleri arasındaki ilişkide erkeklerin daha etnik merkezci davrandıkları;[385] Amerika'daki uluslararası öğrencilerin Amerikan kültürüne uyum sağlamaları sonucunda beslenme alışkanlıklarında sorunlar yaşadıklarına[386] ilişkin önemli sonuçların ortaya konulduğu araştırmalar mevcuttur.

Özetlemek gerekirse uluslararası öğrencilerin bulundukları toplumlarda yaşadıkları sorunlar, sorunlarla başa çıkma stratejileri, dil becerileri, sosyokültürel süreçlere katılımları, ülke ve ülkenin değerlerine ilişkin algıları, kültürlerarası süreçlere ilişkin tutumları, toplumsal dışlanma ve uyum gibi birçok alanda uluslararası öğrenciler üzerine çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmalar gerek Türkiye'de gerekse dünyada günden güne artış göstermektedir. Bu çalışma da odağında yer alan uluslararası öğrencilerin kültürlerarası süreçlere katılımları ve beslenme ve Türk mutfağına ilişkin görüşleri doğrultusunda ortaya konulan bir araştırma ile var olan literatüre katkı sunma amacındadır. Kültürlerarası iletişim, gastrodiplomasi ve Türk mutfağı üçgeninde ulusal ve uluslararası literatürde var olan çalışmalar genel itibariyle turistler üzerinden yürütülmektedir. Ancak turistlerin kısa süreli ziyaretleri ve turlar, oteller tarafından yönlendirilen beslenme tecrübeleri sebebiyle araştırmaya dahil edilmemiş; daha sıradan ve olağan şekilde beslendikleri öngörülebilecek uluslararası öğrenciler bu çalışmada araştırma evreni olarak belirlenmiştir.

[384] Lorraine Brown, John Edwards, Hartwell Hartwell, "A Taste of the Unfamiliar. Understanding the Meanings Attached to Food by International Postgraduate Students in England", **Appetite**, C. 54, No: 1, 2010, s. 202-207.
[385] Christian Tirelli, Maria Pilar Martinez-Ruiz, Ricardo Gomez-Ladron-De-Guevara, "Assessing the Impact of Ethnocentrism in the Food Buying Decisions of International University Students", **Journal of Food Products Marketing**, C. 22, No: 3, 2016, s. 279-303.
[386] Amir A. Alakaam vd., "The Factors That Influence Dietary Habits Among International Students in the United States", **Journal of International Students**, C. 5, No: 2, 2015, s. 104-120.

# İKİNCİ BÖLÜM

# YEMEK ÜZERİNE KURAMSAL TARTIŞMALAR VE BİR GASTRODİPLOMASİ ARACI OLARAK TÜRK MUTFAĞI

Arkeolojik birçok kazı göstermektedir ki ilk insandan bu yana insanlığın temel motivasyonlarından olan ve biyolojik/fizyolojik olarak muhtaç olduğu yemek, ve besinlerin insan hayatının şekillenmesine derinden etkisi bulunmaktadır. İnsan olmanın bir zorunluluğu olan beslenme modern ya da ilkel fark etmeksizin bütün insanlar için geçerlidir. Yemek, insanlar için sadece bir biyolojik besin kaynağı değil, aynı zamanda sosyokültürel yönleri olan çok katmanlı bir sürece işaret etmektedir. Besinlerin elde edilmesinden sofrada tüketilmesine ve hatta doğada yok edilmesine kadar olan tüm süreçler bütün insanlar için geçerli bir husustur. Farklı kültürlerde farklı örüntülerle şekillenen beslenme davranışları insanlığın tarihiyle göbekten bağlı bir durumdadır ve bir anlamda insanlık tarihi yeme içmenin de tarihidir.[387] Bu bölümde yemek ve yiyecek üzerine sosyolojik, antropolojik bir bakış ve Türk mutfağının özellikleri üzerinde durulacak ve buradan hareketle gastrodiplomasi kavramının çerçevesi çizilecektir.

## 2.1 Yemek Çalışmalarına Disiplinlerarası Bir Bakış

Yiyeceklerin günlük yaşamdaki rolü, yakın zamana kadar gözlem ve akademik ilgiden nispeten yoksundu ancak 20. yüzyılda gıda endüstrisinin ortaya çıkıp devasa bir hacme ulaşması ile yemeğe ve yemek kültürüne olan "iştah" da artmıştır. Yemek kitapları ve dergileri, gastronomi festivalleri, televizyon şovları, ünlü şeflerin daha görünür olması, blog yazıları, gastronomi turizminin canlandırılması (ve daha da fazlası) gibi sebeplerle yemeğin anlamı değişime uğramıştır.[388] Bu bağlamda bir çerçeve çizmek adına gıda çalışmaları; yemek ve mutfak kültürü, gastronomi, mutfak-yemek tarihi, gıda üretimi ve tüketiminin tarihsel, kültürel, siyasal, ekonomik ve

[387] Örneğin, Tom Standage'nin bira, şarap, damıtık içkiler, kahve, çay ve kola üzerinden dünya tarihini yazdığı kitabı dikkat çekicidir. Bkz. Tom Standage, **Altı Bardakta Dünya Tarihi**, İstanbul, Kırmızı Kedi Yayınevi, 2019.
[388] Nevana Stajcic, "Understanding Culture: Food as a Means of Communication", **Hemispheres. Studies on Cultures and Societies**, No: 28, 2013, s. 5.

coğrafi incelemelerini içeren bir "şemsiye kavram"dır.[389] Samancı'ya göre[390] yemek kültürü üzerine bir çalışmadan bahsederken gıdanın üretimi, dolaşımı, dağılımı, gıda üretimi ile ilgili meslekler, tüketim alışkanlıkları, ürünler, yemek pişirme teknikleri, mutfak, sofra adabı, gelenekler, tat algısı, inanışlar, tıp ve beslenme ilişkisi gibi alanlar üzerine çalışmaları kapsamaktadır. Yahut basit bir ifadeyle yemek kültürü "yemeğin belli bir toplum tarafından nasıl pişirildiği, ticarileştirildiği ve tüketildiğidir."[391] Beardsworth ve Keil ise gıda çalışmalarının çerçevesini şu şekilde çizmektedir:[392] ev içi mutfak işlerinin ayarlanmasında ve yemek yemenin ev içindeki örgütlenmesindeki, gelişmekte olan eğilimler; besinlerin tercih edilmesi ve kaçınılmasının hangi biçimlerde gerçekleştiği konusunda meydana gelen değişimler; sağlık kaygıları, tercih edilen beden şekline dair düşünceler, tatsal hazza yönelik güdüler ve yeniliklere karşı etik kaygılar; yemek ve kimlik meseleleri; sınıf, etnisite ve toplumsal cinsiyet gibi faktörlerin yemek yeme deneyimleri.

Şu bir gerçektir ki yemek, sadece bir yemek değil aynı zamanda birçok anlamı olan çok katmanlı bir sürece karşılık gelmektedir. Örneğin beslenme veya yemek yeme toplumun belli sınıfları için toplumsal statülerinin ekonomik ve sembolik göstergeleri haline gelmektedir. Özellikle dışarıda yemek sadece bir beslenme eylemi değil aynı zamanda birçok anlamı olan göstergeleri içinde barındırmaktadır.[393] Çünkü yemek yeme sadece besinlerin vücuda alınmasından ibaret değildir[394] ve aynı zamanda sembol ve anlamlarla çevrili bir şeydir.[395] Yemek/besin/gıda insanın ihtiyacı olan fizyolojik bir ihtiyaç olmanın yanında bunun ötesinde anlamları da içinde barındırmaktadır. İnsanın yaşam döngüsünde yıllar içinde nasıl bir beslenme düzeni

[389] Berg vd.'den aktaran Erhan Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Doktora Tezi, 2014, s. 11.
[390] "Avrupa'da ve Türkiye'de Yemek Tarihçiliğine Kısa Bir Bakış", **Yemekte Tarih Var: Yemek Kültürü ve Tarihçiliği**, ed. Seda Erkoç, Ayşegül Avcı, Elvin Otman, İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2013, s. 27.
[391] Mendel ve Ranta'dan aktaran Atsuko Ichijo, Ronald Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, çev. Emrullah Ataseven, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2016, s. 11.
[392] **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2011, s. 429.
[393] Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", s. 16.
[394] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 90.
[395] Ichijo, Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, s. 122.

içinde olduğu, hangi yiyecekleri tükettiği, yemekleri hazırlarken nasıl bir tarif/tertip/sıralama/içerik tercihinde bulunduğu, dışarıda/n yerken hangi mekânları tercih ettiği, kiminle yediği, nasıl bir sofra düzeni ile sofrasını düzenlediği gibi hususlar toplumsallaşma süreci ile inşa edilmekte ve her birisi farklı anlamları içinde barındırmaktadır.

Yemek insanlara kendileri ve başkalarının kim ve ne olduklarını ifade etmeleri için kimliklendirici bir alan açmaktadır.[396] Antropologların yemek ve yemek kültürü üzerine yoğun ilgilerinin sebebi de birçok kültürde çok merkezi bir rol oynaması sayesinde[397] insanların kimliklerini bulmada temel teşkil etmesindendir. Brillat-Savarin'in "bana ne yediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim"[398] tanımlaması da yemeğin kimliklendirici oluşunu ifade etmektedir.[399] Aynı zamanda bireysel düzlemden kültürel düzleme geçildiğinde bir kültürün yemek yoluyla keşfedilmesi ile anlamı ortaya çıkan yemek neyi yediğimiz, yemeği nasıl elde ettiğimiz, kim tarafından hazırlandığı, sofrada kimlerle beraber olduğumuz, kaç öğün yediğimiz, yemeğe kimin başladığı, ne kadar sürdüğü gibi sorular etrafında bir anlam ve iletişim dünyasına bizi götürmektedir. Bedensel bir ihtiyacın karşılanmasının ötesinde yemek bireyler, topluluklar ve ülkeler nezdindeki ilişkileri düzenleyen, inşa eden bir özelliğe sahiptir.[400] Simmel'e göre[401] yemek; üretim, hazırlama ve pişirme süreçlerinden bağımsız şekilde toplumsal etkileşimi mümkün kılan bir şey olarak düşünülmelidir. Sonuçta yemek, toplumsal ilişkileri kuran, sürdüren bir özellikte olmasıyla insanın toplumsallaşma sürecindeki önemli aktörlerden birisidir.

---

[396] Sidney W. Mintz, **Şeker ve Güç**, çev. Şükrü Alpagut, İstanbul, Kabalcı Yayınları, 1997, s. 13.
[397] Carole Counihan, Penny Van Esterik (ed.), **Food and Culture: A Reader**, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 12.
[398] Jean-Anthelme Brillat-Savarin, **Lezzetin Fizyolojisi**, İstanbul, Oğlak Yayınları, 2022.
[399] Fransız mutfağı, dünyada hem en prestijli hem de diğer ülke mutfakları tarafından referans alınan bir mutfaktır ve aynı zamanda Fransız olmak ile Fransız mutfağı arasında çok güçlü bir ilişki vardır. "Fransız ulusal kimliği tartışmasız bir şekilde dünyaya mutfak kimliğiyle bağlıdır." ifadesi Fransız vatandaşlar nezdinde o denli yer etmiştir ki; **foie gras** (kaz ciğerinden yapılan bir Fransız yemeği) yemeğine karşı yapılan hayvan hakları itirazları, Fransız kültürü ve ulusal kimliğine yapılmış bir saldırı olarak kabul edilmekte ve devletin bu saldırılara karşı ulus kimliğini korumak üzere müdahalede bulunması beklenmektedir. Ichijo, Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, s. 195-198.
[400] Stajcic, "Understanding Culture", s. 5.
[401] Symons'tan aktaran Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", s. 23.

Giddens'in yeme-içme eylemlerinin gündelik yaşamda sadece fizyolojik bir eylem olmadığı üzerine kendi sosyolojik bakış açısını açıklarken kahveyi örneklemesi dikkate değerdir. Ona göre kahve sadece bir kahve değil aynı zamanda simgesel bir değer ifadesi, uyarıcı ve keyif verici bir madde, karmaşık toplumsal ve ekonomik ilişkiler, geçmiş toplumsal ve ekonomik gelişme süreçlerini de beraberinde taşıyan bir içecektir.[402] Barthes de Giddens gibi kahve üzerinden bir değerlendirme yapmaktadır. Fransız toplumunda yemeğin kendisini dönüştürme konusunda sürekli bir eğilimi olduğunu belirten Barthes'e göre kahve, sinir sistemi için uyarıcı bir muhtevaya sahipken çağdaş reklamcılık onu mola, dinlenme, rahatlama, sosyalleşme gibi durumlarla ilişkilendirip dönüştürmüştür.[403] Kahvenin sadece kahve olmadığı, onunla beraber gelen uyanıklık, zindelik, sabah kahvesi, yoldayken mola, kırk yıllık hatır, kız isteme, hediye gibi yan anlamları da içinde barındırdığı bir gerçektir. Kahvenin bir besin maddesi olmanın ötesideki anlamlarına benzer olarak Mintz de şeker üzerinden detaylı bir inceleme yapmıştır. Mintz'e göre şeker üretim, dağıtım, tüketim ilişkilerinin karmaşık olarak çözümlendiği bir üründür.[404] Şeker üzerinden bir okumayı Barthes de yaparak şekerin tek başına veya diğer gıdalarla kullanıldığında sadece bir gıda maddesi olmayıp deyim yerindeyse, yemekten daha fazlası ve belirli kullanımlara, belirli "protokollere" bağlı bir "tutum" olduğunu belirtmektedir.[405] Ayrıca Barthes, gıdanın akademik çevrelerde ilgi uyandırmamasını da eleştirerek meselenin sadece basit bir yemek/beslenme çerçevesinde ele alınmasının yanlışlığından ve bir yemekle birlikte "tüketilen" tüm o değerler sisteminin öneminden bahsetmektedir.[406] Kısacası bir yemek sadece bir yemek olmaktan çıkarak yanında birçok sembolün de bulunduğu bir anlamlar setine dönüşmektedir. Bu anlamlar ve semboller yemekle birlikte taşınmakta, sosyalleşmeye ve kültürleşmeye etki etmektedir.

[402] Anthony Giddens, **Sosyoloji**, 1. bs, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2012, s. 38-40.
[403] Roland Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 29.
[404] Mintz, **Şeker ve Güç**.
[405] Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 23.
[406] Stajcic, "Understanding Culture", s. 7.

Sosyolojik yaklaşımlardan biri olan işlevselciliğin temel önermeleri çerçevesinde gıda ve beslenme açısından sorulabilecek muhtemel sorular şu şekilde sıralanabilir:[407]

1. Gıda üretimi, dağıtımı ve tüketimi gibi alt sistemler nasıl bir örgütlenme içerisinde bulunmakta ve bir bütün olarak işleyen sosyal sistemin devamını sağlamada ne gibi bir katkıları olmaktadır?

2. Besinlerin temin edilme ve tüketim biçimlerinin toplumsal (örn; besinsel olmayan) işlevleri nelerdir?

3. Besin sistemi içerisindeki işlevsel olmayan olguları tanımlayabilir miyiz? İşlevsel olmayan unsurlar nasıl ortaya çıkıyor? Bir bütün olarak toplumsal sistem için sonuçları neler?

Bu ve benzeri sorulara cevap aramak için birçok araştırmacı yemek, yemek kültürü, beslenme, alışkanlıklar, adetler gibi farklı konularda çalışmalar yapmış; çeşitli kuramlar ortaya atmışlardır. Yemek araştırmaları özellikle antropolojinin uzun süredir meşgul olduğu bir alandır fakat yemek bahsi önceleri tüm insanlığın yaşamının günlük, sıradan ve temel özelliklerinden ziyade, çoğunlukla daha olağandışı yönleriyle (yemek yasakları ve tabular, yamyamlık, tanıdık olmayan ve nahoş besinlerin tüketimi) araştırmalardı.[408] Antropolojinin bu bakışını aşan, birtakım eleştirilere maruz kalmakla birlikte geniş bir perspektiften beslenme ve yeme-içme pratiklerini inceleyen antropolog Levi-Strauss, yapısalcı bir yaklaşımla beslenme ve gıda çalışmalarına özel bir ilgi duymuştur. Ona göre "bir toplumun yemek pişirme yolu, bilincinde olmadan yapılarını tercüme ettiği bir dil gibidir."[409] Antropolog kimliğiyle Levi-Strauss, çeşitli kabile ve topluluklarda yemek pişirme tekniklerini incelemiş ve elde ettiği bulgularla yemek kültürü üzerine özet bir yapı kurmuştur. Ona göre tüm sistemin üzerine

[407] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 102-103.
[408] Sidney W. Mintz, "Time, Sugar, and Sweetness", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 91.
[409] Murat Belge, **Tarih Boyunca Yemek Kültürü**, İstanbul, İletişim Yayınları, 10, s. 15.

yaslandığı temel zıtlık, "doğa-kültür" zıtlığıdır.[410] Mutfak üçgeni[411] **(culinary triangle)** ismiyle meşhur olan çok temel bir yapısalcı sistem doğa-kültür zıtlığını[412] temel alarak çiğ, pişmiş ve çürümüş arasında kurulmaktadır. "Konuşma dilinden yoksun bir insan toplumu olmadığı gibi, yiyeceğinin bir bölümünü şu ya da bu biçimde pişirme işleminden geçirmeyen bir insan toplumu da olmadığını"[413] belirten Lévi-Strauss yiyeceğin "çiğ", "pişmiş" ya da "çürümüş" olarak üç farklı biçiminin olduğunu "mutfak üçgeni" ile açıklamaktadır.[414] Çiğ, orijinalliğini koruyan, bir işleme tabi tutulmayan besinlerdir. Pişmiş, çiğin kültürel bir dönüşümüne; çürümüş ise doğal bir dönüşümüne karşılık gelmektedir.[415] Çiğden pişmişe geçerken kültürel bir dönüşüm olmaktadır. Bu değişimin nasıl olacağı da pişirme tekniklerine karşılık gelmektedir. Levi-Strauss, iki temel pişirme tekniğinden bahsetmektedir: Kızartılmış ve haşlanmış. Doğrudan ateşe maruz kalarak bir dönüşüme uğrayan yiyecekler kızarmış/kızartılmıştır.[416] Su ve kap aracılığıyla bir dönüşüm varsa da haşlanmış/kaynatılmış yiyecek söz konusudur.

---

[410] Sibel Özbudun, Balki Şafak, N. Serpil Altuntek, **Antropoloji Kuramlar/Kuramcılar**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2005, s. 201. İbn-i Haldun insanları beslenme açısından sınıflandırırken üç kısımdan bahsetmektedir: 1. Kır, kurak ve çorak arazide, verimsiz topraklarda yaşayan halk, 2. Verimli ovalarda, verimli düzlüklerde ve ürünü bol topraklarda yaşayan halk, 3. Şehir ve kasaba halkı. Şehirli insanlardan bahsederken İbn-i Haldun, şu değerlendirmeyi yapmaktadır: "her ne kadar ikinci grup gibi bol ve çeşitli gıda maddeleri bulabilmekte ise de bunları pişirmek, tuzlamak, kurutmak, salamura yapmak gibi çeşitli muamelelerle mahlûl ve terbiye edilmiş hale getirerek latifleştirirler, yani inceltirler." Bu tarifler insanın yaşadığı yer ile beslenme alışkanlıkları arasında ilişki kurarak Levi-Strauss'un doğa-kültür zıtlığındaki kültürün gıdayı dönüştürmesine benzer şekilde İbn-i Haldun da toplumsal yapı içerisinde insanların yiyeceklerini dönüştürmesinden bahsetmektedir. Bkz. İbn Haldun, Mukaddime, C. 1, çev. Süleyman Uludağ, İstanbul, Dergah Yayınları, 1988, s. 344-345.

[411] Levi-Strauss mutfak üçgenini, Jacobson'un ünlü-ünsüz üçgeninden hareketle geliştirmiştir. Ünlü-ünsüz üçgeninde p, t, k ünsüzleri ile u, i, a ünlüleri arasındaki ilişki tizlik ve şiddet eksenlerinde kurgulanmaktadır. Bkz. Özbudun, Şafak, Altuntek, **a.g.e.**, s. 201-202.

[412] Lévi-Strauss ikili zıt yapıları önemseyerek yapısalcı antropoloji bakışını bu ikilikler üzerinden kurgulamıştır. Bireylerin gündelik yemek pratikleriyle ilgili Lévi-Strauss "… öncelikle içsel/dışsal (yerel/egzotik yemekler), merkezi/çevresel (ana/eşlik eden ya da garnitür yiyecekler) yahut göze çarpan/dikkati çekmeyen (keskin tadı olan ağır/mideye dokunmayan hafif yiyecekler) gibi ikili karşıtlıklar üzerinden İngiliz ve Fransız mutfağını karşılaştırarak iki kültür ve toplum arasındaki farklılıkları ortaya koymuştur." Bkz. Russel Keat, John Urry, **Bilim Olarak Sosyal Teori**, çev. Nilgün Çelebi, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2001, s. 207.; Ebru Yetişkin, "Ulusaşırılaşma ve Mutfak", **Özneler, Durumlar ve Mekanlar - Toplum ve Mekan: Mekanları Kurgulamak**, ed. İ. Emre Işık, Yıldırım Şentürk, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2009, s. 247.

[413] Edmund Leach, **Lévi-Strauss**, İstanbul, Afa Yayınları, 1985, s. 32.

[414] Claude Lévi-Strauss, "The Culinary Triangle", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013.

[415] Lévi-Strauss, **a.g.e.**, s. 40-41.

[416] Türk mutfağı ile özdeşleşmiş kebap, etimolojik olarak incelendiğinde Arapça **kbb** kökünden türetilmiş ve kızarmış, kızartılmış et anlamındadır. 500.000 ila 1.000.000 yıl öncesine tarihlenen ateşin

Kültürel süreçlerin etkisiyle bir dönüşümü ifade eden haşlanmış ve kızartılmışın toplumsal ilişkilerdeki karşılığına baktığımızda; haşlama ilişkileri güçlendirmeye, safları sıklaştırmaya; kızartma ise tam tersi ailevi veya sosyal bağları gevşetmeye karşılık gelmektedir.[417] Aristoteles ise, haşlamanın kızartmadan daha üstün olduğunu belirterek bunun nedenini haşlamanın etteki çiğliği ortadan kaldırmasına bağlamaktadır. Çünkü "kızartma etler, haşlanmış etlerden daha çiğ ve daha kurudur" ve böylece haşlanmış kızarmıştan daha fazla kültürle ilişkilidir. Öte yandan haşlanmışın çürümüşlükle de yakınlığı vardır[418] çünkü haşlanma esnasında doğal olmasa da kültürel süreçlerle yemeğin bir nevi çürütülmesi söz konusudur. Bütün bu ayrımlar, kızarmış ile haşlanmış arasındaki karşıtlıktan kaynaklı bir farklılığı barındırmaktadır. Haşlanmış olan bir kapta pişirilirken, kızarmış olan dışarıda pişirilir. Dolayısıyla haşlama, çoğunlukla ev içi kullanım için hazırlanmış, küçük kapalı bir gruba yönelik, "iç mutfak" **(endo-cuisine)** olarak adlandırılabilecek şeye atfedilebilirken; kızartılmış konuklara sunulan "dış mutfak"a **(exo-cuisine)** aittir.[419] Aynı zamanda haşlanmış kadını, yerleşik yaşamı, tasarrufu ve halkı; kızartılmış erkeği, vahşi hayatı, savurganlığı ve aristokrasiyi temsil etmektedir.[420]

icadı ile insanların ilk önce kızartma yöntemini denedikleri bilinmektedir. Buna göre günümüzde Türk mutfağı denince akla gelen yemeklerden olan kebap insanoğlunun ateşte ilk pişirdiği yiyeceklerden olduğu ve yüzbinlerce yıllık bir geçmişe sahip olduğu öngörülebilir. Bkz. Nişanyan Sözlük, "Kebap", **Nişanyan Sözlük**, (20.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.nisanyansozluk.com/kelime/kebap, 20.01.2023.; Linda Civitello, **Cuisine and Culture: A History of Food and People**, 2. bs, New Jersey, Wiley, 2008, s. 3.

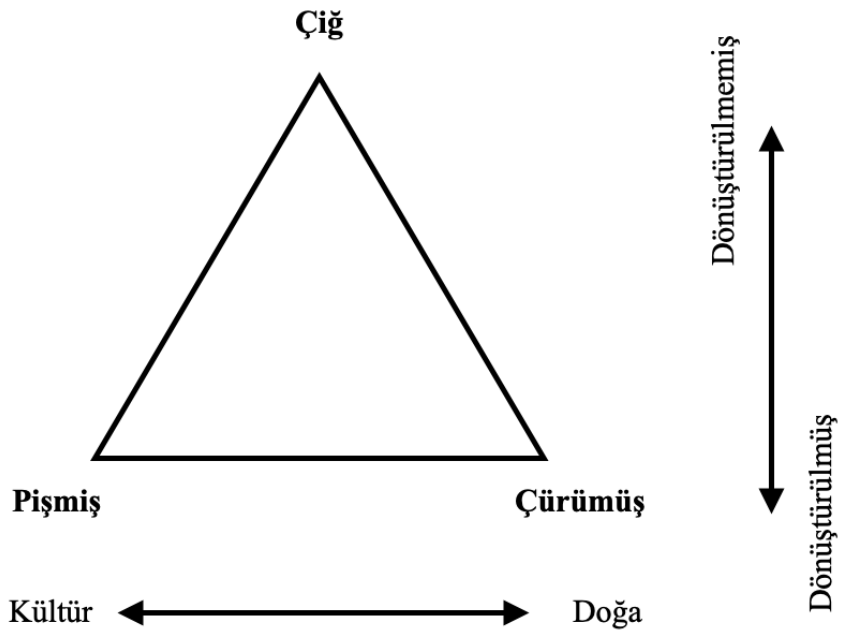
[417] Lévi-Strauss, "The Culinary Triangle", s. 42.

[418] Lévi-Strauss, **a.y.**

[419] Lévi-Strauss, **a.y.**

[420] Lévi-Strauss, **a.g.e.**, s. 42-43.

**Şekil 3: Mutfak Üçgeni Birinci Versiyon**



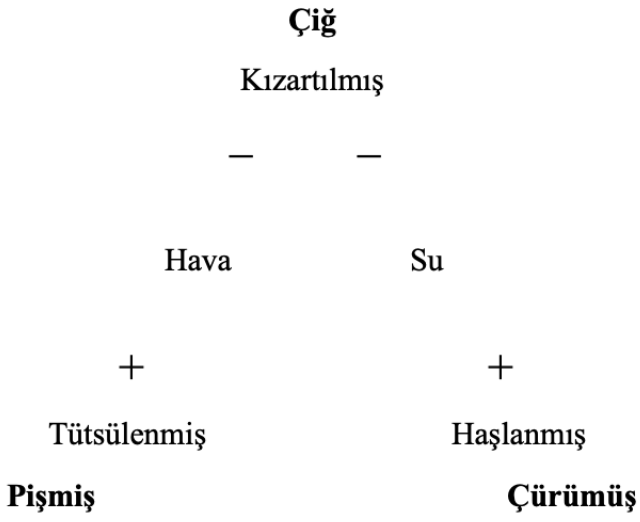

**Kaynak: Sibel Özbudun, Balki Şafak, N. Serpil Altuntek, Antropoloji Kuramlar/Kuramcılar, Ankara, Dipnot Yayınları, 2005, s. 201.**

Kızartmaya benzer bir pişirme yöntemi de tütsülemedir (füme) ve Levi-Strauss mutfak üçgeninin ikinci versiyonunda tütsülenmiş yiyecekleri de sürece dahil ederek haşlanmış, kızartılmış ve tütsülenmiş arasındaki ilişkiyi detaylandırmıştır. Tütsülenmiş, su ve kap olmadığı için haşlanmıştan farklıdır ve kızartma gibi ateşle teması da hava ile mümkündür ancak mesafe daha fazla olduğu için pişirme işlemi daha uzun sürmektedir. Bu noktada Levi-Strauss haşlanmış, kızartılmış ve tütsülenmiş arasındaki ilişkilerde sürekli doğa-kültür karşıtlığının izlerini sürmeye devam etmektedir.[421] Çünkü mutfak üçgeninin temeline yapısalcı zıtlık kurgusu hakimdir. İşlenmiş/işlenmemiş ve kültür/doğa arasındaki zıtlıkların ekseninde çürümüş hem çiğ hem de pişmişin doğal dönüşümüne, pişmiş ise çiğ olanın kültürel dönüşümüne karşılık gelmektedir.[422] Çürümüşe ulaşan bir yiyecek için burası son noktadır. Buradan geri dönüş yoktur. Teknik olarak çürümüş olanın pişmiş hale gelmesi (pişirilmesi) mümkün olsa da yemeye uygun bir yiyecek olmayacağı açıktır. Çünkü "yemek yeme

[421] Lévi-Strauss, **a.g.e.**, s. 44.
[422] Lévi-Strauss, **a.g.e.**, s. 41.

kapsamında, pişirme eylemi doğayı (çiğ maddeleri) insan ürününe (insanlar için yemeye uygun besinlere) dönüştürme işlemi olarak adlandırılır."[423]

**Şekil 4: Mutfak Üçgeni İkinci Versiyon**




**Kaynak: Claude Lévi-Strauss, "The Culinary Triangle", Food and Culture: A Reader, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 46.**

Sonuç olarak "Lévi-Strauss'un mutfak üçgeninde ortaya koymaya çalıştığı toplumların kültürel süreçleri karmaşıklaştıkça yemek biçimleri, pişirme biçimleri de karmaşıklaşmaktadır."[424] Detaylı bir yaklaşım ile süreci tanımlamasına rağmen mutfak üçgeni, kimi yazarlar tarafından eleştirilmiştir. Örneğin Stephen Mennell, üçgenin Avrupa toplumlarının beslenme alışkanlıklarını açıklamak üzere kurgulandığını ve pek de kullanışlı olmadığını ileri sürmektedir.[425] Lévi-Strauss'un yaklaşımını eleştiren bir diğer kuramcı Mary Douglas'tır. Douglas, Lévi-Strauss'u iki açıdan eleştirmekte ve ilk olarak, Lévi-Strauss'un küçük ölçekli toplumsal ilişkileri ıskaladığını ileri sürmektedir. Onun bütüncül bir yapı kurarak bütün insanlığı kapsayacak bir yapı kurmaya çalışırken detayda gizli olan toplumsallıkları

[423] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 107.
[424] Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", s. 29.
[425] Mennell'den aktaran Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 108.

gör(e)mediğini düşünmektedir. İkinci eleştiri ise Lévi-Strauss'un temel aldığı ikili zıtlıklaradır. Bu yaklaşımın göreli bir değerlendirme için fayda etmeyeceğini[426] ifade etmektedir. Şu durumda mutfak üçgeninin küçük grupları ıskalayarak detaydaki ilişki ağlarını göremediği ve genelde Avrupa toplumları için geçerli olduğu varsayılsa dahi, farklı kültürleri beslenme alışkanlıkları üzerinden tanımlamaya dönük/yönelik öncü bir şema sunmaktadır.

Levi-Strauss'u eleştiren sosyal antropolog Mary Douglas, yemeğin toplumsallığı üzerine kod kavramını önermektedir. Ona göre besinler yemek yeme kodlarıdır[427] ve kod sosyal yapıyı ya da sosyal ilişkileri ifade etme aracıdır.[428] Çünkü kodlar toplumsal olaylar ve toplumsal bağlantıları (hiyerarşi, benimseme ya da dışlama, etkileşimler ve sınırlandırmalar gibi) taşıyan mesajlardır.[429] Douglas yemek yemenin çerçevesini günlük menü **(daily menu)**, öğün **(meal)**, yemek çeşidi **(course)**, porsiyon **(helping)**, lokma **(mouthful)** olarak çizmektedir.[430] Ona göre yemek sadece bir iletişim sistemi değil aynı zamanda yapılaşmış bir gündelik yaşam icrasıdır. "Yemek hem bir toplumsal mesele hem de bedenin sağlığı için gerekli koşullardan biridir."[431] Douglas'ın yapısalcı görüşünün gücü, yemeğin metafor, sembol, gösterge, iletişim aracı olmanın yanında ve hatta bunların ötesinde hayati bir madde olarak görmesinden; beslenmeyi toplumsal bir olgu olmanın yanında fiziksel bir ihtiyaç olması ile de ele almasından gelmektedir.[432] Sosyal antropolog olmasına rağmen beslenmenin biyolojik yönünü de öne çıkarması ile Douglas, yemek yemeyi basit ve sıradan bir eylem olarak görmesiyle önem arz etmektedir. Ona göre "yemek sadece bir yemektir" demek yanlış olmayacaktır.

Antropolojinin dar kapsamlı bakışını eleştirerek geniş bir perspektif sunmayı amaçlayan Mintz ise **Time, Sugar, and Sweetness** isimli makalesinde şeker üzerinden

---

[426] Mary Douglas, "Deciphering a Meal", **Daedalus**, C. 101, No: 1, 1972, s. 62.
[427] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 108.
[428] Jack Goody, **Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması**, çev. Müge Günay Güran, İstanbul, Pinhan Yayıncılık, 2013, s. 46.
[429] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 108.
[430] Douglas, "Deciphering a Meal", s. 63.
[431] Wood'dan aktaran Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", s. 35.
[432] Douglas'tan aktaran Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 109.

bir değerlendirme yapmaktadır. Şekerin toplumsal ilişkilere yansımalarını arayan ve buradan değerlendirmeler çıkaran Mintz'e göre "insanlar kendi yiyeceklerinden gitgide daha az ürettikçe, başka yerlerde başkaları tarafından üretilen yiyecekleri gitgide daha fazla yediler."[433] Şekerin öneminin farkında olan Mintz, **Şeker ve Güç** isimli kitabında da şekerin izini sürmeye devam etmiştir.[434] Şeker, Batı'ya Haçlı Seferleri esnasında Suriye'den geçmiştir.[435] "Eski" ve "Yeni" dünya arasındaki iktidar ilişkilerinin bir analizi doğrultusunda şekerin tarihi okunmalıdır. Başlangıçta bir ilaç olarak satılan şeker 15. Yüzyıl sonlarındaki keşifler ile farklı bir boyuta geçmiştir. Yeni keşfedilen alanlarda yapılacak şekerkamışı tarımına gerekli işgücünün temini için zorla Güney Amerika'dan, Afrika'dan kölelerin nakli söz konusu olmuştur.[436] Şekerden önce tatlandırma için balın, pekmezin veya meyve özlerinin kullanıldığı birçok ülke için şekerle tanışmak önemli bir adım olmuştur. Şeker kamışı veya şeker pancarı tarımı ile yüksek miktarlarda şeker üretiminin mümkün olması ile birçok ülkenin mutfağı şekerli/tatlı yemeklerle çeşitlenmiştir. Ancak şeker sadece bir tatlandırıcı değil bir ilaç[437] ve koruyucu olarak (reçel, marmelat yapımında) da kullanılmıştır.[438] Şüphe yok ki şeker, günümüz toplumları için vazgeçilmez bir besindir ancak şekerin bu kadar önemli bir gıda maddesi olması uzun yıllar almış; Batı emperyalizminin ikonik göstergelerinden birisi olmuştur. Toplumsal düzlemin ötesinde toplumlar arası ilişkileri etkileyen, ülkelerin uluslararası siyasetini şekillendiren özelliği ile şekerin, insanlık tarihinin mihenk taşlarından olduğunu iddia etmek yanlış olmayacaktır.

Bir diğer önemli yapısalcı teorisyen Roland Barthes, çevremizde yer alan resim, eşya, müzik vb. her türlü göstergenin iletişim boyutunda bir anlam taşıdığını belirterek göstergebilimin sadece dil temelli olmadığına dikkat çekmiştir.[439] Barthes,

---

[433] "Time, Sugar, and Sweetness", s. 100.
[434] Mintz, **Şeker ve Güç**.
[435] Mintz, "Time, Sugar, and Sweetness", s. 95.
[436] Mintz'den aktaran Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 409-410.
[437] Şekerin ilaç olarak kullanımında aynı zamanda acı ilaçları tatlandırma amacı da vardır. Günümüzde de özellikle çocukların ilaçlarında tatlandırıcılar kullanılmaya devam etmektedir. Benzer şekilde çay, kahve ve çikolatanın acı tadını tatlandırmak için de şeker kullanılmıştır.
[438] Mintz, "Time, Sugar, and Sweetness", s. 95-97.
[439] Hasibe Kalkan Kocabay, **Tiyatroda Göstergebilim**, İstanbul, E Yayınları, 2008, s. 34-35.

göstergebilimin düz anlam ve yan anlamdan oluştuğunu ifade ederek[440] düz anlamın insanlar tarafından genel kabul gören evrensel bir anlama tekabül ettiğini; yan anlamın ise verilmek istenen ve kimi zaman doğrudan anlaşılamayan temel mesajı ifade ettiğini belirtmektedir.[441] Düz anlamda verilen anlam açık ve tartışmasızdır, yan anlamda ise bireyden bireye, kültürden kültüre farklılıklar gösterebilir. Bu noktada Barthes'e göre yemek yalnızca istatistiksel ya da beslenme çalışmaları için ürünlerin bir araya getirilmesi (düz anlam) değildir. Yemek bundan daha fazlasıdır (yan anlam), bir iletişim sistemidir; imgeler bütünüdür; kullanımlar, durumlar ve davranışları kapsayan bir protokoldür.[442] Barthes'in yapısalcı yaklaşımı ile ifade edersek yemekler, iletişim sistemi içinde yer alan göstergelerdir.[443] Bir başka deyişle modern insan bir yiyecek satın aldığında, tükettiğinde veya onu servis ettiğinde, basit bir nesneyi sadece dönüştürmez; aynı zamanda bu gıda maddesi bir durumu özetler ve iletir; bir bilgi oluşturur; bir anlam ifade eder. Başka bir deyişle, o sadece bir dizi az ya da çok bilinçli motivasyonun bir göstergesi değil, gerçek bir işaret, belki de bir iletişim sisteminin işlevsel birimidir.[444] Örneğin Fransız toplumu için şarap sadece şarap değildir. Aynı zamanda "tıpkı şarap gibi biftek **(steak)** de Fransız toplumu için toplumsallaştırılandan daha çok millileştirilen temel bir unsurdur."[445] Fransa denince akla gelen yiyecekler olarak şarap ve biftek, sadece şarap ve biftek olmanın ötesinde karmaşık iletişim sistemleri içindeki göstergelerdir.

Barthes, 1961'de yayımlanan **Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption** isimli makalesinde göstergebilimsel yaklaşımı ile şeker üzerinden bir beslenme analizi yapmaktadır. Şeker, diğer gıdalarla birlikte kullanılsa bile sadece bir gıda maddesi değildir; deyim yerindeyse, yemekten daha fazlasıyla ilgili olan belirli kullanımlara, belirli "protokollere" bağlı bir "tutum"dur. Yemekle birlikte tatlı ikram etmek ya da Coca-Cola içmek, beslenme alışkanlıklarına bağlı şeylerdir.[446] Barthes, onun yaklaşımı sayesinde gıda kavramının anlamında bir

[440] Roland Barthes, **Göstergebilimsel Serüven**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2016, s. 84.
[441] Barthes, **a.g.e.**, s. 34.
[442] Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 24.
[443] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 110.
[444] Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 24.
[445] Roland Barthes, **Çağdaş Söylenler**, İstanbul, Metis Yayınları, 2014, s. 71.
[446] "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 23.

genişleme olabileceğine işaret ermektedir. Gıdanın sadece gıda çalışmalarında kullanılabilecek bir ürün değil aynı zamanda "bir iletişim sistemi; bir imgeler bütünü"[447] olduğunu ifade eden Barthes, gelişmiş ülkelerde insanların modern dünyaya uyum sağlaması için besinsel manada bir bilinçlenmenin olduğunu ve aynı zamanda giderek artan şekilde insanların birçok davranışını (iş, spor, kutlama, boş zaman gibi) yiyeceklerle ifade eder olduğunu ileri sürmektedir.[448]

Barthes gıdanın antropolojik olarak ilk ihtiyaç olduğunu yadsımamaktadır ancak insan yabani meyvelerle yaşamayı bıraktığından beri, bu ihtiyaç sürekli bir dönüşüm içerisindedir: ürünler, hazırlama teknikleri, alışkanlıklar, sunumlar, merasimler, sofra adabı, ayıplar vs. hepsi bir anlam sisteminin parçası haline gelmekte ve böylece gıda yoluyla iletişim olmaktadır. Ona göre insanlar yemeği bir göstergeye dönüştürdükleri anda salt bir işlev olarak tecrübe edilen bir konumdan çıkacaktır/çıkmıştır.[449] Örnek olarak normal ekmek ile **pain de mie**yi[450] birbirinden ayırarak düz anlam ve yan anlam ilişkisini kurmaktadır. Gösteren ikisinde de ekmektir ancak gösterilende bir farklılık vardır: birincisi günlük hayata, ikincisi ise bir partiye karşılık gelmektedir.[451] Günümüzde de somun ekmek, tam buğday ekmeği, esmer ekmek, köy ekmeği, Fransız baget ekmeği, glutensiz ekmek gibi farklı türlerdeki ekmeklerin hepsi nihayetinde bir ekmektir ancak her birinin farklı anlamları ve iletişimleri vardır.

Ekmekte örneklenen durumu bütün beslenme sistemine yayarak Barthes:

> Yemek yemek, kendi amaçlarının ötesinde gelişen, yer değiştiren, özetleyen ve diğer davranışları işaret eden bir davranıştır ve tam da bu nedenlerle bir göstergedir. Nedir bu diğer davranışlar? Bugün hepsini söyleyebiliriz: aktivite, iş, spor, çaba, boş zaman, kutlama gibi durumların her biri yemek yoluyla ifade edilir.[452]

[447] Barthes, **a.g.e.**, s. 24.
[448] Barthes'ten aktaran Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 110.
[449] Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 24-25.
[450] İnce, yumuşak bir kabuğa sahip beyaz veya kahverengi Fransız ekmeği.
[451] Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 25.
[452] Barthes, **a.g.e.**, s. 28.

olduğunu ifade etmektedir. Akla gelebilecek bütün yiyeceklerin sadece o yiyecek olmayıp aynı zamanda birçok farklı gösterge sistemini içinde barındırmaktadır. Örneğin bir su markasının cam şişe ambalajı sağlıklı yaşam trendine, küçük pet şişe ambalajı hızlı tüketime, büyük ambalaj ekonomikliğe işaret etmektedir. Nihayetinde hepsinin temelde insanın susuzluğunu gidermeye dönük bir faydası olmakla birlikte aynı markanın ambalajı değişmesi durumunda dahi anlamlar farklılaşmaktadır.

Öte yandan Barthes, gıda çalışmalarına hak ettiğinden az önem verildiğini ve sosyal bilimlerin daha fazla rağbet etmesi gerektiğini belirterek sosyalliğin yemekle kurulması üzerine şu ifadelere yer vermektedir: "bütün bir dünyanın (sosyal çevrenin) yemekte mevcut olduğu ve yemek tarafından ifade edildiği söylenebilir."[453] Böyle bir yaklaşım ile yemek kültürü üzerine ekstra dikkati olan Barthes farklı yemek veya besin maddesi örnekleriyle beslenmeyi mercek altına almaktadır. Örneğin, **snack bar**[454] ile iş yemeği arasında bir karşıtlık kurarak yemeğin çalışma hayatındaki karşılığını tartışmaktadır. Bu noktada Barthes'in ifadeleriyle "**snack bar** sadece yeni bir ihtiyaca cevap vermekle kalmıyor, aynı zamanda bu ihtiyaca belirli bir dramatik ifade veriyor ve onu sık sık kullananların modern erkekler, modern hayatın aşırı hızı üzerinde güç ve kontrol uygulayan yöneticiler olduğunu gösteriyor. Bu ritüel olarak yoğun, hafif ve hızlı yeme biçiminde bir "Napolyonculuk" **(Napoleonism)**[455] unsuru olduğunu söyleyelim."[456] Barthes, iş yemeğinin ise **snack bar**ın tam tersine konfor ve uzun tartışmaların yer aldığı, küçük bir şenlik havasında geçen ve böylece iş ilişkilerini kolaylaştıracak bir kurguda olduğunu[457] ifade etmektedir. Kısacası Barhes, kuramını düz anlamların yanında esasen yan anlamlar sayesinde oluşan bir göstergebilim üzerinden kurmakta ve yiyeceğin sadece kendisi olmadığı, ekstra anlam ve göstergeleri de içinde bulunduran bir iletişim sistemi olduğunu ifade etmektedir.

Gıda çalışmaları üzerine yoğunlaşan bir başka sosyolog, sosyolojinin gelişimsel yaklaşımı kuramcılarından Stephen Mennel'dir. Norbert Elias'ın

---

[453] **a.g.e.**, s. 26.
[454] Atıştırmalık ve aperatif türde yiyecek ve içeceklerin yer aldığı servis tipidir.
[455] Kısa boylu insanların olduğundan daha sert görünme çabası için kullanılan bir kavram. Barthes, buradaki örnekte hızlı tüketim sayesinde insanların modern görünmeye çalıştıklarına işaret etmektedir.
[456] "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", s. 28.
[457] **a.y.**

uygarlaşma süreci kuramı çerçevesinde Mennell, yeme-içme kültürü üzerine değerlendirmelerde bulunmuştur. Öncelikle ifade etmek gerekir ki Elias'ın uygarlaşmış ya da uygarlaşmamış olarak kurduğu karşıtlık; iyi/kötü, güzel/çirkin, doğru/yanlış gibi bir karşıtlık değil aksine onun kastı gelişimdir[458] ve gelişim de devam etmektedir.[459] Bu noktada Elias'ın uygarlaşma süreci yaklaşımı üzerinden düşünüldüğünde orta çağdaki kimi davranış kalıplarının uygarlık sürecinin başlangıcı, en alt basamağı, barbarlık aşaması ya da ilkellik olarak değerlendirmek hata olacaktır. O dönemin yaşam biçiminin bugünden farklı olduğu kesindir ancak o dönemin mi yoksa bugünün mü daha iyi olduğunun günümüz şartları üzerinden değerlendirilmesi anlamsızdır.[460] Böyle bir değerlendirme bir çeşit anakronizm olacağından yanlış bir değerlendirme olacaktır. Günümüz penceresinden bundan 500 sene (hatta 100 sene) öncesini değerlendirmek ve o dönemin yemek alışkanlıklarını görgüsüzlük, ayıp, yanlış gibi değerlendirmelerle tanımlamak yerine o günkü şartlarını dikkate alarak insanların yeme içme pratiklerine yaklaşmak daha yerinde olacaktır. Buradan hareketle Mennell, vejetaryenlikten yeme bozukluklarına kadar bir dizi besinle ilgili konu üzerine yoğunlaşarak "iştahın uygarlaşması" kavramına yönelmiştir.[461] İngiltere ve Fransa'da tat ve yeme alışkanlıkları üzerinden karşılaştırmalı çalışmasında iki ülke mutfak kültürlerinin benzerlik ve zıtlıkları hakkında bir değerlendirme yapmıştır.[462] Mennell damak zevkinin oluşması, yemeğe ilişkin adabı muaşeret kuralları, iştahın ve mutfak kültürünün medenileşmesi, kaçınılan/iğrenilen yemekler, yemeğe ilişkin tabular gibi konularda çeşitli yazılar kaleme almış,[463] yemeğe ve beslenmeye ilişkin farklı konularda sosyolojik yaklaşımını tartışırken uygarlaşma perspektifi ile görüşlerini ifade etmiştir.

---

[458] Ancak bu yaklaşıma Duerr ve Goody eleştiriler yöneltmişlerdir. Duerr, Elias'ın betimlediği orta çağın kimi örneklerde aslında öyle olmadığını; Goody ise Elias'ın yaklaşımının etnik merkezci olduğunu, değerlendirmesini Avrupa toplumu etrafında yaptığını ileri sürmüşlerdir Aktaran Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", s. 42-44.

[459] Norbert Elias, **Uygarlık Süreci 1**, çev. Ender Ateşman, İstanbul, İletişim Yayınları, 2015, s. 142.

[460] Elias, **a.g.e.**, s. 145.

[461] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 113.

[462] Stephen Mennell, **All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present**, 2. bs, Chicago, University of Illinois Press, 1996.

[463] İrem Özgören Kınlı, "Stephen Mennell'in Yemek Sosyolojisine Katkıları", **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi**, C. 40, No: 1, 2020, s. 419-441.

Öte yandan yemeğin bir kültürel, toplumsal, ekonomik alanı inşa etmesinin ötesinde endüstrileşmiş bir kültür ürünü olması da dikkate değerdir. Adorno ve Horkheimer'in kavramsallaştırdığı kültür endüstrisi kavramı bu noktada değerlendirilebilir. Kültür endüstrisi ile medya, film, müzik, tasarım, mimarlık, yeni medya, geleneksel sanatlar, tiyatro, edebiyat, konserler, müzeler, galeriler gibi ekonomik değerini kültürel değerlerinden alan çok geniş bir sektör kastedilmektedir.[464] Kültür endüstrisi, kültür ögelerini enikonu birer meta[465] haline getirerek yüksek kültür ile düşük kültür alanlarını ikisi de süreçten zarar görerek birleşmeye zorlamaktadır.[466] Her ne kadar tanımların içinde yemek ve beslenme kültürü üzerine atıflar pek bulunmasa da özellikle son yıllarda artan televizyon programları, yemek yarışmaları, gastronomi turizmi, restoranların artan popülerliği, uluslararası kimi değerlendirme kuruluşları göstermektedir ki yemek kültürü de bir kültür endüstrisi olarak değerlendirilmesi zorunlu hale gelmektedir. Bu bağlamda Lane[467] Almanya ve Birleşik Krallık'taki Michelin yıldızlı restoranları bir kültür endüstrisi olarak incelemiştir. Ayrıca Kore Dalgası'nın **(Hallyu)** bir kültür endüstrisi olarak 1990'lardan itibaren artan şekilde tüm dünyaya pazarlandığı[468] Güney Kore'de yemek kültürünün **K-Food** ismiyle de Kore markasını güçlendirmek üzere kurgulandığını belirtmek yerinde olacaktır. **K-Food**'un yanında ve uzun yıllardır etkisinin tüm dünyada gözlendiği Amerikan tarzı beslenme alışkanlıklarının Hollywood filmleri üzerinden dünyaya iletilmesi de yemek kültürünün endüstrileşmesinin bir başka göstergesidir.

Bu noktada yemek ve beslenmenin basit bir beslenme sürecini aşıp uluslararası etkisi olan kültür endüstrisi araçlarına dönüşmesi gıda endüstrisinin gücüne bağlıdır. Bu hususta Jack Goody "Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması"

---

[464] Justin O'Connor, "The Definition of the 'Cultural Industries'", **The European Journal of Arts Education**, C. 2, No: 3, 2000, s. 19.
[465] Theodor W. Adorno, **Kültür Endüstrisi - Kültür Yönetimi**, 6. bs, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011, s. 111.
[466] Adorno, **a.y.**
[467] Christel Lane, "The Michelin-Starred Restaurant Sector as a Cultural Industry: A Cross-National Comparison of Restaurants in the UK and Germany", **Food, Culture & Society**, C. 13, No: 4, 2015, s. 493-519.
[468] Mutlu Binark, **Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası "Hallyu" Güney Kore'de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop**, Ankara, Siyasal Yayınevi, 2019.

başlıklı eserinde Gana'daki iki etnik grubun beslenme ve mutfak kültürleri üzerinden bir mukayese yapmıştır.[469] Ancak bu eser sadece bir antropoloji yazısı olarak görülmemelidir çünkü Goody, giderek küreselleşen bir besin sisteminin gelişimine paralel bir şekilde bu iki grubun analizini yapmaktadır.[470] Özetle Goody, Ganalı bu insanların geleneksel yemek kültürlerini bırakamadıklarını ileri sürse de[471] **Industrial Food: Towards the Development of a World Cuisine** başlıklı yazısında, Batı'da endüstriyel mutfağın gelişmesi için koruma, mekanizasyon, perakendecilik (ve toptancılık) ve ulaşım faktörlerindeki gelişmeler ile mümkün olduğunu da belirtmiştir. Tüm bunların uzun yıllar alan gelişimsel bir sürece yayıldığını detaylandıran Goody, endüstriyel mutfağın izini geçmişten günümüze dek sürmekte; konserve, şişeleme, tuzlama, salamura gibi teknikler ve et, balık, sebze, bisküvi, kraker, sos gibi ürünler üzerinden süreci tartışmaktadır.[472] İfade etmek gerekirse Batı merkezli sanayi devrimi gıda endüstrisi için de belirleyici olmuş ve sanayi devrimi sonrasındaki süreçte üretici ile tüketici arasındaki mesafe gitgide açılmıştır. Üretimin artması, işçi sınıfının oluşması, onların ürünlere olan ihtiyacı, yeni ve farklı ürünlerin ihraç edilmesi, ihtiyaçların karşılanması için yeni üretim, dağıtım, tanıtım gibi araçlara ihtiyaç duyulması gibi etkilerle süreç birbirini tetikleyen bir etkileşim halinde oluşmuş ve gıda endüstrisi günden güne daha kapsayıcı bir hal almıştır. Öte yandan bölgesel farklılıkların olması ve dünyanın farklı "dünya"lara bölünmüş olmasının yanında paketlenmiş yiyecekler, havaalanlarında ve otellerdeki yiyeceklerin benzerliği, fast food kültürünün yaygınlaşması gibi gerekçelerle dünyada damak tatlarında bir homojenleşmeden de bahsetmek gerekmektedir.[473] Sonuçta endüstrileşen bir mutfak ile üretim süreci daha denetlenebilir bir hal almış ve yüz milyonlarca insanın "artan iştahlarının doyurulması" mümkün olmuştur.

Yemek kültürünün endüstrileşmesi üzerine George Ritzer'in toplumun McDonaldlaştırılması[474] şeklinde kavramsallaştırdığı yeme-içme pratiklerinde fast

[469] Goody, **Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması**.
[470] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 113.
[471] Goody, **Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması**.
[472] Jack Goody, "Industrial Food: Towards the Development of a World Cuisine", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013.
[473] Goody, **Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması**, s. 244.
[474] George Ritzer, **Toplumun McDonaldlaştırılması**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2016.

food yiyeceklerin günden güne artması da dikkate değerdir. McDonalds markasıyla özdeşleşen ve özellikle hamburger, patates kızartması, kolanın temelde bulunduğu bu yemek kültürü Türkiye'de yerel lezzetleri de fast food olarak dönüştürmüştür. Lahmacun, pide, simit gibi yiyecekler de artık fast food olarak özellikle alışveriş merkezlerinde çokça tercih edilmektedir.[475] Ritzer, McDonaldslaşma kavramı ile öngörülebilirlik, hesaplanabilirlik, verimlilik ve kontrol süreçlerinin varlığını kastetmekte ve bunu rasyonelleşme şeklinde açıklamaktadır. Ritzer, bu süreçlerin işlerliğini ise tüketicilerin herhangi bir sürprizle karşılaşmak istememelerine bağlamaktadır. Özelde McDonalds, genelde ise yukarıdaki süreçlerin geçerli olduğu fast food markaları dünyanın herhangi bir yerinde, herhangi bir restorana, herhangi bir vakitte gidildiğinde aynı standart menüyü vadetmektedir.[476] Elbette yaygın şekilde yanlış anlaşıldığı üzere fast food kültürü sadece dışarıda yemek yeme ile sınırlı değildir. Evde yemek hazırlarken de kendini gösteren bu hızlı tüketim kültürü dondurulmuş gıdalar, çabucak pişirilen yiyecekler, fırında ısıtıldığında yenmeye hazır ürünler fast food kültürüne mutfaklarda da yoğun bir şekilde başvurulduğunu göstermektedir.

Yemeğin, yemek kültürünün sosyolojik yansımaları üzerine önemli değerlendirmeleri bulunan sosyolog kuramcılardan biri olan Pierre Bourdieu da Fransa'daki toplumsal sınıflar arasındaki farklılıkları irdeleyerek insanların beğenisi üzerinden kapsamlı bir değerlendirme yapmıştır. Bourdieu'ya göre beğeni, toplumsal olarak şekillenmektedir ve sosyal sınıfların birbirlerinden farklılıklarını gösteren en önemli ayrıştırıcıdır. Bourdieu, **Ayrım** isimli kitabında toplumun farklı sınıflarının farklı sermayelere[477] sahip olması üzerinden geniş bir değerlendirme yapmıştır. Giyim-kuşam, beslenme, spor, temizlik, kişisel bakım, kültürel harcamalar gibi gündelik yaşama ilişkin yapılan değerlendirmelerde egemen ve tabi fraksiyonların farklılaşan davranış kalıpları üzerinden sosyolojik analizlerde bulunmuştur. Bu

[475] Bu noktada fast food kültürüne benzeyen ama ondan farklı değerlendirmeyi hak eden bir yeme alışkanlığından bahsetmek gereklidir: ayaküstü yemek. Türkiye'de bu şekilde ayaküstü atıştırmalık mekanlar vardır. Tavuklu pilav, balık-ekmek, çiğ köfte, soğuk sandviç, kokoreç, köfte ekmek gibi yiyecekler hızlıca hazırlanıp yenebilen yiyeceklerdir ancak McDonaldslaşmış değildirler.

[476] Ritzer, **Toplumun McDonaldlaştırılması**, s. 34.

[477] Bourdieu sermayeyi sadece ekonomik değil kültürel, sosyal ve sembolik sermayeleri de dikkate alarak kavramsallaştırarak farklı sınıfların bu sermayelere sahipliğini, aralarındaki farklılıkları ve dönüşümlerini detaylı bir şekilde incelemiştir.

noktada Bourdieu'nun sosyolojik yaklaşımını farklı kılan ise ikili/dualist zıtlıkların hâkim olduğu anlayışı aşarak bunların arasında var olabilecek bir etkileşimi aramasıdır. Saha araştırması temelli çalışmasında Bourdieu Fransa'daki dört farklı sınıfı habitus üzerinden incelemiş ve "üst sınıfta gösterişçi lüks ve rahatlık, entelektüeller arasında aristokratik estetizm, orta sınıf gayretkeşlerde sakil özentilik, işçi sınıfında özentisiz cehalet ve uyumluluk"[478] olarak kendini gösteren beğeni ve hayat tarzları ile bir sınıfın bir diğerinden nasıl farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Bourdieu'nun toplumun farklı kesimlerinde var olan ayrımı belirginleştirmek için başvurduğu kavram ise **habitus**tur. Bourdieu'dan önce Marcel Mauss ve Norbert Elias'ın da habitusun ne olduğu üzerine çalışmaları olmuştur ancak onlar Bourdieu'nun kavramsallaştırması gibi konuyu detaylandırmamıştır. Birçok yorumcu habitus ile kastedilenin alışkanlık ile bağlantılı olduğunu ileri sürse de;

> … alışkanlık **(habitude)**, kendiliğinden tekrarlanan, mekanik ve üretici olmaktan ziyade kopyalanan bir şey iken; habitus, yaratıcı bir tarz sunar. Kendi üretimimizin toplumsal koşullarını "üretmemizi" sağlayan dönüştürücü bir makineyi andıran habitus, sonsuza dek belirlenmiş bir kader, bir tür tarih dışı öz değildir. Habitus geçmiş tecrübelere dayalı strateji-üretici bir ilkedir ve faillere çeşitli görevleri yerine getirmek ve değişen durumların üstesinden gelebilmek için belirli bir mizaç ve eğilim kazandırır.[479]

Bourdieu, habitusu "hem bir pratik üretim kavramları sistemi, hem de pratiklerin algılanma ve değerlendirilme kavramları sistemi" olarak tarif etmektedir.[480] "Habitus, hem nesnel olarak sınıflandırılabilir pratiklerin **üretici ilkesi** hem de bu pratiklerin **sınıflama sistemi**dir. Temsil edilen toplumsal dünya, yani yaşam tarzları uzamı, bu iki kabiliyet arasında (...) oluşur."[481] Habitus, bir eyleyicinin pratiklerinin tümünü, hem özdeş kalıpların uygulamasının bir ürünü olmasından dolayı sistemli kılan, hem de aynı zamanda başka hayat tarzını oluşturan pratiklerden belli bir sisteme

---

[478] David Swartz, **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**, çev. Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011, s. 155.
[479] Ümit Tatlıcan, Güney Çeğin, "Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği", **Ocak ve Zanaat**, ed. Güney Çeğin vd., 3. bs, Politika Dizisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014, s. 317.
[480] Pierre Bourdieu, "Toplumsal uzay ve sembolik iktidar", **Tözcülüğün Tasfiyesi: İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar**, ed. Güney Çeğin, Emrah Göker, Ankara, Notabene Yayınları, 2012, s. 357.
[481] Pierre Bourdieu, **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Ankara, Heretik Yayınları, 2015, s. 254.

göre ayrı kılan şeydir.[482] Böylece habitus hem inşa eden hem de sınıflandıran bir özellikte ve bir yandan birleştiren bir harç görevi görürken diğer yandan da farklılaştıran bir ayraç görevini ifa etmektedir. Tüm pratiklerin birleştirici ve üretici ilkesi habitus olduğundan[483] "her koşul (...), kendisi olmadığı şeyden, özellikle de karşıtı olduğu tüm şeylerden ayıran her şeyle tanımlanır. Toplumsal kimlik farklılıkta tanımlanır ve kendini farklılıkta ortaya koyar."[484] Bir başka deyişle hem üreten hem belirleyen yönüyle habitus toplumsallığın inşasında farklılıklar üzerinden ayrıştıran ve birleştiren özelliğe sahiptir.

Bir karara varmak zor olsa da habitus terimi esasen yapılaşmış doğaçlamayı mümkün kılan somut duyarlılık anlamına gelir.[485] Habitus, ürünü olduğu bir toplumsal dünyayla ilişkiye girdiğinde sudaki balık gibidir: "Suyun ağırlığını hissetmez ve etrafındaki dünyayı çok doğal sayar."[486] Calhoun, habitusu tanımlarken toplumsal ilişkilerde olağan bir şekilde meydana geldiğini ifade etmektedir. "Toplumsal oyunlara katılmak salt bilinçli bir seçim değildir. O, üzerinde düşünmeden yaptığımız bir şeydir. Biz bir anlamda zaten sürekli onun içindeyizdir."[487] "Habitus bir kişinin neler istediği ve kişiler arası ilişkilerde neler sağlayabileceği konusundaki beklentilerini besleyen "eğilimler" toplamıdır."[488] Habitus, farklı sosyo-ekonomik grupların kendi bakış açılarına göre toplumsal dünyayı kültürel katmanlara ayırmaları için gerekli olan bilişsel ve yorumsal çerçeveyi sağlayarak, kültürel sınıflandırma ve sıralama sistemlerinin birleştirici ve yaratıcı ilkesi olarak ortaya çıkmasını sağlar; böylece farklı toplumsal grupların müzik, spor, sanat, mobilya, yemek gibi belirli kültürel eylemlerinde kendini gösterir ve bu grupların sınıfsal beğenilerini oluşturur.[489]

---

[482] Bourdieu, **a.g.e.**, s. 255.
[483] Bourdieu, **a.g.e.**, s. 259.
[484] Bourdieu, **a.g.e.**, s. 255-256.
[485] Craig Calhoun, "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları", **Ocak ve Zanaat**, ed. Güney Çeğin vd., 3. bs, Politika Dizisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014, s. 103.
[486] Pierre Bourdieu, **Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar**, 7. bs, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014, s. 118.
[487] Calhoun, "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları", s. 103.
[488] Tatlıcan, Çeğin, "Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği", s. 363.
[489] Zafer Yenal, "Bir Araştırma Alanı Olarak Yeme-İçme Tarihi ve Sosyolojisi", **Toplum ve Bilim**, No: 71 (Kış), 1996, s. 200.

Habitus'tan hareketle Bourdieu, farklı toplumsal aidiyetlerdeki (habituslardaki) bireylerin beğenileri üzerine çalışmalarını detaylandırarak beğeniyi ikiye ayırmaktadır: lüks (veya özgür) beğeni ve zaruri beğeni. Lüks beğeni, bir sermayeye sahip olmanın sağladığı "kolaylıklar" tarafından tanımlanan maddi varoluş koşullarının ürünü olan bireylere özgü bir beğeniye karşılık gelmektedir. Zaruri beğeni ise, tam olarak zorunlulukları ifade eden beğenidir ve beslenme kültüründe hem en ekonomik hem de en besleyici besinlerin beğenilmesi söz konusudur.[490] Bourdieu'nun bu yaklaşımına göre yüksek statüye sahip insanların hafif, lezzetli ve işlenmiş yemekleri; işçi sınıfının (yahut görece daha düşük statüdeki insanların) ağır, yağlı ve yavan yemekleri tercih etmeleri (beğenmeleri) sınıfsal bir durumdur ve bireylerin habituslarıyla birebir ilişkilidir. Benzer şekilde, kas gücü ile çalışan işçilerin karbonhidrat (şeker, hamur işi, makarna, ekmek) ağırlıklı beslenmesi de habitusun yeme içme pratiklerine bir yansımasıdır.[491] Bu farklılaşmanın sebebi de habitustur çünkü habituslar ayrı ve ayrıştırıcı pratikler doğurmaktadır.[492] Çünkü habitus, lüks veya zaruri beğeni şeklinde insanların hangi besinleri tüketeceğinin belirlenmesinde merkezi bir figürdür.

Öte yandan gelir, tüketim ve beslenme alışkanlıklarında önemli bir belirleyici olmasına rağmen benzer gelir düzeylerine sahip bireylerin aynı beslenme örüntülerinde olmaları her zaman mümkün değildir. Bu aşamada devreye habitus girmektedir. Çünkü benzer gelir düzeyinde ve hatta aynı sınıf içinde olsalar da insanlar farklı habituslara ve böylece farklı beslenme, tüketim, yemek alışkanlıklarına sahip olabilmektedirler. Bourdieu'ya göre tek başına gelir bir anlam ifade etmemekte, habitusla birlikte işlediğinde bir anlamı olmaktadır.[493] Nitekim Bourdieu'ya göre tercihleri belirleyen gelir değil beğenidir ve beğeni gündelik pratikleri yönetmektedir.

[490] Zaruri beğenide *mahkûmiyet* vardır. Bourdieu, bu durumu *amor fati* yani kader sevgisi (kadercilik olarak da düşünülebilir.) olarak tarif etmektedir. Zaruri beğeniye sahip insanların beğenisi zorunluluklar sayesinde oluşmuştur ve bulundukları konumu kabullenmişlerdir. Bourdieu bu durumu "işçiler kuru fasulye yer çünkü başka şeye paraları yetmez" şeklinde iktisadi bir gerekçeyle veya "mahkûm olunan şeyin zevkine sahip olma" şeklinde kaderci bir ifadeyle temellendirmektedir. Bourdieu, **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, s. 266.
[491] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 149.
[492] Pierre Bourdieu, **Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine**, İstanbul, Hil Yayınları, 2006, s. 21.
[493] Swartz, **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**, s. 229.

Beğeniyi kuran ise bireyin içinde bulunduğu habitustur.[494] Sevdiğimiz şeye sahip olmamızı, sahip olduğumuzu sevmemizi sağlayan[495] da tam olarak budur. Toparlayacak olursak Bourdieu'nun habitus kavramı, bir kişinin davranışlarını, düşüncelerini ve algılamalarını şekillendiren toplumsal yapılar ve deneyimlerin bireysel düzeyde yeniden üretimini açıklamak için kullanılan bir kavramdır. Habitus, insanların sosyal dünyayı anlama ve değerlendirme biçimini belirleyen ve onların toplumsal kimliklerini ifade eden bir sistemdir.

Yemek kültürü ve beslenme üzerine çalışmaları olan bir diğer sosyolog Margaret Mead de **Why Do We Overeat?** isimli 1971'de yayımlanan makalesinde Amerikan toplumu ölçeğinde fazla yemek yeme, obezite, beslenme bozuklukları gibi konuları örnekler üzerinden incelemektedir. Çok sayıda Amerikalı için temel sorun, nasıl yeterli yiyecek elde edileceği ya da nasıl iyi besleneceği değil yemek yemeye ilişkin ısrarı nasıl savuşturmak gerektiğidir. Onlar için "nasıl daha az yemeyi başarabilirim?" sorusu daha "hayati" bir sorundur.[496] Çoğu Amerikalı için yiyecek o kadar bol ki kendi dünyalarının haricinde milyonlarca insanın aç olduğu gerçeği, aç olma ihtimalini kavramaları[497] pek de mümkün olmamaktadır.[498] Öte yandan aşırı yemek yiyen, şişman, obez olarak yaftalanan insanlar "kilo vermelisin, yapabilirsin" şeklindeki zorlamalarla ahlaki bir sınava tabi tutulmakta; sınavı geçememeleri halinde toplumdan dışlanmaktadırlar.[499] Şu bilinen bir gerçektir ki tarihsel olarak fazla yemek yemek dini, felsefi ve ideolojik birçok öğretide sınırlandırılan, yasaklanan, uzak

[494] Bourdieu, **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, s. 264.
[495] Bourdieu, **a.g.e.**, s. 261-262.
[496] Bu durum birinci dünya sorunları **(first world problems)** olarak adlandırılablilir. "Üçüncü dünya ülkeleri" için daha birincil sorunlar olmasına karşın "müreffeh" birinci dünya için çok daha modern ve görece "hafif" sorunların varlığından bahsederken popüler kültürde eleştirel bir dil bağlamında bu kavram kullanılmaktadır. Çamaşır makinesinin programlarından hangisini seçeceğine karar verememek, tırnakları kırılmasından endişe duyduğu için klavyede yazı yazamamak, elleri yağlı olduğu için ikinci paket cipsi açamamak, diyet yapıp kilo verememek gibi bazıları için "gerçekten" sorun olan durumlara ilişkin dijital platformlarda alay ve eleştiriler mevcuttur. Çelişkili olan ise bu durumdan rahatsız olmak da eleştirenler için bir birinci dünya sorunudur. Hatta Mead'in makalesinin başlığındaki Neden Fazla Yiyoruz? sorusu da birinci dünya sorunlarından sayılabilir.
[497] Sadece ABD ile sınırlandırmak yanlış olabilir. Birçok ülke vatandaşı bir bolluğun içinde yaşarken yokluk içindeki milyonlardan bihaberdir diyebiliriz. Mead'in tahlilleri Amerika üzerinden olsa da herkesin konuya daha geniş bir perspektiften yaklaşıp "çuvaldızı kendisine batırması"nda ve Mead'in eleştirilerindeki "Amerikalı" kısmını "biz" olarak okumakta fayda olabilir.
[498] Margaret Mead, "Why Do We Overeat?", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 19.
[499] Mead, **a.g.e.**, s. 20.

durulması öğütlenen bir davranıştır. İnsanın fizyolojik olarak yemeğe ihtiyaç duyması ise bu durumu daha çetrefilli bir hale sokmaktadır. Öte yandan Mead, obezliği toplumsal bir düzlemde ele alarak biraz da parantez içine almasının yanında yetersiz beslenmeyi de göz ardı etmemektedir. Nitekim aynı toplum içinde aşırı yemek yiyenlerle yetersiz beslenme pahasına fazla kilo verenlerin aynı anda ve bir arada bulunduğu tuhaf bir yapı mevcuttur.[500] Bu ikircikli yapının problemlerine çözüm olarak da Mead, eski beslenme alışkanlıklarının değiştirilmesi gerektiğini savunmaktadır.[501] Çünkü bugün tüm dünya, bazılarının bol miktarda sahip olduğu ve diğerlerinin acilen ihtiyaç duyduğu gıda yoluyla birbirine bağlıdır.[502] Bu bağlılığın farkında olarak ve sorumluluk sahibi bir şekilde beslenme alışkanlıklarının düzenlenmesi çözüme giden yolda atılacak basit ama etkili adımlar olabilir. Endüstriyel gıda sisteminin dayatmalarına bir direnç olarak geleneksel beslenme alışkanlıklarının sürdürülmesi; aşırı beslenen ile hiç beslenmeyen, fakat her iki durumda da sağlıksız bir hayat süren, insanlar arasındaki uçurumu kapatmak için bir imkân sunabilir.

Yemek çalışmaları üzerine kuramsal zemini toparlamak gerekirse birçok teorisyen ve araştırmacı beslenmenin, yemeğin veya gıdanın tarihsel, sosyolojik, antropolojik serencamını ortaya koymak için çalışmalar yapmıştır. Günümüzde ise gelinen nokta endüstriyel gıda üretiminin hâkim olduğu bir tablodur. Şu bir gerçektir ki modern toplumlarda yaşanan hızlı kentleşme ile "insanlar kendi yiyeceklerinden gitgide daha az ürettikçe, başka yerlerde başkaları tarafından üretilen yiyecekleri gitgide daha fazla yemeye"[503] doğru yönelmiş ve böylece kendi ürettiğini tüketen köylü yerini, tam anlamıyla pazara muhtaç kentli tüketiciye bırakmıştır [504]. Çünkü kentleşme sayesinde insanların yiyeceğin üretilmesi ve hazırlanmasıyla var olan bağları ya kopmuş ya da zayıflamıştır.[505] Şehirleşme köyden/kırsaldan kopuşu getirmiş ve böylece insanların köylerdeki toplumsallıkları başka bir boyuta taşınmış, beslenme tercihleri de köklü değişikliklere maruz kalmıştır. Çünkü "geleneksel

[500] Mead, **a.g.e.**, s. 21.
[501] Mead, **a.y.**
[502] Mead, **a.g.e.**, s. 22.
[503] Mintz, "Time, Sugar, and Sweetness", s. 100.
[504] Mustafa Koç, **Küresel Gıda Düzeni Kriz Derinleşirken**, İstanbul, Notabene Yayınları, 2013, s. 57.
[505] Goody, **Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması**, s. 242.

yemek, geleneksel uygulama gerektirir."[506] Elbette geleneksel beslenme alışkanlıklarının illaki sürdürülmesi gerektiğini iddia etmek yanlış olacaktır ancak uzun yıllar boyunca kültürlenmesinde önemli bir yer edinen bu gelenekselliğin terki, beslenme alışkanlıklarının bozulmasına sebep olmaktadır. Bu bozulmalara direnmek için de insanlar birtakım çarelere başvurmaktadır.

Örneğin yemek kültürü ile Freud'un tekinsizlik kavramı arasında bir ilişki kuran Yetişkin,[507] insanların ulus devlet anlayışına üç farklı şekilde reaksiyon ürettiğinden bahsetmektedir. Tüketim güdümünde başvurulan çareler; "ötekiliğin hâkim damak tadının içine yedirilmesi", "geleneğin korunması adı altında kültürel mirasın fetişleştirilmesi"[508] ve "zevkin, hazzın ve doyumun ahlaki sorunsallaştırılması ile ortaya çıkan yeni hayat tarzlarının (obezite, anoreksiya, diyet, vejeteryanlık, veganlık, sağlıklı beslenme vs.) benimsenmesi ve dayatılması" olarak vücut bularak ulus devletin tekinsizleştirdiği hayatların kendilerini daha tekin hissetme gayretleridir. Normlar, eğitim, gelenek, ritüeller, kurallar, din ve kültür gibi araçlar insanlar üzerinde bir baskı oluşturmakta ve insanların daha sabit olmalarını sağlamaktadır. Bu durum da insanların daha tekinsiz hissetmelerine ve bu tekinsizlikle baş etmek için birtakım

[506] Yemeğin gelenekselliğine ilişkin şu anekdot konunun kavranması için iyi bir örnektir. Filipinler'de bir evin iki mutfağı bulunmakta ve balık gibi ağır kokulu ve baharatlı yiyecekler dış mutfakta, diğer yemekler içerideki mutfakta pişirilmektedir. New York'a taşınan Filipinli bir kadın buradaki evinde ikinci mutfağın bulunmaması sebebiyle zorluk yaşamış ve sorununu Filipinler marketinden hazır yiyecek alarak çözmüştür. Geleneksel tekniklerin mümkün olmadığı şehir hayatında bu lezzetleri arayanlar çözümü yine endüstriyel mutfakta bulmaktadır. Pişirilmiş, dondurulmuş halde ısıtıp yemeye hazır olan geleneksel lezzetler şehir hayatına "mahkûm" birçok insan için nostaljik lezzetlerini yeniden yaşamalarına imkân vermektedir. Bkz. Goody, **a.g.e.**, s. 230.; Manalansan'dan aktaran N. Defne Karaosmanoğlu, **Yemekle Devrialem Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji**, İstanbul, Kitap Yayınevi, 2017, s. 177.

[507] Yetişkin, "Ulusaşırılaşma ve Mutfak", s. 250-262.

[508] Bahaeddin Ögel'in 1982'de dile getirdiği de aslında bu fetişleştirmenin bir tezahürüdür: "Nitekim büyük şehirlerimizde de Anadolu'nun çeşitli yerlerinden, binlerce yıllık pişirme gelenekleriyle gelip yerleşen kebapçı dükkânları, klasik lokantalarımızın sayılarını azaltmış; hatta piyasadan kovar olmuşlardır. Demek ki Anadolu Türk mutfağı, daha yüksek bir medeniyet ve zevkin, bir temsilcisi gibiydi." Şu bir gerçek ki o yıllarda kebap henüz Türk mutfağı ile bu kadar birlikte anılır değildi. Ögel, bugünkü duruma şahit olsa muhtemelen daha keskin ifadeler kullanırdı. Her ne kadar "lahmacun ve kebap yiyenler/satanlar **pis, iğrenç, cahil, fakir, alt kültür** olarak ötekileştirilse" de Yetişkin'in bahsettiği tekinsizliğe karşı insanların bir reaksiyonu olarak hâkim kültür içinde var olma gayreti devam etmiş ve başarılı da olmuştur. Bkz. Bahaeddin Ögel, "Türk Mutfağının Gelişmesi ve Türk Tarihi", C. 41, **Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri**, Seminer Kongre Bildirileri Dizisi: 12, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları, 1982, (Çevrimiçi) http://www.turkish-cuisine.org/turk-yemek-kulturu-202/turk-mutfaginin-gelismesi-ve-turk-tarihi-18.html, 04.10.2022.; Yetişkin, "Ulusaşırılaşma ve Mutfak", s. 252.

çarelere başvurmalarına kapı aralamaktadır. Bu yaklaşım Fischler'in gastro-anomi[509] kavramıyla da ilişkili bir yere tekabül etmektedir. Gastro-anomi, insanın beslenmesi ile alakalı geleneksel kurallar, normlar ve anlamların bireysel düzlemdeki yansımalarını ve yıkılmasını ifade etmektedir. Belirsizlik, endişe, kriz veya rahatsızlık olarak beslenme davranışlarına yansıması muhtemel olan gastro-anomiye gıda endüstrisi, reklamlar, devlet gibi aktör ve kurumların baskısı sebep olmaktadır. Bu denli bir baskının sonucunda geleneksel beslenme alışkanlıklarında çözülmeler olmakta ve süreç normsuzluk veya kuralsızlığa doğru evrilerek başkalaşmaya meyletmektedir.[510] Özetle geleneksel beslenme alışkanlıklarından uzaklaşan modern insan, yeme-içme pratiklerinde kuralsızlıklar oluşması sebebiyle topyekûn bir gastro-anomi veya tekinsizlikle baş etmeye çalışmaktadır.

Literatürde yalnızca yemek ya da gıdaya odaklanan bir yemek/gıda teorisi yoktur. Böyle bir durumda teorik çerçeveler genellikle tüketim sosyolojisinden, kültür sosyolojisinden, postmodern teoriden, antropolojiden veya tarihten ödünç alınmaktadır.[511] Ancak insanlık tarihinin en temel etkileşim ve iletişim yöntemlerinden olmasına rağmen iletişim alanındaki araştırmacılar bu alana fazla rağbet etmemişlerdir.[512] Esasında "yemeğin sembolik bir şekilde anlamlar yarattığımız, yönettiğimiz ve başkalarıyla paylaştığımız iletişimsel bir uygulama olarak işlev gördüğünü söyleyebiliriz. Kültürü, alışkanlıkları, ritüelleri ve geleneği anlamak, yiyecekler ve insanların onu algılama biçimleri aracılığıyla keşfedilebilir."[513] İnsanlar arası etkileşimlerdeki bu denli merkeziliğine rağmen iletişim disiplini üzerinden yemek kültürünün irdelenmesi, konunun başka yönlerinin de görülmesi adına fayda sağlayacaktır.

---

[509] Gastro-anomi kavramı gastronomi ile Durkheim'in anomi kavramı arasında bir ilişki kurularak oluşturulmuştur. Anomi toplumsal kurallar ile bireysel seçimler arasındaki uyumsuzluk veya farktır.
[510] Beardsworth, Keil, **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, s. 115; Claude Fischler, "Gastro-nomie et Gastro-anomie", **Communications**, C. 31, No: 1, 1979, s. 189-210; Claude Fischler, "Food Habits, Social Change and The Nature/Culture Dilemma", **Social Science Information**, C. 19, No: 6, 1980, s. 948; Yetişkin, "Ulusaşırılaşma ve Mutfak", s. 254.
[511] Elise S. Lake, Minjoo Oh, "The Sociology of Food and Eating", **21st Century Sociology: A Reference Handbook**, ed. Clifton D. Bryant, Dennis L. Peck, California, Sage Publications, 2007, s. 191.
[512] Stajcic, "Understanding Culture", s. 6.
[513] Stajcic, **a.g.e.**, s. 14.

## 2.2. Kültürlerarası Kavşakta Türk Mutfağı

Bir ülkenin veya toplumun mutfağı o toplumun kültürel, tinsel, iktisadi ve siyasi yönlerden tarihini yansıtan aynalardır. Aynı zamanda, başka toplumlarla gerçekleşen her temas ve alışveriş, o toplumun mutfak kültüründe iz bırakmaktadır.[514] Bu çerçevede Orta Asya, Ortadoğu, Balkanlar, Anadolu, Akdeniz mutfaklarının hepsinden çeşnilerin yer aldığı Türk mutfağı, binlerce yıldır süzüle süzüle oluşan bir zenginliğin izlerini taşımaktadır. Aynı zamanda bir yemeğin farklı şehirlerde farklı baharatlarla, çeşnilerle; farklı usullerde ve farklı sunumlarda yapılıyor olması, her bölgenin kendi kültürüne ve yaşam biçimine uygun olarak yorumlaması Türk mutfağının zenginliği sonucuna bizi götürmektedir.

Türk mutfağı denildiğinde Türkiye'de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecekler-içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme alışkanlıkları, mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar anlaşılmalıdır.[515] Birçok yemek otoritesine göre Türk mutfağı, dünyanın en iyi mutfaklarından birisi olarak kabul edilmektedir[516] ancak, günümüzde beğenilen bir Türk mutfağının oluşması için binlerce yıllık bir süreçten bahsetmek gereklidir. Bu dönemleri Avcı-Toplayıcı Dönemi, Anadolu'da İlk Yerleşik Düzene Geçilmesinden M.S. X. Yüzyıla Kadarki Süreç, Anadolu Selçukluları ve Beylikler Dönemi, Osmanlı İmparatorluğu Dönemi ve son olarak günümüzde de hala devam eden Cumhuriyet Dönemi[517] olarak sıralamak mümkündür. Daha öz bir sıralama ile bakıldığında ise Orta Asya, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi Türk mutfağının serencamını ortaya koyacak bir sınıflandırmadır.

---

[514] Priscilla Mary Işın, "Mutfak: Toplumun Aynası", **Türk Mutfağı**, (27.09.2022), (Çevrimiçi) http://www.turkish-cuisine.org/turk-yemek-kulturu-202/mutfak-toplumun-aynasi-237.html, 27.09.2022.

[515] Metin Saip Sürücüoğlu, Ayşe Özfer Özçelik, "Türk Mutfak Ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi", **Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları**, C. 3, No: 4, 2008, s. 1291.

[516] Zeki Tez, **Lezzetin Tarihi**, İstanbul, Hayy Kitap, 2012.

[517] Galip Akın, Vahdet Özkoçak, Timur Gültekin, "Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi", **Antropoloji**, C. 0, No: 30, 2015, s. 33-34.

Ögel'e göre, hayvancılık ve tarım (özellikle buğday) Türk beslenme kültürünün temelini oluşturan iki ana ekonomik taşıyıcıdır. Maişetlerini kazanmak için gerek göçebe zamanlarında gerek yerleşik hayata geçildiğinde hayvancılık sürekli devam etmiş; tarım faaliyetleri ise yerleşik hayata geçildikten sonra Türklerin yemek kültürlerini şekillendiren önemli meşguliyetlerden olmuştur.[518] Sonuç olarak Türk mutfağının beğenilen bir lezzete sahip olmasını sağlayan önemli hususlardan biri göçebe kültürün pratikliği ile yerleşik hayata geçişle elde edilen gıda çeşitliliğinin başarılı bir harmanının sağlanmasıdır.[519] Türk mutfağı her ne kadar ağırlıklı olarak kırsal et ve süt ürünlerine dayalı olsa da ilk zamanlarda tahıl ürünleri önemli yer tutmaktadır. Orta Asya'daki Karahanlılar devletinden dilbilimci ve âlim Kaşgarlı Mahmut, 11. yüzyılda yazdığı **Divan-ı Lügat-it-Türk** adlı sözlüğünde tohum ekiminin, sabanın, tahılların ve şehriye, ekmek, hamur işleri dahil birçok tahıl yemeğinin Türkçelerini vermiştir.[520]

Altını çizmek gerekir ki milletler kültürel miraslarını da yanlarında taşımaya devam etmektedirler ve bu miras milli hafızanın nesillere aktarılmasını sağlayan önemli bir değerdir. Kültürel mirasın oluşmasına katkı sağlayan önemli elemanlardan biri de yemek kültürüdür.[521] Bu noktada Türk mutfağı Orta Asya, Selçuklu ve Osmanlı mutfaklarından beslenerek günümüze değin birçok özelliğini korumuştur "çünkü bir millet, kolaylıkla ağzının tadını kaybedemez. Binlerce yıldan beri alıştığı yemeğinden vazgeçemez."[522] Geçmişteki birçok yemeğin günümüz sofraları için de vazgeçilmez olduğu[523] da bunu ispat eder mahiyettedir. Günümüz Türk mutfağının şekillenmesinde derin etkileri bulunan geçmiş mutfakların coğrafi konumlarına bakıldığında ise Orta Asya, Akdeniz çevresi ve Güneydoğu Asya bölgelerinde olduğu görülmektedir. Bu bölgeler ise insanların beslenme kültürünün temelinde yer alan hayvan ve bitkilerin de ana vatanıdır ve buralardaki üretim, işleme ve saklama tekniklerinin gelişimi daha sonra dünyanın diğer bölgelerine yayılmıştır.[524] Örneğin 11. yüzyılda Anadolu'ya göç

[518] Ögel, "Türk Mutfağının Gelişmesi ve Türk Tarihi".
[519] Furkan Demirgül, "Çadırdan Saraya Türk Mutfağı", **Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi**, C. 3, No: 1, 2018, s. 106.
[520] Işın, "Mutfak: Toplumun Aynası".
[521] Işın, **a.y.**
[522] Ögel, "Türk Mutfağının Gelişmesi ve Türk Tarihi".
[523] Demirgül, "Çadırdan Saraya Türk Mutfağı", s. 105-125.
[524] Ayşe Baysal, **Beslenme Kültürümüz**, 3. bs, Ankara, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 2002, s. 29.

eden Türkler, yoğurt ve çok ince açılmış hamur gibi Türk mutfağının temel ürünlerini beraberlerinde getirmişlerdir[525] ve bu ürünler günümüz modern Türk mutfağının önemli belirleyicileri olarak varlıklarını sürdürmektedirler.

Öte yandan kültürlerin diğer kültürlerle karşılaşmaları esnasında karşılıklı etkileşimlerin olması da kaçınılmazdır. Anadolu gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, birçok kültürün etkileşime geçtiği, onlarca devletin kurulup yıkıldığı bir medeniyet havzasında bu etkileşimlerin çok fazla olacağı da öngörülebilir. Nitekim Türk mutfağı da birçok mutfağı etkilediği gibi birçok mutfaktan da etkilenmiştir.[526] Bu noktada yemek kültürü üzerinden etkileşimin ilginç bir örneği hindidir. Bir Meksika kuşu olan hindinin İngilizce konuşan ülkelerin diline **turkey**[527] (Türkiye) adıyla girmesinin sebebi bu hayvanın Avrupa'ya Osmanlı'dan geçmiş olmasındandır. Hindide var olan bu duruma benzer şekilde mısır bitkisi Türkiye'ye Mısır'dan geldiği için ülkemizde halen mısır, İngiltere'de 19. yüzyıla kadar **Turkish wheat** (Türk buğdayı) olarak adlandırılmıştır. Bir diğer örnek Portekiz üzerinden geldiği için Türkiye'de portakal ismi hala kullanılmaktadır.[528]

Türk Mutfağı, özellikle Avrupa mutfaklarını etkilediği yadsınamaz bir gerçektir. Pastırma, salep, kruvasan,[529] yufka gibi besinler Avrupa'daki kimi ülkelerin

---

[525] Işın, "Mutfak: Toplumun Aynası".

[526] Arapların daha önce İspanya üzerinden yaptıkları gibi, Osmanlılar batıya doğru ilerlerken Balkanlar üzerinden tarım bitkilerini ve yemek kültürlerini yaymışlardır. Bkz. Işın, **a.y.**

[527] İspanyollar bu Amerikan kuşu ile ilk karşılaşanlar olarak geldiği yeri doğal olarak iyi biliyorlardı ve ona "Hint tavuğu" diyorlardı; Osmanlılar bu adı Türkçeye uyarladılar, Avusturyalılar Osmanlılardan öğrendikleri adı kendi dillerine çevirerek "Hintli" dediler. Ancak bu yeni acayip kuş İngiltere'ye vardığında, Amerika kökenli olduğu unutuldu. İngiltere'nin uzun süredir önemli ticari ilişkilerinin olduğu, egzotik ürünlerin kaynağı olan Türkiye'yle ilişkilendirildi ve İngilizce'de **Turkey cock** (Türk horozu) olarak tanınmaya başladı. "Türk horozu" adı zamanla kısaltılıp **turkey** olduktan sonra, kuşun Avrupa'da üretilen torunları yeniden Atlantik'in ötesine, Amerika'ya götürüldü. Amerika'nın en meşhur yerli kuşu böylece **turkey** adını alarak, Türkiye'nin Batı yemek kültürüne yaptığı katkının ilginç bir simgesi oldu. Konunun en ilginç yanı ise Osmanlı'ya İspanya üzerinden gelen bu kuşun günümüz İspanyolcasında **Turquía** olarak kullanılmasıdır. Bkz. Işın, **a.y.**

[528] Işın, **a.y.**

[529] Kruvasan, Avusturya mutfağıyla ünlenmekle birlikte birçok Avrupa ülkesinde çokça tercih edilen bir hamur işidir. Kruvasan, Osmanlı'nın Budapeşte'yi kuşattığı 1686 yılında Budapeşte'de (birçok kaynak Viyana olarak belirtmekle birlikte) ortaya çıkmıştır. Şehrin merkezine ulaşmak için tünel kazan Osmanlı lağımcılarının sesini gece boyunca çalışan fırıncılar duymuş ve alarm vermiştir. Böylelikle Osmanlı askerlerinin şehre girmesi önlenmiştir. Şehri kurtaran fırıncılara Osmanlı bayrağındaki amblemin anısına hilal şeklinde özel bir pasta yapma ayrıcalığı verilmiştir. Kruvasan, Avusturya'nın sahiplendiği bir yiyecek olmasına karşın Fransız kahvaltılarında kahveyle birlikte ve kahvenin içine bandırarak yemek bir ritüel haline gelmiş ve Fransız mutfağı ile de özdeşleşmiştir.

ulusal mutfaklarının önemli unsurlarından olmuştur. Çeşitli şerbetlerin Avrupa'da bir dönem çokça tüketilip moda olduğuna benzer şekilde günümüzde de lokum gerek Avrupa'da gerek dünyanın diğer ülkelerinde Türk mutfağı ile özdeşleşmiş bir üründür.[530] Öte yandan Türk mutfağının en bilinen yemeklerinden olan dönerin pide arası döner olarak fast food tarzı ise 1970'lerde Almanya'daki gurbetçi bir Türk tarafından icat edilmiştir. Türkiye'de İskender yahut pilav üstü olarak servis edilen bir yemek Almanya üzerinden Türkiye'ye farklı bir şekilde dönüş yaparak[531] dönerin özgün formunun yanında fast food tarzında yeni bir formu da menülere kazandırılmıştır. Almanya'da 90'lı yıllara kadar Türkiye ile coğrafi, kültürel ve etnik özüne ilişkin bağları güçlü şekilde sürdürülen döner 90'larda **McKebap, Keb'up, Mac's döner** gibi isimler almaya başlayarak özünden ve bağlarından kopmaya başlamıştır.[532] Dönerdeki bu dönüşüm bir Türk yemeğinin özünden kopması olarak görülebileceği gibi aynı zamanda Avrupa'nın beslenme alışkanlıklarına olan derinden etkisi olarak da yorumlanabilir. Gerek döner ve gerekse diğer bütün örnekler Türk mutfağının özellikle Batı mutfak kültürünü derinden etkilemesine örnek olarak dikkate değerdir.

Öte yandan Türk kültürünün Batı kültürü ile teması esnasında karşılıklı olarak bir etkileşimin olacağı ve Türk yemek kültürünün de Batı kültüründen etkileneceği açıktır. Türk mutfağının Batı ile ters yönlü etkileşimi 18. yüzyılda başlamış[533] 19. yüzyılda modernleşme ve batılılaşmanın birçok alanda kendini yoğun şekilde hissettirmesi ile mutfaktaki dönüşüm de hızlanmıştır.[534] Modern, medeni, ilerici, evrensel gibi anlamları da bagajında taşıyan batılılaşma mefhumu yemek kültürünü de etkilemiştir.[535] İlk başlarda yemeklerden ziyade sofra düzeninde bir batılılaşma

[530] Işın, "Mutfak: Toplumun Aynası".
[531] Ayşe Çağlar, "Mc Kebap: Döner Kebap and The Social Positioning Struggle of German Turks", C. 2, **Changing Food Habits: Case Studies from Africa, South America and Europe**, ed. Carola Lentz, Food, History and Culture, New York, Routledge, 1999, s. 268.
[532] Karaosmanoğlu, **Yemekle Devrialem Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji**, s. 46.
[533] Işın, "Mutfak: Toplumun Aynası".
[534] Osmanlı'ya benzer şekilde Japonya'da Batılılaşma kendisini yemek kültürü üzerinden de göstermiştir. 19. yüzyılda Japonlarda hâkim görüş, kendi yaşam tarzlarının Batı'dan daha aşağıda olduğuydu. Batılılarla rekabet edebilmek için Japonların onlar gibi yemek yemesi gerektiği düşünülüyordu. Modern ve medeni olmanın en belirgin ölçüsü de et yemenin Japon beslenme düzenine yeniden girmesi oldu. Bkz. Ichijo, Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, s. 124.
[535] Karaosmanoğlu, **Yemekle Devrialem Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji**, s. 124.

görülmüştür. Yer sofrasından masaya geçiş bir anda olmasa da varlıklı ailelerde ve sarayda 1700'lerin ortalarından itibaren görülmeye başlanmıştır. Masada yemek, sofra düzeni, çatal bıçak kullanımı ile başlayan süreç 1840'lardan itibaren Avrupai tarzda yemeklerin (özellikle Fransız yemekleri) de sofralarda yer alması şeklinde kendini göstermiştir.[536] Bu dönemde **potage Sévigné, paupiette à la reine, croustade de foie gras à la Lucullus** gibi Fransız mutfağından yemeklerin[537] yer almasının yanında **croustade d'ananas en Sultane, supreme de faison á la circassienne, bar á la valide** gibi Osmanlı ve Fransız mutfağının bir karışımını işaret eden yemekler de saraydaki menülerde yer almıştır.[538]

Türk mutfağı yüzyıllar içinde etrafındaki mutfakları etkileyerek ve onlardan etkilenerek, süzüle süzüle günümüze kadar bir zenginliği içinde taşımıştır. Bu etkileşimler sayesinde halen yüzlerce yıllık tatları içinde barındıran bir yanı vardır. Ancak yüzyıllar içerisinde eski lezzetlerin bambaşka hallere dönüşmesi de kaçınılmaz olmuştur. Stefanos Yeramisos'un 500 yıl önceki Osmanlı lezzetlerinin izini sürdüğü çalışması göstermiştir ki dönüşüm bir devamlılık içinde değil kopuş ve farklılık şeklinde olmuştur. Yeramisos, o dönemin tariflerini denediğinde "yemeye elverişli değil" sonuçlarla karşılaşmıştır. Bal ve şekerin baskın olduğu lezzetler, kuyrukyağı kullanımı (Yerasimos, özellikle burada damak tadının sınırlarına geldiğini belirtmektedir), günümüzde bir araya gelmesine pek de alışık olunmayan bileşimler bu tarifleri yenemez hale getirmektedir.[539] Stefanos Yeramisos'un kardeşi tarihçi Marianna Yeramisos'un arşivlerden derlediği çalışması da benzer sonuçları göstermektedir. Seyahatname ve narh defterleri üzerinden yapılan titiz çalışma sonucu "az bilinen", "adlarını duymadığımız", "tatmadığımız", "pek bilinmeyen" gibi tanımlamalarla Osmanlı mutfağının yemekleri günümüz lezzetlerine pek de benzememektedir.[540] Osmanlı saray lezzetleriyle arasında oluşan bu açığın yanında Türk mutfağı, Orta Asya'dan günümüze değin birçok lezzetini de korumayı

[536] Işın, "Mutfak: Toplumun Aynası".
[537] Özge Samancı, "İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü", **Türk Mutfağı**, ed. Arif Bilgin, Özge Samancı, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008.
[538] Samancı'dan aktaran Karaosmanoğlu, **Yemekle Devrialem Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji**, s. 125.
[539] Stefanos Yerasimos, **Sultan Sofraları: 15.ve16. Yüzyılda Osmanlı Saray Mutfağı**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002.
[540] Marianna Yerasimos, **500 Yıllık Osmanlı Mutfağı**, İstanbul, Boyut Yayın Grubu, 2002.

başarmıştır. Farklı mutfaklarla etkileşimi ile güçlenen, çeşitlenen, zenginleşen Türk mutfağı kimi lezzetlerini kaybetse de kimilerini günümüz modern Türk mutfağına miras bırakmıştır.

## 2.3. Yemeğin Diplomasisi: Gastrodiplomasi

Tarihsel, sosyolojik, antropolojik veya biyolojik birçok yönü bulunan "yemek" gündelik yaşamın sıradanlığında yer almakta; öte yandan yemeğin sıradanlığından uzak ve resmi bir alanda da "diplomasi" bulunmaktadır. Ancak tarihi kaynaklar, iki uç gibi görünen bu kavramların yüzlerce yıldır birlikte kullanıldığını göstermektedir. Kavramsal altyapısı yeterince olgunlaşmamış olsa da uzun yıllardır ülkelerin başka halkları etkilemek için yemeğe/yemek kültürüne başvurdukları bilinmektedir. Bu alt bölümde temelde gastrodiplomasi kavramı ve onunla alakalı kavramların bir çerçevesi çizilecektir. Bu amaçla devletlerin yabancı kamuoylarını etkilemek üzere başvurdukları araçlardan kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, yumuşak güç, ulus markalama ve en sonunda da gastrodiplomasi kavramları üzerinde durulacaktır.

Kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, ulus markalama ve yumuşak güç gibi kavramlar bazen birbirinin yerine kullanılan ve sık sık da birbiriyle ilişkili şekilde bir stratejinin parçaları olarak kurgulanan bir ilişkiselliğe sahiptirler. Bu çerçevede hangi kavramın hangisinin altında yer aldığı, hangisinin hangisine bir yol haritası sunduğu, hangisinin uygulama alanına, hangisinin strateji kısmına hitap ettiği noktasında bir iç içe geçmişlik mevcuttur. Kültürel diplomasinin kamu diplomasinin altında ve bir ülkenin kültürel değerlerine ilişkin bir yaklaşım olması sebebiyle diğerlerinden bir noktada ayrıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak özellikle kamu diplomasisi ve ulus markalama arasındaki karışıklık daha derindir. Her ikisinin de yumuşak güç unsurlarını kullandığını belirtmek yerinde olacaktır ancak ulus markalamada yumuşak güç vurgusu kamu diplomasisi kadar baskın değildir.[541] Şu durumda "kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkilerin kesişme noktasında bulunmakta, ulus markalama ise, pazarlama ve reklamcılıktan beslenmektedir."[542] Karıştırılıyor

[541] Aslı Yağmurlu, "Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalaşması: Bir Elmanın İki Yarısı Mı?", **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, C. Güz, No: 49, t.y., s. 131.
[542] Yağmurlu, **a.g.e.**, s. 135.

olmakla birlikte bütün bu araçlar ülkelerin uluslararası kamuoyunda konumlarını belirginleştirmek için başvurdukları önemli stratejik yaklaşımlardır.

### 2.3.1. Orta Güçlerin Mücadele Alanı: Kamu Diplomasisi

Küreselleşme süreci, birçok alanı paradigma değişimine zorladığı gibi diplomasi anlayışı da bir değişim geçirmiştir. Geçen yüzyılda ülkeler stratejik bir araç olarak propagandayı kullanmayı yeğlerken[543] küreselleşme ile daha etkileşimli, hedef kitlelerin merkezde yer aldığı, iletişim teknolojilerinin süreci yönlendirdiği, ulus devletlerin küresel bir vizyonla hareket etmelerini mecburi kılan bir yaklaşım önem kazanmıştır. İmajın hakikatin önüne geçtiği bir dönemde, bir ülkenin nasıl algılandığını yönetmemesi düşünülemez. Birçok ülke ve yabancı kamuoyu için bir ülkenin gerçekte ne olduğundansa ne söylediği, nasıl algılandığı daha önemli hale gelmiştir. Bu noktada kamu diplomasisi ülkelerin algıları yönetmede başvuracakları önemli bir güçtür.[544] Konuya başka bir pencereden bakıldığında; ulusal yahut uluslararası kamuoyunun bir ülke hakkında bilebilecekleri gördüklerinden, gösterilenden; o ülkeyle ilgili anlatılan hikâyeden ibarettir. Bu çerçevede kamu diplomasisi, hikâyeyi doğru kanaldan anlatma gayretlerinin bir birleşimidir.

Küreselleşme ile artık soğuk savaş dönemindeki görece "güvenli" dünya kaybolmuş ve tam tersine rekabetçi bir dünya oluşmuştur[545] ve bu rekabet içinde ülkeler kendi göbek bağını kendileri kesmek zorundadır. Bunun için de ülkeler sahip oldukları değerlerini etkin bir şekilde kamularına aktarmak durumundadırlar. Tam da bu noktada markalaşma, ülke markası, ulus markalama gibi kavramlar ve uygulayıcı olarak da kamu diplomasisi öne çıkmaktadır. Kamu diplomasisi ülke markası inşasında değerlere odaklanmakta, bireysel ve kurumsal ilişkilerin ve diyaloğun tesis

[543] Abdullah Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, ed. Barış Kılınç, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2016, s. 13.
[544] İbrahim Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 155.
[545] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 21.

edilme sürecine önem vermektedir.[546] Denebilir ki kamu diplomasisi bir anlamda ülkelerin marka iletişimini yapmaktadır.[547] Ülke markasının önem arz ettiği bu yeni dönemde küreselleşme devlet dışı aktörlerin de aktif bir şekilde sürece katılabilmesine imkân tanımıştır. Diplomasinin çoğunu yürüten ulus devlet yaklaşımı; kamuoyunun (yerli veya yabancı kamuoyu) çok merkezi bir konumda yer aldığı uluslararası bir yaklaşıma yerini bırakmış; kamuoylarının doğru bir şekilde bilgilendirilmesi ve ülkelerin hedefleri doğrultusunda ikna edilmesi önemli hale gelmiştir.[548] 20. yüzyılda kamuoyunun dikkate alınmadığı propaganda temelli yaklaşım, 21. yüzyılda paradigma değişimiyle birlikte kamuoyunun merkeze alındığı; hedef kitlelerle iletişim, etkileşim ve iknanın öneminin arttığı bir anlayışa doğru evrilmiştir.[549]

Değişen paradigma ile kamuoylarının ne düşündüğü, ne hissettiği ve ne yaptığı önemli hale gelmiş ve ülkelerin kamuoylarını yönlendirmesi, etkilemesi, cezbetmesi zaruri hale gelmiştir. Geçmiş yıllarda da kamuoylarının etkilenmesi önem arz etse de kamu diplomasisi 20. yüzyılın bir ürünüdür. 1960'ların ortalarında eski ABD'li diplomat Edmund Gullion tarafından ortaya atılan kamu diplomasisi kavramı, hükümetlerin denizaşırı bilgilendirme faaliyetlerini aşağılayıcı çağrışımlar kazanmış olan "propaganda" teriminden uzaklaştırmak için geliştirilmiştir. Yıllar içinde kamu diplomasisi, bir hükümetin politika mesajlarını kendi iç hedef kitlesine iletmek için tasarlanmış faaliyetleri ve programları anlamına gelen halkla ilişkilerden farklı bir anlam taşımaya başlamıştır.[550] Eski tarz diplomasi anlayışında bir hükümet belli konulardaki görüşlerini doğrudan diğer devletlerin karar vericilerine iletmesi söz konusudur. Yani süreç devletten-devlete şeklinde ilerlemektedir. Ancak 21. yüzyılda diplomasi paradigmasındaki değişim ile toplumdan-topluma şeklinde bir anlayış ile

[546] Göran Bolin, Per Ståhlberg, "Between Community and Commodity. Nationalism and Nation Branding", **Communicating the Nation. National Topographies of Global Media Landscapes**, ed. Anna Roosvall, Inka Salovaara Moring, Gothenburg, Nordicom, 2010, s. 82.
[547] Seda Mengü, Gonca Yıldırım, "Halkla İlişkilerin Kamu Diplomasisinde Etkin Kullanımı", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 72.
[548] Emine Yavaşgel, **Siyasal İletişim: Kavramlar ve Ardındakiler**, Ankara, Ebabil Yayıncılık, 2004, s. 1.
[549] Abdullah Özkan, "Yeni Yüzyılda Türkiye'nin Kendi 'Hikaye'sini Yazmasında İletişim Stratejisi Olarak Kamu Diplomasisinin Rolü", **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, Ankara, Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 2015, s. 232.
[550] USC Center on Public Diplomacy, "What Is PD?", **USC Center on Public Diplomacy**, (15.10.2022), (Çevrimiçi) https://uscpublicdiplomacy.org/page/what-is-pd, 15.10.2022.

diplomasi süreci tabana yayılmış, devlet dışı aktörler de söz sahibi olmaya başlamış ve sonuçta geleneksel diplomasi anlayışı dönüşmüştür.[551] Bu dönüşümle birlikte küresel sistem hükümet dışı aktörlerin de sürece dahil olmasıyla daha dinamik, çok boyutlu ve kontrolü daha zor bir özelliğe kavuşmuştur.[552]

Geleneksel diplomaside amaç hükümetlerin, karar vericilerin etkilenmesi ve onlarla gerçekleştirilecek iletişimlerdir. Ancak kamu diplomasisinde hükümet dışı aktörler ve kamuoyları ile etkileşim amaçlanmaktadır.[553] Dikkat edilmesi gereken nokta hükümet dışı aktörlerin odak olmasına rağmen kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi faaliyetlerine (devletten devlete) destek olmak amacıyla yapılmaktadır.[554] Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasi uygulamalarından vazgeçilmesi değil ikisinin birlikte gerçekleştirilmesidir. Simonin'in deyimiyle "geleneksel diplomasiyi aşarak kamuoyuna yayılmasıdır."[555] Bu faaliyetlerin geniş kitlelere ulaştırılması için de geleneksel medya, yeni medya ve uluslararası yayıncılık mecralarından faydalanmaktadır[556] çünkü kamu diplomasisinin hedef kitlelere ulaşmak için kullandığı en önemli araç kitle iletişim araçlarıdır.[557] Bu araçları kullanarak kamu diplomasisi kamuoylarını etkilemek için kültür, eğitim, sanat, spor ve teknoloji alanlarında uygulamalarda bulunmaktadır. Yıllar içinde de bahsi geçen alanların kendi alt kamu diplomasisi dalları oluşmuştur. Kültürel diplomasi, eğitim diplomasisi, bilim diplomasisi, sanat diplomasisi, spor diplomasisi, teknoloji diplomasisi, dijital diplomasi gibi oluşan bu alt dallar kamu diplomasisi faaliyetlerinin spesifik alanlarda, uzmanlaşmış ve odaklanmış şekilde yürütülmesine imkân tanımaktadır.

---

[551] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 13.
[552] Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", s. 146.
[553] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 14.
[554] Erhan Doğan, "Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar Ve Kısıtları Üzerine", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 13.
[555] "Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities", **The Fletcher Forum of World Affairs**, C. 32, 2008, s. 24.
[556] Barış Kılınç, H. Hande Kaynar, "Kamu Diplomasisinin Araçları ve Uygulama Alanları", **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, ed. Barış Kılınç, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2016.
[557] Gaye Aslı Sancar, **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2012, s. 185.

Kamu diplomasisi, bir ülkenin dış politikasının uygulamalarında dış kamuoyunun tutumlarının etkilenmesi için yürüttüğü faaliyetleri içermektedir.[558] Aynı zamanda, hükümetlerin yabancı kamularla ülkelerinin fikirlerine, ideallerine ve ülke çıkarlarına hizmet edecek şekilde sempati oluşturma amacıyla kurdukları iletişim sürecine vurgu yapmaktadır.[559] Basitçe kamu diplomasisi, uluslararası bir aktörün yabancı bir kamuyla ilişki kurarak uluslararası çevreyi yönetme girişimidir.[560] Aynı zamanda kamu diplomasisi, başka bir ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla da o ulusun halkını ve aydınlarını etkilemeye çalışmaktadır.[561] Etkilemek istenilen asıl grubun (karar mekanizmaları, yasama kademeleri) ikincil hedef kitle (aydınlar, kamuoyu, seçmen) aracılığı ile harekete geçirilmesi amaçlanmaktadır.[562] Burada maksat, geniş halk kitleleri (yabancı kamuoyu) vasıtasıyla karar vericiler üzerinde baskı kurularak diğer ülkelerin politikalarında kendi ülkelerinin çıkarları doğrultusunda oluşacak kararlara etki etmektir.

Kamu diplomasisinin uygulamasında iki farklı yaklaşımdan söz edilebilir: katı ve esnek yaklaşım. Katı kamu diplomasisi anlayışında propagandanın ve hedef kitleleri ikna etmenin merkezde yer aldığı, geleneksel kitle iletişim araçlarının (televizyon, radyo, gazete, dergi) daha fazla tercih edildiği, hedeflere kısa yoldan ve hızlıca ulaşmayı amaçlayan bir yaklaşım vardır.[563] Esnek yaklaşımda ise karşılıklı anlayış amaçlanmakta; kültür, bilim eğitim, spor, sanat gibi yumuşak güç unsurları kullanılmakta; karşılıklı iletişim ve etkileşim temel alınmaktadır.[564] Cull, katı ve esnek yaklaşımı eski ve yeni kamu diplomasisi olarak isimlendirerek yeni kamu

[558] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 13.
[559] Benno Signitzer, "Public Relations and Public Diplomacy: Some Conceptual Explorations", **Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations**, ed. Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler, Krishnamurthy Sriramesh, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, s. 206.
[560] Nicholas John Cull, **Public Diplomacy: Lessons from the Past**, Los Angeles, Figueroa Press, 2009, s. 12.
[561] Potter'den aktaran Meltem Ünal Erzen, "Kamu Diplomasisinin Kapsamı ve Geleceği", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 37.
[562] Ünal Erzen, **a.g.e.**, s. 37.
[563] Benno Signitzer, Timothy Coombs, "Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences", **Public Relations Review**, C. 18, No: 2, 1992, s. 140.
[564] Signitzer ve Wamser'den aktaran Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 15.

diplomasisinin özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:[565] 1) Uluslararası aktörler giderek geleneksel yapılardan sıyrılmakta ve sivil toplum örgütleri özellikle öne çıkmaktadır. 2) Dünya kamuoyuyla iletişim kurmak için kullanılan mekanizmalar yeni, gerçek zamanlı ve küresel teknolojilere (özellikle internet) taşınmıştır. 3) Kullanılan yeni teknolojiler, yerel ve uluslararası haber alanları arasındaki eskiden katı olan çizgileri bulanıklaştırmaktadır. 4) Eski propaganda kavramlarının yerine kamu diplomasisi (pazarlama, yer ve ulus markalama, yumuşak güç gibi) kavramları önem kazanmıştır ve yeni bir terminoloji oluşmaya başlamıştır. 5) Yeni kamu diplomasisi ile Soğuk Savaş döneminin diplomasi aktörlerinden insana **(actor-to-people)** anlayışı terk edilerek insandan insana **(people-to-people)** iletişimin öncelendiği bir yaklaşım benimsenmiştir. 6) Eski tarz yukarıdan aşağıya iletişimden vazgeçilerek ilişki kurmanın önemi fark edilmiştir. Bu özellikler yeni diplomasi anlayışını daha iyi anlatmakla birlikte böyle bir yaklaşım, kısa vadede dışişleri bakanlıkları tarafından uygulanan geleneksel devletler arası diplomasinin yerini alamayacak, ancak bu bakanlıkların iş yapma şeklini derinden etkileyecektir. Her zamankinden daha fazla, dışişleri bakanlıkları ve diplomatların ikili ve çok taraflı diplomasinin ötesine geçmesi ve yeni küresel aktörlerle ilişkiler kurması ve yürütmesi gerekecektir.[566] Paradigma değişimi ile yeni kamu diplomasisi dikkat çekmekle birlikte Cull'un insandan insana olarak tanımladığı sürecin gerçekleşmesi için bu anlayışın olgunlaşması gerekmektedir.

Leonard ise 2002'deki makalesinde kamu diplomasisinin 4 amacı olduğunu belirtmiştir. İnsanların ülke hakkında düşünmesini sağlayan ve ülke hakkındaki imajlarını güncellemeyi amaçlayan **tanınırlığı artırma**. Bir ülke hakkında olumlu algılar yaratmayı amaçlayan **değerini artırma**. Uluslararası kamuoyunun bir ülkeyi turizm ve eğitim için çekici bir destinasyon olarak görmesi, o ülkenin ürünlerini satın almasını içeren **insanların ilgisini çekme**. Şirketlerin yatırım yapmasını sağlama, ülkenizin pozisyonları için kamu desteğini teşvik etme ve politikacıları bir müttefik olarak buna dönmeye ikna etme gibi alanlara karşılık gelen **insanların davranışlarını etkileme.** Bu amaçların gerçekleştirilmesi için hükümetlerin üç alanda çalışmaları

[565] **Public Diplomacy**, s. 12-13.
[566] USC Center on Public Diplomacy, "What Is PD?"

gereklidir: günlük konularda iletişim, stratejik iletişim ve uzun süreli ilişkiler geliştirme.[567]

Kamu diplomasisi yaklaşımı ilk ortaya çıktığı yıllarda iletişimin tek kaynağı olarak hükümet görünmekteydi. Halen hükümetler, devlet görevlileri, yabancı ülke misyonları veya bürokratlar kamu diplomasisi faaliyetleri için önemli aktörlerdendir. Ancak yıllar içinde kamu diplomasisinin ruhuna uygun şekilde hükümet dışı aktörler de **(non-state actors)** söz sahibi olmaya başlamıştır. Bu aktörler, kimi zaman devletle kimi zaman da devletten bağımsız şekilde kamu diplomasisi çalışmalarını yürütmektedirler.[568] Şu bir gerçektir ki kamu diplomasisini kullanan ülkeler "öncelikle" kendileriyle ilgili imajları güncellemekte, yanlış anlamaların düzeltilmesini sağlamakta, başka toplumlarla yakınlaşmayı sağlayacak iletişim köprüleri inşa etmektedir.[569] Ancak bunlar gerçekleştirilirken de "sivil toplum örgütleri, kanaat önderleri, bilim, kültür ve sanat insanları artık yeni uluslararası düzende hem politikaların oluşumuna hem de uygulanmasına destek vermektedir."[570] Bu noktada ilk sayılması gereken, sivil toplum örgütleridir. Devletin ulaşmada zorluk yaşadığı alanlarda sivil toplum örgütleri geniş kitlelere ulaşma imkanına sahip olmaları sayesinde kamuoyunun dikkatini çekmektedir. Bir diğer aktör üniversiteler ve okullardır. Bilim diplomasisi yahut eğitim diplomasisinin önem kazandığı günümüzde üniversiteler sempozyum, panel, konferans gibi akademik faaliyetlerle uluslararası arenada ülkelerini temsil ederek mesajların etkin şekilde iletilmesine yardımcı olmaktadırlar. Bir diğer önemli aktör grubu kanaat önderleridir. Kamu diplomasisi, iki aşamalı akış kuramını aktif bir şekilde kullanarak hedef ülkelerin kanaat önderlerine ve karar vericilerine ulaşmaktadır. Kanaat önderlerinin de mesajı kendi kitlelerine ileteceğini varsayan iki aşamalı akış kuramı sayesinde hedef kitle daha dar tutularak strateji daha başarılı şekilde kurulabilmektedir. Bu sayılanların haricinde iç hedef kitle; medya ve haber ajansları; özel sektör temsilcileri ve küresel işletmeler; uluslararası aktörler; sendika, ticaret odası gibi baskı grupları da kamu

[567] Leonard'dan aktaran Kirsten Bound vd., **Cultural Diplomacy**, Londra, Demos, 2007, s. 24.
[568] Sancar, **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, s. 90.
[569] Mark Leonard, Vidhya Alakeson, **Going Public: Diplomacy for the Information Society**, Londra, Foreign Policy Centre, 2000, s. 10.
[570] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 13.

diplomasisi aktörü olarak düşünülmelidir.[571] Diplomasi kelimesinin doğrudan devleti **(governance)** çağrıştırmasından dolayı kamu diplomasisinin de devlet kontrolünde yapılması gerekliliğine ilişkin bir yanılsama görülmektedir. Ancak, kamu diplomasisinin özünde hükümet dışı aktörlerin de sürece dahil olmaları önem teşkil etmektedir. Elbette devletlerin yabancı kamuoylarına dönük faaliyetler yürütmesi gereklidir ancak sadece devlet eliyle bir kamu diplomasisi yaklaşımı eksik bir yaklaşım olacaktır.

Kamu diplomasisi, henüz kendi teorik zeminini tam olarak kuramamış olmakla birlikte iletişim bilimleri, uluslararası ilişkiler, pazarlama ve siyaset bilimi başta olmak üzere farklı disiplinlerin kuramsal altyapısından beslenmektedir. Kamu diplomasisi; yumuşak güç, sert güç, akıllı güç,[572] gündem belirleme, ülke markalama, şehir markalama, kültürel diplomasi, dijital diplomasi, değişim diplomasisi, insani diplomasi gibi kavramların aktif şekilde kullanıldığı stratejik bir yaklaşımı ifade etmektedir.[573] Bu bağlamda Gilboa, **Searching for a Theory of Public Diplomacy** isimli makalesinde[574] kamu diplomasisinin çerçevesini çizmeye çalışmıştır. Sosyal bilimlerin uluslararası ilişkiler (yumuşak güç), iletişim (medya ve kamuoyu), halkla ilişkiler (imaj ve itibarın yükseltilmesi) ve markalama (ulusların ve yerlerin satılması) alanlarının kesişim noktasında oluştuğunu iddia ettiği kamu diplomasisine ilişkin çerçevesi alana ilişkin teorik zemini güçlendirmektedir.

**Tablo 6: Kamu Diplomasisi Çerçevesi**

| | **Acil** | **Orta Seviye** | **Uzun Süre** |
|---|---|---|---|
| **Zaman** | Saatler/Günler | Haftalar/Aylar | Yıllar |
| **Amaç** | Reaktif | Proaktif | İlişki yönetimi |

[571] Sancar, **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, s. 91-107.
[572] Akıllı güç, sert ve yumuşak gücün birleşimidir. Hillary Clinton tarafından ilk defa kullanılan kavramda yumuşak ve sert gücün etkileşimli şekilde kullanılmasını ve her ikisinin de etki ve sınırlılıklarının bilinmesini öngörmektedir. Bkz. Joseph S. Nye, "Smart Power", **New Perspectives Quarterly**, C. 26, No: 2, 2009, s. 7.; Ernest J. Wilson, "Hard Power, Soft Power, Smart Power", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, C. 616, No: 1, 2008, s. 116.
[573] Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, "Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç", **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, ed. Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, Ankara, Nobel Yayıncılık, 2015, s. 10.
[574] Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, C. 616, No: 1, 2008, s. 55-77.

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Medya ve Kamuoyu** | Haber yönetimi | Stratejik iletişim | Uygun koşulların tesisi |
| **Devlet** | Yakından bağlantılı | Kısmen bağlantılı | Uzaktan bağlantılı |
| **Kamu Diplomasisi Aracı** | Savunuculuk, uluslararası yayın, siber kamu diplomasisi | Uluslararası halkla ilişkiler, kurumsal diplomasi, diaspora diplomasisi | Kültürel diplomasi, değişimler, markalaşma |

**Kaynak: Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy", The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, C. 616, No: 1, 2008, s. 73**

Gilboa'nın çerçevesi[575] acil, orta seviye ve uzun sürede gerçekleştirilmesi gereken kamu diplomasisi faaliyetlerinin hangi zaman dilimini kapsadığı, amacının ne olduğu, kamuoylarına ulaşmak için hangi medyanın kullanılacağı, devletin sürece ne kadar dahil olduğu ve hangi araçlarla kamu diplomasisinin yürütülmesi gerektiği üzerine dağınık duran kapsamı toparlar mahiyettedir.

Bunların yanında kamu diplomasisinin daha çok hangi ülkeler tarafından yapılması gerektiği veya yapıldığı noktasında araştırmalar orta güç kavramını ortaya çıkarmaktadır. Soğuk savaş sonrası yumuşak güç söyleminin yükselmesi ile uluslararası ilişkilerde klasik yaklaşımların ötesinde yeni bir konsept olarak orta güç kavramı popüler hale gelmiştir. Orta güç, süper güç ile küçük ölçekli güç arasında yer almaktadır. Ancak buradaki önemli belirleyici, hangi kritere göre bir sıralama yapılacağıdır.[576] Ekonomik büyüklük, askeri güç, diplomasi becerisi, kültürel çekim, coğrafi genişlik, uluslararası ticaret hacmi, nüfus, teknolojik altyapı gibi birçok kıstas burada dikkat çekici olabilir. Tanımlaması zor olsa da büyük güçlerden daha az maddi kaynağı olan, iyi bir küresel vatandaşlık sergileyen, uluslararası örgütlerle çalışan, arabuluculuğu ve barışçıl çatışma çözümünü teşvik eden ülkeler orta güçteki devletlerdir. Orta gücün kim olduğuna ilişkin ise bir kafa karışıklığı vardır. Çünkü her potansiyel ülke, orta güç sınıflandırması içinde sayılabilecek kimi özellikleri gereği

[575] Gilboa, **a.g.e.**, s. 73.
[576] Eytan Gilboa, "The Public Diplomacy of Middle Powers", **Public Diplomacy Magazine**, C. 2, No: Summer 2009, 2014, s. 22.

kendisini buraya ait olarak görmekte ve bunu iddia etmektedir ancak kimi özellikleri ise o ülkeyi orta güç klasmanından dışarıya itmektedir. Bu noktada yine de uluslararası olarak geçerliliği olan kimi kıstaslar vardır: diğer devletlerle iyi çalışma, şirket ve sivil toplum örgütlerinin güçlü yanlarının bir karışımı ve devletin markasını değiştirme yeteneği.[577] Bu kıstasların hangisine hangi oranda sahip olmanın o ülkeyi orta güç yapacağı yine bir sorun olarak dursa da tartışmanın çerçevesini çizmek adına en azından bir başlangıç noktası sayılabilir. Bu çerçevede Kanada, Avustralya, Norveç, İsveç, Hollanda ve Japonya[578] orta güç olarak düşünülebilir.[579]

Orta güçlerin bu tartışmalı konumlarının yanında bir de sınırlı maddi yetenekleri sebebiyle nüfuz edemedikleri birçok uluslararası mesele meydana gelmektedir. Bu noktada bu ülkelerin hareket alanı kazanmalarını sağlayan enstrüman ise kamu diplomasisidir.[580] Bátora'ya göre ise küçük ve orta ölçekli devletler yeterince sert güce sahip olmadıkları için kamu diplomasisi bu ülkelere önemli bir fırsat sunmaktadır.[581] Denebilir ki kamu diplomasisi, orta güçler için biçilmiş kaftandır. Bu noktada özellikle orta güçteki ülkelerin yumuşak güç araçlarını etkin bir şekilde kullanmaları, diğer ülkeler nezdinde cazibesi yüksek bir ülke konumu için önem arz etmektedir.

---

[577] Andrew F. Cooper, "Middle Powers: Squeezed Out or Adaptive into New Roles?", **Public Diplomacy Magazine**, C. 2, No: Summer 2009, 2014, s. 33.
[578] Gilboa, "The Public Diplomacy of Middle Powers", s. 23.
[579] Türkiye, kimi araştırmacılar tarafından orta güç sayılırken kimileri tarafından da yükselen güç **(emerging power)** veya yükselen orta güç **(emerging middle power)** olarak dikkate alınmaktadır. Bkz. Andrew F. Cooper, Agata Antkiewicz, Timothy M. Shaw, "Lessons from/for BRICSAM about South-North Relations at the Start of the 21st Century: Economic Size Trumps All Else?: Economic Size Trumps All Else?", **International Studies Review**, C. 9, No: 4, 2007, s. 675; Andrew F. Cooper, Mo Jongryn, "The Middle 7 Inititaive", **Middle Powers and G20 Governance**, ed. Mo Jongryn, New York, Palgrave Macmillan, 2012, s. 110; Bruce Gilley, Andrew O'Neil, "China's Rise through the Prism of Middle Powers", **Middle Powers and the Rise of China**, ed. Bruce Gilley, Andrew O'Neil, Washington, DC, Georgetown University Press, 2014, s. 5; Meltem Müftüler, Müberra Yüksel, "Turkey: A Middle Power in the New Order", **Niche Diplomacy: Middle Powers after the Cold War**, ed. Andrew F. Cooper, Londra, Palgrave Macmillan, 1997, s. 184.; Ellen Huijgh, Jordan Warlick, **The Public Diplomacy of Emerging Powers: The Case of Turkey**, Los Angeles, Figueroa Press, 2016; Andrew F. Cooper, "The Public Diplomacy of Middle Powers", **Public Diplomacy Magazine**, C. 2, No: Summer 2009, 2014, s. 29-34.
[580] Gilboa, "The Public Diplomacy of Middle Powers", s. 24.
[581] "Public Diplomacy Between Home and Abroad: Norway and Canada", **The Hague Journal of Diplomacy**, C. 1, No: 1, 2006, s. 55.

Bu çerçevede orta güç, yükselen güç, bölgesel güç gibi isimlerle anılan ve kendi tarihi ve coğrafyasıyla yeniden barışmaya çalışan Türkiye ise küreselleşen dünyada yerini sağlamlaştırmaya çalışmaktadır. Soğuk savaş dönemindeki gerilimli ve indirgemeci anlayışını terk ederek diplomaside aktör bir konuma gelmeye gayret etmektedir.[582] Türkiye'nin, Balkanlar'dan Orta Asya'ya, Ortadoğu'ya ve Afrika'nın birçok ülkesine kadar uzanan geniş bir coğrafyada etkili olan yumuşak güç potansiyeli askeri, iktisadi veya teknolojik bir üstünlükten ziyade ortak tarihi miras ve kültürel havzadan beslenmekte ve geniş bir coğrafya için cazibe merkezi olarak görülmektedir.[583] Türkiye'nin tarihi miras, kültürel değerler, stratejik konum ve insan kaynak alanlarındaki güçlü konumuna rağmen uluslararası arenada hak ettiği değeri görememektedir. Bunun sebebi de nihai olarak ulus markalamasının hedeflendiği bir kamu diplomasisi stratejisinin bulunmamasıdır.[584] Elbette Avrupa'da ve dünyada yüzyıllar içerisinde oluşmuş bir Türk algısının[585] bir anda değişmesini yahut güncellenmesini beklemek abesle iştigaldir. Tarihin dil, kelimeler, remizler, zihinlerdeki resimler ve anlattığımız hikayelerde kurucu bir figür olduğuna göre[586] zihinlerdeki Türkiye algısı dünden bugüne kurulmadığı gibi bugünden yarına da değişmeyeceği açıktır.

### 2.3.2. Sopa ve Havuç Yerine Cazibe Merkezi Olmak: Yumuşak Güç

Kamu diplomasisi ile yumuşak güç arasında bir ilişkinin olduğu bellidir ancak yine de bu ilişkinin nasıl olduğuna ilişkin bir belirsizlik mevcuttur. En temel haliyle kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler düzleminde ülkelerin imaj ve itibarını karşılıklı anlayış ile artırmayı amaçlamaktadır[587] ve bunu gerçekleştirmenin yolu da yumuşak güç unsurlarının etkin şekilde kullanılmasından geçmektedir. Belirtmek gerekir ki

[582] Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", s. 145.
[583] Kalın, **a.g.e.**, s. 149.
[584] Abdullah Özkan, "Role of Public Diplomacy in Establishing Nation Branding and Bublic Diplomacy Possibilities of Turkey", **European Journal of Research on Education**, No: Special Issue: International Relations, 2014, s. 3-4.
[585] Bu algının şekillenmesinde Batı'nın kurguladığı ötekinin de rol oynadığının farkında olmak yerinde olacaktır.
[586] Aktaran Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", s. 155.
[587] Simonin, "Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities", s. 24.

uluslararası ilişkilerde diğer ülkeleri ve özellikle onların halklarını etkilemek için güç önemli bir kavramdır ve güç deyince kas gücü, kaba kuvvet akla gelmektedir. Gücün uluslararası ilişkilerdeki ilk anlamı olan bu yaklaşım Soğuk Savaş dönemindeki sert güce **(hard power)** karşılık gelmektedir ve özellikle askeri ve iktisadi alanda bir nüfuza sahip olmaya işaret etmektedir. Bu noktada Joseph Nye, sert gücün yahut kaba kuvvetin teşvik (havuç) veya tehdit (sopa) ile olabileceğini ifade etmekte;[588] bunların yanında kamu diplomasisinin teorik ve uygulama alanlarıyla yakından ilişkili ve genellikle birlikte zikredilen yumuşak güç **(soft power)** kavramını önermektedir. Şu bir gerçektir ki 21. yüzyılda değişen paradigma ile güç ilişkileri de değişime uğramış, güç kavramı yumuşamıştır, incelmiştir. Artık birçok ülke bilim, sanat, kültür, spor, eğitim gibi yumuşak güç (ince güç olarak kullananlar da vardır) enstrümanlarına sahip olmak; bu enstrümanlar ile "başka ülkeleri etkilemek, onlar için cazip bir ülke konumuna gelmek ve bu süreçte kendi politikalarını başka ülkelere kabul ettirmek" için çaba sarf etmektedir.[589] Ancak yumuşak güç kullanımı sert gücün terki anlamına gelmemelidir. Yumuşak güç sert güç ile koordineli olduğunda etkisi artmaktadır.[590] Kamuoyu görüşlerinin çokça önem arz ettiği günümüzde tek başına sert güç ile bir ülkenin etkinliğinin yeterli olmayacağı gibi; sadece yumuşak güç ile de yabancı kamuoyları etkilenemeyecektir. Bu noktada gözden kaçırılmaması gereken yumuşak gücün en az sert güç kadar etkin bir işleve sahip olduğudur.

Bir ülkenin yumuşak gücü öncelikle üç sütun üzerinde inşa edilmektedir: kültür (başkaları için çekici olduğu yerlerde); politik değerler[591] (yurtiçinde ve yurtdışında onlara uygun davranıldığında); ve dış politikalar (meşru ve ahlaki otoriteye sahip olunduğunda).[592] Daha detaylı bir yumuşak güç inşasında ise bu sütunlar **(pillar)** zamanla çoğaltılmış ve **Global Soft Power Index'**in 2023 raporunda 8 sütun olarak

[588] Joseph S. Nye, **Yumuşak Güç**, 1. bs, İstanbul, BB101, 2017, s. 24.
[589] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 14.
[590] Ien Ang, Yudhishthir Raj Isar, Phillip Mar, "Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?", **International Journal of Cultural Policy**, C. 21, No: 4, 2015, s. 367.
[591] "Özgürlüklerin önünü açan, paylaşımcı, insanı merkeze alan, adil, şeffaf ve demokratik bir siyasal düzene" sahip olmak bir ülkenin en önemli yumuşak güç unsurudur. Bkz. Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", s. 148.
[592] Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, C. 616, No: 1, 2008, s. 96.

belirtilmiştir. Bu sütunlar iş ve ticaret; yönetişim; uluslararası ilişkiler; kültür ve miras; medya ve iletişim; eğitim ve bilim; insanlar ve değerler ve sürdürülebilir gelecek başlıklarıdır.[593] Özetlemek gerekirse sanat, spor, bilim, kültür, eğitim gibi alanlarda oluşturulan artı değerler sayesinde diğer ülkeler için cazibe merkezi olmaya çalışmak yumuşak gücün temel gayesidir. Bu bağlamda yumuşak gücün etkisi doğrudan değil dolaylı bir etkidir. Nitekim yumuşak güç sadece nüfuz etme, ikna etme ve insanları harekete geçirme becerisi değil bunlardan fazlasıdır. Öz bir ifadeyle "yumuşak güç insanları cezbetme becerisidir ve cazibe çoğu zaman kabullenmeye yol açmaktadır."[594]

Nye, gücü üç grupta değerlendirerek bunları askeri, ekonomik ve yumuşak güç olarak ifade etmektedir:

**Tablo 7: Gücün Üç Birimi**

| | **Davranışlar** | **Temel Araçlar** | **Hükümet Politikaları** |
|---|---|---|---|
| **Askeri Güç** | • Zorlama<br>• Caydırma<br>• Koruma | • Tehdit<br>• Baskı | • Zorlayıcı diplomasi<br>• Savaş<br>• İttifak |
| **Ekonomik Güç** | • Teşvik<br>• Zorlama | • Karşılıklar<br>• Yaptırımlar | • Yardım<br>• Rüşvet<br>• Yaptırımlar |
| **Yumuşak Güç** | • Cazibe<br>• Gündem belirleme | • Değerler<br>• Kültür<br>• Politikalar<br>• Kurumlar | • Kamu diplomasisi<br>• İki taraflı ve çok taraflı diplomasi |

**Kaynak: Joseph S. Nye, Yumuşak Güç, 1. bs, İstanbul, BB101, 2017, s. 57.**

Askeri ve ekonomik güçler sert gücün elemanları olarak birçok ülke için yüzyıllardır başvurulan bir yöntemdir ancak yumuşak güç unsurları değişen paradigma ile önemli hale gelmiş hatta birçok ülke için mecburi bir yaklaşım olmaya başlamıştır. İnce (yumuşak) gücün başarısı için birçok enstrüman fayda sağlayabilir: Kültür, eğitim, sanat, basılı/görsel/işitsel medya, film, şiir, edebiyat, mimari, yüksek öğretim (üniversiteler, araştırma merkezleri), sivil toplum kuruluşları, turizm, gastronomi vd.

[593] Brandirectory, "Global Soft Power Index", **Brand Finance Brandirectory**, s. 14, (06.05.2023), (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/softpower, 06.05.2023.
[594] Nye, **Yumuşak Güç**, s. 26.

Bu unsurların doğru bir stratejiyle kullanımı ile oluşacak yumuşak güç bir ülkenin sosyal sermayesini şekillendirecektir.[595] Her bir enstrümanın çeşitli kamuoyları için ülkelerin kabullenmeye yol açan bir nevi anahtar görevi gördüğü açıktır. Haliyle bir ülkenin bütün bu milli/ulusal değerlerinin etkin şekilde kullanımı o ülkenin yabancı kamuoyları nezdinde oluşacak cazibesine etki etmektedir.

Nye yumuşak gücün kaynaklarını, uzmanlarını ve alıcılarını tablodaki gibi sınıflandırmaktadır:[596]

**Tablo 8: Yumuşak Gücün Kaynakları, Uzmanları ve Alıcıları**

| **Kaynaklar** | **Uzmanlar** | **Alıcılar** |
|---|---|---|
| **Dış politikalar** | Hükümetler, medya, sivil toplum kuruluşları, hükümetler arası kuruluşlar **(Intergovernmental organizations)** | Yabancı hükümetler ve halklar |
| **Yerli (domestic) değerler ve politikalar** | Medya, sivil toplum kuruluşları, hükümetler arası kuruluşlar | Yabancı hükümetler ve halklar |
| **Yüksek kültür** | Hükümetler, sivil toplum kuruluşları, hükümetler arası kuruluşlar | Yabancı hükümetler ve halklar |
| **Pop kültürü** | Medya, hedef pazarlar | Yabancı halklar |

**Kaynak: Joseph S. Nye, "Public Diplomacy and Soft Power", The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, C. 616, No: 1, 2008, s. 107.**

Burada dikkat edilmesi gereken yumuşak güç uygulamalarında sadece devletin/hükümetin değil medya, sivil toplum kuruluşları, şirketler gibi hükümet dışı aktörlerin de aktif olarak sürece dahil olmasıdır. Belirtmek gerekir ki gerek kamu diplomasisi ve gerek kamu diplomasisinin uygulama alanında başvuracağı enstrümanlar olarak yumuşak güç elemanlarının doğasında hükümet dışı aktörlerin süreçte yer almaları zaruri bir durumdur. Ayrıca sanıldığının aksine sadece yabancı kamuoyunu etkilemeye dönük bir yumuşak güç stratejisi yanlış bir stratejidir. Geleneksel diplomasinin faaliyet alanında yer alan hükümetler arası etkileşimlerde

[595] Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", s. 148.
[596] Nye, "Public Diplomacy and Soft Power", s. 107.

yumuşak güç, başvurulması gereken etkili bir yöntemdir. Kısacasık kamu diplomasisinin faaliyet alanında etkili bir enstrüman olarak yumuşak güç unsurlarına ihtiyacı vardır ve bilim, sanat, spor, eğitim, gastronomi gibi bir ülkenin kültürel değerleri bu noktada öne çıkan yumuşak güç araçlarıdır.

### 2.3.3. Dünyanın Geri Kalanına Kendi Hikayesini Anlatmak: Kültürel Diplomasi

Kültürün doğasında var olan etkileme/etkilenme, ismi geçmişte koyulmasa da insanlık tarihinde önemli bir yere tekabül etmektedir. Yüzyıllardır toplumların kültürel kaynakları başka toplumları etkilemiş; bu etkileşimlerden yeni kültürler doğmuştur. Benzer kültürel kalıpların dünyanın birbirinden çok farklı bölgelerinde yer alması da bunu göstermektedir. Ancak (kurumsal olmasa da) kasıtlı, niyetli bir kültürel diplomasi 19. Yüzyılın sonlarında görülmeye başlanmıştır. Fransa'da 1800'lerin sonlarında kültürel diplomasi terimi kullanılmaya başlanmış olsa da[597] kurumsal örnekleri İkinci Dünya Savaşı öncesinde Amerika'da görülmeye başlamıştır ve bu örnekler ilk başlarda ulusal çıkarları yönetmek için uygulanan bir hükümet politikası mesabesindedir. Bu tür bir kültürel diplomasi anlayışı 90'lı yıllara değin devam etmiştir ancak soğuk savaşın sona ermesiyle birçok ülke için kendi kültürünün bir cazibe merkezi haline gelmesi için çalışmalar hız kazanmıştır.

Cummings'e göre kültür diplomasisi veya kültürel diplomasi ülkeler ve onların halkları arasındaki fikir teatisine, bilgiye, sanata ve kültürün diğer ögelerine işaret etmekte ve karşılıklı anlayışı beslemektedir. Kültürel diplomasiyi özellikle Amerikan sanat diplomasisi üzerinden değerlendiren Cummings, kültürel diplomaside bütün gayretlerin bir ülkenin dünyanın geri kalanına "kendi hikayesini anlatmak"[598] olduğunu vurgulamaktadır.

Kültürel diplomasi, kamu diplomasisi ile yakından ilişkili, kimi zaman karıştırılan ve birbirinin yerine kullanılan bir terimdir ancak ikisi arasında güçlü bir

[597] Ang, Isar, Mar, "Cultural Diplomacy", s. 366.
[598] Milton C. Cummings, **Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey**, Washington, Americans for the Arts, 2009, s. 1.

ilişki olduğu muhakkaktır. ABD Dışişleri Bakanlığı'nın 2005 yılındaki **Cultural Diplomacy The Linchpin of Public Diplomacy** başlıklı raporunda kültürel diplomasi, kamu diplomasisinin temel taşı olarak tanımlanmakta ve bir ülkenin fikirlerinin en iyi kültürün aktarılması ile mümkün olduğu belirtilmektedir. Ancak asıl dikkat çeken nokta kültürel diplomasinin ABD'nin sert gücünün etkinliğine destek olması için tercih edilmesi gerektiğinin vurgulanmasıdır. Savaş ve çatışma zamanları bittiğinde yapılan kültürel diplomasinin yetersiz kaldığı, bu yüzden "savaştayken"[599] de bütün diplomasi faaliyetlerinin etkin bir şekilde kullanılması gerekliliği ifade edilmektedir.[600] Cull ise, kamu diplomasisinin uygulamasında beş unsurunun bulunduğunu belirtmekte ve bu unsurların arasına kültürel diplomasiyi de konumlandırmaktadır: 1) Tüm etkili kamu diplomasisinin temeli dinleme; 2) Savunuculuk; 3) Kültürel diplomasi; 4) Değişim; 5) Uluslararası yayıncılık.[601] Kültürel diplomasi mercek altına alındığında bir aktörün kendi kültürel kaynaklarını ve başarılarını uluslararası düzlemde tanıtarak veya kültürel unsurlarının cazibesini kolaylaştırarak uluslararası hedef kitlesinin algılarını yönetme girişimi olarak tanımlanabilir.[602] Glade ise kültürel diplomasiyi kamu diplomasisinin altında bir yere konumlandırarak ikisi arasındaki karşılıklı ve bütünleşik ilişkide[603] kültürel diplomasinin siyasi amacının daha dolaylı olduğunu ve olumlu bir genel zihniyet oluşturmak için ülke politikasını dinlemeye istekli kitleler yaratmayı amaçladığını belirtmektedir. Böylece kültürel diplomasi ülke politikasına bir sempati yaratmasa da en azından muhatap ülkedeki nüfuzlu kesimlerde var olan şüphenin azalmasını sağlayabilmektedir.[604] Bu çerçevede kültürel diplomasinin dolaylı etkisi önemlidir ve karar vericileri etkilemek için kamuoyunun etkilenmesi ve bunun için de en yaygın ve etkili uygulama alanı olarak kültürel çekim unsurlarının kullanılması

[599] Raporun yayımlandığı 2005 yılında ABD, Irak'ta ve Afganistan'da savaş halindeydi.
[600] US Department of State, "Cultural Diplomacy the Linchpin of Public Diplomacy", Report of the Advisory Committee on Cultural Diplomacy, U.S. Department of State, 2005, s. 1.
[601] Bunların yanında birçok araştırmacı tarafından kabul edilmese dahi ilişkili/paralel bir faaliyet olarak uluslararası harp de kamu diplomasi unsuru olarak sayılabilir. Cull, **Public Diplomacy**, s. 10.
[602] Cull, **a.g.e.**, s. 19.
[603] Örneğin, ABD'nin SSCB'nin küresel etkisini kırmak için uyguladığı antikomünist program olan **Marshall Planı**, kamu diplomasisi ile kültürel diplomasinin birlikte çalıştırıldığı bir uygulamadır. Bkz. William Glade, "Issues in the Genesis and Organization of Cultural Diplomacy: A Brief Critical History", **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, C. 39, No: 4, 2009, s. 243.
[604] **a.g.e.**, s. 242.

gerekmektedir.[605] Başka bir deyişle, kültürel diplomasi unsurlarının cazibesi ile kamuoyunun etkilenmesi ve böylelikle karar vericiler üzerinde bir baskı oluşturulması mümkün olacaktır.

Kültürel ilişkiler, yabancı kültürel ilişkiler, uluslararası kültürel ilişkiler, uluslararası kültürel değişim veya uluslararası kültürel iş birliği gibi ilk başlarda daha popüler olan terimlerin yerine ve hepsini içine alacak şekilde kültürel diplomasi terimi kullanılmaktadır.[606] Ancak bu kavram karmaşasında terimler (çok da farkında olunmadan) birbirinin yerine kullanıldığı için artık kültürel diplomasi şemsiye kavramının kullanılıyor olması derleyip toparlayıcı olmuştur. Arndt'e göre ise kültürel ilişkiler **(cultural relations)**[607] ile kültürel diplomasi birbiri ile karıştırılan kavramlardır. Kültürel ilişkiler hükümet müdahalesi olmadan doğal ve organik şekilde gerçekleştirilen faaliyetlere karşılık gelirken kültürel diplomasi ulusal hükümetlerin diplomatları, uzmanları tarafından ülkenin ulusal çıkarları[608] için şekillendirilip istenilen tarafa doğru yönlendirilen uygulamalardır.[609] Belirtmek gerekir ki bir ülkenin yumuşak gücünde kültürel çekicilikler etkilidir ancak tek başına bunlar bir yumuşak güç değildir. Bu bağlamda özellikle hükümetler tarafından yönlendirilen kültürel diplomasi çalışmalarında devletin politik hedeflerine ulaşmayı hedefleyen bir yumuşak güç stratejisi çizilmesi gereklidir.[610]

Ang ve arkadaşları kültürel diplomasi uygulamalarında oluşan bu kafa karışıklığı ve kültür ürünlerinin yumuşak güç unsuru olarak kullanılırken oluşan

---

[605] Ünal Erzen, "Kamu Diplomasisinin Kapsamı ve Geleceği", s. 37.
[606] Ang, Isar, Mar, "Cultural Diplomacy", s. 367.
[607] **British Council**'in faaliyetleri kültürel diplomasi olmakla birlikte bunu kültürel ilişkiler olarak isimlendirmektedir. Bkz. Cull, **Public Diplomacy**, s. 20. Bu tanımın seçilmesinde İngiliz kültürel diplomasi çalışmalarında örtük bir şekilde hükümet dahlinin olmadığı, British Council'in özerk bir şekilde çalıştığı vurgusu vardır.
[608] Raymond Williams'ın devletlerin kültür faaliyetlerini "gösterişçi kültürel politika" olarak nitelendirmektedir. Williams'a göre devletin kültürle ilişkisi gösteriş temeline oturmaktadır ve insanlar devletin bu yönünü hızlı bir şekilde kabul etmekte ve böylece bunun bir kültürel politika olduğunu anlamamaktadır. Hükümetlerin kültür politikalarını ve kültürel diplomasi faaliyetlerini yönlendirmesi "kaçınılmaz" olduğundan meselenin eleştirel tarafında bu tarz iddialar mevcuttur. Bkz. Yudhishthir Raj Isar, "Kültür Diplomasisi: Şişirilmiş Bir İtibar Peşinde mi?", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 113.
[609] Richard T. Arndt, **The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century**, 1. bs, Washington, Potomac Books, 2006, s. xviii.
[610] Ang, Isar, Mar, "Cultural Diplomacy", s. 368.

belirsizliği dile getirmektedirler.[611] Yazarlara göre kültürel diplomasi bir ulus-devlet için başarı ve tutarlı kültür politikalarından ziyade dağınık bir manzaradır.[612] Çünkü kültürel diplomasinin söylem ve uygulamaları arasında çatışma bulunmaktadır. Söylem tarafında bir ülkeyi dünyanın geri kalanına cazip, iyi, saygın, güvenilir bir şekilde sunma ve haliyle ulusal çıkarları öne çıkarma söz konusuyken uygulama tarafında özellikle sivil aktörler tarafından benimsenen herkesin yararına bir uluslararasılık teşviki söz konusudur. İlkinde amaç genişletilmiş milliyetçi bir söylemin üzerinde yükselen ulusal değerleri yüceltmek. İkincisinde ise ulusal bir bakışı aşan ve daha yüce bir iyiliği amaçlayan bir yaklaşım söz konusudur.[613] Bu ikili yapı arasındaki gerilim ve çatışma da haliyle bir kafa karışıklığına sebep olmaktadır. Aynı zamanda kültür tanımının zorluğu ve zemininin kayganlığı da hangi kültürel kaynakların diplomasisinin yapılacağı noktasında bir karışıklığa sebep olmaktadır. Geleneksel biçimde kültürel dendiğinde akla gelen yüksek kültürdür ve onun ürünleri de görsel sanatlar, edebiyat, tiyatro, dans ve müzik gibi kültür elemanlarıdır. Ancak günümüzde daha çok popüler kültür ögeleri vasıtasıyla kitlesel bir etki oluşturma gayreti vardır.[614] Dolayısıyla kültürel diplomasiyi kimin sahipleneceği, uygulama aşamasında nelere dikkat edileceği ve hangi kültürel değerlerin kültür diplomasisi için bir enstrüman olacağına ilişkin belirsizlikler kafa karışıklığına sebep olmaktadır.

Ancak bu karışıklıklara rağmen yine de birçok ülkenin uzun yıllardır başvurduğu bir enstrüman olduğu aşikardır. Çünkü birçok devlet kültürel diplomasi (kimilerinin tercih ettiği şekliyle kültürel ilişkiler) faaliyetlerinin faydasının uzun yıllardır farkındadırlar. Bu faaliyetlerin yürütülmesi için devlet destekli bir şekilde,

[611] Örnek olarak Güney Kore'nin 1945'teki bağımsızlığından sonraki süreçte bu dağınık ve belirsiz manzara kendini net şekilde göstermektedir. 1950'lerde ulusun inşası, 1960-1970 arası ulusal modernleşme, 70'lerden itibaren uluslararası kültür politikaları ile kültür endüstrisine doğru bir kayış ve son olarak 21. yüzyılın başlarından itibaren yumuşak güç, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, ulus markalama gibi kavramların zeminde yer aldığı Kore Dalgası **(Korean Wave)**. 70 yıl gibi bir sürede farklı uçlara sürükleniyor olması sebebiyle bir karışıklığın olmasının yanında dünyanın birçok ülkesinde özellikle genç kuşaklar arasında popüler olan Kore Dalgası **K-Pop, K-Food, K-Fashion, K-Drama** gibi kendine has isimlendirmelerle Güney Kore kültürel diplomaside önemli adımlar atmaktadır.
[612] Ang, Isar, Mar, "Cultural Diplomacy", s. 373-375.
[613] Ang, Isar, Mar, **a.g.e.**, s. 370-378.
[614] Simon Mark, "A Greater Role for Cultural Diplomacy", Discussion Papers in Diplomacy, Lahey, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', 2009, s. 5, (Çevrimiçi) https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf, 17.03.2023.

ulusal çıkarların hedeflendiği, bir yumuşak güç unsuru olarak kültürel öz kaynaklar kullanılmıştır. En bilindik örnekler **British Council** (İngiltere),[615] **Institut Français** (Fransa), **Goethe-Institut** (Almanya), **Italian Cultural Institute** (İtalya), **Cervantes Institute** (İspanya), **Camões Institute** (Portekiz), **Korean Cultural Centre** (Güney Kore), **Japan Foundation** (Japonya), **Confucius Institute** (Çin), **Indian Cultural Institute** (Hindistan), **Brazilian Cultural Institute** (Brezilya), **Russkiy Mir Foundation** (Rusya) şeklinde sıralanabilir.

Bu bağlamda Türkiye'nin de bölgesel güç iddiasına destek olmak amacıyla kültürel diplomasi alanında çalışmaları uzun yıllardır devam etmektedir. Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, TRT, AA, TİKA gibi kamu kurumları vasıtasıyla uzun yıllar boyunca Türkiye uluslararası kamuoyunda etki oluşturmak maksadıyla festival, yarışma, ödül töreni, sergi, sempozyum, panel, konferans, fuar, konser, şenlik, dil eğitimleri gibi alanlarda ve daha fazla birçok alanda kültürel, sanatsal, sportif faaliyetlere imza atmıştır. Ayrıca zikredilmeyi hak eden Yunus Emre Enstitüsü (YEE) "Türkiye'yi, Türk dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmak; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmak; Türk dili, kültürü ve sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermek; Türkiye'nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini arttırıp dostluğunu geliştirmek"[616] amacıyla 2007 yılında kurulmuştur. Denilebilir ki enstitünün amacı, yıllar boyunca farklı kurumlar altında düzenlenen kültürel diplomasi faaliyetlerini tek bir çatı altında ve koordineli şekilde yürütmektir. YEE'nin Avrupa'da 13, Balkanlar'da 15, Orta Doğu'da 9, Afrika'da 8, Asya'da 9, Uzak Doğu'da 4, Amerika'da 2 olmak üzere toplamda 50 ülkede, 60 kültür merkezi bulunmaktadır.[617] Kurulduğu günden bugüne

[615] İngiliz kamu diplomasisi faaliyetleri başlıca üç kurum tarafından yürütülmektedir. Bunlarda ilki Dış İşleri Bakanlığı'dır ve diplomatik bir iletişimi sağlama gayretindedir. British Council, kültürel iletişimi ve son olarak BBC medya üzerinden iletişimi sağlamaktadır. Bu üç kurumun çalışmalarında etkin bir iş bölümü vardır ve kendi alanları ile ilgili faaliyetlerde diğer aktörler için rehber konumdadır. Bkz. Kalın, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", s. 152.
[616] Yunus Emre Enstitüsü, "Yunus Emre Enstitüsü", **Yunus Emre Enstitüsü**, (21.10.2022), (Çevrimiçi) https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu, 21.10.2022.
[617] YEE, "Yunus Emre Enstitüsü Faaliyet Raporu 2020", Ankara, Yunus Emre Enstitüsü, 2020, s. 14.

YEE, Türkçe eğitimleri, kültür-sanat faaliyetleri, bilimsel ve akademik iş birlikleri ve kültürel diplomasi faaliyetlerini sürdürmektedir.

Gerek Türkiye'nin gerekse diğer birçok ülkenin farkına vardığı, uluslararası arenada kültürel yumuşak güç unsurlarını etkin şekilde çalıştırmanın ülkelerin dünyanın geri kalanına hikayesini anlatmaları için oldukça mühim olduğudur. Bu noktada ülkelerin sadece yüksek kültür ürünleri değil popüler kültür unsurları (film, müzik, moda, yemek gibi) da yabancı kamuoylarını cezbetmek için kullanılması son derece önemlidir. Kamu diplomasisinde var olan işin sahibinin kim olacağı noktasındaki karışıklık kültürel diplomaside de geçerli olmakla birlikte gerek hükümet gerekse hükümet dışı aktörlerin dahil olduğu bir kültürel diplomasi anlayışı ülkelerin uluslararası itibarı için fayda sağlayacaktır.

### 2.3.4. Küresel Denklemde Ulusun İnşası: Ulus Markalama

Uluslararası rekabete ilişkin birçok çağdaş tartışma, küresel homojenleşmeyi ve ulusların rolünün azalmasını vurgulamaktadır ancak gerçekte, ulusal farklılıklar rekabetçi başarının merkezinde yer almaktadır. Yaygın olan kanaatin aksine küreselleşme çağında bile uluslar ve ulusal karakterler birincil öneme sahiptir.[618] Böylece küresel bir denklem içerisinde ulusal dinamiklerin (rekabet oluşturacak farklılıkların) canlandırılması sayesinde ülkeler, kendilerini daha rekabetçi bir konuma taşıma imkânı bulmaktadırlar. Marka, markalama, markalaşma gibi kavramlar ticari bir işletmeyle daha yakından ilişkili kavramlar gibi görünmekle birlikte küresel bir dünyada ulusların da diğer ülkeler için cazibe merkezi haline gelmesi, değerlerinin arzulanır olması, itibarının yüksek olması önem kazanmış ve bir şirket gibi "marka" olmasının[619] yolunu açmıştır. Simon Anholt tarafından 1996 yılında ilk kez kullanılan ulus markalama **(nation branding)** kavramı, yumuşak gücün uygulanması ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin etkin bir biçimde yürütülebilmesi için önemli bir araç

[618] **Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance**, New York, Simon and Schuster, 1990, s. Epilogue.
[619] Lee Hudson Teslik, "Nation Branding Explained", Council on Foreign Relations, 2007, (Çevrimiçi) https://www.iwp.edu/wp-content/uploads/2019/05/20161003_NationBrandingExplainedCouncilonForeignRelations.pdf, 17.03.2023.

olarak görülmektedir.[620] Anholt'a göre ülkelerin itibarları, şirketlerin marka imajı gibi işlev görmekte ve bu ülkelerin ilerlemesi ve refahı için eşit derecede kritik önem taşımaktadır.[621]

Bu çerçevede Teslik, ulus markalamanın şirketlerin markalaşma stratejilerinin, ülkelere uygulanması olduğunu ileri sürmektedir. Ülkeler, uluslararası arenada diğer ülkeleri ve o ülkelerin vatandaşlarını etkilemek amacıyla kendilerini çekici ve olumlu bir imajla donatmaya, itibarını yükseltmeye odaklanmaktadır[622] ve bunlar da bir şirketin marka stratejisinde başvuracağı yöntemlerdendir. Çünkü ulus markalama, askeri veya ekonomik varlıkların "sert" gücünün aksine, "yumuşak" bir güç biçimi olarak tanımlanmaktadır.[623] Yumuşak gücün tesisi için de ülkelerin imaj, itibar, güven, saygınlık gibi kavramlar üzerinden ulus markalarını inşa etmeleri elzemdir. Öte yandan Teslik'in aksine ulus markasının bir ürün markalama şeklinde düşünülmesinin yanlış olduğunu ileri süren Anholt, birçok yönetici, danışman ve akademisyenin yer markalamayı **(place branding)** ham ve yüzeysel bir yanlış yorumlamada ısrar ettiğini ve bu yaklaşımın ülkenin tanıtımını yaparken bir koşu ayakkabısının tanıtımıyla aynı düzeyde olacağını[624] ifade ederek hâkim anlayışın yanlışlığı üzerinde durmaktadır. Fan'a göre[625] ise ulus markalama, bir ulusun imajını desteklemek için markalaşma ve pazarlama iletişimi tekniklerinin uygulanmasıyla ilgilidir. Çünkü markalar, ülkeler için bir iletişimci gibi çalışmaktadırlar[626] ve ulus markasının iletişimi kurgulanırken doğru ve gerçek bilgiler büyük önem taşımaktadır. Yapılması gereken, sahte vaatler uydurmak değil, ulusal kültürün var olan değerlerinin büyütülmesidir.[627] Tanımlar da

---

[620] Simon Anholt, **Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**, New York, Palgrave Macmillan, 2007, s. 12.
[621] Simon Anholt, "From Nation Branding to Competitive Identity – The Role of Brand Management as a Component of National Policy", **Nation Branding: Concepts, Issues, Practice**, ed. Keith Dinnie, Reprinted, Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009.
[622] Teslik, "Nation Branding Explained", s. 5.
[623] Melissa Aronczyk, **Branding the Nation: The Global Business of National Identity**, Oxford, Oxford University Press, 2013, s. 16.
[624] Anholt, "From Nation Branding to Competitive Identity – The Role of Brand Management as a Component of National Policy", s. 22.
[625] "Branding The Nation: What Is Beiıng Branded?", **Journal of Vacation Marketing**, C. 12, No: 1, 2006, s. 6.
[626] Graham Hankinson, "Relational Network Brands: Towards A Conceptual Model Of Place Brands", **Journal of Vacation Marketing**, C. 10, No: 2, 2004, s. 110.
[627] Fiona Gilmore, "Branding For Success", **Destination Branding**, ed. Nigel Morgan, Annette Pritchard, Roger Pride, Oxford, Elseiver Butterworth-Heinemann, 2004.

göstermektedir ki ulus markalama, bir ülkenin ulus imajını inşa etmek için başvurulabilecek, yumuşak güç unsurlarını kullanan bir stratejik iletişim yaklaşımıdır.

Kavramı literatüre kazandıran Anholt, devlet yöneticilerinin ulus markalamayı yanlış anladıklarını ileri sürerek bu kavramı kullanmayı bırakmış ve rekabetçi kimlik **(competitive identity)** kavramını kullanmaya başlamıştır.[628] Rekabetçi kimlik, ticari hayattaki markalaşmanın ötesinde ulusal kimlik, ülkelerin rekabet politikaları ve ekonomi ile yakından ilgilidir.[629] Rekabetçi kimliği tanımlarken Anhlolt, marka yönetimi, kamu diplomasisi, ticaret, yatırım, turizm ve ihracat teşvikinin sentezini içeren bir terim olarak ifade etmektedir. Yazara göre rekabetçi kimlik, küresel bir dünyada gelişmiş ulusal rekabet gücü için yeni bir modeldir ve hem zengin hem de fakir birçok ülke, şehir ve bölge için şimdiden olumlu çıktılar üretmeye başlamıştır.[630] Dikkat çekmek gerekir ki birçok ülkenin ulus markalama faaliyetleri sayesinde ülke imajlarının, saygınlık ve itibarlarının arttığı bilinmektedir ve böylelikle ülkeler uluslararası düzlemde daha rekabetçi olmanın imkanlarına kavuşmaktadırlar.

Rekabetçi kimliğin mıknatıs gibi üç özelliği vardır: tüketicileri, turistleri, yetenekleri, yatırımcıları, saygıyı ve ilgiyi ülkeye çeker; oluşan cazibeyi diğer ulusal değerlere aktarır (örneğin, **Brand Italy**'nin çekiciliğinin bir kısmı İtalyan ürünlerine ve İtalyan insanlarına bulaşır ve bağlamlarından çıkarılsalar bile onları eşit derecede çekici kılar); ve kaostan düzen yaratma gücüne sahiptir (bir kağıt parçası üzerindeki bir demir talaşı yığınının altına bir mıknatıs yerleştirildiğinde talaşların kendilerini simetrik bir modelde düzenlemesine neden olan okul fiziği deneyinde olduğu gibi).[631] Nitekim bu özellikler, rekabetçi kimliğe sahip olmanın ülkeler için öneminin altını çizmektedir. Rekabetçi kimlik için yabancı kamuoylarının zihinlerinde oluşturulacak imaj önem arz etmektedir ve şu altı faaliyet alanı bu imajın oluşmasına katkı sağlamaktadır: turizm, ihraç edilen mal ve hizmetler, hükümet politikası, yabancı

[628] Anholt, **Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**, s. xi.
[629] Anholt, "From Nation Branding to Competitive Identity – The Role of Brand Management as a Component of National Policy", s. 22.
[630] **Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**, s. 3.
[631] Anholt, **a.g.e.**, s. 29.

yatırım, kültür ve insanlar.[632] Farklı faaliyet alanlarının olmasından hareketle her ülkenin değerleri, imkanları ve potansiyeli arasında farklılıklar olması ve faaliyet alanlarının farklılaşması olasıdır. Önemli olan ülkeleri öncelikle mevcut potansiyellerinin farkına varması, güçlü yönlerine vurgu yapması ve zayıf yönlerini geliştirmeleridir.[633] Dinnie'ye göre ise, menşe ülke çalışmaları bir yandan uluslararası bir homojenleşmeye öte yandan ulusal kimlik duygusunun artmasına sebep olmaktadır.[634] Bundan dolayı ulus markalama, çok yönlüdür ve şirketlerin marka yönetimine uygun marka ilkelerini uygulama klişesinden ötede bir yapı arz etmektedir. Ulus markalama veya rekabetçi kimlik kavramlarından hangisi tercih edilirse edilsin, bir ülkenin uluslararası düzlemdeki itibarının yönetilmesi; çok boyutlu ve stratejik kararlar almayı gerektiren bir sürece karşılık gelmektedir. Yapılması doğru olan strateji, ürün markalamanın ötesinde bir yaklaşımla ulusal değerlerin ön plana çıkarılarak ülke imajına katkı sağlanmasıdır.

Ülkelerin ne denli güçlü bir ulus marka imajına sahip olduğu, çeşitli kurumlar tarafından geliştirilen endeksler ile ölçülmektedir. Ölçüm yapılırken, ulus ile etkileşim halinde olan unsurlar kullanılmaktadır ve bu unsurlar; ülkeyi ziyaret eden turistler, uluslararası yatırımcılar, firma sahipleri, yabancı ülke temsilcileri, politikacılar, hükümetler, uluslararası kuruluşlar ve bazen de bir ülkenin kendi vatandaşlarıdır.[635] Bu çerçevede bahsi geçen unsurların çeşitli şekillerde harmanlanarak oluşturulduğu metodolojilerle birçok endeks dikkat çekmektedir. Ulus markasını ölçen endekslerden ilki, ulus markalama kavramını ilk kez kullanan Simon Anholt'un ülkelerin ulus marka imajlarını karşılaştırdığı Ulus Marka Endeksi'dir **(Nation Brand Index)**.[636] Yine

---

[632] Simon Anholt, "Branding Places and Nations", **Brands and Branding**, ed. Rita Clifton, 2. bs, Londra, The Economıst In Associatıon Wıth Profile Books, 2009, s. 382-383.
[633] Abdullah Özkan, "Why and How Should Turkey Build the Nation Brand?", **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, No: Special Issue for INTE 2015, 2015, s. 711.
[634] **Nation Branding: Concepts, Issues, Practice**, Reprinted, Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009, s. 20.
[635] Nas'tan aktaran Onur Balçiner, "Bir Yumuşak Güç Aracı Olarak Ulus Markalama: Almanya ve Türkiye Ulus Markalarının Değerlendirilmesi", **Academic Review of Humanities and Social Sciences**, C. 2, No: 2, 2019, s. 71.
[636] Ulus Marka Endeksi'nde Türkiye, 2020'de 37., 2021'de 38. ve 2022'de 36. sırada yer almıştır. Bkz. Jason McGrath, Moriya Bobev, "Nation Brands Index 2022", **Ipsos**, 2022, (Çevrimiçi) https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2022, 03.01.2023; Jason McGrath, Moriya Frankel, "Germany Maintains Top 'Nation Brand' Ranking, Canada and Japan Overtake The UK to Round Out The Top Three", **Ipsos**, 2021, (Çevrimiçi) https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2021, 03.01.2023.

Anholt tarafından geliştirilen İyi Ülke Endeksi **(Good Country Index)** de "ülkelerin insanlık ve gezegen için yaptıkları" üzerinden ölçülen bir endekstir ve ülkelerin kendi ülkeleri için yaptıklarının yanında dünya için katma değer ürettikleri alanlar üzerinden bir sıralama oluşturmaktadır.[637]

Bir diğer endeks, Geleceğin Marka Ülkeleri Endeksi'dir **(The Future Brand Country Index)**.[638] Ülkeler, değer sistemi, ülke markası, turizm, kültür ve miras, hayat kalitesi ve iş potansiyeli başlıklarında değerlendirilerek sıralanmaktadır. **Bloom Consulting** tarafından hazırlanan Ülke Marka Sıralaması **(Country Brand Ranking)**, bir diğer endekstir. Yatırım çekiciliği, turizm çekiciliği, yetenek çekiciliği, destekleyici itibar ve destekleyici ihracat kategorileri üzerinden bir değerlendirmeyle toplanan veriler doğrultusunda turizm ve ticaret üzerine iki farklı rapor oluşturulmaktadır.[639] Bir başka endeks ise, pazarlama ve finans arasındaki boşluğu kapatmaya çalıştıklarını belirten **Brand Finance** kurumu, **Nation Brands** raporu[640] ile her yıl en değerli ve en güçlü ülkeleri sıralamaktadır. Metodolojisini %25 yatırımın, %50 algıların ve %25 performansın etkisi üzerine kuran endeks AAA+'dan (istisna) D'ye (kusurlu) kadar 18 dereceli bir yapı kurarak ülkeleri sıralamaktadır.[641] Raporun

[637] Türkiye, İyi Ülke Endeksi'nin 1.2 versiyonunda 163 ülke arasında 38., 1.3 versiyonunda 153 ülke arasında 59., 1.4 versiyonunda 149 ülke arasında 56. ve son yayımlanan 1.5 versiyonunda 169 ülke arasında 53. sırada yer almıştır. Endeksin son versiyonunda ilk üç sırasında İsveç, Danimarka ve Almanya yer almaktadır. Bkz. The Good Country, "About the Good Country Index", **The Good Country**, (06.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.goodcountry.org/index/about-the-index/, 06.01.2023.

[638] Geleceğin Marka Ülkeleri Endeksi'nde Türkiye 2019'da 40., 2020'de 51. sırada yer almıştır. Endeksin 2020'deki ilk 5 sırasını Japonya, İsviçre, Norveç, Almanya ve Kanada oluşturmaktadır. Future Brand, "Future Brand Country Index 2019", New York, Future Brand, 2019, (Çevrimiçi) https://www.futurebrand.com/uploads/FCI/FutureBrand-Country-Index-2019.pdf, 17.03.2023; Future Brand, "Future Brand Country Index 2020", New York, Future Brand, 2020, (Çevrimiçi) https://www.futurebrand.com/uploads/FBCi-2020-Assets/FutureBrand-Country-Index-2020.pdf, 17.03.2023.

[639] Ülke Marka Sıralaması'na Türkiye turizm sıralamasında Avrupa'da 6., dünyada 11. sırada yer almıştır. Ticaret sıralamasında ise Avrupa'da 9., dünyada 20. sırada yer almıştır. Bkz. Bloom Consulting, "Country Brand Ranking Tourism 2022", Madrid, Bloom Consulting, 2022, s. 5.

[640] 2023 raporundaki en değerli uluslar sıralamasına göre Türkiye 34 sırada yer almaktadır. Türkiye'nin geçmiş yıllarda sıralamalardaki yeri şöyledir: 2015'te 19., 2016'da 26., 2017'de 23., 2018'de 32., 2019'da 31., 2020'de 30., 2021'de 32. ve 2022'de 33. Bkz. Brand Finance, "Nation Brands 2022", London, Brand Finance, 2022, s. 15, (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-nation-brands-2022-preview.pdf, 17.03.2023; Brandirectory, "Turkey Brand Profile", **Brand Finance Brandirectory**, (16.03.2023), (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/brands/turkey/?year=2015, 16.03.2023; Brandirectory, "Nation Brands 121 2023", **Brandirectory**, s. 121, (06.05.2023), (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/, 06.05.2023.

[641] Brand Finance, "Nation Brands 2022", s. 15.

bir diğer sıralaması da Küresel Yumuşak Güç Endeksi'dir **(Global Soft Power Index).**[642] Tanınırlık, etkileme, itibar, yumuşak gücün 8 temeline ilişkin performans[643] kriterlerine göre gerçekleştirilen endeks, 100'den fazla ülkeden genel kamuoyunu yansıtacak halk ile iş adamı, akademisyen, kanaat önderleri, gazetecilerden oluşan bir uzman ekibinin cevapları ile oluşturulmuştur.[644]

Yumuşak güç üzerine bir başka sıralama Güney Kaliforniya Üniversitesi'nin Kamu Diplomasisi Merkezi **(Center on Public Diplomacy)** tarafından hazırlanan Yumuşak Güç 30 **(Soft Power 30)** raporudur. 2015'ten 2019'a kadar her yıl hazırlanan listede Joseph Nye'nin beş aşamalı modeli temel alınmış ve araştırma aşaması,[645] saygın üçüncü taraf kaynakların kapsamlı bir taraması ve 25 ülkeden 12.500 kişi ile (2019 için) yapılan mülakat ile nihai hale getirilmiştir.[646] **Institute for Government** tarafından hazırlanan **The New Persuaders** raporlarında da ülkelerin yumuşak güç sıralamaları verilmiştir. Britanya'nın yumuşak güç ve kültürel diplomasisine bir yol haritası sunmak üzere hazırlanan raporlarda[647] Türkiye'nin dış politika yaklaşımının temel hedefi için "yumuşak güç kullanarak güçlü bir bölgesel ve hatta küresel aktör haline dönüşmek" olduğu[648] ve komşu ülkelerle dostane ilişkiler, Doğu-Batı aksında köprü vazifesi ve Osmanlı mirası üzerine bir politikanın temel alındığı bir uluslararası politikayı önceldiği vurgulanmaktadır.[649] Üç yıl artarda çıkarılan raporların 2012 yılı

[642] Türkiye Küresel Yumuşak Güç Endeksi'nde 2020'de 30., 2021'de 27., 2022'de 22., 2023'te 23. sırada yer almıştır. Bkz. Brandirectory, "Global Soft Power Index".
[643] Bu sütunlar, yıllar içerisinde değişiklik göstermektedir. Örneğin Covid19 pandemisi geçerliyken ülkelerin pandemiyle mücadele performansları da bir kriter olarak değerlendirilmiştir. 2023 yılına ait son raporunda bu sütunlar iş ve ticaret; yönetişim; uluslararası ilişkiler; kültür ve miras; medya ve iletişim; eğitim ve bilim; insanlar ve değerler ve sürdürülebilir gelecek başlıklarından oluşmaktadır. Bkz. Brandirectory, **a.y.**
[644] Brand Finance, "Nation Brands 2022", s. 36.
[645] Araştırmanın ilk kısmı tarafsız verilerden **(objective data)**, ikinci kısmı ise taraflı verilerden **(subjective data)** oluşmaktadır.
[646] Endekste Türkiye 2015'te 28., 2017'de 30. ve 2019'da 29. sırada yer almış; 2016 ve 2018'de endeks dışı kalmıştır. 2019 sıralamasının ilk 5 sırasında Fransa, Birleşik Krallık, Almanya, İsveç ve Amerika Birleşik Devletleri etler yer almaktadır. Bkz. Soft Power 30, "Soft Power 30", **Soft Power 30**, (09.01.2023), (Çevrimiçi) https://softpower30.com/, 09.01.2023.
[647] Türkiye, 2010'da 25., 2011'de 23. ve 2012'de 20. sırada yer almıştır. Bkz. Jonathan McClory, "The New Persuaders", Londra, Institute for Government, 2010, s. 5; Jonathan McClory, "The New Persuaders 2", Londra, Institute for Government, 2011, s. 15; Jonathan McClory, "The New Persuaders 3", Londra, Institute for Government, 2012, s. 11.
[648] McClory, "The New Persuaders", s. 2.
[649] McClory, "The New Persuaders 2", s. 22.

raporunda Türkiye'nin kültürlerarası çekiciliğinin ve zekice konumlandırmasının çıktılarını alarak yükselişini sürdürdüğü ileri sürülmektedir.[650]

Eski bir rapor olmasına rağmen kültürel diplomasi üzerine hazırlanmış bir endeksi içinde barındıran Kamu Sektöründe Kültürel Diplomasi **(Cultural Diplomacy in the Public Sector)** raporunda[651] ülkeler kültürel diplomasi faaliyetleri üzerinden değerlendirilmiştir.[652] Elçilikler, kültür bakanlıkları, Birleşmiş Milletler, UNESCO, OECD veri tabanları, seçilen endekslerden yararlanarak oluşturulan endekste yöneticilerin kültürel diplomasi faaliyetleri, ülkenin kültürel diplomasi girişimleri, uluslararası algı ve medya politikası üzerinden bir puanlama oluşturulmuştur. US News web sitesinde birçok alanda olduğu gibi En İyi Ülkeler **(Best Countries)** sıralamasında da macera, beceriklilik, kültürel etki gücü, girişimcilik, kültürel miras, hareketlilik, iş yapmaya açıklık, güç, sosyal amaç ve yaşam kalitesi kriterlerine göre bir sıralama oluşturulmuştur. Türkiye'nin 30. sırada yer aldığı endeksin ilk üç sırasında İsviçre, Almanya ve Kanada yer almaktadır.[653]

Aşağıdaki tablo detayları yukarıda verilen ulus markalama endekslerinde Türkiye'nin konumunun bir özeti yer almaktadır:[654]

**Tablo 9: Ulus Markalama Endeksleri**

| Endeksl enen Ülke Sayısı | Endeks | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 60 | Ulus Marka | | | | | | | | | | | 37 | 38 | 36 |

[650] McClory, "The New Persuaders 3", s. 12.
[651] Institute for Cultural Diplomacy, "Cultural Diplomacy in the Public Sector", Institute for Cultural Diplomacy, Institute for Cultural Diplomacy, 2012, (Çevrimiçi) http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/content/pdf/Cultural_Diplomacy_Outlook_Report_2011_-_01-01.pdf, 16.01.2023.
[652] Türkiye'nin 16. sırada yer aldığı raporda ilk üç sırada Almanya, Hollanda ve Norveç yer almaktadır. Bkz. Institute for Cultural Diplomacy, **a.g.e.**, s. 7.
[653] US News, "The Best Countries in the World", **US News**, (12.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings, 12.03.2023.
[654] Veriler ilgili endekslerin web sitelerinden, raporlarından veya eposta yoluyla çalışanlarından elde edilmiş; tablo araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Bazı hücreler; o yıllarda endeks hazırlanmaması, raporlarda Türkiye'nin yer almaması veya sıralamaya girememesi, raporların erişime kapalı olması gibi sebeplerle boş bırakılmıştır.

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Endeksi *(Nation Brand Index)* | | | | | | | | | | | | | |
| 149 – 169 arası | İyi Ülke Endeksi *(Good Country Index)* | | | | | | | | | 38 | 59 | 56 | 53 | |
| 100 | Geleceğin Marka Ülkeleri Endeksi *(The Future Brand Country Index)* | | | | | | | | | | 40 | 51 | | |
| 203 | Ülke Marka Sıralaması *(Country Brand Ranking)* - Turizm | | | | | | 16 | | | 11 | | 12 | | 11 |
| 206 | Ülke Marka Sıralaması *(Country Brand Ranking)* - Ticaret | | | | | | 20 | | | 17 | | 19 | | 20 |
| 60 | Ulus Markalar *(Nation Brands)* | | | | | | 19 | 26 | 23 | 32 | 31 | 30 | 32 | 33 |
| 120 | Küresel Yumuşak Güç Endeksi *(Global Soft Power Index)* | | | | | | | | | | | 30 | 27 | 22 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 30 | Yumuşak Güç 30 *(Soft Power 30)* | | | | | | 28 | | 30 | | 29 | | | |
| 26 – 40 arası | The New Persuaders | 25 | 23 | 20 | | | | | | | | | | |
| 40 | Kamu Sektöründe Kültürel Diplomasi *(Cultural Diplomacy in the Public Sector)* | | 16 | | | | | | | | | | | |
| 73 | US News En İyi Ülkeler *(Best Countries)* | | | | | | | | | | | | | 30 |

### 2.3.5. Mideden Geçerek Kalplerin Fethi: Gastrodiplomasi

Yemeğin temel bir ihtiyaç olmanın ötesinde insan hayatına sosyal, kültürel ve psikolojik etkileri yadsınamaz bir gerçektir. Yemeğin tedarik, hazırlama, pişirme, tüketim gibi birçok evresi insanoğlunun en temel uğraşları arasında yer almış ve yemek insan ilişkilerini etkileyen ve iletişimi güçlendiren yönleriyle kültürlerarası etkileşimleri artırmaya vesile olmuştur. Bu noktada gastronomi[655] ile diplomasinin

[655] Gastronomi sözcüğü Yunanca **gastros** (mide) ve **nomos** (yasa, kural) sözcüklerinden oluşan ve sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli yemek düzeni, yeme-içme ve sofra kurma bilim ve sanatı anlamına gelen bir kelimedir. Gastronomi yahut yemek logosentrik (söz merkezli) olmayan, sözsüz bir iletişim türüdür. Şu bir gerçektir ki insanoğlu binlerce yıldır yemek vasıtasıyla karşısındaki ile iletişime geçmiştir ve bu noktada kasıtlı bir iletişimin yanında kendi olağanında gerçekleşen bir iletişim türünü de dikkate almak gereklidir. Çünkü gündelik olması, sıradan yaşamda ve her yerde yaşanması sebebiyle yemek ve yemek kültürü sürekli olarak iletişimin bağlamında yer almaktadır. Nitekim, duyularla (dokunma ve görme ama özellikle tat ve koku) tecrübe edildiği için yiyeceklerin samimi ve duygusal nitelikleri vardır ve sonuç olarak yemeği yerken hissedilen duygular hatırlanır. Duyular, yer ve bellek arasında güçlü bir bağ oluşturmakta ve böylece yemek, bir deneyimin maddi temsili olarak hizmet etmektedir. Bir yemeği yediğimizde onunla birlikte geçmişe dönük güçlü bir hafıza turu yapmamız da bundandır. Bu hafıza turunda lezzet, kokular, kişiler, mekânlar, sesler ve daha birçok tecrübe yeniden yaşanmaktadır. Bkz. TDK, "Gastronomi", **Türk Dil Kurumu Sözlükleri**, (28.05.2022), (Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr, 28.05.2022.; Constantinou'dan aktaran Sam Chapple-Sokol, "Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds", **The Hague Journal of Diplomacy**, C. 8, No:

ilişkisinin de çok köklü olduğunu söylemek mümkündür.[656] Öncelikle belirtmek gerekir ki bir kültürel diplomasi türü olarak birçok ülke kendi ulusal mutfağı üzerinden çalışmalar yürütmekte ve bu çalışmalarla yabancı kamuoyları nezdinde ülke imajını güçlendirmeye, ülkenin itibarını yükseltmeye, ülkeye daha fazla turist çekmeye çalışmaktadır. Çünkü insan farklı bir yemeği denediğinde bir alışma sürecine girmektedir ve bu süreç "kültürel diplomasinin anahtarıdır."[657] Böylece o ülkenin mutfağına, kültürüne ve ülkesine ilişkin olumlu imajlar oluşmaya başlayacaktır. Allport'un temas hipotezinde ileri sürdüğü şekliyle iki farklı grup arasındaki temaslar, olumlu tutumlara vesile olmaktadır.[658] Bu noktada yemek, farklı kültürler arasında var olan uyuşmazlık, anlaşmazlık ve çatışmaların çözümünde[659] etkili bir temas aracıdır.

Bu çerçevede bir kültürel diplomasi alanı olarak gastrodiplomasi **(gastrodiplomacy)** yemeğin kültürlerarası etkileşimleri şekillendirmesiyle dikkat çekmektedir. Gastrodiplomasi terimini anlamak için onun ne olduğundan önce olmadığı üzerinden hareket etmek faydalı olabilir. Çünkü yemek ve gıdayla ilgili diplomatik faaliyetlerde karıştırılan ve birbirinin yerine kullanılan kavramlar vardır. Bu kavramlar gastrodiplomasi, gıda diplomasisi ve mutfak diplomasisidir. Gıda diplomasisi **(food diplomacy)** savaş, kıtlık, felaket, afet gibi acil insani yardım durumlarda gıda yardımını içeren bir diplomasi türüdür. Mutfak diplomasisi[660]

---

2, 2013, s. 166.; Stajcic, "Understanding Culture", s. 14.; Rachel Wilson, "Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Cuisine in Peru", **Exchange: The Journal of Public Diplomacy**, C. 2, No: 1, 2011, s. 18.

656 Yemeğin diplomatik bir enstrüman olarak kurumsallaşmasında Antonin Carême'nin ismi zikredilmelidir. Fransız yüksek mutfağının temellerini atan ve yaşadığı dönemde krallara aşçılık yapan Carême bugün mutfak diplomasisi olarak adlandırılan diplomasi türünün mimarlarındandır. Chapple-Sokol, "Culinary Diplomacy", s. 182.

657 Chapple-Sokol, **a.g.e.**, s. 169.

658 Gordon W. Allport, **Önyargının Doğası**, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Kültür Yayınları, 2016.

659 Amerika'da **Conflict Kitchen** (Çatışma Mutfağı) isimli bir restoran Amerika'nın çatışma halinde olduğu ülkelerin mutfaklarından yemeklerin ve menülerin yer aldığı kültürlerarası bir etkileşim projesi olarak faaliyet göstermektedir. İran, Kuzey Kore, Afganistan, Filistin gibi ülkelerin mutfaklarından yemeklerin yer aldığı restoranda ayrıca bahsi geçen ülkelerle ilgili konferans, yemek atölyesi, yemek tadımı, film gösterimi gibi etkinliklerle ülkeler arasındaki çatışmaların çözümüne katkı sunmak amaçlanmaktadır. Projenin zemininde, bu ülkelerin insanlarının çok temel bir ihtiyaç olarak yemek yediğini, insan olduğunu vurgulamak vardır. Bkz. Conflict Kitchen, "Conflict Kitchen", **Conflict Kitchen**, (28.10.2022), (Çevrimiçi) https://www.conflictkitchen.org/, 28.10.2022.

660 69. Birleşmiş Milletler Genel Konseyi'nde İran ile ABD arasında var olan nükleer program gerilimi sebebiyle Barack Obama ve Hasan Ruhani el sıkışmadan birbirlerinin yanından geçip gittiler. Ancak Ruhani bu süreci yönetmek için bir akşam yemeği tertip etmiştir. İran mutfağından lezzetlerin bulunduğu yemekte nükleer program ile ilgili konuşulmuş ve Ruhani soruları cevaplamıştır. Yemeğin sonunda yemeğe katılan yirmi üst düzey Amerikalı bürokrat Ruhani'den etkilendiğini belirtmiş ve

**(culinary diplomacy)** ise üst düzey devlet yönetiminde bir diplomasi aracı olarak yemeğin kullanılmasını içermektedir.[661] Gastrodiplomasi ise bir kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi girişimi olarak bir ülkenin yemek kültürünü yabancı kamuoyları ile iletişime geçmek için kullanan bir araçtır. Kamu diplomasisinin klişe mottosu olan "bizi tanımak, sevmektir" **(to know us is to love us);** "bizi tatmak, sevmektir" **(to taste us is to know us)**[662] şekline dönüşerek tam da gastrodiplomasinin ruhuna uygun bir ifade olarak belirmektedir. Çünkü bir ülkenin yemeğini yiyen yabancıların o ülkeye ilişkin olumlu duygular beslemeleri oldukça muhtemeldir. Bu noktada vurgulamak gerekir ki gastrodiplomaside hedef, diplomasi kavramının resmiliğinden de kaynaklı olarak bir ülkenin yemek üzerinden kamuoylarını etkilemesinde üst düzey yöneticiler, resmi devlet çalışanları, hükümet temsilcileri gibi üst düzey elitlere ulaşmak değil geniş halk kitlelerine ulaşmaktır.[663]

Kavramlardaki karışıklık zaman içerisinde giderilse de ilk başlarda "mutfak diplomasisi" kavramı gastrodiplomasi kavramını da içine alacak şekilde daha geniş şekilde kullanılmıştır. Chapple-Sokol, mutfak diplomasisini kamusal ve özel olarak ikiye ayırarak kamusal mutfak diplomasisini gastrodiplomasi kavramı yerine kullanmaktadır. Özel mutfak diplomasisini ise kapalı kapılar ardında bir yemek masası etrafında müşterek şekilde **(commonsality)**[664] gerçekleştirilen diplomasi faaliyetlerini içermektedir.[665] Rockower'in mutfak diplomasisi **(culinary diplomacy)** olarak

---

nükleer program sürecinin daha ılımlı ilerlediği görülmüştür. Burası, önemli insanları bir araya getirerek samimiyet, dostluk ve bilgi için bir kanal oluşturan De Callières'in deyimiyle "iyi bir masa"dır. Bkz. Robin Wright, "Iran's Dinner Diplomacy", **Wilson Center**, (25.10.2022), (Çevrimiçi) https://www.wilsoncenter.org/article/irans-dinner-diplomacy, 25.10.2022.; De Callières'ten aktaran Chapple-Sokol, "Culinary Diplomacy", s. 164.

[661] Paul Rockower, "The State of Gastrodiplomacy", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 14.

[662] Gülseli Aygül Ernek Alan, "Diplomaside Özel Bir Alan: Gastrodiplomasi", **Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler**, İstanbul, Seçkin Yayıncılık, 2016, s. 114.

[663] Rockower, "The State of Gastrodiplomacy", s. 14.

[664] Bir masa etrafında, birlikte yemek yeme kültürü. Bu noktada Fransız Gastronomi Yemeği'nin **(Gastronomic meal of the French)** zikredilmesi yerinde olacaktır. UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras içerisine alınan bu kültür birlikte yemek hazırlayıp bir masa etrafında yemek, aile ve arkadaşlık bağlarını güçlendirmek gibi gerekçelerle UNESCO tarafından listeye seçilmiştir. Geleneksel Meksika Mutfağı, Washoku Geleneksel Japon Beslenmesi, Akdeniz Diyeti, Güney Kore Geleneksel Kimchi yapımı gibi alanlarda seçilen ülkelerin gastronomi unsurları da baskın şekilde o kültürde bulunan kültürel bir değeri ifade etmektedir. Bütün kültürlerdeki yemek yeme eylemi esnasında doğal olarak gerçekleşen sosyalleşme, samimiyet, ilişkilerin güçlenmesi gibi sonuçların sadece Fransa'nın mutfağı ile ilişkilendirilmesi ise eleştiri konusudur.

[665] "Culinary Diplomacy", s. 162.

sınıflandırdığı diplomasi türü buraya karşılık gelmektedir. Chapple-Sokol'un kamusal mutfak diplomasisi ile kastettiği ise gastrodiplomasidir. Ayrıca gastrodiplomasi, yemeğin farklı kültürlerin ilişkilerinin güçlendirilmesi için başvurulacak bir kültürlerarası iletişim aracı veya insani gıda yardım çalışması da değildir.[666] Kamu diplomasisinin aktörleri üzerinden düşünüldüğünde gastrodiplomasinin önemli bir aktörü devlettir ancak devletin bu politikalarda öncü, destekçi, yönlendirici olmasının ötesinde vurgu yemek veya mutfağın ulusal doğası üzerinedir.[667] Dolayısıyla gastrodiplomaside de aktörler sadece devlet ve hükümet değildir; aksine hükümet dışı aktörler de yabancı kamuoylarını etkilemek üzere ulusal/millî yemeği ve yemek kültürünü bir araç olarak kullanmaktadırlar.

Gastrodiplomasi, üç ögeyi içerecek şekilde düşünülmelidir: kültürel diplomasi, yumuşak güç ve ulus markalama.[668] Çünkü gastrodiplomasi, kamu diplomasisi ve özellikle kültürel diplomasinin bir uygulama alanı olarak düşünülmelidir. Yabancı kamuoylarının etkilenmesi için kültürel bir kaynağa (bir milletin mutfağına) dayanması gerekmektedir.[669] Ulusal bir gastrodiplomasi programı, askeri, politik veya ekonomik güçlerinin tamamı veya bazıları nispeten daha az olan ülkelerin dünyaya kendilerini anlatmayı mümkün kılan yumuşak güç ve kültürel iletişim stratejilerini içermektedir. Spor, bilim, kültür, sanat, eğitim gibi alanların yanında yemek ve mutfak kültürünün de bir ulusun önemli bir yumuşak gücü olduğunun altının çizilmesi elzemdir. Yumuşak güç kavramını öne süren Nye'nin kavramsallaştırmasının "cazibe" etrafında şekillendiği düşünüldüğünde yemekler kadar insanları cezbeden bir şeyin az bulunduğu görülecektir. Üstelik insanların hayatını idame ettirmek için beslenmek zorunda olduğu gerçeği yemeğin cazibesini daha da artırmaktadır. Bu çerçevede bir ülkenin gıda üzerinden kendini gösterebilmesi için yumuşak gücünü üzerine bina edeceği bir ülke mutfağına ihtiyacı vardır. Örneğin Appadurai ve Wilk'ten aktararak Chapple-Sokol, Hindistan ve Belize gibi nispeten yeni kurulmuş ülkelerin kendi ulusal

[666] Chapple-Sokol, **a.g.e.**, s. 162.
[667] Ichijo, Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, s. 152.
[668] Ichijo, Ranta, **a.g.e.**, s. 150. Bu çalışmanın önceki bölümlerinde incelenen ulus markalama ve yumuşak güç, gastrodiplomasi faaliyetlerinin zemininde yer almaktadır. Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi çalışmalarında da böyle bir zemini sürdürmek faydalı olacaktır. Daha önce de değinildiği gibi bu kavramlar birlikte düşünüldüğünde bir anlam ihtiva etmektedir. Aslolan bu alanların birbiriyle etkileşimli ve entegre şekilde çalıştırılmalarıdır.
[669] Chapple-Sokol, "Culinary Diplomacy", s. 168.

kimliklerini inşa ederken ulusal mutfağın ne kadar önemli rol oynadığından bahsetmektedir.[670] Nitekim bir ulusun inşasında kültürel kodlar büyük önem taşımaktadır ve mutfak kültürü de ulusun inşası ve devamlılığı için önemli bir yere tekabül etmektedir.

Öte yandan bir ulusun yemeği, o ulusun cazibesini göstermek ve çekiciliğini artırmak için kullanılabileceği gibi[671] aynı zamanda ulusal sınır ve kimliklerin çizgilerini kalınlaştıran kültürel siyasetin bir aracı[672] olarak düşünülmelidir. Ulusal yemeğin bu iki işlevinden hangisi düşünülürse düşünülsün gastrodiplomasinin uygulama alanları ve uygulayıcıları belirmektedir. Yemeğin ulusların sınırlarını belirginleştirmek için kullanılmasının yanında birçok ülkenin yemekleri sahiplenmek için giriştiği mutfak savaşları, yemeğin sınırları aşan tarafını da gözler önüne sermektedir. Bu mutfak savaşının en bilinenlerinden biri Filistin, Lübnan ve İsrail arasındaki humus savaşlarıdır.[673] Her ülke, humusu kendi ulusal kimliğinin bir uzantısı olarak görmekte ve gerek kendi aralarında ve gerekse de uluslararası arenada bunun mücadelesini vermektedir. Lübnanlı bir bürokrat ve siyasetçinin söyledikleri, bir yemeğin sadece bir yemek olmayıp ulusal kimliği inşa etmenin bir yöntemi olduğunun açıkça göstergesidir:

> Elbette tehlike sadece yemeklerin isimlerini ve tariflerini çalma meselesiyle sınırlı değil, tehlike İsrail tarafından gerçekleştirilen organize hırsızlıkla ilgilidir. Sadece toprağın değil, tarihin, geleneklerin, mimarinin, şiirin, şarkının, müziğin, tarihin ve bu bölgede Arap olan her şeyin hırsızlığıyla ilgilidir. Dünyanın tasavvuruna göre Arap ülkelerinden gelen her şey kötüdür ve bu bölgede güzel ve iyi olan her şey İsrail'den gelmektedir.[674]

---

[670] Chapple-Sokol, **a.g.e.**, s. 170. Bu noktada gastromilliyetçilik kavramı dikkat çekmektedir. Gastromilliyetçilik ulusal bağlılığın duygusal gücünü sınırlamak ve sürdürmek için gıda üretimi, dağıtımı ve tüketiminin ulus düzeyinde kullanımına ve ayrıca gıda üretmek ve pazarlamak için milliyetçi duyguların kullanılmasına işaret etmektedir. Özünde birçok insanın az veya çok gastromilliyetçi bir kimliğe sahip olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bkz. Michaela DeSoucey, "Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union", **American Sociological Review**, C. 75, No: 3, 2010, s. 433.

[671] Ichijo, Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, s. 149.

[672] DeSoucey, "Gastronationalism", s. 433.

[673] Ari Ariel, "The Hummus Wars", **Gastronomica**, C. 12, No: 1, 2012, s. 34-42.

[674] Ariel, **a.g.e.**, s. 37.

Bu ifadeler, bir yemeğin bir ulus için neden bu denli önemli olduğunun altını kalın bir şekilde çizmektedir.[675] Ulusun inşası, sadece bir toprak parçasıyla değil onun üzerinde ve etrafında inşa edilen tarihe ve kültürel hafızaya sahip çıkmakla, yaşatmakla ve aktarmakla da ilişkilidir. Haliyle birçok ülkenin yemekler üzerinden giriştiği bu savaşın temelinde kendi ulus kimliğini inşa etme motivasyonu bulunmaktadır. Aynı şekilde Azerbaycan ve Ermenistan arasındaki dolma savaşları,[676] Türkiye ve Yunanistan arasındaki baklava mücadelesi,[677] Türkiye ile Ermenistan arasındaki keşkek savaşları,[678] Çin ve Güney Kore arasındaki **kimchi** savaşlarının[679] temelinde ülkelerin yemekler üzerinden kendi aidiyetlerini ve kimliklerini inşa etme ve koruma çabaları yer almaktadır.

Yemekler üzerinden böyle bir mücadelenin varlığı nihayetinde her ülkenin kendi güç unsurlarını aktif şekilde kullanma gayretinden ileri gelmektedir. Her ülke sahip olduğu sert ve yumuşak güç elemanları ile diğer ülkeler üzerindeki etkinliğini artırmanın peşindedir. Bu bağlamda orta güçler için kamu diplomasisinin çok önemli fırsatlar sunmasından hareketle gastrodiplomasi faaliyetlerinde de orta güçler için fırsatlar vardır. Gastrodiplomasi çalışmalarının genelde orta güç ülkelerde yoğunlaştığı gerçeği de teori ile pratik arasındaki uyumun bir göstergesidir.[680] Süper güç devletler kadar uluslararası arenada söz sahibi olamayan orta güçler için niş diplomasi[681] alanlarına yönelmek bölgesel ve uluslararası etkinlik ve cazibe için önem

[675] Öte yandan dikkat çeken bir diğer nokta da Doğu-Batı ötekileştirme retoriğinin bir uzantısı olarak İsrail'in iyi ve güzelle; Arap ülkelerinin ise kötü ve çirkinle özdeşleştirilmesidir. Bu çerçevede güzel olan humus da iyi ve güzel sıfatlarına sahip olan İsrail'in olmalıdır(!).
[676] Yelena Osipova, "From Gastronationalism to Gastrodiplomacy: Reversing The Securitization of The Dolma in The South Caucasus", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 18-22.
[677] Sam Chapple-Sokol, "War and Peas: Culinary Conflict Resolution as Citizen Diplomacy", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 42.
[678] Yigal Schleifer, "UNESCO Decision Helps Start a Turkish-Armenian Food Fight", **Eurasianet**, 2011, (Çevrimiçi) https://eurasianet.org/unesco-decision-helps-start-a-turkish-armenian-food-fight, 03.01.2023.
[679] Osipova, "From Gastronationalism to Gastrodiplomacy: Reversing The Securitization of The Dolma in The South Caucasus", s. 18-22.
[680] Rockower, "The State of Gastrodiplomacy", s. 14.
[681] Andrew F. Cooper (ed.), **Niche Diplomacy: Middle Powers after the Cold War**, Londra, Palgrave Macmillan, 1997.

arz etmektedir.[682] Çıktılarının ne derece işe yarar olduğu noktasına itirazlar[683] olsa da özellikle orta güçler için gastrodiplomasi büyük faydalar sağlamaktadır ve birçok başarılı uygulama göstermiştir ki yemekle başlayan cazibe, ülkenin diğer kültürel alanlarına, ülke imajına ve turizme katkı sağlamaktadır.

Gastrodiplomasi terimi ilk olarak 2002 yılında **The Economist** dergisinde yayımlanan Tayland'ın yemek ve mutfak kültürünü dünyaya tanıtma çabalarının anlatıldığı makalede yer almıştır.[684] Tayland'ın **"Global Thai Program"** isimli kampanyası kapsamında Tayland hükümeti, ülkenin yemek kültürünü dünyada bir çekicilik unsuru olarak kullanmayı amaçlamış ve buna uygun çalışmalar gerçekleştirmiştir. Kısa zamanda restoran sayılarını artıran hükümet, **"Thailand: Kitchen of the World"** isimli ikinci kampanyası ile başlatmış olduğu gastrodiplomasi çabalarını güçlendirerek devam ettirmiştir.[685] Belirli kriterleri sağlayan restoranlara **Thailand's Brand** sertifikası, denizaşırı restoran kurma girişimlerine destek, isteyenlere teorik ve pratik yemek kursları, farklı dillerde yayın yapan geleneksel ve yeni medyayı kapsayan güçlü medya ilişkileri ile Tayland, gastrodiplomasi paradigmasının yaratıcısı olarak Tayland mutfağını ve kültürünü dünya çapında tanınır hale getirmiştir. Egzotik tatların ülkesi olarak yabancı kamuoyları nezdinde güçlü bir imaj elde eden Tayland, gastrodiplomasi kampanyasına başladığı 2002'de 5500 olan restoran sayısını 2003'te 8000'e, 2006'da 9000'e, 2009'da 13000'e yükseltmiştir.[686]

---

[682] Örneğin, Dünyaya Kore Mutfağı başlığıyla başlatılan Kimchi diplomasisinin amacı Kore yemeklerini dünyanın en popüler beş etnik mutfağından biri yapmaktır. Hyun-cheol'dan aktaran Sam Chapple-Sokol, "Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds", **The Hague Journal of Diplomacy**, C. 8, No: 2, 2013, s. 175.

[683] Parasecoli, gastrodiplomasi faaliyetlerinin çıktılarının ne derece işe yarar olduğu noktasına itiraz etmektedir. Çünkü gastrodiplomasi çabalarının yurtiçinde ve yurtdışında ölçülmesi zordur. İnsanlar o ülkelerin yemeklerini yiyip restoranların devamlılığı sağlasa bile o ülkenin kültürel özelliklerini merak etmeyecek hatta keşfetmeye değer gelenekler olarak düşünmeyeceklerdir. Gastrodiplomasi bu durumda "elit bir fenomen" olmaya mahkûmdur ve en iyi ihtimalle küçük bir yemek meraklısı gruba hitap edecek dar çevreli bir girişim olmaktan öteye geçemeyecektir. Fabio Parasecoli, "How Countries Use Food to Win Friends and Influence People", **Foreign Policy Magazine**, 2022, (Çevrimiçi) https://foreignpolicy.com/2022/08/20/food-diplomacy-countries-identity-culture-marketing-gastrodiplomacy-gastronativism/, 30.10.2022.

[684] The Economist, "Thailand's gastro-diplomacy", **The Economist**, (07.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy, 07.11.2022.

[685] Paul Rockower, "Recipes for Gastrodiplomacy", **Place Branding and Public Diplomacy**, C. 8, No: 3, 2012, s. 238.

[686] Rockower, **a.g.e.**, s. 239.

Tayland'ın gastrodiplomasi çalışmaları birçok ülke için model olmuş ve ulus markalama çalışmaları için ülkeler yemek kültürlerini bir diplomasi aracı olarak kullanmak üzere çeşitli kampanyalar düzenlemişlerdir: Japonya – **Loved around the world**; Malezya – **Malaysian kitchen for the world**; Peru – **Cocina peruana para el mundo: todos reunidos (The largest food fair in Latin America)**; Güney Kore – **Taste of Korea**; Tayvan - **Gourmet Taiwan** isimli kampanyalarıyla imajlarını güçlendirip ülke markasına katkı sağlamayı amaçlamışlardır.[687] Tayland'ın,[688] Japonya'nın,[689] Tayland, Güney Kore ve Tayvan'ın,[690] Malezya'nın,[691] Hindistan'ın[692] ve Peru'nun[693] ulusal mutfaklarının gastrodiplomasi faaliyetlerinde kullanılacak bir yumuşak güç unsuru olarak incelendiği çalışmalar göstermektedir ki birçok ülke yemek kültürleri üzerinden yabancı kamuoylarını etkilemeye çalışmaktadır. Bunlara ilaveten Güney Kore mutfağının Müslüman ülkelerde ülke imajını yükseltmek üzere kurgulanması,[694] Tayvan sokak yemeklerinin Endonezya toplumundaki izlerinin araştırılması[695] gibi daha spesifik alanlarda da gastrodiplomasinin etkileri gözlenmektedir. Bütün bu örnekler de göstermektedir ki ülkeler gerek genel bir gastrodiplomasi yaklaşımı gerekse spesifik alanlarda gerçekleştirilecek niş gastrodiplomasi çabaları ile yabancı kamuoylarını cezbetmeye çalışmaktadır.

---

[687] Juyan Zhang, "The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns", **International Journal of Communication**, C. 9, 2015, s. 574.
[688] Rockower, "Recipes for Gastrodiplomacy", s. 235-246.
[689] Felice Farina, "Japan's Gastrodiplomacy as Softpower: Global Washoku and National Food Security", **Journal of Contemporary Eastern Asia**, C. 17, No: 1, 2018, s. 131-146.
[690] Anna Lipscomb, "Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan", **The Yale Review of International Studies**, 2019, (Çevrimiçi) http://yris.yira.org/essays/3080, 13.03.2023.
[691] Naili Nahar vd., "The Globalization of Malaysia National Cuisine: A Concept of 'Gastrodiplomacy'", **Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts**, C. 10, No: 1, 2018, s. 42-58.
[692] Bipithalal Balakrishnan Nair, "Durban Indian Cuisine as an Instrument of Gastrodiplomacy Leverage in Tourism", **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, C. 9, No: 3, 2020, s. 363-371.
[693] Wilson, "Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Cuisine in Peru", s. 13-20.
[694] Ratih Herningtyas, "Korean Gastro Diplomacy: Strategy to Enhance Country Promotion Toward Moslem Countries", **Proceedings of the Third International Conference on Sustainable Innovation 2019 – Humanity, Education and Social Sciences (IcoSIHESS 2019)**, Yogyakarta, Atlantis Press, 2019, s. 247-252.
[695] Theresia Octastefani, Bayu Kusuma, "Exploring Taiwanese Street Food in Contemporary Indonesian Society: Between Nostalgia and Gastrodiplomacy", **Journal of Governance**, C. 7, No: 4, 2022, s. 797-809.

Bu çerçevede Türkiye de gastrodiplomasi faaliyetlerine önem vermekte ve bu alanda çeşitli uygulamalar yapmaktadır. Bu noktada bir yumuşak güç unsuru olarak Türk mutfağı gastrodiplomasi çabalarına itici gücü sağlayacak zemine ve köklülüğe sahip olmasıyla önem arz etmektedir. Fransız ve Çin mutfaklarıyla birlikte dünyanın en zengin üç mutfağı arasında sayılan[696] Türk mutfağı da gastrodiplomasi faaliyetlerinde kullanılabilecek bir güce, geçmişe, zenginliğe sahiptir ve hatta Türk mutfağı pek çok ülkenin mutfağına nazaran bu özellikleri daha fazla hak etmektedir denilebilir. Çünkü Orta Asya'dan başlayıp Selçuklu ve Osmanlı'dan geçerek günümüze ulaşan bu yolculuğu ile modern Türk mutfağı, kendine has özellikleri sayesinde diğer birçok mutfaktan ayrı bir yerdedir. Orta Asya, Ortadoğu, Balkanlar, Anadolu, Akdeniz mutfaklarından izler taşıyan Türk mutfağı, zengin bir kültürel miras üzerinde yer almaktadır Aynı lezzetin izlerine Ege'de, Balkanlar'da ve Orta Asya'da rastlıyor olmak[697] Türk mutfağının yaygınlığını ve gücünü göstermektedir.

Bu zenginliğin ışığında Türk mutfağı, uluslararası muhatapları nezdinde genellikle olumlu geri dönüşlere sahiptir. Örneğin, Ruddy'nin Public Diplomacy Magazine'de yayımlanan ulusal mutfağın ulus kimliği algısına etkisi üzerine araştırma makalesinde Türk mutfağı, Etiyopya mutfağından sonra en fazla skor alan ülkedir.[698]

---

[696] Göksel Kemal Girgin, Musa Oflaz, Nilgün Karaman, "Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Belirlenmesi", **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 6, No: 5, 2017, s. 98; Tez, **Lezzetin Tarihi**, s. 57; Bonny Wolf, "Among the Greatest Cuisines, Turkish Is a Delight", **NPR**, (01.08.2010), blm. Food, (Çevrimiçi) https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=128907103, 06.06.2023; Ayşe Baysal, "Türk Mutfağı, Özellikleri, Etkileşimleri", **Beslenme Antropolojisi 1**, ed. Türkan Kutluay Merdol, 4. bs, Ankara, Hatipoğlu Yayınları, 2020, s. 123.

[697] Örneğin dolma çok geniş bir coğrafyada tüketilen bir yiyecektir ve pek çok ülke kendisine mal etmektedir. Bu çerçevede Ermenistan ile Azerbaycan arasındaki sahiplik mücadelesinin de aktörü olan dolma hazırlama ve paylaşma kültürü UNESCO tarafından 2017 yılında Azerbaycan'a tescillenmiştir. UNESCO'nun tescillemesinin yanında dolma hala birçok ülke için önemli bir kültür unsurudur. UNESCO, "UNESCO Dolma Making and Sharing Tradition, a Marker of Cultural Identity", (12.04.2023), (Çevrimiçi) https://ich.unesco.org/en/RL/dolma-making-and-sharing-tradition-a-marker-of-cultural-identity-01188, 12.04.2023.

[698] Öte yandan, **Taste Atlas** web sitesi, Aralık 2022'de yayımladıkları dünya mutfakları sıralamasında Türkiye'yi 7. sırada listelemiştir. Haziran 2022'deki bir önceki listede Türkiye 17. sırada yer almaktaydı. Sitenin dünyanın geleneksel en iyi 100 yemeği sıralamasında da Türkiye'den cağ kebabı, şiş kebap, mantı, iskender kebap, alinazik, döner kebap, tantuni, hünkâr beğendi, çöp şiş, Adana kebap ve sarma olmak üzere 11 adet yemek bulunmaktadır. US News web sitesinde de Türkiye, en mükemmel yiyecekler kategorisinde 7. sırada yer almaktadır. Bkz. Taste Atlas, "World's Cuisine's Ranking", **Twitter**, 2022, (Çevrimiçi) https://twitter.com/TasteAtlas/status/1533040166180466688?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1533040166180466688%7Ctwgr%5E84df1c482868e390b465a4a7072c4f5b6ef9b1d2%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2F, 26.12.2022.; Taste Atlas, "Best

Araştırmaya göre katılımcıların %55'i bir ulusa ait yemeği deneyimleme sonrası ulus kimliği algısını değiştireceğini bildirmiştir. Dikkat çeken nokta, Türkiye'nin Tayland'dan daha yüksek skor almasıdır.[699] Ruddy'nin dikkat çektiği bir diğer nokta da Türkiye'nin resmi olarak ilan edilmiş bir gastrodiplomasi programı olmamasına karşı Türk mutfağının özellikle Türk göçmenler tarafından tanıtımının yapılıyor olmasıdır.[700] Bu durum, Türkiye için gastrodiplomasi yol haritasının olmaması açısından bir olumsuzluk olarak görülmenin yanında kamu diplomasisi faaliyetlerinin ruhuna uygun şekilde hükümet dışı aktörlerin sürece olan katkısı sebebiyle dikkat çekicidir. Türk yemeklerinin yabancılar tarafından sevildiği ve olumlu birçok özellikle tanımladığı pek çok çalışma bulunmaktadır. Örneğin Girgin ve arkadaşlarının Türk cumhuriyetlerinden gelen öğrencilerin Türk mutfağı algısına yönelik çalışmasında öğrencilerin Türk mutfağını sevdikleri, yemekleri lezzetli buldukları sonucu çıkmıştır.[701] Albayrak'ın çalışması da turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşleri üzerinedir. Çalışma sonucunda benzer şekilde turistlerin Türk mutfağını beğendikleri ve çevrelerine tavsiye edebilecekleri çıkmıştır:[702] Yabancı uyruklu bireyler üzerinde yapılan birçok çalışma Türk mutfağının lezzet, beğeni, tavsiye, algı gibi kriterler doğrultusunda lezzetli, ilgi çekici, kaliteli, sağlıklı, bol porsiyon, sunumu güzel gibi olumlu görüşlerle değerlendirmektedir.[703] Yabancıların Türk mutfağında beğenmediği

---

Traditional Food in the World", **Taste Atlas**, (26.12.2022), (Çevrimiçi) https://www.tasteatlas.com/best/cuisines#BestTraditionalCities, 26.12.2022.; ("These Countries Have Greatest Food", t.y.).

[699] Tayland, gastrodiplomasi uygulamalarının başlatıcısı olarak kabul edilmektedir.

[700] Braden Ruddy, "Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 29-34.

[701] Girgin, Oflaz, Karaman, "Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Belirlenmesi", s. 109.

[702] "Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma", **Journal of Yaşar University**, C. 8, No: 30, 2013, s. 5060.

[703] Özlem Arslan, "Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği", Ankara, Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010; Kemal Birdir, Yasemin Akgöl, "Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi", C. 3, No: 2, 2015, s. 57-68; Menekşe Cömert, Alev Sökmen, "Türkiye'de Gastronomi Turizmi: Antalya'da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma", **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, C. 14, No: 3, 2017, s. 6-26; Bahadır Gültekin, "Kruvaziyer Turizmine Katılan Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Algıları: Kuşadası Limanı Örneği", Nevşehir, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014; Sercan Kadam, İhsan Kazkondu, Gökhan Şallı, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüş ve Düşüncelerinin Genel Değerlendirmesi", **1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu**, 2015, s. 799-808; Esra Mankan, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği", Ankara, Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2012; Bahattin Özdemir, Fatma Kınay, "Yabancı Ziyaretçilerin Türk

ise yemeklerin bol yağlı ve bol salçalı olmasıdır. Bu noktada gerek ülke içinde gerek uluslararası düzlemde yabancı kamuoylarının etkilenmesi, cezbedilmesi ve onlara ülke markasına ilişkin olumlu imajların ulaştırılması için köklü miras ve zenginliğiyle Türk mutfağının bir yumuşak güç enstrümanı olarak etkin bir şekilde kullanılması önem arz etmektedir. Bunun yolu da gastrodiplomasi faaliyetlerinden geçmektedir.

Türkiye'nin sınırlı, dağınık, birbirinden kopuk ve bir programı olmadan yaptığı gastrodiplomasi faaliyetlerine bakıldığında birkaç örnek dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki 2004'te İstanbul'da düzenlenen NATO Zirvesi'dir. Bu zirvede Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in Dolmabahçe Sarayı'nda ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın Topkapı Sarayı'nda verdiği akşam yemeklerinde seçilen menüler zirveye katılan liderler tarafından beğenilmiş ve Dolmabahçe'de verilen yemeğin şefi Vedat Başaran'ın deyimiyle "uluslararası siyaset yerine yemekler konuşulmuştur."[704] Bu yemekleri gastrodiplomasiden ziyade mutfak diplomasisi **(culinary diplomacy)** olarak düşünmek daha doğru olacaktır ancak yine de bu yemek davetleri liderlerin diplomasi trafiğinden soluklandığı yemek vakitlerini çok iyi değerlendirilmesi ve yemeklerin/menünün liderler arasında bir gündem olması sebebiyle önem arz etmektedir.[705] Devlet eliyle gerçekleştirilen bir gastrodiplomasi faaliyeti de 2015 Milano EXPO'daki Türk pavyonu uygulamasıdır. Geleceğin Gıdası İçin Tarihin İrdelenmesi temasıyla kurulan Türk pavyonu Anadolu'nun 12 bin yıllık tarihi ve kültür havzası olarak kurgulanmış ve temaya uygun şekilde Anadolu'nun yemek kültürü

---

Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma", **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, No: 2, 2004, s. 5-28; Fuat Sami, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi: Atatürk Havalimanı Bölgesi Otelleri Üzerine Bir Araştırma", İstanbul, İstanbul Okan Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019; Nevin Şanlıer, "Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri", **Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 25, No: 1, 2005, s. 213-227; Önder Yayla, Sema Ekincek, Şeyda Yayla, "Türk Mutfağı İmajının Ürün Odaklı Geliştirilmesi: Turistler Üzerinde Bir Uygulama", **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, C. 8, No: 4, 2020, s. 2916-2955; Egem Zağralı, Atilla Akbaba, "Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma", **E-Journal of Yaşar University**, C. 10, No: 40, 2015, s. 6633-6644.

[704] Tanyol Kıpçak, "Liderlerin Aşçısı", **Posta**, (2011), (Çevrimiçi) https://www.posta.com.tr/magazin/cumartesi-postasi/liderlerin-ascisi-78420, 31.10.2022.

[705] Şef Vedat Başaran, Dönemin Fransa Cumhurbaşkanı Jacques Chirac'ın "Biz Versaille'de böyle bir davet veremedik."; İngiltere Başbakanı Tony Blair'in "Tüm dünyayı geziyoruz, kimse mutfak kültürünü böyle bir atmosferde, bu şekilde sunmamıştı." cümleleriyle yemeği ve atmosferi övdüklerini belirtmektedir. Milliyet, "NATO Liderlerini Onlar Doyurdu", **Milliyet**, 2004, (Çevrimiçi) https://www.milliyet.com.tr/pazar/nato-liderlerini-onlar-doyurdu-337337, 31.10.2022.

seçilmiştir. Mimarisiyle de dikkat çeken Türk pavyonunda şerbet, lokum, çay, kahve, kahvaltı, mantı, börek, tarhana gibi Anadolu'nun zengin lezzetleri on binlerce katılımcıya ikram edilmiştir.[706]

Kamu diplomasisinin ruhuna daha uygun şekilde gerçekleştirilen bir gastrodiplomasi çabası ise Türk kahvesi üzerinedir. Türk kahvesini bir kamu diplomasi aracı olarak başarılı şekilde kullanıldığı Gezici Türk Kahvesi Tırı **(The Mobile Turkish Coffee Truck)** ile başlayan proje[707] bugün kahve diplomasisi üzerine özellikle Amerika'da hayli başarılı olmuştur. Gezici Türk Kahvesi Tırı projesi, Türk kahvesinin yabancı kamuoylarıyla buluşmasını sağlamak, Türk kültürü ve Türk kahve kültürünü tanıtmak için 2012 yılında Amerika'da başlamıştır. Amerika'da birçok eyalet ve şehirde ve Avrupa'nın birçok şehrinde binlerce insanı Türk kahvesi ve Türk kültürüyle tanıştıran proje, uluslararası birçok gazetede kendinden bahsettirmiştir.[708] TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Amerika'daki büyükelçilik ve konsolosluklar, Türk Hava Yolları, Kurukahveci Mehmet Efendi, Arzum, Troy, ATA-DC gibi kamu ve özel kurumların destek ve sponsorluklarıyla güçlenen kahve tırı projesi 500 yıllık bir miras üzerinden kahve diplomasisi yapmaktadır. Süreç ilerledikçe ve kendinden söz ettirdikçe projenin kurucusu olan Gizem Şalcıgil White, **Turkish Coffe Lady**[709] ismiyle markalaşma yoluna gitmiş ve Virginia'da bir kahve dükkânı açmıştır. Burada Türk kahvesinin yanında, Türk kültürüne özgü lezzetleri de (çay, lokum, tatlı, börek gibi) yabancılara sunmaktadır. 2020 yılında **Turkish Coffe Lady Foundation** ismiyle

---

[706] Neslihan Kul, **Mutfak Kimlik Diplomasi: Türkiye'de Gastro Diplomasi**, Ankara, Tün Kitap, 2019, s. 155-156.

[707] Turkish Coffee Truck, "Turkish Coffee Truck", Instagram Sayfası, **Instagram**, (01.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.instagram.com/turkishcoffeetruck/, 01.11.2022.

[708] Lavanya Ramanathan, "Turkish Coffee Truck Hands Out", **Washington Post**, (18.09.2012), (Çevrimiçi) https://www.washingtonpost.com/blogs/going-out-gurus/post/turkish-coffee-on-the-house-today-in-dc/2012/09/17/97503964-00f0-11e2-b260-32f4a8db9b7e_blog.html, 12.04.2023; Joel Levy, "Turkish Coffee Truck and Terroir Symposium", **Toronto Guardian**, (15.04.2016), (Çevrimiçi) https://torontoguardian.com/2016/04/turkish-coffee-truck/, 12.04.2023; "Mobile Turkish Coffee Truck Tours US, Europe to Introduce Delicious Brew", **Daily Sabah**, 03.02.2016, (Çevrimiçi) https://www.dailysabah.com/life/2016/02/03/mobile-turkish-coffee-truck-tours-us-europe-to-introduce-delicious-brew, 12.04.2023; Kim Bussing, "Taking Turkish Coffee to the Streets", **The Hoya**, (13.02.2013), (Çevrimiçi) https://thehoya.com/taking-turkish-coffee-to-the-streets/, 12.04.2023; "The Mobile Turkish Coffee Truck Comes to Harvard Square", **Harvard Square**, 01.05.2012, (Çevrimiçi) https://live-harvard-square.pantheonsite.io/the-mobile-turkish-coffee-truck-comes-to-harvard-square/, 12.04.2023.

[709] Turkish Coffee Lady, "Turkish Coffee Lady", **Turkish Coffee Lady**, (01.11.2022), (Çevrimiçi) https://turkishcoffeelady.com/pages/about-us, 01.11.2022.

bir vakıf kurulmuş ve kahve kültürü sayesinde kültürlerarası iletişim inşa etmeyi amaçlamaktadır.[710] Gerek proje gerek kurucu Şalcıgil White, birçok uluslararası ödüle layık görülmüş[711] ve UNESCO tarafından Türk kahvesinin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi'ne alındığı 5 Aralık gününün[712] Washington Belediye Başkanı tarafından 2020 yılında Dünya Türk Kahvesi Günü[713] ilan edilmesiyle de[714] bu kahve diplomasisi girişimi taçlanmıştır. Türkiye'nin gastrodiplomasi çabaları arasında önemli bir yere sahip olan proje, **Turkish Coffee Tales of Anatolia** isimli bir belgesel filmine de ev sahipliği yapmıştır.[715] Mikro-art sanatçısı Hasan Kale ile de iş birliği içinde olan **Turkish Coffe Lady** oluşumu sanatçı ile Türk kahvesi üzerine sergi ve programlar düzenlemiş ve belgesel filmi de birlikte çekmiştir. Hükümet dışı bir aktör tarafından gerçekleştirilen bu kahve diplomasisi akademik yayınlarda da örnek vaka olarak gösterilmektedir.[716]

UNESCO'nun gastronomi alanındaki Yaratıcı Şehirler Ağı listesinde yer alan şehirler de Türkiye imajı için bir gastrodiplomasi faaliyeti olarak sayılabilir. Türkiye'den 2015'te Gaziantep, 2017'de Hatay ve 2019'da Afyonkarahisar'ın dahil edildiği listede[717] müzik, gastronomi, halk sanatları, film, edebiyat gibi alanlarda

[710] Turkish Coffee Lady Foundation, "Turkish Coffee Lady Foundation", **Turkish Coffee Lady Foundation**, (01.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.turkishcoffeelady.org/, 01.11.2022.
[711] Capital, "Turkish Coffee Lady Amerika'da 2022 Başarı Hikayesi Seçildi", **Capital**, 2022, (Çevrimiçi) https://www.capital.com.tr/haberler/tum-haberler/turkish-coffee-lady-amerikada-2022-basari-hikayesi-secildi, 02.11.2022; Altın Pusula Türkiye, "19. Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödül Töreni Gerçekleşti", **Altın Pusula Türkiye**, 12.03.2021, (Çevrimiçi) https://www.altinpusula.org/19-altin-pusula-turkiye-halkla-iliskiler-odul-toreni-gerceklesti.html, 12.04.2023.
[712] Kültür veTurizm Bakanlığı, "Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesine Alındı", **T.C. Kültür veTurizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü**, 2013, (Çevrimiçi) https://aregem.ktb.gov.tr/TR-76265/turk-kahvesi-kulturu-ve-gelenegi-unesco-insanligin-somut-olmayan-kulturel-mirasinin-temsili-listesine-alindi.html, 02.11.2022.
[713] UNESCO'nun temsili listeye kaydettiği tarih olması sebebiyle 5 Aralık gününün Dünya Türk Kahvesi Günü olarak kutlanması 2020 öncesinde yavaş yavaş oluşmaya başlamıştır. Ancak, Turkish Coffee Lady Foundation'un girişimiyle Amerika'daki bir belediye başkanının 5 Aralık gününü tanıması ve ilan etmesi gastrodiplomasi açısından önem arz etmektedir.
[714] İslam Doğru, "Washington Belediye Başkanı, 5 Aralık'ı 'Dünya Türk Kahvesi Günü' Olarak Tanıdığını İlan Etti", **Anadolu Ajansı**, 2020, (Çevrimiçi) https://www.aa.com.tr/tr/dunya/washington-belediye-baskani-5-araliki-dunya-turk-kahvesi-gunu-olarak-tanidigini-ilan-etti/2066217, 02.11.2022.
[715] Turkish Coffee Lady (haz.), **Turkish Coffee Tales of Anatolia**, Youtube, 2021, (Çevrimiçi) https://www.youtube.com/watch?v=X8lP0j7vcnA, 01.11.2022.
[716] Rockower, "The State of Gastrodiplomacy", s. 15.
[717] **Türkiye**, 2. bs, İstanbul, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları, 2023, s. 363-364.

dünya üzerinden 301 şehir yaratıcı şehir olarak seçilmiştir.[718] UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesi'nde[719] de gastronomi alanında Adana, Balıkesir, Diyarbakır, Kayseri ve Konya yer almaktadır.[720] Türkiye'nin gastrodiplomasi çabalarının arasında UNESCO Türkiye Millî Komisyonu'nun UNESCO listelerine dahil edilmesini sağladığı Türk lezzetlerini ve Avrupa Birliği Coğrafi İşaret belgesini almaya hak kazanan ürünleri de saymak yerinde olacaktır. Geleneksel Tören Keşkeği, Mesir Macunu Festivali, Türk Kahvesi ve Geleneği, İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katrıma, Jupka, Yufka (Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ile ortak dosya) ve son olarak Çay Kültürü: Kimlik, Misafirperverlik ve Toplumsal Etkileşim Sembolü (Azerbaycan ile ortak dosya) başlıklarıyla alınan UNESCO onayları Türkiye'nin uluslararası zeminde gastrodiplomasi kazanımlarıdır.[721] Bu sayede Türk kültürüne ait yemekler ve onların kültürel uzantıları UNESCO tarafından tescillenip korunması adına uluslararası bir destek ve güvence sağlanmış, uluslararası tanınırlığına ve farkındalığına destek olmuştur.

Avrupa Birliği Coğrafi İşaretleri de Türkiye'nin uluslararası alandaki gastrodiplomasi başarılarındandır. 2009 yılından beri yapılan başvurular sonucunda Türkiye 38 tane ürününü[722] Avrupa Komisyonu **(European Commission)** tarafından

[718] UNESCO, "Creative Cities Network", **Creative Cities Network**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map, 18.01.2023.

[719] UNESCO Yaratıcı Şehirler Türkiye Ulusal Listesi, Türkiye'den UNESCO'ya gönderilmesi için yapılan başvurular arasından elenenlerin yer aldığı listedir. UNESCO, her iki yılda bir yaratıcı şehir başvurularını almaktadır. 2021'de her ülkeden iki şehirle başvuru yapılabilecek olmasından dolayı Türkiye Milli Komisyonu bazı şehirleri elemiştir. 2023 Mart ayında çağrıya çıkılması ile Türkiye yeniden bu listelere başvuru yapabilecektir. (Bilgiler, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu'nda Yaratıcı Şehirler başvurularıyla ilgilenen bir uzman ile yapılan telefon görüşmesi sonucunda elde edilmiştir.)

[720] UNESCO Türkiye, "UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı", **UNESCO Türkiye Milli Komisyonu**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1, 18.01.2023.

[721] Türkiye, toplamda 25 somut olmayan kültürel mirasının UNESCO tarafından tescillenmesini sağlamıştır. "UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesi", (02.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-%C4%B0nsanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1n-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras%C4%B1-Temsil%C3%AE-Listesi Erişim Tarihi: 02.11.2022, 02.11.2022.

[722] Antep Baklavası, Afyon Pastırması, Afyon Sucuğu, Aydın İnciri, Malatya Kayısısı, İnegöl Köfte, Aydın Kestanesi, Taşköprü Sarımsağı, Kayseri Pastırması, Kayseri Mantısı, Kayseri Sucuğu, Antepfıstığı, Milas Zeytinyağı, Bayramiç Beyazı, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Giresun Tombul Fındığı, Antakya Künefesi, Maraş Çöreği, Çağlayancerit Cevizi, Maraş Tarhanası, Gemlik Zeytini, Milas Yağlı Zeytini, Gaziantep Menengiç Kahvesi, Araban Sarımsağı, Tonya Tereyağı, Erzurum Su Böreği, Edremit Zeytinyağı, Aydın Memecik Zeytinyağı, İpsala Pirinci, Bursa Kestane Şekeri, Aydın Memecik Zeytini, Kırkağaç Kavunu, Demirci Hünnabı, Amasya Çiçek Bamyası, Bursa Siyah İnciri,

tescilletmiştir.[723] Türkiye'nin Türk Patent Kurumu tarafından Coğrafi İşaret ile tescillenmiş ürünleri dikkate alındığında[724] Avrupa Birliği'ne başvurup tescillenme ihtimali olan ürün sayısı hayli fazladır.

Asırlık Tariflerle Türk Mutfağı isimli yemek kitabı Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanmış bir diğer gastrodiplomasi çabasıdır. Emine Erdoğan'ın öncülüğünde ve Cumhurbaşkanlığı himayesinde çıkarılan kitapta şef, akademisyen ve uzmanların katkısıyla hazırlanmış 218 tarif bulunmaktadır.[725] Kitap 2023 Mayıs ayında verilmesi planlanan **Gourmand World Cookbook Awards 2023** seçkisinde gastrodiplomasi ve **First Lady** kategorilerinde ödüllere aday gösterilmiştir.[726]

Gastrodiplomasinin ruhuna uygun bir diğer örnek de Türkiye'nin yurtdışında faaliyet gösteren restoran zincirleridir. Bu noktada yurtdışında pazarlama faaliyetlerini sürdüren Türk gıda markaları değil restoran, mağaza ve ayaküstü atıştırmalık mekanları dikkate alınmıştır. Her bir Türk markasının Türkiye ulus markasına hizmet ettiğini kabul etmekle birlikte gastrodiplomasi bağlamında özellikle perakende satışların yapıldığı mağazalar gastrodiplomasinin doğasına daha uygundur. Simit Sarayı,[727] Mado,[728] Seyidoğlu,[729] Selamlique,[730] Gönül Kahvesi,[731] Köşebaşı,[732]

---

Hopa Hamsili Ekmeği, Suruç Narı, Safranbolu Safranı Avrupa Birliği Coğrafi İşareti'ne sahip Türk lezzetleridir.

[723] GIview, "Geographical Indications View", **GIview**, (02.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.tmdn.org/giview/gi/search, 02.11.2022.

[724] 27.04.2022 itibariyle hazırlanan rapora göre var olan 1042 coğrafi işaretin 837 tanesi gıda, yemek, yiyecek içeceklerden oluşmaktadır. Türk Patent, "Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adı İstatistik", **Türk Patent**, (02.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler-ve-geleneksel-urun-adi-istatistik, 02.11.2022.

[725] **Türkiye**.

[726] Yıldız Nevin Gündoğmuş, "'Asırlık Tariflerle Türk Mutfağı' Kitabı, Uluslararası Yarışmada 2 Dalda Ödüle Aday", **Anadolu Ajansı**, 05.12.2022, (Çevrimiçi) https://www.aa.com.tr/tr/kultur/asirlik-tariflerle-turk-mutfagi-kitabi-uluslararasi-yarismada-2-dalda-odule-aday-/2755653, 18.01.2023.

[727] Simit Sarayı, "Mağazalar", **Simit Sarayı**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.simitsarayi.com/magazalar, 13.03.2023.

[728] Mado Dondurma, "Yurt Dışı Operasyonlar", **Mado Dondurma Cafe Pasta Tatlı**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://mado.com.tr/franchising/yurt-disi-operasyonlar/, 13.03.2023.

[729] Seyidoğlu, "Mağazalar", **Seyidoğlu**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.seyidoglugida.com.tr/magazalarimiz/, 13.03.2023.

[730] Selamlique, "Mağazalar", **Selamlique**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.selamlique.com/tr/icerik/www.selamlique.com, 13.03.2023.

[731] Gönül Kahvesi, "Hakkımızda", **Gönül Kahvesi**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) http://www.gonulkahvesi.com/anasayfa/hakkimizda/, 13.03.2023.

[732] Köşebaşı, "Şubeler", **Köşebaşı**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) http://www.kosebasi.com/sayfa/subeler/, 13.03.2023.

Komagene,[733] Bursa Kebap Evi[734] gibi Türk gıda markaları yurtdışında birçok mağaza ile etkin gastrodiplomasi aktörleridir.

Son olarak 2022 yılı itibariyle yeni bir girişim olarak kutlanmaya başlanan Türk Mutfağı Haftası gastrodiplomasi faaliyetleri noktasında önemli bir örnek olarak gösterilebilir. Cumhurbaşkanlığı tarafından ilan edilen Türk Mutfağı Haftası'nın, her yıl 21-27 Mayıs tarihleri arasında tüm dünyadaki büyükelçiliklerde ve Türkiye'de çeşitli kurumlarda kutlanması planlanmaktadır,[735] İlki 20-22 Mayıs Balıkesir Gastronomi Festivali'nde kutlanan Türk Mutfağı Haftası,[736] Cumhurbaşkanlığının himayesinde, Kültür ve Turizm Bakanlığının desteğiyle ve Emine Erdoğan'ın öncülüğünde gerçekleştirilmektedir.

Sonuç olarak Türkiye'nin resmi olarak planlı bir gastrodiplomasi kampanyası bulunmasa dahi gerçekleştirilen her bir gastrodiplomasi teşebbüsü Türk mutfak kültürü ve Türkiye markası için önem arz etmektedir. Gerek devlet/hükümet tarafından organize edilen gerekse hükümet dışı aktörlerin rol aldığı birçok girişimin Türk mutfağının uluslararası arenada daha fazla yer edinmesine, yabancı kamuoylarının Türk mutfağı ve Türkiye'ye ilişkin bilgi ve algılarının şekillenmesine ve uzun dönemli bir etki olarak turizme katkı sağladığını söylemek yerinde olacaktır.

---

[733] Komagene, "En Yakın Komagene", **Komagene**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.komagene.com.tr/tr/en-yakin-komagene, 13.03.2023.

[734] Bursa Kebap Evi, "Şubeler", (13.03.2023), (Çevrimiçi) http://www.bursakebapevi.com/subelerimiz.html, 13.03.2023.

[735] Türk Mutfağı Haftası, "Türk Mutfağı Haftası", **Türk Mutfağı Haftası**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://turkishcuisineweek.com/tr/turk-mutfagi-haftasi, 18.01.2023.

[736] Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, "Emine Erdoğan, 'Türk Mutfağı Haftası' Kapsamında Balıkesir Gastronomi Festivali'ne Katıldı", **Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/137988/emine-erdogan-turk-mutfagi-haftasi-kapsaminda-balikesir-gastronomi-festivali-ne-katildi, 18.01.2023.

# ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

# ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığı ve yeme içme pratikleri üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiş ve bulgulardan hareketle Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımına ulaşmak amaçlanmıştır. Bu amaçla bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları, yöntemi, verilerin toplanması ve verilerin analizi açıklanmıştır.

## 3.1. Araştırmanın Problemi

Küreselleşmenin etkisiyle dünya, "küresel bir köy"[737] olmanın yanında aynı zamanda farklılıkların da yaşandığı "yerel bir alem" özelliği de taşımaktadır. Her kültürün kendine has özelliklerinin günden güne daha fazla önem arz ettiği günümüz dünyasında kültürlerin kesiştiği, etkileşime geçtiği, çatıştığı pek çok durum oluşmaktadır. Kültürlerarası iletişimin birçok alanda geçerli olduğu günümüzde ülkeler, kendi ulusal kaynakları/kültürlerini diğer ülkeler ve ülke vatandaşları üzerinde yumuşak güç unsuru olarak kullanmaktadırlar. Bir ülkenin diğer ülkeler üzerinde güvenilir, saygın, sevilen, tercih edilen, olumlu imaj sahibi, kısaca cezbeden bir ülke olarak konumlandırılması uluslararası ilişkilerde, halkla ilişkilerde, ulus markalamada önemli bir yere tekabül etmektedir. Şüphe yok ki her ülke, diğer ülke vatandaşlarını/dış kamuoylarını etkilemek için kendi özelliklerine, dinamiklerine, gücüne, kültürüne yoğunlaşmaktadır. Bu noktada ülkelerin odak noktasının ne olacağı ise her ülkenin kendi dinamikleriyle şekillenmekte ve her ülke kendini cazibe merkezi olarak konumlandıracak özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Bu doğrultuda karar vericiler, ülkelerinin cazibesini artırmak için kamu diplomasisi faaliyetlerine giderek daha fazla önem atfetmektedirler. Kamu diplomasisi, ülkelerin stratejik, planlanmış, uygulanabilir ve sürdürülebilir bir program ile kendini diğerlerine (özellikle yabancı kamuoylarına) anlatması olarak özetlenebilir.

[737] Marshall McLuhan, **The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man**, 1. bs, Canada, University of Toronto Press, 1962, s. 31.

Kamu diplomasisi içinde özel bir alan olarak ve diğerlerini etkilemedeki başarısı dikkate alındığında kültürel diplomasi bir ülkenin hangi değerlerinin öne çıkarılacağının belirlenmesinde mühim bir yerdedir. Tanımlaması zor olsa da ve hangi anlamda kullanılırsa kullanılsın kültürün diğer kültürlerle etkileşime geçtiği ve baskın olanın, cazip olanın diğerini dönüştürdüğü, etkilediği bir gerçektir. Ülkeler de bu güçten[738] yararlanarak kendi kültürel değerlerinin diğerleri üzerinde etkili olmasını arzulamakta ve bunun için kültürel diplomasi çalışmaları yapmaktadır. Bu noktada kültürün bir alt bileşeni olan ve gündelik yaşamın olağan akışında yer alan yemek kültürü, akademik literatürde belli alanlar dışında fazla ilgi çekmemiştir. Yemek, hayatımıza o denli yerleşmiştir ki günün bölümlenmesi, işlerin akışı, davetler, arkadaşlarla buluşma gibi birçok gündelik ve sıradan rutinde belirleyici unsurlardan biri de yemek veya yemek kültürüdür. Bu denli insan hayatına sirayet etmişliği sayesinde yemek kültürü, yabancı olduğumuz bir kültüre ilişkin ilk merak ettiğimiz veya en merak ettiğimiz unsurlardan olmaktadır. Bu çekicilik özelliği sebebiyle yemek kültürü kültürel diplomasinin bir türü olan gastrodiplomasi çalışmalarında önemli bir yerdedir. Bir ülkenin dış kamuoylarını etkilemek için yemek kültürünü kullanan[739] gastrodiplomasi anlayışı özellikle Asya ve Latin Amerika ülkelerinin başarılı şekilde uyguladığı ve olumlu sonuçlar aldığı bir yaklaşımdır.

Öte yandan Türkiye'de dağınık bir görüntü hakimdir. Zengin ve köklü bir geçmişe sahip Türk mutfağı, gastrodiplomasi çalışmalarını yıllardır uygulayan birçok ülke mutfağından daha dikkat çeken bir noktada olmasına rağmen bu çalışmalar ya göz ardı edilmiş yahut Türk mutfağının bir cazibe değeri olduğuna pek önem verilmemiştir. Birçok otorite tarafından dünyanın en zengin mutfaklarından olduğu dile getirilen Türk mutfağı, elbette hak ettiği yerde değildir. Bu durumun sebeplerinden ziyade çözümlerine odaklanarak Türk mutfağının bir cazibe merkezi haline getirilmesi elzemdir. Şu bir gerçektir ki, Türk mutfağından bir yemeği ilk defa tadan birçok yabancı onun lezzetinden, görünüşünden, kokusundan veya sunumundan etkilenmektedir. Bununla ilgili yapılan çok sayıda araştırma bunun kanıtıdır.[740] Tam

[738] Joseph Nye'nin kavramsallaştırdığı yumuşak güç, ülkelerin diğerleri üzerinde cazibe merkezi haline gelmeleri hususunda önem arz etmektedir.
[739] Rockower, "The State of Gastrodiplomacy", s. 14.
[740] Önceki bölümlerde birçok örnek verilmiştir.

da bu noktada belirtmek gerekir ki zengin bir mirasa sahip olmasına rağmen Türk mutfağı üzerinden bir gastrodiplomasi yaklaşımı, stratejik bir gastrodiplomasi kampanyası bulunmamaktadır.[741] Bu çalışmanın problemi de Türk mutfağı üzerinden bir gastrodiplomasi yaklaşımının nasıl olması gerektiği sorusundan hareketle belirmektedir. Bir başka deyişle, Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımı nasıl olmalıdır? sorusu, bu çalışmanın probleminin çıkış noktasıdır.

## 3.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın en temel amacı, uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığı ve yeme içme pratiklerinden hareketle Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirmeye çalışmaktır. Bu amaç doğrultusunda İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılığı, Türk mutfağı algı düzeyleri, Türk yemeklerini deneyimlemeleri ve beslenme alışkanlıklarını belirleyecek ölçek ve sorular ile bir anket formu oluşturulmuştur. Araştırma, elde edilen bulgular doğrultusunda Türk mutfağının gastrodiplomasi çabalarında kullanılabilirliği, hangi ülkeler/bölgeler için ne tür stratejiler geliştirilmesi gerektiği üzerine yoğunlaşmıştır.

Bu çerçevede araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:[742]

AS1- İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılığı ne seviyededir?

AS2- İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrenciler, Türk mutfağını nasıl algılamaktadır?

AS3- İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılığı farklı ülkeler/bölgelere göre değişkenlik göstermekte midir?

AS4- İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin Türk mutfağı algısı farklı ülkeler/bölgelere göre değişkenlik göstermekte midir?

[741] Türk mutfağının ve Türk yemeklerinin bir çekicilik unsuru olarak kullanıldığı çalışmalar elbette bulunmaktadır. Ancak bu çalışmalar, birbirinden kopuk ve gastrodiplomasi stratejisinden uzak uygulamalardır.

[742] Araştırma sorularına ilişkin cevaplar, çalışmanın tartışma bölümünde ilgili yerlerde AS1, AS2 gibi kısaltmalarla belirtilmiştir.

AS5- İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığı ve yeme içme pratiklerinden hareketle Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirilebilir mi? Ülke ve bölgeler için spesifik gastrodiplomasi uygulamaları mümkün müdür?

AS6- Türk mutfağı, Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirmeye elverişli midir?

AS7- Türk mutfağı, yabancı kültürleri/yabancı kamuoylarını cezbedecek bir yumuşak güce sahip midir?

Araştırmada bu sorulardan hareketle uluslararası öğrencilerin demografik özellikleri, kültürlerarası duyarlılıkları, Türk mutfağı algıları, beslenme alışkanlıkları, bir ülke mutfağının cazibesine ilişkin görüşleri karşılaştırmalı bir şekilde analiz edilmiştir.

## 3.3. Araştırmanın Önemi

2000'li yıllardan itibaren ivme kazanan ve kültürel diplomasinin önemli alt alanlarından biri olan gastrodiplomasi alanı nispeten yeni bir alandır. Dolayısıyla konuya ilişkin akademik araştırmalar yeterli düzeyde değildir.[743] Kamu diplomasisi alanının teorik ve kavramsal çerçevesinin dahi tam oluşmadığı düşünülürse gastrodiplomasi alanındaki çalışmaların azlığı da anlaşılır olacaktır. Gerek kamu diplomasisi gerek kültürel diplomasi ve gerekse gastrodiplomasi alanında yapılan akademik çalışmalar genelde bir ülkenin kamu diplomasisi, kültürel diplomasi veya gastrodiplomasi faaliyetleri üzerinden bir değerlendirme şeklinde olmaktadır ve bu durum Türkiye için olduğu gibi uluslararası çalışmalarda da benzer şekildedir. Sunulan bu çerçevede Türkiye için aranacak gastrodiplomasi yaklaşımına ilişkin bir çalışma önem arz etmektedir.

[743] YÖK Tez Merkezi'nde **gastrodiplomasi/gastro diplomasi** sözcükleriyle yapılan taramada başlıkta 5 adet, özet kısmında 11 adet ilgili sözcüklerin geçtiği lisans üstü teze ulaşılmaktadır (Erişim Tarihi: 14.04.2023). Dergipark'ta yapılan aynı aramada ise 10 adet makaleye ulaşılmaktadır (Erişim Tarihi: 14.04.2023). **Google Scholar**'da aynı sözcüklerle Türkçe dilinde yapılan aramada da 147 arama sonucu listelenmiştir. **Google Scholar**'da İngilizce **gastrodiplomacy** ve **gastro diplomacy** şeklinde yapılan aramada da 1033 arama sonucu listelenmiştir (Erişim Tarihi: 14.04.2023).

İkinci olarak belirtmek gerekir ki gastrodiplomasi alanına ilişkin çalışmalar, pratikteki uygulamaların arkasından gelmektedir. Sahadaki uygulama verilerin akademik çalışmaların zeminini oluşturması elbette ki önemlidir ancak gastronomi, iletişim ve uluslararası ilişkiler disiplinlerinin kesişim noktasında; antropoloji, sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, kültürel çalışmalar, halkla ilişkiler, kültürlerarası iletişim gibi sosyal bilim disiplinlerinin teorik altyapısına yaslanarak gastrodiplomasi uygulama alanlarına bilimsel bir zemin oluşturmaya çalışmak bu araştırmanın önemine ilişkin söylenecek bir diğer bahistir.

Çalışmanın önemine ilişkin bir diğer husus da birçok ülkenin yabancı kamuoylarını etkilemede gastrodiplomasi çalışmalarına başvurmasıdır.[744] Politika yapıcılar, karar vericiler ve uygulayıcılar bir ülkenin yemek kültürünün yabancı kamuoylarını cezbetmek için kullanılmasının öneminin farkındadırlar ve buna yönelik çabaları desteklemektedirler.[745] Aynı zamanda resmi organların yanında hükümet dışı aktörlerin de gastrodiplomasi çabalarına etki edeceği aşikardır. Şu durumda Türkiye için gerek resmi bir gastrodiplomasi yol haritasına gerekse uygulayıcıların (hükümet ve hükümet dışı aktörler) faaliyetlerini şekillendirmesine fayda sağlayacak her bir akademik çalışma önem taşımaktadır.

Çalışmanın önemine ilişkin bir diğer husus olarak söylemek gerekir ki köklülüğü ve zenginliğiyle Türk mutfağı Türkiye'ye, Türkiye ulus markasına, Türk kültürüne katkı sağlayacak bir gastrodiplomasi yaklaşımının zemininde yer alabilecek güçtedir. Bu çalışma, Türk mutfağında var olan bu gücü ortaya çıkarma noktasında önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın önemine ilişkin son olarak belirtmek gerekir ki son yıllarda hem Türkiye'de hem dünyada uluslararası öğrenci sayıları hızlı bir şekilde artmaktadır. Bundan dolayı uluslararası öğrenciler üzerinde yapılacak araştırmalar literatürün

[744] Tayland, Tayvan, Peru, Güney Kore, Malezya, Japonya gibi ülkeler gastrodiplomasi kampanyalarını uygulamış ve ülke markalarına önemli katkılar sağlamışlardır. Bkz. Zhang, "The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns", s. 568-591.
[745] Gastrodiplomasi kampanyası düzenleyen birçok ülkenin çalışmaları, ülkenin yöneticileri tarafından desteklenmiş; hatta birçoğunun uygulayıcısı resmî kurumlar olmuştur.

genişlemesi ve uluslararası eğitim politikalarının şekillenmesi için önem arz etmektedir.

## 3.4. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışmada araştırma aşamasında aşağıdaki hususlar varsayım olarak belirlenmiş ve bu hususların gerçekleştiği varsayılmıştır:

1- Araştırmaya katılan uluslararası öğrenciler, gerçek duygu ve düşüncelerini ifade etmişlerdir.
2- Araştırmanın örneklemi, evreni yeterince temsil etmektedir.
3- Araştırmanın veri toplama araçları doğru ölçüm yapmaktadır.

## 3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Türkiye'nin gastrodiplomasi potansiyeline odaklanmaktadır ve haliyle bir kamu diplomasisi türü olarak düşünüldüğünde gastrodiplomaside de hedef kitle yabancı kamuoylarıdır. Buradan hareketle araştırmanın kapsamı İstanbul Üniversitesi'nde eğitim gören uluslararası öğrencilerden oluşmaktadır. Böyle bir araştırmanın yabancı turistler üzerinden yürütülmesi beklenebilirdi ancak nispeten kısa süreli gelmeleri ve Türk mutfağını deneme imkanlarının kısıtlı oluşu sebepleriyle yabancı turistler tercih edilmemiştir. Bunun yerine daha uzun süredir Türkiye'de bulundukları ve Türk mutfağından farklı lezzetleri deneyimledikleri öngörülebilecek uluslararası öğrenciler seçilmiş ve bu yüzden araştırma saha çalışması için daha kapsamlı veri sunma ihtimali olan uluslararası öğrencilerle sınırlandırılmıştır.

Aynı zamanda araştırma, İstanbul Üniversitesi ile sınırlandırılmıştır. Bu noktada belirtmek gerekir ki 300.000'in üzerinden uluslararası öğrenciye sahip Türkiye'de bu öğrencilerin tamamına ulaşmak imkansızdır; dolayısıyla sınırlandırma yapmak zaruridir. Sonuç olarak Türkiye'nin gerek en köklü üniversitesi olması ve gerekse en fazla uluslararası öğrenci sayısına sahip ve çok farklı ülkelerden uluslararası öğrencinin bulunduğu üniversitelerden biri olması sebebiyle çalışma İstanbul Üniversitesi'nde okuyan uluslararası öğrencilerle sınırlandırılmıştır.

Bir diğer sınırlama da araştırmanın zamanı ile ilgilidir. Araştırma, çevrimiçi olarak 15.06.2021 – 15.08.2021 tarihleri arasında ve Covid-19 pandemisi sürecinde uygulandığı için yüz yüze değil çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Anketler kolayda örnekleme yöntemiyle araştırma evrenine uygulanmış ve 443 kişiden veri toplanmıştır.

## 3.6. Araştırmanın Yöntemi

İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerin uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığını ve yeme içme pratiklerini araştıran bu çalışmada nicel araştırma yöntemi ve anket tekniği kullanılmıştır. Yöntem aşamasında literatürün incelenmesi, ölçeklerin belirlenmesi ve uyarlanması, araştırmada yer alacak ölçek ve soruların kesinleştirilerek anket nihai formunu oluşturulması, araştırmanın uygulanması olarak dört aşama üzerinden kurgulanmıştır. Öncelikle literatürde kullanılan ölçekler incelenmiş, araştırma amacına hizmet edecek doğru ölçekler belirlenmiş ve uyarlaması yapılmıştır. Ölçekler haricinde yer alması gereken soruların da belirlenmesiyle ankete son hali verilmiş ve araştırma evrenine uygulanmıştır.

### 3.6.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Bilimsel çalışmalar için verilerin toplandığı kişilerin tamamının yer aldığı topluluğa evren denmektedir. Bir başka deyişle evren, araştırmacının araştırmak istediği tüm insan grubunu, olayları veya ilgi çekici şeyleri ifade etmektedir.[746] Ancak evren, geniş bir kitleden oluştuğu için her bir kişiye ulaşmak mümkün değildir veya çok zordur. Böyle bir durumda bilimsel çalışmalarda örnekleme yöntemi ile veriler toplanmaktadır. Çalışma evrenini temsil etmeye elverişli olan, araştırma amacına uygun bir örneklem grubun belirlenmesi süreci örnekleme olarak ifade edilmektedir.[747] Bu çerçevede belirtmek gerekir ki seçilecek örneklemin evrenin özelliklerini taşıması ve evrenle ilgili genellemeler yapmaya imkân vermesi gerekmektedir.

[746] Uma Sekaran, Roger Bougie, **Research Methods for Business**, 7. bs, Chichester, Wiley, 2016, s. 236.
[747] Kaan Böke, "Örnekleme", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, ed. Kaan Böke, 4. bs, İstanbul, Alfa Yayınları, 2014, s. 106-107.

Örneklem seçimine ilişkin olarak bu araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile birincil veri kaynağı olarak uluslararası öğrencilerden veriler toplanmıştır. Basit tesadüfi örnekleme, evrende var olan bütün ögelerin örneklemde yer alma ihtimalinin eşit olduğu bir örnekleme yöntemidir.[748] Böyle bir örneklemede, evrende yer alan her bir kişinin araştırmada yer almak için eşit şansı bulunmaktadır ve hangi kişilerin örneklemde yer alacağı belirsizdir ve rastgeledir.

Bu çerçevede bu çalışmanın evreni, İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilerdir. Araştırmanın yapıldığı 2020-2021 akademik yılında İstanbul Üniversitesi'nde kayıtlı uluslararası öğrenci sayısı 8.290'dır.[749] Geçerli evrenden hareketle %5 örnekleme hatası ve %95 güven aralığında[750] ulaşılması gereken örneklem sayısı Sekaran ve Bougie'ye göre 368;[751] Saunders ve arkadaşlarına göre 370'tir.[752] Bu sayılar en az ulaşılması gereken sayıları göstermekte olup araştırma esnasında 443 kişiden veri toplanmıştır.

### 3.6.2. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak nicel araştırma tekniklerinden anket kullanılmıştır. Anket formunda araştırma amacına uygun ve yeterli sayıda sorunun bulunması, tutarlı bir anket için önem arz etmektedir.[753] Literatürde daha önce yapılmış araştırmaların incelenmesi sonucu kültürlerarasılık, yeme içme pratikleri ve gastrodiplomasi arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amacıyla anket formunda 2 farklı ölçek, demografik bilgiler, gastrodiplomasiye ilişkin ifadeler, Türk mutfağına ilişkin betimleyici sorular ve beslenme alışkanlıklarını inceleyen sorulara yer verilmiştir.

---

[748] Böke, **a.g.e.**, s. 111; Sekaran, Bougie, **Research Methods for Business**, s. 242.
[749] 2021-2022 akademik yılındaki uluslararası öğrenci sayısı 8.281'dir.
[750] Alan Bryman, **Social Research Methods**, 4. bs, Oxford, Oxford University Press, 2012, s. 197; Sekaran, Bougie, **Research Methods for Business**, s. 21; Mark N. K. Saunders, Philip Lewis, Adrian Thornhill, **Research Methods for Business Students**, 8. bs, New York, Pearson, 2019, s. 300.
[751] Uma Sekaran, Roger Bougie, **Research Methods for Business**, 7. bs, Chichester, Wiley, 2016, s. 264.
[752] **Research Methods for Business Students**, s. 302.
[753] Bilal Sevinç, "Survey Araştırması Yöntemi", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, ed. Kaan Böke, 4. bs, İstanbul, Alfa Yayınları, 2014, s. 264.

### 3.6.2.1. Demografik Sorular

Anket formunun bu bölümünde uluslararası öğrencilerin demografik özelliklerini öğrenmeye dönük sorular yer almaktadır. Bu doğrultuda uluslararası öğrencilerin yaş, cinsiyet, meslek, aylık gelir, medeni durum, Türkiye'de kaldıkları yerin niteliği (öğrenci evi, yurt, aile yanı vs.), vatandaşı oldukları ülke, öğrenim düzeyi, Türkiye'de ikamet ettikleri sürelerini belirlemek üzere sorular sorulmuştur.

### 3.6.2.2. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği

Kullanılan ilk ölçek, Chen ve Starosta tarafından geçerliliği ve güvenirliği test edilmiş Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'dir.[754] Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği **(Intercultural Sensitivity Scale)**, Chen ve Starosta tarafından geliştirilen ve kültürlerarası iletişim araştırmalarında ve literatüründe çokça başvurulan bir modeldir. Chen ve Starosta, yayımladıkları makalelerinde modelin geliştirilme süreci ve geçerlik analizini detaylandırmış, alana ilişkin 73 sorunun bulunduğu ölçeği birinci aşamada 44 soruya ve ikinci aşamada 24 soruya düşürmüşlerdir. İkinci aşamada geçerlik analizini yaparken katılımcılara kültürlerarası iletişim alanında uygulanan 5 farklı ölçek de uygulanmıştır. Hem geçerlik analizi hem de diğer ölçeklerle olan pozitif korelasyonu sebebiyle ölçeğin alana katkısı kanıtlanmıştır. Ayrıca ülke, kültür, dil, yaş grubu, etnisite, eğitim düzeyi gibi birçok farklı değişkene göre uygulanan dünyadan pek çok örnek de ölçeğin gücünü ve etkililiğini göstermektedir.[755]

Ölçeğin Türkçe uyarlaması, Bulduk ve arkadaşları tarafından yapılmıştır[756] ve 5 boyutu ve 24 soruyu içermektedir:

---

[754] Chen, Starosta, "The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale", s. 1-15.
[755] Örnek için bkz. Kim, "International students' intercultural sensitivity in their academic socialisation to a non-English-speaking higher education", s. 939-955; Chocce, "Factors Favoring Intercultural Sensitivity", s. 5-11; Fritz, Möllenberg, Chen, "Measuring Intercultural Sensitivity in Different Cultural Contexts", s. 165-176; Nihal Yurtseven, Sertel Altun, "Intercultural Sensitivity in Today's Global Classes: Pre-Service Teachers' Perceptions", **Journal of Ethnic and Cultural Studies**, C. 2, No: 1, 2015, s. 49-54; Danijela Petrovic vd., "Intercultural Sensitivity Scale: Proposal for a Modified Serbian Version", **Psihologija**, C. 48, No: 3, 2015, s. 199-212.
[756] Serap Bulduk, Hale Tosun, Elif Ardıç, "Türkçe Kültürler Arası Duyarlılık Ölçeğinin Hemşirelik Öğrencilerinde Ölçümsel Özellikleri", **Turkiye Klinikleri J Med Ethics**, C. 19, No: 1, 2011, s. 25-31.

**Tablo 10: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları ve Soruları**

| **Alt Boyutlar** | **Sorular** |
|---|---|
| İletişimde Sorumluluk | 1, 11, 13, 21, 22, 23 ve 24. |
| Kültürel Farklılıklara Saygı | 2, 7, 8, 16, 18 ve 20. |
| İletişimde Kendine Güvenme | 3, 4, 5, 6 ve 10. |
| İletişimden Hoşlanma | 9, 12 ve 15. |
| İletişimde Dikkatli Olma | 14, 17 ve 19. |

**Kaynak: Serap Bulduk, Hale Tosun, Elif Ardıç, "Türkçe Kültürler Arası Duyarlılık Ölçeğinin Hemşirelik Öğrencilerinde Ölçümsel Özellikleri", Turkiye Klinikleri J Med Ethics, C. 19, No: 1, 2011, s. 25-31.**

Ölçeğin 2, 4, 7, 9, 12, 15, 18, 20 ve 22. maddeleri ters olarak kodlanmıştır ve ölçek (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kararsızım, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde 5'li likert tipi bir derecelendirmeye sahiptir. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği, bu çalışmada herhangi bir değişiklik yapılmadan Bulduk ve arkadaşları tarafından uyarlanan haliyle[757] örneklem grubuna uygulanmıştır.

### 3.6.2.3. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Doğrulayıcı Faktör Analizi

Aşağıda Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin yapı geçerliğini sınamak için bir diğer analiz olarak yararlanılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonuçlarına yer verilmiştir. Analizde test edilecek Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) 24 maddeden ve beş faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler şunlardır: İletişimde Sorumluluk (IS), Kültürel Farklılıklara Saygı (KS), İletişimde Kendine Güvenme (KG), İletişimden Hoşlanma (IH) ve İletişimde Dikkatli Olma (DO).

[757] Bulduk, Tosun, Ardıç, **a.y.**

**Normallik Sınaması**

Doğrulayıcı faktör analizinin temel varsayımlarından birisi değişkenlerin normallik varsayımını karşılamasıdır. Bu varsayımın karşılanmasında merkezi yığılma ölçülerinin (aritmetik ortalama, mod ve medyan) birbirlerine yakın olması, çarpıklık **(skewness)** ve basıklık **(kurtosis)** değerlerinin ±1,50 değerleri arasında olması, mümkün olduğunca 0,00'a yakın olması betimsel göstergeler olarak kabul edilmektedir.[758] Bu amaçla DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ işlemlerine geçmeden önce verilerin analizi sırasında hangi test tekniklerinin kullanılacağını belirlemek için Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin (KDÖ) normallik sınaması yapılmıştır. Normallik analizleriyle birlikte verilerdeki uç değerler z değerleri üzerinden de incelenmiş ve uç değer bulunmadığı gözlenmiştir. Normallik analizlerinden elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 11: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Normallik Sınaması İçin Hesaplanan Betimsel Değerler**

| Ölçüt | IS | KS | KG | IH | DO |
|---|---|---|---|---|---|
| Frekans | 443 | 443 | 443 | 443 | 443 |
| Aritmetik Ortalama | 23,04 | 21,79 | 18,51 | 10,16 | 11,53 |
| Ortanca | 23,00 | 22,00 | 19,00 | 11,00 | 12,00 |
| Standart Sapma | 3,474 | 4,577 | 3,432 | 3,187 | 1,991 |
| Ranj | 20 | 18 | 18 | 12 | 12 |
| Çarpıklık | -,429 | -,111 | -,288 | -,359 | -,794 |
| Basıklık | ,704 | -1,104 | ,158 | -,542 | 1,256 |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) verilerinin çarpıklık ve basıklık durumları incelenmiş, her ikisinin de ±1,50 değerleri arasında olduğu hesaplanmıştır. Bu değerler dağılımın normal dağılıma benzerlik gösterdiğini teyit etmektedir.[759]

**Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)**

[758] Barbara G. Tabachnick, Linda S. Fidell, **Using Multivariate Statistics**, Boston, Pearson, 2013.
[759] Tabachnick, Fidell, **a.y.**

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), ölçme modellerinin geliştirilmesinde sık kullanılan ve önemli kolaylıklar sağlayan bir analiz yöntemidir. Bu yöntem önceden oluşturulan bir model aracılığı ile gözlenen değişkenlerden yola çıkarak gizil değişken oluşturmaya yönelik bir işlemdir. Genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik çalışmalarında kullanılmakta veya önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanması amaçlanmaktadır.[760]

Doğrulayıcı faktör analizi, sınanan modelin sunulan veriyi ne düzeyde iyi açıkladığını uyum iyiliği indeksleri ile ortaya koymaktadır. Uyum iyiliği indeksleri, modelin kabul edilip edilmeyeceğine dair veriler sunmaktadır. Elde edilen veriler uygun referans aralıklarında ise model kabul edilmektedir. Uygun değilse, modifikasyon indekslerindeki öneriler yerine getirilerek modelin uyum göstergelerinin iyileştirilmesi sağlanmaktadır. Buna rağmen model kabul edilebilir referans değerlerine sahip değilse reddedilmektedir.[761]

Doğrulayıcı faktör analizinde en yaygın olarak kullanılan ve bu çalışmada referans olarak kullanılan uyum iyiliği indeksleri; Ki-Kare test istatistiği **($\chi^2$)**, serbestlik derecesi **(df)**, Ki-kare/serbestlik derecesi **($\chi^2$/df)**, kestirim hatası kareler ortalamasının karekökü **(RMSEA)**, normlaştırılmış uyum indeksi **(NFI)**, karşılaştırmalı uyum indeksi **(CFI)**, uyum iyiliği indeksi **(GFI)** olarak sıralanmaktadır.[762]

**Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

[760] M Murat Yaşlıoğlu, "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması", **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, No: Özal Sayı: 46, 2017, s. 74-85.

[761] Rex B. Kline, **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**, 3rd ed., New York, Guilford Publications, 2011; Randall E. Schumacker, Richard G. Lomax, **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**, 3. bs, New York, Taylor & Francis Group, 2010.

[762] Ömay Çokluk Bökeoğlu, Yard Şener Büyüköztürk, Güçlü Şekercioğlu, **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**, Ankara, Pegem Akademi Yayıncılık, 2012; Anıl Koyuncu, "Güvenilirlik Çalışmalarında Sıralı İstatistiklere Dayanan Bazı Uyum İyiliği Yöntemleri", Muğla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019; Ömer Faruk Şimşek, **Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş - Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları**, İstanbul, Ekinoks Yayınevi, 2007.

Doğrulayıcı faktör analizine başlamadan önce yapının çoklu normallik sınaması yapılmalıdır. Doğrulayıcı faktör analizi için çoklu normallik testinde çoklu değişken **(multivariate*)*** kritik oranı **(critical ratio)** <10.00 olduğunda başka değerlere bakmadan da yapının çoklu normalliği taşıdığı[763] kabul edilebilir. Bu bağlamda öncelikle ölçeğin çoklu normallik testi uygulanmış, elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

**Tablo 12: Çoklu Normallik Testi**

| Değişken | Min | Max | Çarpıklık | Kritik Oran | Basıklık | Kritik oran |
|---|---|---|---|---|---|---|
| DO1 | 1,000 | 5,000 | -1,303 | -11,197 | 1,630 | 7,001 |
| DO2 | 1,000 | 5,000 | -1,250 | -10,737 | 1,343 | 5,770 |
| DO3 | 1,000 | 5,000 | -,102 | -,872 | -,418 | -1,796 |
| IH1 | 1,000 | 5,000 | ,026 | ,220 | -,938 | -4,029 |
| IH2 | 1,000 | 5,000 | -,431 | -3,701 | -,890 | -3,825 |
| IH3 | 1,000 | 5,000 | -,656 | -5,640 | -,742 | -3,187 |
| KG1 | 1,000 | 5,000 | -,617 | -5,304 | ,290 | 1,247 |
| KG2 | 1,000 | 5,000 | -,267 | -2,295 | -1,017 | -4,368 |
| KG3 | 1,000 | 5,000 | -,532 | -4,571 | -,173 | -,742 |
| KG4 | 1,000 | 5,000 | -,704 | -6,046 | ,227 | ,977 |
| KG5 | 1,000 | 5,000 | -,744 | -6,397 | ,236 | 1,013 |
| KS1 | 1,000 | 5,000 | -,368 | -3,158 | -1,201 | -5,159 |
| KS2 | 1,000 | 5,000 | -,331 | -2,846 | -1,296 | -5,567 |
| KS3 | 1,000 | 5,000 | -1,477 | -12,689 | 1,950 | 8,376 |
| KS4 | 1,000 | 5,000 | -1,244 | -10,685 | 1,386 | 5,954 |
| KS5 | 1,000 | 5,000 | -,626 | -5,377 | -,831 | -3,569 |
| KS6 | 1,000 | 5,000 | ,096 | ,824 | -,825 | -3,545 |
| IS1 | 1,000 | 5,000 | -1,833 | -15,747 | 3,709 | 5,934 |
| IS2 | 1,000 | 5,000 | -,620 | -5,330 | ,387 | 1,661 |
| IS3 | 1,000 | 5,000 | -,966 | -8,301 | ,688 | 2,954 |
| IS4 | 1,000 | 5,000 | -,807 | -6,931 | ,653 | 2,805 |
| IS5 | 1,000 | 5,000 | -,193 | -1,659 | -,951 | -4,086 |
| IS6 | 1,000 | 5,000 | -,527 | -4,525 | -,134 | -,575 |
| IS7 | 1,000 | 5,000 | -,764 | -6,567 | ,252 | 1,082 |
| Çoklu Normallik (Multivariate) | | | | | 5.871 | 7,994 |

[763] Rex B. Kline, **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**, 2. bs, New York, Guilford Publications, 2005; Kanti V. Mardia, "Applications of Some Measures of Multivariate Skewness and Kurtosis in Testing Normality and Robustness Studies", **The Indian Journal of Statistics**, C. 36, No: 2, 1974, s. 118.

Tabloda görüldüğü gibi maddelerin çoklu normallik **(multivariate)** kritik oranı 7,994 ile yapının çoklu normalliği karşıladığı değerlendirilmiştir. Araştırma verileri çoklu normalliği gösterdiği için doğrulayıcı faktör analizinde çoklu normalliğin sağlanması halinde en çok tercih edilen Maksimum Olabilirlik Yöntemi **(Maximum Likelihood-ML)**[764] tercih edilmiştir. Öncelikle modelin uygunluğu için uyum iyiliği göstergeleri incelenmiştir.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) ilk doğrulayıcı faktör analizi sınamasında model göstergelerin kabul edilebilir referans değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Doğrulayıcı Faktör Analizinde mükemmel uyum ve iyi uyum göstergeleri tablo halinde gösterilmektedir.[765] Doğrulayıcı faktör analizi sınaması sonucunda elde edilen Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) uyum iyiliği değerleri ölçek değerleri ve uyum derecesi olarak gösterilmiştir.

**Tablo 13: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Ölçüm Uyum İyiliği Göstergeleri**

| Uyum Ölçüm Göstergeleri | Mükemmel Uyum * | İyi Uyum * | Ölçek Değerleri | Uyum Derecesi |
|---|---|---|---|---|
| $\chi 2$ | | | 1116,870 | |
| p değeri | 0,05≤p≤1,00 | 0,01≤p≤0,05 | ,000 | M. Uyum |
| Df | | | 232 | |
| $\chi 2$/df | $0 \leq \chi 2/df \leq 3{,}00$ | $3 \leq \chi 2/df \leq 5{,}00$ | 4,814 | İ. Uyum |
| RMSEA | 0≤RMSEA≤0,05 | 0,05≤RMSEA≤0,08 | ,078 | İ. Uyum |
| NFI | 0,95≤NFI≤1,00 | 0,90≤NFI≤0,95 | ,927 | İ Uyum |
| CFI | 0,95≤CFI≤1,00 | 0,90≤CFI≤0,95 | ,914 | İ Uyum |
| GFI | 0,95≤GFI≤1,00 | 0,90≤GFI≤0,95 | ,929 | İ. Uyum |
| AGFI | 0,90≤AGFI≤1,00 | 0,85≤AGFI≤0,90 | ,879 | İ. Uyum |

[764] Thomas F. Golob, "Structural Equation Modeling for Travel Behavior Research", **Transportation Research Part B: Methodological**, C. 37, No: 1, 2003, s. 1-25; Randall E. Schumacker, Richard G. Lomax, **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**, 2nd ed, Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

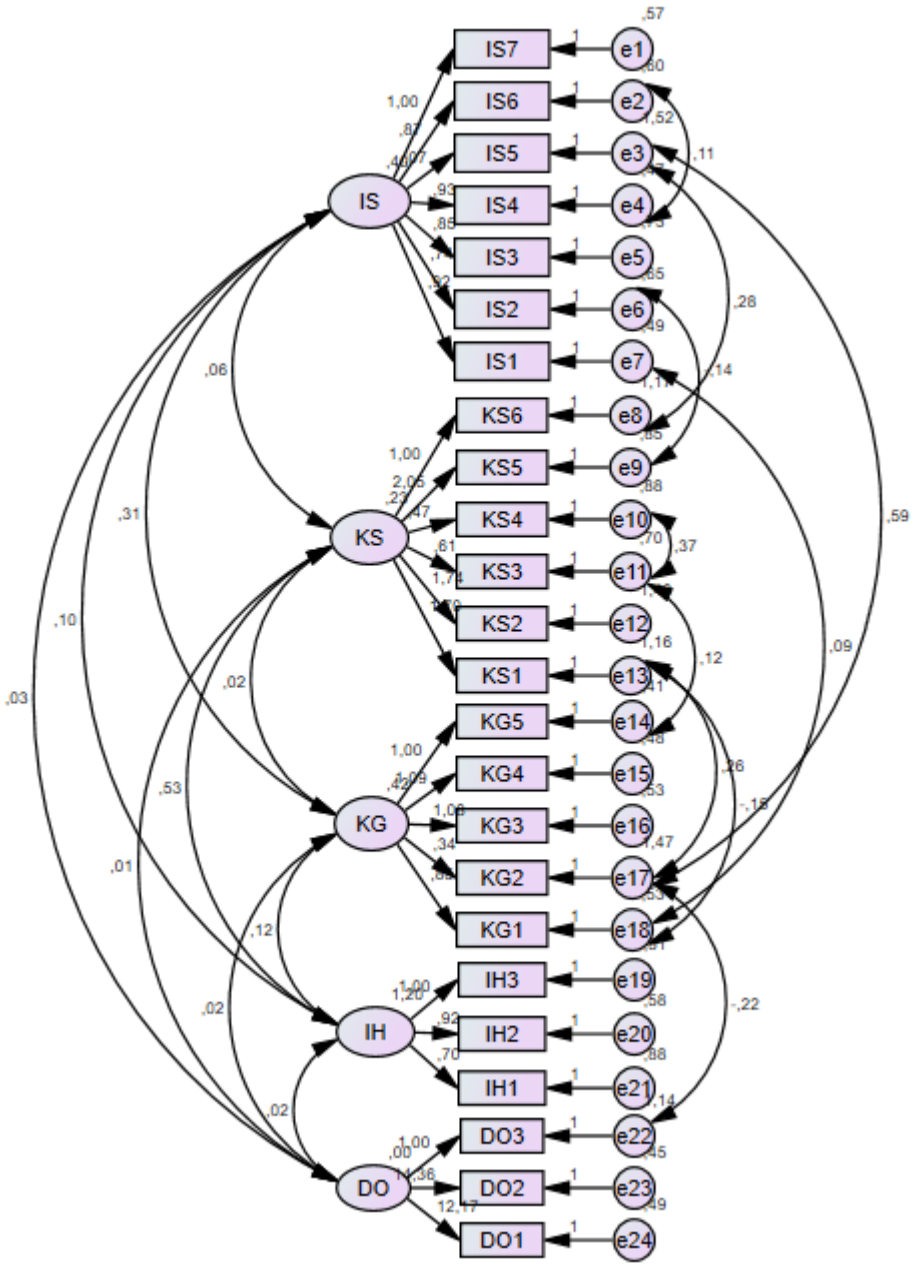
[765] Çokluk Bökeoğlu, Büyüköztürk, Şekercioğlu, **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**; Sait Gürbüz, **AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler**, İstanbul, Seçkin Yayıncılık, 2019; Rex B. Kline, **Yapısal Eşitlik Modellemesinin İlkeleri ve Uygulaması**, İstanbul, Nobel Yayıncılık, 2019; Schumacker, Lomax, **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**; Abdurrahman Subaş, Münevver Çetin, "Enneagram Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması", **Sobider**, C. 11, No: 4, 2017, s. 160-181.

Açıklayıcı faktör analizi ile faktör yapıları oluşturulan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin bütünsel bir yapı oluşturup oluşturmadığını test etmek için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda; elde edilen model uyum iyiliği göstergelerinin literatürde belirtilen referans aralıklarına göre incelenmesi sonucunda istatistiksel olarak uygun bir model olduğu değerlendirilmiştir. Öte yandan ki-kare değerinin doğrulayıcı faktör analizlerinde anlamsız çıkması beklense de örneklemin $n$>250 olduğu durumlarda bu değer anlamlı olarak hesaplanmaktadır.[766] Bu nedenle söz konusu değerin anlamlı olmasını **n** sayısının büyüklüğü ile açıklamak mümkün olduğu değerlendirilmiştir.

Bu referans değerler 1,00'e yaklaştıkça teori ve toplanan veri arasında daha iyi bir uyumu belirtmektedir. Bu durum verilen değerlerin birebir aynısını yakalama şartı olmadığını göstermektedir. Hair ve arkadaşları[767] araştırma örnekleminin, araştırmada değerlendirilen faktör, yapı ve değişken sayısının (soru sayısı) uyum indekslerini etkileyebileceğini vurgulamaktadır. Modelde yapı sayısının fazla olması, gözlenen ve gizli değişken sayısının artması uyum indekslerini yakalamayı zorlaştıran faktörlerdir. Hata terimleri aracılığıyla, gözlenen ile gizli değişkenler arasındaki kovaryanslara ilişkin yapılan iyileştirmeler gösterilmektedir.[768] Analiz sonuçlarında uyum endekslerinin yeterliliğini artırmak için sekiz madde üzerinde modifikasyon işlemlerine gerek duyulmuştur.

[766] Yaşlıoğlu, "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması", s. 74-85.
[767] **Multivariate Data Analysis**, 7th edition, New Jersey, Prentice Hall, 2010.
[768] Emel Dikbaş Torun, "Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No: Aralık (32), 2019, s. 217-234.

**Şekil 5: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) Sonucu Standardize Edilmiş PATH Diyagramı**




*χ2= 1116,870; df= 232; χ2/df=4,814; p=,000; RMSEA= ,078; CFI=,914*

Şekil 5'te Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) için kullanılan ölçüm modeli ile gizli ve gözlenen değişkenler arasındaki yol şemaları gösterilmektedir.

AMOS grafik menüsü aracılığı ile oluşturulan yol diyagramında, standardize edilmiş değerlerin ,70'e yakın olması ve 1,00'den daha küçük olması beklenmektedir.[769]

**Tablo 14: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) Standardize Regresyon Tablosu**

| Regresyon Ağırlıkları | | | Ham Tahmin Katsayısı | Sh | Kritik Oran | p | Standardize Tahmin Katsayısı |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| IS7 | <--- | IS | 1,000 | | | | ,643 |
| IS6 | <--- | IS | ,867 | ,085 | 10,189 | *** | ,578 |
| IS5 | <--- | IS | 1,066 | ,096 | ,691 | *** | ,534 |
| IS4 | <--- | IS | ,933 | ,083 | 11,281 | *** | ,652 |
| IS3 | <--- | IS | ,854 | ,089 | 9,633 | *** | ,536 |
| IS2 | <--- | IS | ,744 | ,081 | 9,171 | *** | ,504 |
| IS1 | <--- | IS | ,924 | ,082 | 11,242 | *** | ,644 |
| KS6 | <--- | KS | 1,000 | | | | ,502 |
| KS5 | <--- | KS | 2,055 | ,248 | 8,272 | *** | ,729 |
| KS4 | <--- | KS | ,474 | ,112 | 4,244 | *** | ,534 |
| KS3 | <--- | KS | ,609 | ,110 | 5,522 | *** | ,527 |
| KS2 | <--- | KS | 1,739 | ,231 | 7,525 | *** | ,569 |
| KS1 | <--- | KS | 1,699 | ,216 | 7,850 | *** | ,600 |
| KG5 | <--- | KG | 1,000 | | | | ,713 |
| KG4 | <--- | KG | 1,086 | ,084 | 12,873 | *** | ,714 |
| KG3 | <--- | KG | 1,077 | ,086 | 12,594 | *** | ,695 |
| KG2 | <--- | KG | ,337 | ,095 | 3,553 | *** | ,578 |
| KG1 | <--- | KG | ,851 | ,075 | 11,296 | *** | ,606 |
| IH3 | <--- | IH | 1,000 | | | | ,838 |
| IH2 | <--- | IH | ,919 | ,049 | 18,794 | *** | ,797 |
| IH1 | <--- | IH | ,697 | ,050 | 13,879 | *** | ,630 |
| DO3 | <--- | DO | 1,000 | | | | ,546 |
| DO2 | <--- | DO | 1,362 | ,133 | ,890 | *** | ,728 |
| DO1 | <--- | DO | 1,170 | ,678 | ,890 | *** | ,652 |

Tablo 14'te faktör ile ilişkili olduğu madde arasındaki standardize regresyon ağırlıkları ,502 ile ,838 aralığında ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde (p<,001)

[769] Timothy A. Brown, Michael T. Moore, "Confirmatory Factor Analysis", **Handbook of Structural Equation Modeling**, ed. R. H. Hoyle, New York, The Guilford Press, 2013; Karl G. Jöreskog, **Structural Equation Modeling with Ordinal Variables using LISREL**, C. 24, http://www.ssicentral.com/lisrel/ordinal.htm, Scientific Software International, Inc., 2004; Kline, **Yapısal Eşitlik Modellemesinin İlkeleri ve Uygulaması**.

görülmektedir. Bunun yanı sıra istatiksel olarak 1,96 olarak kabul edilen kritik değer, bu değerin oldukça üzerindedir. Analiz sonuçları kültürlerarası duyarlılığı açıklayan parametrelerin her birinin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Doğrulayıcı faktör analizinde her maddenin ölçek faktörleri ile ,70 ve üzerinde ya da ,70'e yakın bir düzeyde ilişkiye sahip olması beklenir. Kabul edilebilecek en düşük regresyon yükü ,50 olarak ifade edilmektedir.[770] Tabloda görüldüğü gibi ölçek maddelerinin regresyon yüklerinin aranan ölçütleri karşıladığı, en düşük yükün KS6=,502 olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin tablodaki yapı ile yapı geçerliliğinin onaylandığı söylenebilir. Tabloda ölçeğin standardize regresyon ağırlıkları kabul edilebilir aralıklarda ve p<,001 düzeyinde anlamlıdır.

**Tablo 15: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sınamasında Önerilen Modelin Varyans Değerleri**

| Varyans | Parametre Tahminleri | sh | Kritik Oran | p |
|---|---|---|---|---|
| IS | ,403 | ,057 | 7,013 | *** |
| KS | ,227 | ,053 | 4,285 | *** |
| KG | ,423 | ,053 | 7,964 | *** |
| IH | 1,197 | ,116 | 10,350 | *** |
| DO | ,411 | ,046 | 11,231 | *** |
| e1 | ,571 | ,044 | 12,906 | *** |
| e2 | ,604 | ,045 | 13,326 | *** |
| e3 | 1,519 | ,101 | 14,966 | *** |
| e4 | ,474 | ,037 | 12,671 | *** |
| e5 | ,729 | ,053 | 13,767 | *** |
| e6 | ,655 | ,047 | 13,928 | *** |
| e7 | ,485 | ,038 | 12,902 | *** |
| e8 | 1,174 | ,081 | 14,538 | *** |
| e9 | ,845 | ,070 | 12,108 | *** |
| e10 | ,875 | ,059 | 14,771 | *** |
| e11 | ,703 | ,048 | 14,774 | *** |
| e12 | 1,429 | ,102 | 13,947 | *** |
| e13 | 1,162 | ,084 | 13,778 | *** |
| e14 | ,410 | ,036 | 11,330 | *** |
| e15 | ,480 | ,042 | 11,346 | *** |
| e16 | ,527 | ,045 | 11,716 | *** |

[770] Hair vd., **Multivariate Data Analysis**.

| Varyans | Parametre Tahminleri | sh | Kritik Oran | p |
|---|---|---|---|---|
| e17 | 1,473 | ,099 | 14,940 | *** |
| e18 | ,526 | ,041 | 12,955 | *** |
| e19 | ,508 | ,051 | 10,039 | *** |
| e20 | ,580 | ,051 | 11,403 | *** |
| e21 | ,883 | ,065 | 13,619 | *** |
| e22 | 1,144 | ,077 | 14,859 | *** |
| e23 | ,451 | ,046 | 9,857 | *** |
| e24 | ,493 | ,041 | 11,945 | *** |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçeğin varyans ve kovaryans değerlerinin kabul edilebilir aralıklarda ve istatistiksel olarak p<,01 düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin faktörlerinin aralarında bütünsel bir yapı oluşturup oluşturmadığını belirlemek için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçekteki 5 faktörün aynı yapı içerisinde olduğu belirlenmiş ve ölçeğin faktör yapısı doğrulanmıştır.

Bu işlemlerin ardından ölçeğin güvenirliğini belirlemek amacıyla iç tutarlık analizleri **(Cronbach Alfa)** yapılmış ve elde edilen değerler aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 16: İç Tutarlık Analizi Değerleri**

| **Faktör** | **Cronbach Alfa** |
|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | ,768 |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | ,751 |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | ,783 |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | ,796 |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | ,776 |
| KDÖ Genel | ,848 |

Tabloda görüldüğü üzere alt boyutlar için iç tutarlık değeri ölçeğin geneli için ,848 olarak hesaplanmakla birlikte faktörler için alfa değerleri ,751 ila ,796 arasında değişmektedir. Elde edilen bu değerler ölçeğin kabul edilebilir düzeyde güvenirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

#### 3.6.2.4. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği

Öncelikle belirtmek gerekir ki çalışmanın ikinci ayağını oluşturan Türk mutfağı algısının belirlenmesine ilişkin literatürde var olan soru formlarında bir belirsizlik vardır. Türk mutfağına ilişkin görüşler, beğeni düzeyleri, yemek seçimleri gibi başlıklar altında yapılan birçok çalışma,[771] o çalışmanın araştırmacısı tarafından oluşturulmuş, ölçek haline getirilmemiş ve geçerlik/güvenirlik analizlerinin ve faktör yapılarının olmadığı çalışmalardır. Böyle bir belirsizliğin oluşu bu çalışmayı doğrudan Türk mutfağını ölçmeyen ancak ilişkilendirilebilecek ölçeklere yöneltmiştir. Böylelikle çalışmadaki ikinci ölçek, Kim ve Eves tarafından yerel yemek tüketim motivasyonlarını temel alarak geliştirilen ölçek olmuştur.[772] Ölçek yerel yemeklerin tercih edilme motivasyonu üzerine olsa da Türk mutfağı için uygulanabilirliğine karar verilmiştir.[773] Ölçeğin Türkçe versiyonu Türkçe literatürde çeşitli tez ve makalelerde uygulanmıştır.[774] Bu çalışmada ise Bayrakçı tarafından Türkçe uyarlaması yapılan[775] versiyonundan yararlanılmıştır. Ölçeğin orijinalinde 7'li likert tipi derecelendirme kullanılmışken Bayrakçı Türkçe uyarlamasında 5'li bir derecelendirme tercih etmiştir.

Yerel yemek ölçeğinin bu çalışmaya uyarlanması için ikisi bir devlet üniversitesinin Türkçe Öğretim Merkezi'nde uluslararası öğrencilere Türkçe öğretimi veren akademisyen; biri İngiliz Dili ve Edebiyatı lisans eğitimi almış akademisyenden

---

[771] Bu çalışmanın önceki bölümlerinde detaylandırılmıştır.

[772] Yeong Gug Kim, Anita Eves, "Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food", **Tourism Management**, C. 33, No: 6, 2012, s. 1458-1467.

[773] Ölçeğin Türk mutfağı için uygun olup olmadığı geliştiren araştırmacılardan Anita Eves ile e-posta yoluyla istişare edilmiştir. Eves, yerel yemekler üzerine olan ölçeğin uluslararası öğrenciler için bir yerel yemek sayılabilecek Türk mutfağı ve Türk yemekleri için kullanılmasının uygun olduğunu belirtmiştir.

[774] Eda Alphan, "Turistik Destinasyonlarda Yerel Yiyecek İçecek Tüketimine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma", Ankara, Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017; Selman Bayrakçı, "Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma", Mersin, Mersin Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014; Barış Demirci vd., "Yerli Turistlerin Yöresel Yemek Tüketimi Motivasyonlarının Gelecek Niyetleri Üzerine Etkisi: Eskişehir Örneği", **1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu**, Kastamonu, 2015, s. 816-826; Vedat Göller, "Yerel Yemek Tüketiminin Turist Motivasyonuna Etkisi: İspanya Örneği", Muğla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016; Davut Kodaş, Çağıl Hale Özel, "Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Güdülerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği", **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C. 8, No: 1, 2016, s. 83-96; Zeliha Duygu Ölmez, "Gastronomi Turizminde Yerli Ziyaretçilerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Unutulmaz Deneyimlerinin Davranışsal Niyetleri Üzerine Etkisi: Seferihisar Örneği", Balıkesir, Balıkesir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017; Meral Üzülmez, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma", Mersin, Mersin Üniversitesi, Doktora Tezi, 2018.

[775] Bayrakçı, "Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma".

oluşan üç kişilik bir uzman ekibi tarafından yapılmıştır. Ölçeğin yeni hali, Kim ve Eves'in İngilizce orijinal versiyonu ve Bayrakçı'nın Türkçe çevirisi birlikte dikkate alınarak Türk mutfağına uyarlanmasıyla oluşturulmuştur. Türk mutfağı algısını ölçmeye yönelik oluşturulan bu ölçek 24 sorudan oluşmaktadır. Kültürel deneyim, heyecan arayışı, bireylerarası ilişkiler, duyusal çekicilik ve sağlık endişesi alt boyutlarına sahip olan ölçek, 24 sorudan oluşmakta ve (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kararsızım, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde 5'li likert şekilde derecelendirilmektedir.

#### 3.6.2.5. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmanın bu bölümünde Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin yapı geçerliğini sınamak için bir diğer analiz olarak yararlanılan Doğrulayıcı Faktör analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Analizde test edilecek Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) 24 maddeden ve beş faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler şunlardır: Kültürel Deneyim (KD), Heyecan Arayışı (HA), Bireylerarası İlişkiler (BI), Duyusal Çekicilik (DC) ve Sağlık Endişesi (SE) olarak sıralanmaktadır.

**Normallik Sınaması**

Doğrulayıcı faktör analizinin temel varsayımlarından birisi değişkenlerin normallik varsayımını karşılamasıdır. Bu varsayımın karşılanmasında merkezi yığılma ölçülerinin (aritmetik ortalama, mod ve medyan) birbirlerine yakın olması, çarpıklık **(skewness)** ve basıklık **(kurtosis)** değerlerinin ±1,50 değerleri arasında olması, mümkün olduğunca 0,00'a yakın olması betimsel göstergeler olarak kabul edilmektedir.[776] Bu amaçla doğrulayıcı faktör analizi işlemlerine geçmeden önce verilerin analizi sırasında hangi test tekniklerinin kullanılacağını belirlemek için Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin (TMA) normallik sınaması yapılmıştır. Normallik analizleriyle birlikte verilerdeki uç değerler **z** değerleri üzerinden de incelenmiş ve uç

[776] Tabachnick, Fidell, **Using Multivariate Statistics**.

değer bulunmadığı gözlenmiştir. Normallik analizlerinden elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 17: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Normallik Sınaması İçin Hesaplanan Betimsel Değerler**

| Ölçüt | KD | HA | BI | DC | SE |
|---|---|---|---|---|---|
| Frekans | 443 | 443 | 443 | 443 | 443 |
| Aritmetik Ortalama | 30,38 | 18,26 | 15,81 | 16,35 | 11,50 |
| Ortanca | 31,00 | 18,00 | 16,00 | 17,00 | 12,00 |
| Standart Sapma | 4,688 | 3,785 | 3,166 | 3,050 | 2,385 |
| Ranj | 26 | 20 | 16 | 16 | 12 |
| Çarpıklık | -,866 | -,438 | -1,085 | -1,326 | -,593 |
| Basıklık | 1,258 | ,408 | 1,300 | 1,510 | ,341 |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) verilerinin çarpıklık ve basıklık durumları incelenmiş her ikisinin de ±1,51 değerleri arasında olduğu hesaplanmıştır. Bu değerler dağılımım normal dağılıma benzerlik gösterdiğini teyit etmektedir.[777]

**Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)**

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), ölçme modellerinin geliştirilmesinde sık kullanılan ve önemli kolaylıklar sağlayan bir analiz yöntemidir. Bu yöntem önceden oluşturulan bir model aracılığı ile gözlenen değişkenlerden yola çıkarak gizil değişken oluşturmaya yönelik bir işlemdir. Genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik çalışmalarında kullanılmakta veya önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanması amaçlanmaktadır.[778]

Doğrulayıcı faktör analizi, sınanan modelin sunulan veriyi ne düzeyde iyi açıkladığını uyum iyiliği indeksleri ile ortaya koymaktadır. Uyum iyiliği indeksleri, modelin kabul edilip edilmeyeceğine dair veriler sunmaktadır. Elde edilen veriler uygun referans aralıklarında ise model kabul edilir, uygun değilse, modifikasyon

[777] Tabachnick, Fidell, **a.y.**
[778] Yaşlıoğlu, "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması", s. 74-85.

indekslerindeki öneriler yerine getirilerek modelin uyum göstergelerinin iyileştirilmesi sağlanmaktadır. Buna rağmen model kabul edilebilir referans değerlerine sahip değilse reddedilmektedir.[779]

Doğrulayıcı faktör analizinde en yaygın olarak kullanılan ve bu çalışmada referans olarak kullanılan uyum iyiliği indeksleri; Ki-Kare test istatistiği **($\chi^2$)**, serbestlik derecesi **(df)**, Ki-kare/serbestlik derecesi **($\chi^2$/df)**, kestirim hatası kareler ortalamasının karekökü **(RMSEA)**, normlaştırılmış uyum indeksi **(NFI)**, karşılaştırmalı uyum indeksi **(CFI)**, uyum iyiliği indeksi **(GFI)** olarak sıralanmaktadır.[780]

**Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Doğrulayıcı faktör analizine başlamadan yapının çoklu normallik sınaması yapılır. Doğrulayıcı faktör analizi için çoklu normallik testinde çoklu değişken **(multivariate)** kritik oranı **(critical ratio)** <10.00 olduğunda başka değerlere bakmadan da yapının çoklu normalliği taşıdığı[781] kabul edilebilir. Bu bağlamda öncelikle ölçeğin çoklu normallik testi uygulanmış, elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

**Tablo 18: Çoklu Normallik Testi**

| Değişken | Min | Max | Çarpıklık | Kritik Oran | Basıklık | Kritik Oran |
|---|---|---|---|---|---|---|
| SE3 | 1,000 | 5,000 | -,356 | -3,059 | -,637 | -2,737 |
| SE2 | 1,000 | 5,000 | -1,048 | -9,006 | ,905 | 3,889 |
| SE1 | 1,000 | 5,000 | -,805 | -6,920 | ,403 | 1,729 |
| DC4 | 1,000 | 5,000 | -,916 | -7,873 | ,320 | 1,376 |
| DC3 | 1,000 | 5,000 | -,948 | -8,142 | ,427 | 1,836 |
| DC2 | 1,000 | 5,000 | -1,597 | -13,720 | 2,662 | 11,436 |
| DC1 | 1,000 | 5,000 | -1,125 | -9,669 | ,834 | 3,582 |
| BI4 | 1,000 | 5,000 | -1,114 | -9,574 | ,815 | 3,504 |
| BI3 | 1,000 | 5,000 | -1,311 | -11,267 | 1,495 | 6,421 |

[779] Kline, **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**; Schumacker, Lomax, **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**.
[780] Çokluk Bökeoğlu, Büyüköztürk, Şekercioğlu, **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**; Koyuncu, "Güvenilirlik Çalışmalarında Sıralı İstatistiklere Dayanan Bazı Uyum İyiliği Yöntemleri"; Şimşek, **Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş - Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları**.
[781] Kline, **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**; Mardia, "Applications of Some Measures of Multivariate Skewness and Kurtosis in Testing Normality and Robustness Studies", s. 118.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| BI2 | 1,000 | 5,000 | -,852 | -7,321 | ,335 | 1,440 |
| BI1 | 1,000 | 5,000 | -,770 | -6,613 | ,236 | 1,012 |
| HA5 | 1,000 | 5,000 | -,176 | -1,516 | -,519 | -2,229 |
| HA4 | 1,000 | 5,000 | -,523 | -4,493 | -,343 | -1,475 |
| HA3 | 1,000 | 5,000 | -,896 | -7,696 | ,565 | 2,429 |
| HA2 | 1,000 | 5,000 | -,320 | -2,748 | -,500 | -2,148 |
| HA1 | 1,000 | 5,000 | -,863 | -7,413 | ,233 | 1,001 |
| KD8 | 1,000 | 5,000 | -1,075 | -9,235 | ,784 | 3,367 |
| KD7 | 1,000 | 5,000 | -,899 | -7,727 | ,569 | 2,445 |
| KD6 | 1,000 | 5,000 | -,978 | -8,407 | ,956 | 4,108 |
| KD5 | 1,000 | 5,000 | -,556 | -4,776 | -,418 | -1,796 |
| KD4 | 1,000 | 5,000 | -,401 | -3,443 | -,595 | -2,558 |
| KD3 | 1,000 | 5,000 | -1,176 | -10,107 | 1,377 | 5,916 |
| KD2 | 3,000 | 5,000 | 5,056 | 43,445 | 3,954 | 2,915 |
| KD1 | 1,000 | 5,000 | -,963 | -8,273 | ,969 | 4,161 |
| Çoklu Normallik (Multivariate) | | | | | 20,948 | 9,861 |

Tabloda görüldüğü gibi 24 maddenin çoklu normallik **(multivariate)** kritik oranı 9.861 ile yapının çoklu normalliği karşıladığı değerlendirilmiştir. Araştırma verileri çoklu normalliği gösterdiği için doğrulayıcı faktör analizinde çoklu normalliğin sağlanması halinde en çok tercih edilen Maksimum Olabilirlik Yöntemi **(Maximum Likelihood-ML)**[782] tercih edilmiştir. Öncelikle modelin uygunluğu için uyum iyiliği göstergeleri incelenmiştir.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) ilk doğrulayıcı faktör analizi sınamasında model göstergelerin kabul edilebilir referans değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Doğrulayıcı faktör analizinde mükemmel uyum ve iyi uyum göstergeleri tablo halinde gösterilmektedir.[783] Doğrulayıcı faktör analizi sınaması sonucunda elde edilen Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) uyum iyiliği değerleri ölçek değerleri ve uyum derecesi olarak gösterilmiştir.

[782] Golob, "Structural Equation Modeling for Travel Behavior Research", s. 1-25; Schumacker, Lomax, **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**.
[783] Çokluk Bökeoğlu, Büyüköztürk, Şekercioğlu, **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**; Gürbüz, **AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler**; Kline, **Yapısal Eşitlik Modellemesinin İlkeleri ve Uygulaması**; Schumacker, Lomax, **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**; Subaş, Çetin, "Enneagram Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi", s. 160-181.

**Tablo 19: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Ölçüm Uyum İyiliği Göstergeleri**

| Uyum Ölçüm Göstergeleri | Mükemmel Uyum * | İyi Uyum * | Ölçek Değerleri | Uyum Derecesi |
|---|---|---|---|---|
| $\chi 2$ | | | 635,270 | |
| p değeri | 0,05≤p≤1,00 | 0,01≤p≤0,05 | ,000 | M. Uyum |
| Df | | | 247 | |
| $\chi 2$/df | $0 \leq \chi 2/df \leq 3{,}00$ | $3 \leq \chi 2/df \leq 5{,}00$ | 2,572 | M. Uyum |
| RMSEA | 0≤RMSEA≤0,05 | 0,05≤RMSEA≤0,08 | ,058 | İ. Uyum |
| NFI | 0,95≤NFI≤1,00 | 0,90≤NFI≤0,95 | ,940 | İ Uyum |
| CFI | 0,95≤CFI≤1,00 | 0,90≤CFI≤0,95 | ,911 | İ Uyum |
| GFI | 0,95≤GFI≤1,00 | 0,90≤GFI≤0,95 | ,902 | İ. Uyum |
| AGFI | 0,90≤AGFI≤1,00 | 0,85≤AGFI≤0,90 | ,877 | İ. Uyum |

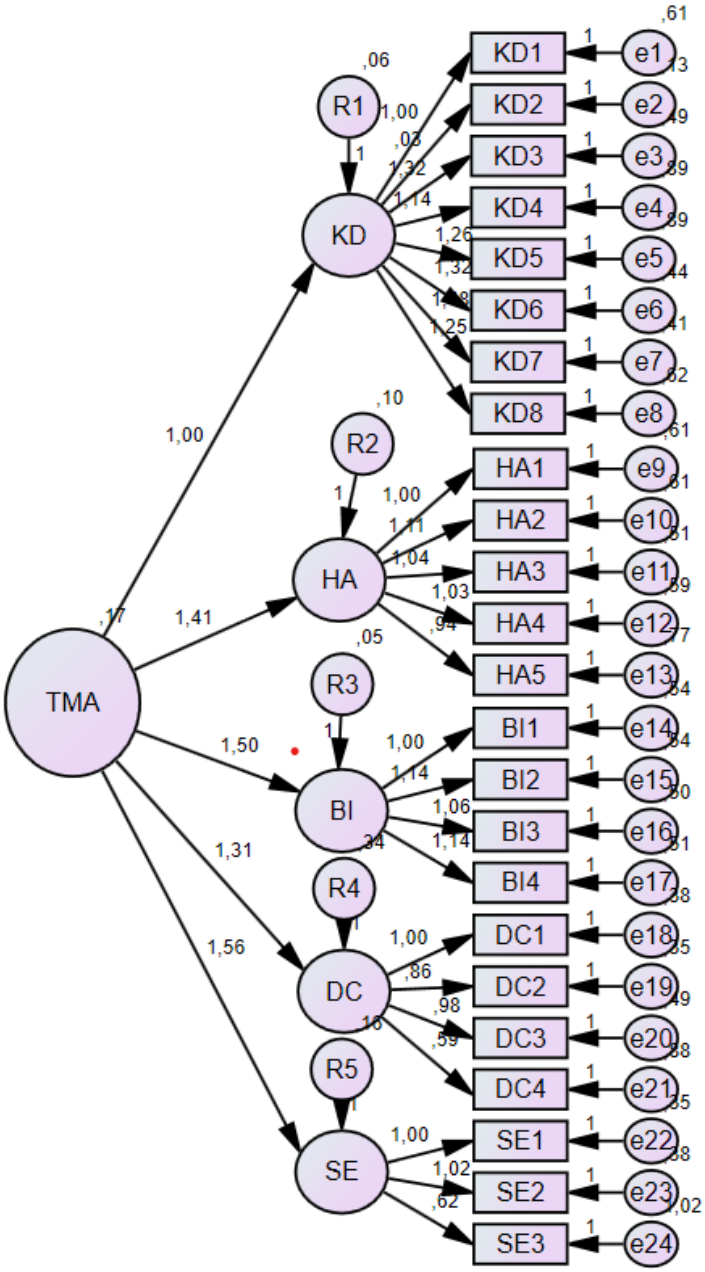
Açıklayıcı faktör analizi ile faktör yapıları oluşturulan Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin, bütünsel bir yapı oluşturup oluşturmadığını test etmek için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda; elde edilen model uyum iyiliği göstergelerinin literatürde belirtilen referans aralıklarına göre incelenmesi sonucunda istatistiksel olarak uygun bir model olduğu değerlendirilmiştir. Öte yandan ki-kare değerinin doğrulayıcı faktör analizlerinde anlamsız çıkması beklense de örneklemin n>250 olduğu durumlarda bu değer anlamlı olarak hesaplanmaktadır.[784] Bu nedenle söz konusu değerin anlamlı olmasını $n$ sayısının büyüklüğü ile açıklamak mümkün olduğu değerlendirilmiştir.

Bu referans değerler 1,00'e yaklaştıkça teori ve toplanan veri arasında daha iyi bir uyumu belirtmektedir. Bu durum verilen değerlerin birebir aynısını yakalama şartı olmadığını göstermektedir. Hair ve arkadaşları[785] araştırma örnekleminin, araştırmada değerlendirilen faktör, yapı ve değişken sayısının (soru sayısı) uyum indekslerini etkileyebileceğini vurgulamaktadır. Modelde yapı sayısının fazla olması, gözlenen ve gizli değişken sayısının artması uyum indekslerini yakalamayı zorlaştıran faktörlerdir. Hata terimleri aracılığıyla, gözlenen ile gizli değişkenler arasındaki kovaryanslara

[784] Yaşlıoğlu, "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması", s. 74-85.
[785] **Multivariate Data Analysis**.

ilişkin yapılan iyileştirmeler gösterilmektedir.[786] Analiz sonuçlarında uyum endekslerinin yeterliliğini artırmak için modifikasyon işlemlerine gerek duyulmamıştır.

**Şekil 6: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Standardize Edilmiş PATH Diyagramı**




[786] Dikbaş Torun, "Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", s. 217-234.

*χ2= 635,270; df= 247; χ2/df=2,572; p=,000; RMSEA= ,058; CFI=,911*

Şekil 6'da Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) için kullanılan ölçüm modeli ile gizli ve gözlenen değişkenler arasındaki yol şemaları gösterilmektedir. AMOS grafik menüsü aracılığı ile oluşturulan yol diyagramında, standardize edilmiş değerlerin .70'e yakın olması ve 1.00'den daha küçük olması beklenmektedir.[787]

**Tablo 20: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) Standardize Regresyon Tablosu**

| Regresyon Ağırlıkları | | | Ham Tahmin Katsayısı | Sh | Kritik Oran | p | Standardize Tahmin Katsayısı |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| KD1 | <--- | KD | 1,000 | | | | ,519 |
| KD2 | <--- | KD | ,026 | ,139 | 8,674 | *** | ,535 |
| KD3 | <--- | KD | 1,315 | ,136 | 9,686 | *** | ,668 |
| KD4 | <--- | KD | 1,139 | ,141 | 8,071 | *** | ,598 |
| KD5 | <--- | KD | 1,259 | ,148 | 8,489 | *** | ,537 |
| KD6 | <--- | KD | 1,323 | ,134 | 9,848 | *** | ,690 |
| KD7 | <--- | KD | 1,484 | ,146 | 10,199 | *** | ,739 |
| KD8 | <--- | KD | 1,253 | ,137 | 9,151 | *** | ,605 |
| HA1 | <--- | HA | 1,000 | | | | ,642 |
| HA2 | <--- | HA | 1,111 | ,095 | 11,711 | *** | ,681 |
| HA3 | <--- | HA | 1,035 | ,088 | 11,788 | *** | ,687 |
| HA4 | <--- | HA | 1,034 | ,090 | 11,447 | *** | ,661 |
| HA5 | <--- | HA | ,943 | ,092 | 10,227 | *** | ,575 |
| BI1 | <--- | BI | 1,000 | | | | ,663 |
| BI2 | <--- | BI | 1,138 | ,090 | 12,686 | *** | ,709 |
| BI3 | <--- | BI | 1,062 | ,085 | 12,507 | *** | ,697 |
| BI4 | <--- | BI | 1,143 | ,089 | 12,823 | *** | ,718 |
| DC1 | <--- | DC | 1,000 | | | | ,788 |
| DC2 | <--- | DC | ,860 | ,058 | 14,747 | *** | ,751 |
| DC3 | <--- | DC | ,980 | ,067 | 14,576 | *** | ,741 |
| DC4 | <--- | DC | ,585 | ,068 | 8,628 | *** | ,542 |
| SE1 | <--- | SE | 1,000 | | | | ,786 |
| SE2 | <--- | SE | 1,024 | ,068 | 14,968 | *** | ,780 |
| SE3 | <--- | SE | ,621 | ,076 | 8,132 | *** | ,519 |

[787] Brown, Moore, "Confirmatory Factor Analysis", s. 361-379; Jöreskog, **Structural Equation Modeling with Ordinal Variables using LISREL**; Kline, **Yapısal Eşitlik Modellemesinin İlkeleri ve Uygulaması**.

Tablo 20'de faktör ile ilişkili olduğu madde arasındaki standardize regresyon ağırlıkları ,519 ile ,788 aralığında ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde (p<,001) görülmektedir. Bunun yanı sıra istatiksel olarak 1,96 olarak kabul edilen kritik değer, bu değerin oldukça üzerindedir. Analiz sonuçları Türk mutfağı algısını açıklayan parametrelerin her birinin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Doğrulayıcı faktör analizinde her maddenin ölçek faktörleri ile .70 ve üzerinde ya da ,70 yakın bir düzeyde ilişkiye sahip olması beklenir. Kabul edilebilecek en düşük regresyon yükü ,50 olarak ifade edilmektedir.[788] Tabloda görüldüğü gibi ölçek maddelerinin regresyon yüklerinin aranan ölçütleri karşıladığı, en düşük yükün KD1 ve SE3=,519 olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin tablodaki yapı ile yapı geçerliliğinin onaylandığı söylenebilir. Tabloda ölçeğin standardize regresyon ağırlıkları kabul edilebilir aralıklarda ve p<,001 düzeyinde anlamlıdır.

**Tablo 21: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sınamasında Önerilen Modelin Varyans Değerleri**

| Varyans | Parametre Tahminleri | sh | Kritik Oran | p |
|---|---|---|---|---|
| TMA | ,165 | ,032 | 5,090 | *** |
| KD | ,061 | ,014 | 4,422 | *** |
| HA | ,098 | ,022 | 4,485 | *** |
| BI | ,050 | ,018 | 5,839 | *** |
| DC | ,335 | ,043 | 7,719 | *** |
| SE | ,162 | ,031 | 5,255 | *** |
| e1 | ,614 | ,044 | 13,981 | *** |
| e2 | ,128 | ,009 | 14,863 | *** |
| e3 | ,485 | ,038 | 12,912 | *** |
| e4 | ,891 | ,063 | 14,076 | *** |
| e5 | ,887 | ,064 | 13,894 | *** |
| e6 | ,437 | ,035 | 12,668 | *** |
| e7 | ,414 | ,035 | 11,929 | *** |
| e8 | ,616 | ,046 | 13,475 | *** |
| e9 | ,608 | ,047 | 12,968 | *** |
| e10 | ,609 | ,049 | 12,515 | *** |
| e11 | ,512 | ,041 | 12,436 | *** |
| e12 | ,588 | ,046 | 12,760 | *** |

[788] Hair vd., **Multivariate Data Analysis**.

| Varyans | Parametre Tahminleri | sh | Kritik Oran | p |
|---|---|---|---|---|
| e13 | ,766 | ,057 | 13,536 | *** |
| e14 | ,535 | ,041 | 13,014 | *** |
| e15 | ,538 | ,043 | 12,451 | *** |
| e16 | ,501 | ,040 | 12,619 | *** |
| e17 | ,515 | ,042 | 12,310 | *** |
| e18 | ,380 | ,039 | 9,811 | *** |
| e19 | ,354 | ,033 | 10,853 | *** |
| e20 | ,490 | ,044 | 11,108 | *** |
| e21 | ,876 | ,062 | 14,145 | *** |
| e22 | ,348 | ,036 | 9,572 | *** |
| e23 | ,380 | ,039 | 9,797 | *** |
| e24 | 1,021 | ,072 | 14,220 | *** |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçeğin varyans ve kovaryans değerlerinin kabul edilebilir aralıklarda ve istatistiksel olarak p<,01 düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin faktörlerinin aralarında bütünsel bir yapı oluşturup oluşturmadığını belirlemek için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçekteki 5 faktörün aynı yapı içerisinde olduğu belirlenmiş ve ölçeğin faktör yapısı doğrulanmıştır.

Bu işlemlerin ardından ölçeğin güvenirliğini belirlemek amacıyla iç tutarlık analizleri **(Cronbach Alfa)** yapılmış ve elde edilen değerler aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 22: İç Tutarlık Analizi Değerleri**

| **Faktör** | **Cronbach Alfa** |
|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | ,778 |
| Heyecan Arayışı (HA) | ,784 |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | ,790 |
| Duyusal Çekicilik (DC) | ,760 |
| Sağlık Endişesi (SE) | ,707 |
| TMA Genel | .915 |

Tabloda görüldüğü üzere alt boyutlar için iç tutarlık değeri ölçeğin geneli için .915 olarak hesaplanmakla birlikte faktörler için alfa değerleri ,707 ila ,808 arasında

değişmektedir. Elde edilen bu değerler ölçeğin oldukça yüksek bir düzeyde güvenirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

#### 3.6.2.6. Beslenme ve Türk Mutfağı Soruları

Anket formunun bu bölümünde uluslararası öğrencilerin beslenme ve Türk mutfağına ilişkin betimleyici cevapları almaya dönük sorular yer almaktadır. Türk mutfağından sevdikleri/sevmedikleri yemekler, Türk mutfağına verdikleri puan, evde veya dışarıda Türk yemeklerini tercih etme sıklıkları gibi sorularla uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına ve beslenmelerine ilişkin görüşleri elde edilmiştir.

#### 3.6.2.7. Gastrodiplomasi Soruları

Anket formunda son olarak gastrodiplomasiye ilişkin sorulara yer verilmiştir. Gastrodiplomasi alanında hali hazırda geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmış bir ölçek bulunmamaktadır.[789] Ancak Ruddy'nin Amerika'da uyguladığı çalışması[790] ve Taher ve Elshahed'in Mısır mutfağı üzerine yaptıkları çalışma[791] bir ölçek sunmasalar da katılımcıların gastrodiplomasiye ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmaya elverişli sorular barındırmaktadır. Bu sorular, katılımcıların yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmasına ilişkin görüşlerini öğrenmek için önem arz etmektedir. Her iki araştırma kullanılan sorular Türkiye'ye/Türk mutfağına uyarlanarak bu bölümdeki sorular oluşturulmuştur.

### 3.7. Verilerin Toplanması

Bu çalışmanın araştırması için kullanılan anket formu beş bölümden oluşmaktadır.[792] İlk bölüm, uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerini almayı amaçlayan betimleyici soruların yer aldığı 7 soruluk bir bölümdür. İkinci

[789] Literatürde yapılan araştırmalar ışığında söylenebilir ki; alana ilişkin çalışmalar genelde bir ülkenin gastrodiplomasi çabalarını değerlendirme, vaka örnekleri, literatür tarama, içerik analizi veya nitel araştırma şeklindedir.
[790] Ruddy, "Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image", s. 29-34.
[791] Ahmed Taher, Heba Elshahed, "The Shortest Way to a Nation's Heart: Culinary Diplomacy Patterns Among Egyptians", **Journal of Cultural and Religious Studies**, C. 8, No: 9, 2020.
[792] Anket formu çalışmanın ekler bölümünde yer almaktadır.

bölümde, katılımcıların Türk mutfağına ilişkin algılarını ortaya çıkarmayı amaçlayan 24 soruluk ölçek yer almaktadır. Üçüncü bölümde 24 sorudan oluşan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği bulunmaktadır. Katılımcıların yemeğin kamu diplomasisi (gastrodiplomasi) olarak kullanılabilirliğine ilişkin 6 sorunun yer aldığı dördüncü bölümün ardından son bölümde uluslararası öğrencilerin demografik bilgilerini içeren 8 ifade yer almaktadır. Bu haliyle anket formu 69 maddeden oluşmaktadır.

Araştırmanın uygulanabilmesi için 22.04.2021 tarihinde İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'na yapılan başvuru 03.05.2021 tarih ve 05 sayılı toplantısında oybirliği ile kabul edilmiştir. Verilerin toplanması aşamasında **Google Forms** üzerinde bir anket formu oluşturulmuş ve anket formunun linki İstanbul Üniversitesi Uluslararası Öğrenci Ofisi tarafından üniversitede kayıtlı bulunan bütün uluslararası öğrencilere mesaj yoluyla iletilmiştir. Anket formu, 15.06.2021 – 15.08.2021 tarihleri arasında veri girişi için yayında tutulmuş ve toplam 443 kişiden veri toplanmıştır.

## 3.8. Verilerin Analizi

İstatistiksel çözümlemelere geçmeden önce, demografik değişkenler gruplandırılmış ardından İstanbul Üniversitesi'ndeki uluslararası öğrencilere uygulanan ölçekler (Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği), Türk mutfağı ve beslenmeye ilişkin sorular puanlanmıştır. Daha sonra elde edilen verilerin istatistiksel çözümlemeleri bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir.

Bu aşamada, araştırma grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, meslek, aylık gelir, medeni durum, Türkiye'de kaldıkları yerin niteliği (öğrenci evi, yurt, aile yanı vs.), vatandaşı oldukları ülke, öğrenim düzeyi, Türkiye'de ikamet ettikleri süreleri), evde ve dışarıda Türk yemeklerini tercih sıklıkları, ülkelerinde Türk yemeklerini tercih etmeleri, Türk mutfağından sevdikleri/sevmedikleri yemekler, Türk mutfağına verdikleri puan, Türk mutfağını düşündüklerinde akıllarına gelen kelime, bir yemeği yediklerinde bir ülke için fikir değişikliği ve hangi ülke olduğu, bir ülkenin yemeğini yediklerinde gerçekleştirdikleri davranışları, yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabilirliği

hakkındaki görüşleri, yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirici bir unsur olarak kullanılabilirliği hakkındaki görüşleri, Türkiye'yi uluslararası düzeyde temsil edebilecek yemek hakkındaki görüşlerinin betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmış, sonra ölçeğin toplam puanları için $\bar{x}$, ss, Sh değerleri saptanmıştır. Öte yandan, karşılaştırma analizleri için yeterli dağılımın oluşmadığı değişkenler için anlamlı birleştirmelerle gruplar birleştirilmiştir. Örneklem içerisinde normal dağılım özelliği göstermeyen gruplar için non-parametrik teknikler, normal dağılım özelliği gösteren dağılımlar içinse parametrik analiz teknikleri kullanılmıştır. Bu bağlamda:

**1.** Örneklem grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin her iki ölçek (Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği) ve alt boyutlarından aldıkları puanların cinsiyet, medeni durum, bir ülkenin yemeğini yediklerinde gerçekleştirdikleri davranışları değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için **bağımsız grup t testi,**

2. Örneklem grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin her iki ölçek (Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği) ve alt boyutlarından aldıkları puanların Türk mutfağına verdikleri puan değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için **Pearson korelasyon analizi,**

**3.** Örneklem grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin her iki ölçek (Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği) ve alt boyutlarından aldıkları puanların gelirleri, kendi ülkelerinde Türk yemeklerini tercih etmeleri, yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabilirliği hakkındaki görüşleri, yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirici bir unsur olarak kullanılabilirliği hakkındaki görüşleri değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için **tek yönlü varyans analizi (ANOVA),**

**4.** Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda gruplar arasında fark bulunduğunda, farklılıkların kaynağını (hangi gruplar arasında olduğunu) belirlemek üzere **Scheffé testleri,**

**5.** Örneklem grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin her iki ölçek (Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği) ve alt boyutlarından aldıkları puanların yaş, Türkiye'de kaldıkları yerin niteliği, eğitim düzeyi, Türkiye'de kaldıkları süre değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için **non-parametrik Kruskal Wallis-H testi,**

6. Non-parametrik Kruskal Wallis testi sonucunda gruplar arasında fark bulunduğunda, farklılıkların kaynağını (hangi gruplar arasında olduğunu) belirlemek üzere **non-parametrik Mann Whitney-U testi** uygulanmıştır.

Elde edilen veriler bilgisayarda **"SPSS for Windows ver: 23.0"** programında çözümlenmiş, manidarlıklar minimum p<,05 düzeyinde sınanmış, diğer manidarlık düzeyleri ayrıca belirtilmiş ve bulgular araştırmanın amaçlarına uygun olarak tablolar halinde sunulmuştur.

# DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

# ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, meslek, aylık gelir, medeni durum, Türkiye'de kaldıkları yerin niteliği (öğrenci evi, yurt, aile yanı vs.), vatandaşı oldukları ülke, öğrenim düzeyi, Türkiye'de ikamet ettikleri süreleri), evde ve dışarıda Türk yemeklerini tercih sıklıkları, ülkelerinde Türk yemeklerini tercih etmeleri, Türk mutfağından sevdikleri/sevmedikleri yemekler, Türk mutfağına verdikleri puan, Türk mutfağını düşündüklerinde akıllarına gelen kelime, bir yemeği yediklerinde bir ülke için fikir değişikliği ve hangi ülke olduğu, bir ülkenin yemeğini yediklerinde gerçekleştirdikleri davranışları, yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabilirliği hakkındaki görüşleri, yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirici bir unsur olarak kullanılabilirliği hakkındaki görüşleri, Türkiye'yi uluslararası düzeyde temsil edebilecek yemek hakkındaki görüşlerinin betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmış, ölçeklerin toplam puanları için $\bar{x}$ , ss, Sh değerleri tablolar halinde sunulmuştur.

## 4.1. Betimsel Değerler

Araştırmadan elde edilen bulguların betimsel değerleri ve örneklem içindeki yüzdeliğine ilişkin değerler bu bölümde verilmiştir. Demografik özelliklere ilişkin bulgular, beslenme alışkanlıkları ve Türk mutfağına ilişkin bulgular ve gastrodiplomasiye ilişkin bulgular betimsel değerlerin alt bölümleri olarak oluşmaktadır.

### 4.1.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin frekans analizleri aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 23: Uluslararası Öğrencilerin Demografik Özellikleri**

| **Değişkenler** | **Değişken Düzeyleri** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| Cinsiyet | Kadın | 237 | 55,9 |
| | Erkek | 187 | 44,1 |
| Yaş Grubu | 17 ve altı | 5 | 1,2 |
| | 18-20 | 68 | 16,0 |
| | 21-23 | 162 | 38,0 |
| | 24-26 | 77 | 18,1 |
| | 27-29 | 49 | 11,5 |
| | 30 ve üstü | 65 | 15,3 |
| Medeni Durum | Bekar | 366 | 86,5 |
| | Evli | 57 | 13,5 |
| Aylık Gelir | 500 ve altı | 74 | 18,3 |
| | 501-1000 | 54 | 13,3 |
| | 1001-1500 | 48 | 11,9 |
| | 1501-2000 | 61 | 15,1 |
| | 2001-2500 | 53 | 13,1 |
| | 2501 ve üstü | 115 | 28,4 |
| Kaldığı Yerin Niteliği | Ailemle Birlikte | 100 | 24,6 |
| | Devlet Yurdu | 12 | 3,0 |
| | Kira | 46 | 11,3 |
| | Öğrenci Evi | 139 | 34,2 |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 20,0 |
| | Diğer | 28 | 6,9 |
| Öğrenim Düzeyi | Önlisans | 10 | 2,4 |
| | Lisans | 169 | 39,8 |
| | Yüksek Lisans | 184 | 43,3 |
| | Doktora | 62 | 14,6 |
| Türkiye'de İkamet Süresi | 6 aydan az | 127 | 29,8 |
| | 6-12 ay | 24 | 5,6 |
| | 1-2 yıl | 64 | 15,0 |
| | 3-4 yıl | 88 | 20,7 |
| | 5-6 yıl | 59 | 13,8 |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 15,0 |

Tabloda görüldüğü üzere örneklem grubunun 237'si (%55,9) kadın 187'si (%44,1) erkek; 5'i (%1,2) 17 ve altı, 68'i (%16,0) 18-20; 162'si (%38,0) 21-23, 77'si (%18,1) 24-26, 49'u (%11,5) 27-29, 65'i (%15,3) 30 ve üstü yaş grubunda; 366'sı (%86,5) bekar, 57'si (%13,5) evli; 74'ü (%18,3) 500 ve altı lira, 54'ü (%13,3) 501-1000 lira, 48'i (%11,9) 1001-1500 lira, 61'i (%15,1) 1501-2000 lira, 53'ü (%13,1) 2001-2500 lira, 115'i (%28,4) 2501 lira ve üzeri aylık gelire[793] sahip; 100'ü (%24,6)

[793] Bu gelir skalası araştırmanın uygulandığı 15.06.2021 – 15.08.2021 tarihleri arası için geçerlidir ve dağılıma bakıldığında normal bir dağılım olduğu söylenebilir. Gelir skalası, İstanbul Üniversitesi Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından 2020 yılında yayımlanan rapordan alınmıştır.

ailesi ile birlikte, 12'si (%3,0) devlet yurdunda, 46'sı (%11,3) kirada, 139'u (%34,2) öğrenci evinde, 81'i (%20,0) özel yurt ya da vakıf yurdunda, 28'i (%6,9) diğer barınma mekanlarında ikamet etmekte; 10'u (%2,4) önlisans, 169'u (%39,8) lisans, 184'ü (%43,3) yüksek lisans, 62'si (%14,6) doktora düzeyinde eğitim görmektedir. Öğrencilerin 127'si (%29,8) altı aydan az süredir, 24'ü (%5,6) 6-12 aydır, 64'ü (%15,0) 1-2 yıldır, 88'i (%20,7) 3-4 yıldır, 59'u (%13,8) 5-6 yıldır, 64'ü de (%15,0) 7 yıl ve daha uzun süredir Türkiye'de ikamet etmektedir.

Araştırmaya katılanların hangi ülke vatandaşı olduğuna ilişkin frekans analizleri aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 24: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkeler**

| **Ülkeler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Azerbaycan | 168 | 37,9 |
| İran | 29 | 6,5 |
| Endonezya | 25 | 5,6 |
| Türkmenistan | 22 | 5,0 |
| Suriye | 19 | 4,3 |
| Afganistan | 12 | 2,7 |
| Kazakistan | 11 | 2,5 |
| Mısır | 9 | 2,0 |
| Moğolistan | 9 | 2,0 |
| Cezayir | 8 | 1,8 |
| Çin Halk Cumhuriyeti | 8 | 1,8 |
| Filistin | 7 | 1,6 |
| Makedonya Cumhuriyeti | 7 | 1,6 |
| Rusya Federasyonu | 7 | 1,6 |
| Cevapsız | 24 | 5,4 |
| Diğer | 78 | 17,7 |
| **Toplam** | **443** | **100,0** |

Rapordaki gelir skalası ile karşılaştırıldığında da bu çalışmanın sonuçları anlamlı görünmektedir. Bkz. Şeker vd., "İstanbul Üniversitesi Öğrencilerinin Türkiye, İstanbul ve İstanbul Üniversitesi Algıları", s. 28.

Tabloda örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkeler verilmiştir.[794] En yüksek orana sahip ülkelerin 168 öğrenci (%37,9) ile Azerbaycan, 29 öğrenci (%6,5) ile İran, 25 öğrenci (%5,6) ile Endonezya olduğu gözlenmektedir.[795]

Araştırma bulgularının analizi için uluslararası öğrencilerin geldikleri ülkeler bölgesel olarak gruplandırılmıştır. Buna göre, gruplandırılmış haliyle[796] öğrencilerin geldikleri ülkelere ilişkin frekans analizleri aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 25: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkeler (Gruplandırılmış)**

| **Gruplandırılmış Ülkeler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Orta Asya | 229 | 51,7 |
| Ortadoğu | 80 | 18,1 |
| Uzak Doğu | 53 | 12,0 |
| Afrika | 23 | 5,2 |
| Balkanlar | 18 | 4,1 |
| Rusya[797] | 7 | 1,6 |
| Avrupa | 6 | 1,4 |
| Güney Amerika | 3 | 0,7 |
| Cevapsız | 24 | 5,4 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Vatandaşı olduğu ülkeler gruplandığında öğrencilerin 229'u (%51,7) Orta Asya, 80'i (%18,1) Ortadoğu, 53'ü (%12,0) Uzak Doğu, 23'ü (%5,2) Afrika ülkeleri,

[794] Araştırmaya toplamda 51 farklı ülkeden uluslararası öğrenci katılmıştır.

[795] İstanbul Üniversitesi'ndeki Suriyeli uluslararası öğrenci sayısının fazlalığına rağmen araştırmaya katılan Suriyeli öğrenci sayısı düşüktür. Bunun sebebi bu araştırmanın kapsamı dışındadır ancak sorunu çözmek amacıyla çoğunluğu Suriyeli öğrencilerden oluşan ve Arap öğrencilerin iletişim, yardımlaşma ve sosyalleşmesi için kurulmuş kapalı bir **Facebook** grubunda da araştırma linkinin paylaşılması sağlanmış ancak geri dönüşler yeterli sayıda olmamıştır.

[796] Ülkeler şu şekilde gruplandırılmıştır: **Orta Asya:** Afganistan, Azerbaycan, Gürcistan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan; **Ortadoğu:** Filistin, Irak, İran, Mısır, Suriye, Suudi Arabistan, Ürdün, Yemen; **Uzak Doğu:** Bangladeş, Çin Halk Cumhuriyeti, Endonezya, Güney Kore, Hindistan, Japonya, Moğolistan, Myanmar, Pakistan, Tayland; **Afrika:** Cezayir, Fas, Gambiya, Libya, Mali, Moritanya, Nijer, Somali, Tanzanya, Tunus, Uganda; Balkanlar: Arnavutluk, Bosna Hersek, Karadağ, Kosova, Makedonya Cumhuriyeti, Sırbistan, Yunanistan; **Avrupa:** İtalya, Macaristan, Portekiz, Ukrayna; Güney **Amerika:** Brezilya, Meksika, Venezuela.

[797] Rusya, coğrafi konumu ve yüzölçümü itibariyle geniş bir alana yayılması ve tarihi, kültürel ve toplumsal olarak etrafındaki ülkelerden farklılaşması sebepleriyle ayrı bir bölge olarak sınıflandırılmıştır.

18'i (%4,1) Balkanlar, 7'si (%1,6) Rusya, 6'sı (%1,4) Avrupa ülkeleri, 3'ü (%0,7) Güney Amerika ülkelerinin vatandaşıdır.

### 4.1.2. Beslenme Alışkanlıkları ve Türk Mutfağına İlişkin Bulgular

Uluslararası öğrencilerin dışarıdan yemek yediğinde Türk mutfağından bir yemeği tercih etmelerine ilişkin frekans analizleri aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 26: Uluslararası Öğrencilerin Dışarıda Türk Mutfağı Tercihleri**

| **Tercih Sıklığı** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Hiçbir Zaman | 2 | 0,5 |
| Neredeyse Hiç | 6 | 1,4 |
| Birkaç Ayda Bir Kere | 25 | 5,7 |
| Ayda Birkaç Kere | 50 | 11,3 |
| Haftada Bir Kere | 55 | 12,4 |
| Haftada Birkaç Kere | 166 | 37,6 |
| Her Gün | 138 | 31,2 |
| Toplam | 442 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü üzere, dışarıdan yemek yediği zaman Türk mutfağını ne sıklıkla tercih ettiği sorusuna öğrencilerin 2'si (%,5) hiçbir zaman, 6'sı (%1,4) neredeyse hiç, 25'i (%5,7) birkaç ayda bir, 50'si (%11,3) ayda birkaç kez, 55'i (%12,4) haftada bir kere, 166'sı (%37,6) haftada birkaç kez, 138'i de (%31,2) her gün cevabını vermişlerdir.

Uluslararası öğrencilerin evde yemek hazırlarken Türk mutfağından bir yemeği tercih etmelerine ilişkin frekans analizleri aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 27: Uluslararası Öğrencilerin Evde Türk Mutfağı Tercihleri**

| **Tercih Sıklığı** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Hiçbir Zaman | 39 | 8,8 |
| Neredeyse Hiç | 41 | 9,3 |
| Birkaç Ayda Bir Kere | 49 | 11,1 |
| Ayda Birkaç Kere | 61 | 13,8 |
| Haftada Bir Kere | 44 | 10,0 |
| Haftada Birkaç Kere | 136 | 30,8 |

| | | |
|---|---|---|
| Her Gün | 72 | 16,3 |
| Toplam | 442 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü üzere, evde yemek hazırladığı zaman Türk mutfağını ne sıklıkla tercih ettiği sorusuna öğrencilerin 39'u (%8,8) hiçbir zaman, 41'i (%9,3) neredeyse hiç, 49'u (%11,1) birkaç ayda bir, 61'i (%13,8) ayda birkaç kez, 44'ü (%10,0) haftada bir kere, 136'sı (%30,8) haftada birkaç kez, 72'si de (%16,3) her gün cevabını vermişlerdir.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına 1 ile 10 arasında verdikleri puana ilişkin frekans analizleri aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 28: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan**

| **Puan** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) | **Geçerli** (%) | **Yığılmalı** (%) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| 2 | 2 | 0,5 | 0,5 | 0,9 |
| 3 | 1 | 0,2 | 0,2 | 1,2 |
| 4 | 4 | 0,9 | 0,9 | 2,1 |
| 5 | 26 | 5,9 | 6,0 | 8,1 |
| 6 | 17 | 3,8 | 3,9 | 12,0 |
| 7 | 78 | 17,6 | 18,0 | 30,0 |
| 8 | 119 | 26,9 | 27,4 | 57,4 |
| 9 | 81 | 18,3 | 18,7 | 76,0 |
| 10 | 104 | 23,5 | 24,0 | 100,0 |
| Toplam | 434 | 98,0 | 100,0 | |
| Cevapsız | 9 | 2,0 | | |
| Genel Toplam | 443 | 100,0 | | |

Tabloya göre, Türk mutfağını/Türk yemeklerini 1 ile 10 puan arasında değerlendirdikleri soruya uluslararası öğrencilerin 2'si (%0,5) 1 puan, 2'si (%0,5) 2 puan, 1'i (%0,2) 3 puan, 4'ü (%0,9) 4 puan, 26'sı (%5,9) 5 puan, 17'si (%3,8) 6 puan, 78'i (%17,6) 7 puan, 119'u (%26,9) 8 puan, 81'i (%18,3) 9 puan, 104'ü de (%23,5) 10 puan vermiştir. 9 öğrenci (%2,0) soruyu cevapsız bırakmıştır.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına 1 ile 10 arasında verdikleri puana ilişkin max, min, aritmetik ortalama ve standart sapmasına ilişkin analizler aşağıda yer alan tablodaki gibidir:

**Tablo 29: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verikleri Puan - Min, Max, Mean, Std. Dev. Değerleri**

| | N | Min | Max | Mean | Std. Dev. |
|---|---|---|---|---|---|
| Genel bir değerlendirmeyle Türk Mutfağını/Türk yemeklerini 1 ile 10 arasında kaç puan ile değerlendirirsiniz? | 434 | 1 | 10 | 8,12 | 1,615 |

Tabloya göre Türk mutfağına/yemeklerine 1 ile 10 puan arasında değerlendirdikleri soruya 434 uluslararası öğrenci cevap vermiştir. Soruya en düşük 1 puan ve en yüksek 10 puan veren katılımcıların aritmetik ortalaması 8,12 puandır.

Uluslararası öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde Türk mutfağına ait bir yemeği tercih edip etmeyecekleri sorusuna verdikleri cevaba ilişkin frekans analizleri aşağıdaki tabloda verilmiştir:

**Tablo 30: Uluslararası Öğrencilerin Kendi Ülkesinde Türk Mutfağı Tercihi**

| **Değişkenler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Evet | 337 | 77,1 |
| Hayır | 32 | 7,3 |
| Kararsız | 68 | 15,6 |
| Toplam | 437 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü üzere, kendi ülkesine döndüğünde ulaşabilmesi hâlinde Türk yemeklerini tercih edip etmeyeceği sorusuna öğrencilerin 337'si (%77,1) evet, 32'si (%7,3) hayır, 68'i de (%15,6) kararsızım cevabını vermişlerdir. Uluslararası öğrencilerin yüksek bir oranla Türk mutfağını tercih edeceklerini belirtmeleri dikkat çekicidir.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağından en çok sevdikleri yemekleri (yiyecek veya içecek) belirtmeleri istenmiştir.[798] Bu soruya ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 31: Uluslararası Öğrencilerin En Sevdikleri Türk Yemek Grupları**

| Yemek Grupları | 1. Yemek | | 2. Yemek | | 3. Yemek | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | *f* | % | *f* | % | *f* | % |
| Çorbalar[799] | 26 | 6,1 | 29 | 6,9 | 46 | 11,4 |
| Et yemekleri[800] | 36 | 8,4 | 41 | 9,7 | 37 | 9,2 |
| Hamur işleri[801] | 68 | 15,9 | 77 | 18,3 | 71 | 17,6 |
| İçecekler[802] | 22 | 5,1 | 26 | 6,2 | 33 | 8,2 |
| Kebaplar[803] | 99 | 23,1 | 103 | 24,5 | 71 | 17,6 |
| Sebze yemekleri[804] | 61 | 14,2 | 38 | 9,0 | 38 | 9,4 |
| Sokak lezzetleri[805] | 50 | 11,7 | 43 | 10,2 | 37 | 9,1 |
| Tatlılar[806] | 32 | 7,5 | 32 | 7,6 | 41 | 10,1 |
| Diğer[807] | 35 | 8,2 | 32 | 7,6 | 30 | 7,4 |
| Toplam | 429 | 100,0 | 421 | 100,0 | 404 | 100,0 |

Tabloda örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin en sevdikleri yiyecek içerek sorusuna yönelik olarak verilen cevaplar sunulmuştur. Bu soruda birinci yemek

[798] Katılımcılara bu soruda Türk mutfağından tek yemek istenmesi halinde karar vermeleri zor olabileceği gerekçesiyle en sevdikleri 3 yemeği yazmaları istenmiştir. Ayrıca bu soru katılımcıların cevaplarını sınırlandırmamak için açık uçlu olarak sorulmuş ve soruya cevap verme mecburiyeti şart koşulmamıştır. Dolayısıyla boş bırakanlar veya eksik cevap verenler (1 veya 2 yemek yazanlar) olmuş ancak çok farklı cevaplar gelmiş ve 137 farklı Türk yemeği belirtilmiştir. Ancak kimi yemekler için çok az frekans olduğu gözlenmiş ve verilerin analiz edilebilmesi için yemekler gruplandırılmıştır.

[799] Üç sıra birlikte değerlendirildiğinde **çorbalarda** 37 frekans ile en fazla sevilen yemek **mercimek çorbasıdır.**

[800] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **et yemeklerinde** 39 frekans ile en fazla sevilen yemek **köftedir.**

[801] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **hamur işlerinde** 88 frekans ile en fazla sevilen yemek **lahmacundur.** İkinci sırada 50 frekans ile **mantı** vardır.

[802] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **içeceklerde** 38 frekans ile en fazla sevilen yemek **ayrandır.**

[803] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **kebaplarda** 78 frekans ile en fazla sevilen yemek **iskenderdir.** Ayrıca **döner** olarak yazanların sayısı da 47'dir. İkisi bir arada düşünüldüğünde kebap kategorisinin en sevilen yemeği döner ve onun türevleridir. Bu şekilde dikkate alındığında bütün kategorilerde en sevilen yemek döner ve türevleri çıkmaktadır.

[804] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **sebze yemeklerinde** 32 frekans ile en fazla sevilen yemek **dolmadır.**

[805] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **sokak lezzetlerinde** 61 frekans ile en fazla sevilen **yemek çiğ köftedir.**

[806] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **tatlılarda** 48 frekans ile en fazla sevilen yemek **baklavadır.**

[807] 20 frekansın altında değere sahip olan yemek grupları analizde anlamlı sonuçlara ulaşmak adına diğer kategorisinde birleştirilmiştir. Bu gruplar, **kahvaltı ve kahvaltılıklar, kuru baklagiller, mezeler** ve **pilavlardır.**

sütununda 99 kişi ile (%23,1) kebaplar, 68 kişi ile (%15, 9) hamur işleri, 61 kişi ile (%14,2) sebze yemekleri; ikinci yemek sütununda 103 kişi ile (%24,5) kebaplar, 77 kişi ile (%18,3) hamur işleri, 43 kişi ile (%10,2) sokak lezzetleri; üçüncü yemek sütununda 71'er kişi ile (%17,6) kebaplar ve hamur işleri, 46 kişi ile (%11,4) çorbalar öncelikli sevilen yiyecekler arasında yer almaktadır.

Uluslararası öğrencilerin 3 tercihi birlikte değerlendirildiğinde en sevilen yemek sorusunda toplamda 1.254 veri elde edilmiştir. Bu durumda ilk sırada 273 kişi (%21,8) ile kebaplar yer almaktadır. Kebapları sırayla 216 kişiyle (%17,2) hamur işleri; 137 kişi ile (%10,9) sebze yemekleri; 130 kişi ile (%10,4) sokak lezzetleri; 114 kişi ile (%9,1) et yemekleri takip etmektedir.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağından en sevmedikleri yemekleri (yiyecek veya içecek) belirtmeleri istenmiştir.[808] Bu soruya ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 32: Uluslararası Öğrencilerin En Sevmedikleri Türk Yemek Grupları**

| Gruplar | 1. Yemek | | 2. Yemek | | 3. Yemek | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | *f* | % | *f* | % | *f* | % |
| Çorbalar[809] | 26 | 8,2 | 36 | 13,5 | 24 | 11,8 |
| Et yemekleri ve Kebaplar[810] | 32 | 10,1 | 29 | 10,9 | 25 | 12,3 |
| Hamur işleri[811] | 26 | 8,2 | 0 | 0,0 | 22 | 10,8 |
| İçecekler[812] | 47 | 14,8 | 31 | 11,6 | 20 | 9,9 |
| Kuru baklagiller ve Pilavlar[813] | 36 | 11,4 | 44 | 16,5 | 27 | 13,3 |

[808] Katılımcılara en sevdikleri yemek sorusunda olduğu gibi en sevmedikleri yemek sorusunda da 3 yemek yazmaları istenmiştir. Ayrıca bu soru katılımcıların cevaplarını sınırlandırmamak için açık uçlu olarak sorulmuş ve soruya cevap verme mecburiyeti şart koşulmamıştır. Dolayısıyla boş bırakanlar veya eksik cevap verenler (1 veya 2 yemek yazanlar) olmuş ancak çok farklı cevaplar gelmiş ve 156 farklı Türk yemeği belirtilmiştir. Ancak kimi yemekler için çok az frekans olduğu gözlenmiş ve analiz edilebilmesi için yemekler gruplandırılmıştır.

[809] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **çorbalarda** 17 frekans ile en sevilmeyen yemek **işkembe çorbasıdır.**

[810] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **et yemekleri ve kebaplarda** 13 frekans ile en sevilmeyen yemek **şırdandır.** Ayrıca **et yemekleri** ile **kebaplar** yeterli sayı oluşmadığı için bu analizde birleştirilmiştir.

[811] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **hamur işlerinde** 18 frekans ile en sevilmeyen yemek **mantıdır.**

[812] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **içeceklerde** 32 frekans ile en sevilmeyen yemek **ayrandır.** İkinci sırada 24 frekans ile **şalgam** yer almaktadır.

[813] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **kuru baklagillerde** 24 frekans ile en sevilmeyen yemek **kuru fasulyedir**. Ayrıca **kuru baklagiller** ile **pilavlar** bu analizde birleştirilmiştir.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sebze yemekleri[814] | 69 | 21,8 | 49 | 18,3 | 33 | 16,3 |
| Sokak lezzetleri[815] | 60 | 18,9 | 41 | 15,3 | 29 | 14,3 |
| Diğer[816] | 21 | 6,6 | 37 | 13,9 | 23 | 11,3 |
| Toplam | 317 | 100,0 | 267 | 100,0 | 203 | 100,0 |

Tabloda örneklem grubunu oluşturan uluslararası öğrencilerin en sevmedikleri yiyecek içecek sorusuna yönelik olarak verilen cevaplar sunulmuştur. Bu soruda birinci yemek sütununda 69 kişi ile (%21,8) sebze yemekleri, 60 kişi ile (%18,9) sokak lezzetleri, 47 kişi ile (%14,8) içecekler; ikinci yemek sütununda 49 kişi ile (%18,4) sebze yemekleri, 41 kişi ile (%15,4) sokak lezzetleri, 36 kişi ile (%13,5) çorbalar; üçüncü yemek sütununda 33 kişi ile (%16,3) sebze yemekleri, 29 kişi ile (%14,3) sokak lezzetleri, 24 kişi ile (%11,8) çorbalar öncelikli sevilmeyen yiyecekler arasında ifade edilmiştir.

Uluslararası öğrencilerin 3 tercihi birlikte değerlendirildiğinde en sevilmeyen yemek sorusunda toplamda 787 veri elde edilmiştir. Verilerden hareketle ilk sırada 151 kişi (%19,2) ile sebze yemekleri yer almaktadır. Sebze yemeklerini sırayla 130 kişi ile (%16,5) sokak lezzetleri; 98 kişi ile (%12,5) içecekler; 86 kişi ile (%10,9) çorbalar; 73 kişi ile (%9,3) kuru baklagiller; 66 kişi ile (%8,4) hamur işleri; 51 kişi ile %6,5) et yemekleri takip etmektedir.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağını/Türk yemeklerini düşününce akıllarına gelen ilk kelimeyi belirtmelerinin istendiği soruya ilişkin tablo aşağıdaki gibidir :[817]

**Tablo 33: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağı Düşününce Akıllarına Gelen İlk Kelime**

| **Kelimeler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|

[814] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **sebze yemeklerinde** 24'er frekans ile en sevilmeyen yemekler **dolma** ve **fasulyedir.**

[815] Üç tercih birlikte değerlendirildiğinde **sokak lezzetlerinde** 48 frekans ile en sevilmeyen yemek **kokoreçtir. Çiğ köfte** ise 47 frekans ile kokorecin hemen arkasında yer almaktadır. Çiğ köfte en sevilenler listesinde de kendi kategorisinde en sevilen yemek olarak çıkmıştır.

[816] 20 frekansın altında değere sahip olan yemek grupları analizde anlamlı sonuçlara ulaşmak adına diğer kategorisinde birleştirilmiştir. Bu gruplar, **kahvaltı ve kahvaltılıklar, mezeler** ve **tatlılardır.**

[817] Katılımcılara bu soru açık uçlu olarak sorulmuş ve soruya cevap verme mecburiyeti şart koşulmamıştır. 96 farklı cevap gelmiş ve tabloda %1'den yukarıda yüzdeye sahip olanlar listelenmiştir.

| | | |
|---|---|---|
| Baklava | 31 | 7,0 |
| Kebap | 29 | 6,5 |
| Lezzet | 29 | 6,5 |
| Lezzetli | 27 | 6,1 |
| Döner | 23 | 5,2 |
| Baharat | 19 | 4,3 |
| Et | 17 | 3,8 |
| Harika | 13 | 2,9 |
| Güzel | 10 | 2,3 |
| Tatlı | 8 | 1,8 |
| Zengin bir mutfak | 8 | 1,8 |
| Acı | 7 | 1,6 |
| Mükemmel | 7 | 1,6 |
| Pilav | 7 | 1,6 |
| Çiğ köfte | 6 | 1,4 |
| İskender | 6 | 1,4 |
| Lahmacun | 6 | 1,4 |
| Yağlı | 6 | 1,4 |
| Çay | 5 | 1,1 |
| Köfte | 5 | 1,1 |
| Diğer | 131 | 29,5 |
| Cevapsız | 43 | 9,7 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloda örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin **"Türk mutfağını/Türk yemeklerini düşününce akla gelen ilk kelime nedir?"** sorusuna yönelik olarak verilen cevaplar büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır. Bu soruda 31 kişi ile (%7,0) baklava, 29 kişi ile (%6,5) kebap ve 29 kişi ile (%6,5) lezzet ilk sıralarda yer almaktadırlar.[818]

Türk mutfağını/Türk yemeklerini düşününce akıllarına gelen ilk kelimeyi belirtmelerinin istendiği soruda benzer cevaplar gruplandırılarak daha özet bir tablo oluşturulmuştur. Buna ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 34: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağını Düşününce Akıllarına Gelen İlk Kelime (Gruplandırılmış)**

| **Kelimeler (Gruplandırılmış)** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Lezzet | 115 | 26,0 |

[818] En sevilen yemek tercihi sorusunda baklava yüksek skor almakla birlikte zirvede değildir. Ancak Türk mutfağı düşünüldüğünde zihinlerde ilk canlanan ise baklavadır.

| | | |
|---|---|---|
| Kebap | 65 | 14,7 |
| Tatlı | 43 | 9,7 |
| Et yemekleri | 29 | 6,5 |
| Baharat | 25 | 5,6 |
| Çeşitlilik | 17 | 3,8 |
| Hamur işleri | 12 | 2,7 |
| Sokak lezzetleri | 10 | 2,3 |
| Kuru baklagiller | 9 | 2,0 |
| Acı | 8 | 1,8 |
| Meze | 8 | 1,8 |
| Pilav | 7 | 1,6 |
| Sebze yemekleri | 7 | 1,6 |
| Çorba | 6 | 1,4 |
| İçecekler | 6 | 1,4 |
| Yağlı | 6 | 1,4 |
| İştah | 5 | 1,1 |
| Kahvaltı | 5 | 1,1 |
| Sağlık | 5 | 1,1 |
| Diğer | 12 | 2,7 |
| Cevapsız | 43 | 9,7 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloda bir üstteki soruya verilen cevaplar büyükten küçüğe doğru gruplanarak verilmiştir. Bu soruda 115 kişi ile (%26,0) lezzet, 65 kişi ile (%14,7) kebap ve 43 kişi ile (%9,7) tatlı ilk 3 sırada yer almaktadır.

### 4.1.3. Gastrodiplomasiye İlişkin Bulgular

Daha önce belirtildiği üzere gastrodiplomasi üzerine bir ölçek henüz yoktur. Ancak çeşitli sorularla yemeklerin bir ülkenin cazibesi için kullanılabilirliği ölçülebilmektedir. Bu bölümde bulguları verilecek olan sorular da bir ülkenin mutfağının cazibesini belirlemeye dönük olarak katılımcılara yöneltilmiş sorulardan oluşmaktadır.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkeye ait bir yemeği yediğinde o ülkeye ilişkin fikrinin değişip değişmediği sorusunun tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 35: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi**

| **Değişkenler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Evet | 150 | 33,9 |
| Hayır | 195 | 44,0 |
| Kararsız | 95 | 21,4 |
| Cevapsız | 3 | 0,7 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin **"Bir ülkenin yemeğini yediğinizde o ülkeyle ilgili fikrinizin değiştiği oldu mu?"** sorusuna 150 kişi (%33,9) evet, 195 kişi (44,0) hayır, 95 kişi de (%21,4) kararsızım cevabını vermişlerdir.

Üstteki soruya evet cevabı verenlerin bu ülkenin hangi ülke olduğunun sorulduğu soruya[819] ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 36: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi Olan Ülkeler**

| **Ülkeler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Türkiye | 39 | 8,8 |
| Çin | 9 | 2,0 |
| Gürcistan | 9 | 2,0 |
| Endonezya | 7 | 1,6 |
| Güney Kore | 7 | 1,6 |
| Hindistan | 6 | 1,4 |
| İtalya | 6 | 1,4 |
| Pakistan | 5 | 1,1 |
| İran | 4 | ,9 |
| Ukrayna | 4 | ,9 |
| Japonya | 3 | ,7 |
| Kazakistan | 3 | ,7 |
| Meksika | 3 | ,7 |
| Ortadoğu ülkeleri | 3 | ,7 |
| Tayland | 3 | ,7 |
| Yemen | 3 | ,7 |
| ABD | 2 | ,5 |

[819] Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye ilişkin fikrinin değişip değişmediği sorusuna **evet** cevabını verenlerin sayısı 150'dir. Ancak bu ülkenin hangisi olduğu sorulduğu bir sonraki soruda ise 141 kişi cevap vermiştir. 9 kişinin fikri değişse dahi bunun hangi ülke olduğunu hatırlamadığı öngörülebilir.

| | | |
|---|---|---|
| Afganistan | 2 | ,5 |
| Almanya | 2 | ,5 |
| Filipinler | 2 | ,5 |
| Fransa | 2 | ,5 |
| Özbekistan | 2 | ,5 |
| Rusya | 2 | ,5 |
| Suriye | 2 | ,5 |
| Bosna Hersek | 1 | ,2 |
| Ermenistan | 1 | ,2 |
| Filistin | 1 | ,2 |
| İspanya | 1 | ,2 |
| Macaristan | 1 | ,2 |
| Makedonya | 1 | ,2 |
| Mısır | 1 | ,2 |
| Singapur | 1 | ,2 |
| Somali | 1 | ,2 |
| Tayvan | 1 | ,2 |
| Tunus | 1 | ,2 |
| Cevapsız | 302 | 68,2 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin üstteki soruyla bağlantılı **"Bir ülkenin yemeğini yediğinizde o ülkeyle ilgili fikri değiştiyse hangi ülke?"** sorusuna verilen cevaplar büyükten küçüğe sıralanmıştır. Bu soruda 39 kişi (%8,8) Türkiye, 9 kişi (%2,0) Çin, 9 kişi de (%2,0) Gürcistan cevabını vermişlerdir.

Bir üstteki sorunun bölgesel olarak gruplandırılmış haline ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 37: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi Olan Ülkeler (Gruplandırılmış)**

| **Ülkeler (Gruplandırılmış)** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Uzak Doğu | 44 | 10,0 |
| Türkiye | 39 | 8,8 |
| Orta Asya | 17 | 3,8 |
| Avrupa | 16 | 3,6 |
| Ortadoğu | 14 | 3,2 |
| Güney Amerika | 3 | ,7 |
| ABD | 2 | ,5 |
| Afrika | 2 | ,5 |

| | | |
|---|---|---|
| Balkanlar | 2 | ,5 |
| Rusya | 2 | ,5 |
| Cevapsız | 302 | 68,2 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü gibi, uluslararası öğrencilerin **"Bir ülkenin yemeğini yediğinizde o ülkeyle ilgili fikri değiştiyse hangi ülke?"** sorusuna verdikleri cevaplar gruplandırılarak büyükten küçüğe sıralanmıştır. Bu soruda 43 kişi (%9,7) Uzak Doğu, 39 kişi (%8,8) Türkiye,[820] 17 kişi de (%3,8) Orta Asya cevabını vermişlerdir.

Uluslararası öğrencilere bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkeye ilişkin olarak belirtilen ifadelerden hangilerini yaptıkları sorulmuştur. Birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği bu soruya ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 38: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Yaptıkları Tutum ve Davranışlar**

| **İfadeler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| O ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim. | 300 | 67,7 |
| O ülkeye seyahat etmeyi düşündüm. | 271 | 61,2 |
| O ülke hakkında daha fazla bilgi aradım. | 223 | 50,3 |
| O ülkeye pozitif bir şekilde baktım. | 208 | 47,0 |
| O ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. (Müzik, sanat, spor vs.) | 176 | 39,7 |
| O ülkeye ziyareti asla düşünmedim. | 28 | 6,3 |
| O ülkeye negatif bir şekilde baktım. | 26 | 5,9 |
| O ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim. | 18 | 4,1 |

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin **"Bir ülkenin yemeğini yediğinizde aşağıdakilerden herhangi birini yaptınız mı?"** sorusuna yönelik olarak 300 kişi (%67,7) "O ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim.", 271 kişi (%61,2) "O ülkeye seyahat etmeyi düşündüm.", 223 kişi (%50,3) "O

[820] Gruplandırma yapılırken Türkiye, bir grup içerisinde değerlendirilmemiştir. Bunun 2 sebebi vardır. Öncelikle bu çalışma Türkiye'nin gastrodiplomasi potansiyeline ilişkin bir araştırma yapmaktadır. Haliyle Türkiye'nin ayrı tutulması, Türkiye harici ülkelere ilişkin verilerin sağlıklı ve tutarlı olması bakımından mühimdir. İkinci gerekçe ise, coğrafi konumu sebebiyle Türkiye'nin var olan gruplar içerisinde hangi gruba dahil edilmesi gerekliliği ile ilgili var olan karışıklıktır. Çünkü Türkiye, çeşitli vesilelerle yapılan gruplandırmalarda Ortadoğu, Asya, Avrupa, Avrasya gibi grupların içerisinde yer almaktadır.

ülke hakkında daha fazla bilgi aradım.” 208 kişi (%47,0) “O ülkeye pozitif bir şekilde baktım.”, 176 kişi (%39,7) “O ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. (Müzik, sanat, spor vs.)”, 28 kişi (%6,3) “O ülkeye ziyareti asla düşünmedim.”, 26 kişi (%5,9) “O ülkeye negatif bir şekilde baktım.”, 18 kişi (%4,1) “O ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim.” cevaplarını vermiştir.[821] Tabloda görüldüğü üzere bir ülkenin yemeğinden yenmesi halinde olumlu geri bildirimler olumsuz olanlara nazaran fazladır.

Uluslararası öğrencilere yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüp düşünmediklerine ilişkin soruya verdikleri cevapların tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 39: Uluslararası Öğrencilerin Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılmasına İlişkin Görüşleri**

| **Değişkenler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Evet | 206 | 47,1 |
| Hayır | 102 | 23,3 |
| Kararsız | 129 | 29,5 |
| Toplam | 437 | 100,0 |

Tabloya göre, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 206’sı (%47,1) **“Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?”** sorusuna evet, 102’si (%23,3) hayır, 129’u da (%29,5) kararsızım cevabını vermişlerdir.

Yukarıdaki soruya benzer şekilde uluslararası öğrencilere yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüp düşünmediklerine ilişkin soruya verdikleri cevapların tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 40: Uluslararası Öğrencilerin Yemeklerin Bir Ülkenin Ulusal Kimliğini Güçlendirmesine İlişkin Görüşleri**

| **Değişkenler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|

[821] Birden fazla cevap verilebildiği için bu soruda cevapların toplamı %100’den fazla çıkmaktadır. Örneklem sayısı 443 olmasından hareketle örneğin 443 kişiden 300 kişi “O ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim.” ifadesini işaretlemiştir (%67,7).

| | | |
|---|---|---|
| Evet | 300 | 69,3 |
| Hayır | 44 | 10,2 |
| Kararsız | 89 | 20,6 |
| Toplam | 433 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 300'u (%69,3) **"Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşüyor musunuz?** sorusuna evet, 44'ü (%10,2) hayır, 89'u da (%20,6) kararsızım cevabını vermişlerdir.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi dikkate aldıklarında hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorulmuştur. Bu soruya ilişkin verdikleri cevapların tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 41: Uluslararası Öğrencilerin Hangi Türk Yemeğinin Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kullanılabileceğine İlişkin Görüşleri**

| **Değişkenler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Baklava | 70 | 15,8 |
| Kebap | 59 | 13,3 |
| Çiğ köfte | 20 | 4,5 |
| Döner | 19 | 4,3 |
| İskender | 19 | 4,3 |
| Lahmacun | 15 | 3,4 |
| Mantı | 11 | 2,5 |
| Yaprak sarma | 10 | 2,3 |
| Adana kebap | 9 | 2,0 |
| Tatlı çeşitleri | 8 | 1,8 |
| Börek | 7 | 1,6 |
| Pilav | 5 | 1,1 |
| Türk kahvaltısı | 5 | 1,1 |
| Türk kahvesi | 5 | 1,1 |
| Dolma | 4 | ,9 |
| İmam bayıldı | 4 | ,9 |
| Çorbalar | 3 | ,7 |
| Hiçbiri | 3 | ,7 |
| Köfte | 3 | ,7 |
| Künefe | 3 | ,7 |
| Mercimek | 3 | ,7 |
| Pide | 3 | ,7 |
| Simit | 3 | ,7 |
| Ayran | 2 | ,5 |

| | | |
|---|---|---|
| Çay | 2 | ,5 |
| Doğu mutfağının yemekleri | 2 | ,5 |
| Ezogelin çorbası | 2 | ,5 |
| İçli köfte | 2 | ,5 |
| Kelle paça | 2 | ,5 |
| Maklube | 2 | ,5 |
| Midye dolma | 2 | ,5 |
| Osmanlı mutfağı | 2 | ,5 |
| Tavuklu pilav | 2 | ,5 |
| Türk lokumu | 2 | ,5 |
| Zeytinyağlı yemekler | 2 | ,5 |
| Beyti | 1 | ,2 |
| Dondurma | 1 | ,2 |
| Dürüm | 1 | ,2 |
| Et yemekleri | 1 | ,2 |
| Fasulye | 1 | ,2 |
| Gaziantep yemekleri | 1 | ,2 |
| Gözleme | 1 | ,2 |
| İçli pilav | 1 | ,2 |
| Kuru fasulye | 1 | ,2 |
| Kuru fasulye pilav | 1 | ,2 |
| Lavaş | 1 | ,2 |
| Menemen | 1 | ,2 |
| Meze | 1 | ,2 |
| Paça çorbası | 1 | ,2 |
| Paçanga böreği | 1 | ,2 |
| Pilav üstü döner | 1 | ,2 |
| Rakı balık | 1 | ,2 |
| Soğuk baklava | 1 | ,2 |
| Sütlü nuriye | 1 | ,2 |
| Tantuni | 1 | ,2 |
| Unlu mamuller | 1 | ,2 |
| Cevapsız | 107 | 24,2 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloda görüldüğü gibi, uluslararası öğrencilerin **"Türkiye'yi dikkate alınca hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyorsunuz? Türk mutfağına ait hangi yemeğin yurtdışında Türkiye'yi temsil edebileceğini düşünüyorsunuz?"** sorusuna verdikleri cevaplar büyükten küçüğe sıralanmıştır. Bu soruda 70 kişi (%15,8) baklava, 59 kişi (%13,3) kebap, 20 kişi de (%4,5) çiğ köfte cevabını vermişlerdir.

Bir üstteki soruya verilen cevaplar gruplandırıldığında ise aşağıdaki gibi bir tablo oluşmaktadır:

**Tablo 42: Uluslararası Öğrencilerin Hangi Türk Yemeğinin Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kullanılabileceğine İlişkin Görüşleri (Gruplandırılmış)**

| **Değişkenler** | **Frekans - *f*** | **Yüzde** (%) |
|---|---|---|
| Kebaplar | 99 | 22,3 |
| Tatlılar | 86 | 19,4 |
| Hamur işleri | 40 | 9,0 |
| Sebze yemekleri | 30 | 6,8 |
| Sokak lezzetleri | 29 | 6,5 |
| İçecekler | 9 | 2,0 |
| Pilavlar | 9 | 2,0 |
| Çorbalar | 8 | 1,8 |
| Et yemekleri | 6 | 1,4 |
| Kahvaltı ve kahvaltılıklar | 6 | 1,4 |
| Kuru baklagiller | 5 | 1,1 |
| Mezeler | 4 | 0,9 |
| Cevapsız | 112 | 25,3 |
| Toplam | 443 | 100,0 |

Tabloya göre, uluslararası öğrencilerin **"Türkiye'yi dikkate alınca hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyorsunuz? Türk mutfağına ait hangi yemeğin yurtdışında Türkiye'yi temsil edebileceğini düşünüyorsunuz?"** sorusuna verdikleri cevaplar gruplandırılarak büyükten küçüğe sıralanmıştır. Bu soruda 99 kişi (%22,3) kebaplar, 86 kişi (%19,4) tatlılar, 40 kişi de (%9,0) hamur işleri cevabını vermişlerdir.

## 4.2. Karşılaştırmalı Analizler

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulguların karşılaştırmalı analizleri yer almaktadır. Bu bağlamda Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin demografi, beslenme ve gastrodiplomasiye ilişkin bulgularla karşılaştırmalı analizleri; Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin demografi, beslenme ve gastrodiplomasiye ilişkin bulgularla karşılaştırmalı analizleri ve diğer karşılaştırmalı analizler bu bölümde yer almaktadır.

### 4.2.1. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Karşılaştırmalı Analizleri

Bu bölümde Chen ve Starosta tarafından geliştirilen[822] Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin demografik verilerle, beslenme ve Türk mutfağı verileriyle ve gastrodiplomasiye ilişkin verilerle analizleri verilecektir.

Öncelikle Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin alt boyutları ve ölçek toplam puanı aritmetik ortalamaları, standart sapma, minimum ve maksimum değerlere ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 43: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Alt Boyutları ve Ölçek Toplam Puanı Aritmetik Ortalamaları, Standart Sapma, Minimum ve Maksimum Değerleri**

| Alt Boyutlar | $n$ | $\bar{x}$ | $ss$ | Min | Maks | Persantil | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 25 | 50 | 75 |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | 443 | 23,04 | 3,47 | 11 | 35 | 25 | 27 | 30 |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | 443 | 21,79 | 4,58 | 12 | 30 | 18 | 22 | 26 |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | 443 | 18,51 | 3,43 | 7 | 25 | 16 | 19 | 21 |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | 443 | 10,16 | 3,19 | 3 | 15 | 8 | 11 | 12 |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | 443 | 11,53 | 1,99 | 3 | 15 | 11 | 12 | 13 |
| KDÖ Toplam (KTOP) | 443 | 85,04 | 12,14 | 42 | 117 | 80 | 88 | 98 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin iletişimde sorumluluk (23,04 ± 3,47), kültürel farklılıklara saygı (21,79 ± 4,58)), iletişimde kendine güvenme (18,51 ± 3,43), iletişimden hoşlanma (10,16 ± 3,19), iletişimde dikkatli olma (11,53 ± 1,99) alt boyutları ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplamının (85,04 ± 12,14) aritmetik ortalamaları bulunmaktadır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin alt boyutları ve ölçek toplamının ortalamalarının hangi seviyede[823] olduğunu ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

[822] "The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale", s. 1-15.

[823] Kültürlerarası duyarlılık üzerine yapılan çalışmalarda 1,00 – 1,50 aritmetik ortalamanın "çok düşük", 1,51 – 2,50 aritmetik ortalamanın "düşük", 2,51 – 3,50 aritmetik ortalamanın "orta", 3,51 – 4,50 arası aritmetik ortalamanın "yüksek", 4,51 ve yukarısı aritmetik ortalamanın "çok yüksek" olduğu belirtilmiştir. Bkz. Elahe Moradi, Zargham Ghabanchi, "Intercultural Sensitivity: A Comparative Study

**Tablo 44: Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Alt Boyutlarının Aritmetik Ortalama Seviyesi**

| Faktör | Mean | Seviye |
|---|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | 3,29 | Orta |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | 3,63 | Yüksek |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | 3,70 | Yüksek |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | 3,38 | Orta |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | 3,84 | Yüksek |
| KDÖ Toplam | 3,57 | Yüksek |

Tabloya göre iletişimde sorumluluk (3,29) ve iletişimden hoşlanma (3,38) alt boyutlarının aritmetik ortalama değerleri orta düzeysde; kültürel farklılıklara saygı (3,63), iletişimde kendine güvenme (3,70), iletişimde dikkatli olma (3,84) alt boyutları ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplamının (3,57) aritmetik ortalama değerleri yüksek düzeydedir.

#### 4.2.1.1. Demografik Analizler

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin demografik verilerle karşılaştırmalı analizleri bu bölümde yer almaktadır. Demografik veriler için yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, yaşanılan yer, eğitim düzeyi, Türkiye'de yaşanılan süre bu kapsamda değerlendirilecektir.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin yaş değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 45: Uluslararası Öğrencilerin Yaş Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | 17 ve altı | 5 | 180,80 | 4,823 | 5 | ,438 | - |
| | 18-20 | 68 | 197,21 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 210,68 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 208,64 | | | | |

Among Business English Undergraduate Learners in Two Countries of Iran and China", **Journal of Ethnic and Cultural Studies**, C. 6, No: 3, 2019, s. 138; Arif Saricoban, Huseyin Oz, "Research into Pre-Service English Teachers' Intercultural Communicative Competence (ICC) in Turkish Context", **The Anthropologist**, C. 18, No: 2, 2014, s. 526.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 27-29 | 49 | 222,83 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 238,83 | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | 17 ve altı | 5 | 144,20 | 8,595 | 5 | ,126 | - |
| | 18-20 | 68 | 203,70 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 203,07 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 217,08 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 216,44 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 248,61 | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | 17 ve altı | 5 | 188,00 | 5,610 | 5 | ,346 | - |
| | 18-20 | 68 | 188,81 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 221,47 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 202,27 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 219,93 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 229,90 | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | 17 ve altı | 5 | 166,40 | 4,654 | 5 | ,460 | - |
| | 18-20 | 68 | 191,82 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 216,56 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 209,35 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 220,84 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 231,55 | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | 17 ve altı | 5 | 167,30 | 8,242 | 5 | ,143 | - |
| | 18-20 | 68 | 191,26 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 216,86 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 197,26 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 230,24 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 238,55 | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | 17 ve altı | 5 | 131,40 | 10,846 | 5 | ,055 | - |
| | 18-20 | 68 | 192,64 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 209,51 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 208,02 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 222,77 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 251,10 | | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının yaş gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk ($X^2$=4,823; p>,05), kültürel farklılıklara saygı ($X^2$=8,595; p>,05), iletişimde kendine güvenme ($X^2$=5,610; p>,05), iletişimden hoşlanma ($X^2$=4,654; p>,05), iletişimde dikkatli olma ($X^2$=8,242; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları ($X^2$=10,846; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin cinsiyet değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 46: Uluslararası Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Kadın | 237 | 23,28 | 3,420 | 1,507 | 422 | ,133 |
| | Erkek | 187 | 22,77 | 3,552 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Kadın | 237 | 22,27 | 4,668 | 2,233 | 422 | ,026 |
| | Erkek | 187 | 21,27 | 4,493 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Kadın | 237 | 18,14 | 3,388 | -2,545 | 422 | ,011 |
| | Erkek | 187 | 18,99 | 3,496 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Kadın | 237 | 10,17 | 3,160 | ,163 | 422 | ,871 |
| | Erkek | 187 | 10,12 | 3,287 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Kadın | 237 | 11,48 | 2,014 | -,791 | 422 | ,429 |
| | Erkek | 187 | 11,64 | 1,999 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Kadın | 237 | 85,34 | 12,003 | ,465 | 422 | ,642 |
| | Erkek | 187 | 84,79 | 12,461 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız ve gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel farklılıklara saygı (t=2,233; p<,05) ve iletişimde kendine güvenme (t=-2,545; p<,05) alt boyutlarında grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken iletişimde sorumluluk (t=1,507; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=,163; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=-,791; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=,465; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. Kültürel farklılıklara saygı alt boyutu için kadınların ortalaması erkeklerin ortalamasından; iletişimde kendine güvenme alt boyutu için erkeklerin ortalaması kadınların ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin medeni durum değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 47: Uluslararası Öğrencilerin Medeni Durum Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | *T* testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | *t* | *sd* | *p* |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Bekar | 366 | 23,01 | 3,424 | -,395 | 421 | ,693 |
| | Evli | 57 | 23,21 | 3,958 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Bekar | 366 | 21,73 | 4,659 | -,940 | 421 | ,348 |
| | Evli | 57 | 22,35 | 4,361 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Bekar | 366 | 18,57 | 3,403 | 1,050 | 421 | ,294 |
| | Evli | 57 | 18,05 | 3,739 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Bekar | 366 | 10,14 | 3,252 | -,046 | 421 | ,963 |
| | Evli | 57 | 10,16 | 2,987 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Bekar | 366 | 11,57 | 1,961 | ,894 | 421 | ,372 |
| | Evli | 57 | 11,32 | 2,277 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Bekar | 366 | 85,02 | 12,141 | -,038 | 421 | ,970 |
| | Evli | 57 | 85,09 | 12,665 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının medeni durum değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (t=-,395; p>,05), kültürel farklılıklara saygı (t=-,940; p>,05), iletişimde kendine güvenme (t=1,050; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=-,046; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=,894; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=-,038; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin gelir değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 48: Uluslararası Öğrencilerin Gelir Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . x̄ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | x̄ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | 500 ve altı | 74 | 22,65 | 3,787 | **G.Arası** | 41,954 | 5 | 8,391 | | | |
| | 501-1000 | 54 | 22,61 | 2,968 | **G.İçi** | 4988,629 | 399 | 12,503 | ,671 | ,646 | - |
| | 1001-1500 | 48 | 23,04 | 2,960 | **Toplam** | 5030,583 | 404 | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1501-2000 | 61 | 22,92 | 3,323 | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 23,26 | 3,515 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 23,43 | 3,927 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 23,03 | 3,529 | | | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | 500 ve altı | 74 | 21,38 | 4,213 | **G.Arası** | 230,977 | 5 | 46,195 | 2,247 | ,051 - |
| | 501-1000 | 54 | 20,78 | 4,525 | **G.İçi** | 8197,087 | 399 | 20,544 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 22,33 | 4,665 | **Toplam** | 8428,064 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 21,07 | 4,078 | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 22,23 | 4,436 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 22,77 | 4,932 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 21,87 | 4,567 | | | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | 500 ve altı | 74 | 18,57 | 3,484 | **G.Arası** | 64,768 | 5 | 12,954 | | |
| | 501-1000 | 54 | 18,91 | 2,770 | **G.İçi** | 4790,333 | 399 | 12,006 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 18,46 | 2,910 | **Toplam** | 4855,101 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 17,69 | 3,233 | | | | | 1,079 | ,371 - |
| | 2001-2500 | 53 | 18,81 | 3,981 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 18,83 | 3,803 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 18,57 | 3,467 | | | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | 500 ve altı | 74 | 10,08 | 3,359 | **G.Arası** | 85,134 | 5 | 17,027 | | |
| | 501-1000 | 54 | 9,39 | 3,043 | **G.İçi** | 4112,708 | 399 | 10,308 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 10,23 | 2,941 | **Toplam** | 4197,842 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 9,70 | 3,095 | | | | | 1,652 | ,145 - |
| | 2001-2500 | 53 | 10,49 | 3,279 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 10,70 | 3,322 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 10,18 | 3,223 | | | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | 500 ve altı | 74 | 11,51 | 2,313 | **G.Arası** | 6,976 | 5 | 1,395 | ,339 | ,889 - |
| | 501-1000 | 54 | 11,24 | 1,541 | **G.İçi** | 1642,095 | 399 | 4,116 | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1001-1500 | 48 | 11,52 | 2,144 | **Toplam** | 1649,072 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 11,48 | 1,794 | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 11,72 | 2,004 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 11,59 | 2,111 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 11,52 | 2,020 | | | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | 500 ve altı | 74 | 84,19 | 12,330 | **G.Arası** | 1302,184 | 5 | 260,437 | 1,725 | ,128 |
| | 501-1000 | 54 | 82,93 | 10,405 | **G.İçi** | 60252,370 | 399 | 151,008 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 85,58 | 11,414 | **Toplam** | 61554,553 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 82,85 | 10,781 | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 86,51 | 12,867 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 87,31 | 13,800 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 85,18 | 12,344 | | | | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (F=,671; p>,05), kültürel farklılıklara saygı (F=2,247; p>,05), iletişimde kendine güvenme (F=1,079; p>,05), iletişimden hoşlanma (F=1,652; p>,05), iletişimde dikkatli olma (F=,339; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (F=1,725; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Türkiye'de kaldığı yer değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 49: Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'de Kaldığı Yer Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Ailemle Birlikte | 100 | 225,05 | | | | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 140,75 | 8,688 | 5 | ,122 | - |
| | Kira | 46 | 214,68 | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Öğrenci Evi | 139 | 199,37 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 192,10 | | | | |
| | Diğer | 28 | 188,54 | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Ailemle Birlikte | 100 | 228,60 | 9,157 | 5 | ,103 | - |
| | Devlet Yurdu | 12 | 188,58 | | | | |
| | Kira | 46 | 211,57 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 187,40 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 191,51 | | | | |
| | Diğer | 28 | 221,61 | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Ailemle Birlikte | 100 | 204,43 | 1,913 | 5 | ,861 | - |
| | Devlet Yurdu | 12 | 180,42 | | | | |
| | Kira | 46 | 213,72 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 198,44 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 212,86 | | | | |
| | Diğer | 28 | 191,32 | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Ailemle Birlikte | 100 | 230,48 | 7,738 | 5 | ,171 | - |
| | Devlet Yurdu | 12 | 174,54 | | | | |
| | Kira | 46 | 201,49 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 193,46 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 193,41 | | | | |
| | Diğer | 28 | 201,86 | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Ailemle Birlikte | 100 | 204,17 | 2,569 | 5 | ,766 | - |
| | Devlet Yurdu | 12 | 189,17 | | | | |
| | Kira | 46 | 222,87 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 206,39 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 191,51 | | | | |
| | Diğer | 28 | 195,79 | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Ailemle Birlikte | 100 | 226,53 | 8,082 | 5 | ,152 | - |
| | Devlet Yurdu | 12 | 161,67 | | | | |
| | Kira | 46 | 218,13 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 191,91 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 193,19 | | | | |
| | Diğer | 28 | 202,52 | | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının kaldığı yer gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk ($X^2$=8,688; p>,05), kültürel farklılıklara saygı ($X^2$=9,157; p>,05), iletişimde kendine güvenme ($X^2$=1,913; p>,05), iletişimden hoşlanma ($X^2$=7,738; p>,05), iletişimde dikkatli olma ($X^2$=2,569; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları ($X^2$=8,082; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin eğitim düzeyi değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 50: Uluslararası Öğrencilerin Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Önlisans[1] | 10 | 182,75 | 12,929 | 3 | ,005 | 3,4>1,2 |
| | Lisans[2] | 169 | 188,33 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 231,33 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 230,75 | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Önlisans[1] | 10 | 193,25 | 3,460 | 3 | ,326 | - |
| | Lisans[2] | 169 | 204,72 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 213,51 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 237,24 | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Önlisans[1] | 10 | 146,85 | 9,808 | 3 | ,020 | 3,4>1,2 |
| | Lisans[2] | 169 | 196,12 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 229,75 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 219,97 | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Önlisans[1] | 10 | 211,30 | 5,487 | 3 | ,139 | - |
| | Lisans[2] | 169 | 196,90 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 220,91 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 233,67 | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Önlisans[1] | 10 | 127,50 | 18,616 | 3 | ,000 | 3,4>1,2 |
| | Lisans[2] | 169 | 189,54 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 236,52 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 220,95 | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Önlisans[1] | 10 | 160,40 | 10,933 | 3 | ,012 | 3,4>1,2 |
| | Lisans[2] | 169 | 192,88 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 226,08 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 237,51 | | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının eğitim düzeyi gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk ($X^2$=12,929; p<,01), iletişimde kendine güvenme ($X^2$=9,808; p<,05), iletişimde dikkatli olma ($X^2$=18,616; p<,001) ve KDÖ toplam puanları ($X^2$=10,933; p<,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken, kültürel farklılıklara saygı ($X^2$=3,460; p>,05) ve iletişimden hoşlanma ($X^2$=5,487; p>,05) alt boyutları ve için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. Farklılıkların

kaynağını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizleri sonucunda, iletişimde sorumluluk, iletişimde kendine güvenme, iletişimde dikkatli olma alt boyutları ve KDÖ toplam puanları için yüksek lisans ve doktora gruplarının ortalaması önlisans ve lisans grubu ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Türkiye'de bulunduğu süre değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 51: Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'de Bulunduğu Süre Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | 6 aydan az[1] | 127 | 206,71 | 12,296 | 5 | ,031 | 7>2,4 |
| | 6-12 ay[2] | 24 | 190,13 | | | | |
| | 1-2 yıl[3] | 64 | 222,72 | | | | |
| | 3-4 yıl[4] | 88 | 185,22 | | | | |
| | 5-6 yıl[5] | 59 | 238,85 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü[6] | 64 | 242,03 | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | 6 aydan az[1] | 127 | 193,37 | 14,681 | 5 | ,012 | 7>1 |
| | 6-12 ay[2] | 24 | 182,90 | | | | |
| | 1-2 yıl[3] | 64 | 233,55 | | | | |
| | 3-4 yıl[4] | 88 | 197,28 | | | | |
| | 5-6 yıl[5] | 59 | 236,47 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü[6] | 64 | 246,00 | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | 6 aydan az[1] | 127 | 220,94 | 8,178 | 5 | ,147 | - |
| | 6-12 ay[2] | 24 | 187,33 | | | | |
| | 1-2 yıl[3] | 64 | 202,66 | | | | |
| | 3-4 yıl[4] | 88 | 191,96 | | | | |
| | 5-6 yıl[5] | 59 | 240,87 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü[6] | 64 | 223,77 | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | 6 aydan az[1] | 127 | 203,85 | 6,771 | 5 | ,238 | - |
| | 6-12 ay[2] | 24 | 193,42 | | | | |
| | 1-2 yıl[3] | 64 | 207,74 | | | | |
| | 3-4 yıl[4] | 88 | 203,84 | | | | |
| | 5-6 yıl[5] | 59 | 237,69 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü[6] | 64 | 236,91 | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | 6 aydan az[1] | 127 | 226,83 | 17,573 | 5 | ,004 | 7>2 |
| | 6-12 ay[2] | 24 | 162,83 | | | | |
| | 1-2 yıl[3] | 64 | 220,06 | | | | |
| | 3-4 yıl[4] | 88 | 176,39 | | | | |
| | 5-6 yıl[5] | 59 | 226,75 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü[6] | 64 | 238,30 | | | | |
| | 6 aydan az[1] | 127 | 204,22 | 16,115 | 5 | ,007 | 7>2,4 |
| | 6-12 ay[2] | 24 | 179,94 | | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| KDÖ Toplam (KTOP) | 1-2 yıl[3] | 64 | 219,14 |
| | 3-4 yıl[4] | 88 | 185,64 |
| | 5-6 yıl[5] | 59 | 243,94 |
| | 7 yıl ve üstü[6] | 64 | 249,10 |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının Türkiye'de bulunduğu süre değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk ($X^2$=12,295; p<,05), kültürel farklılıklara saygı ($X^2$=14,681; p<,05), iletişimde dikkatli olma ($X^2$=17,573; p<,01) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları ($X^2$=16,115; p<,01) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken iletişimde kendine güvenme ($X^2$=8,178; p>,05), iletişimden hoşlanma ($X^2$=6,771; p>,05) alt boyutları için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizleri sonucunda, iletişimde sorumluluk alt boyutu için 7 yıl ve üstü olanların ortalaması 6-12 ay ve 3-4 yıl olanlardan; kültürel farklılıklara saygı alt boyutu için 7 yıl ve üstü olanların ortalaması 6 aydan az olanların ortalamasından; iletişimde dikkatli olma alt boyutu için 7 yıl ve üstü olanların ortalaması 6-12 ay olanlardan; KDÖ toplam puan ortalaması 6-12 ay ve 3-4 yıl olanlardan anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Her bir demografik değişkenin Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile karşılaştırmalı analizi dikkate alındığında anlamlılık özet tablosu aşağıdaki gibi oluşmaktadır.[824]

**Tablo 52: Uluslararası Öğrencilerin Demografik Özellikleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizleri Özeti**

| | | **Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **IS** | **KS** | **KG** | **IH** | **DO** | **KTOP** |
| **D** | **Yaş** | 0,533 | 0,126 | 0,346 | 0,460 | 0,143 | 0,054 |

[824] Tablodaki kısaltmalar İletişimde Sorunluluk (IS), Kültürel Farklılıklara Saygı (KS), İletişimde Kendine Güvenme (KG), İletişimden Hoşlanma (IH), İletişimde Dikkatli Olma (DO) alt boyutları ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Toplam (KTOP) şeklindedir.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyet** | 0,163 | 0,026 | 0,011 | 0,871 | 0,429 | 0,628 |
| **Medeni Durum** | 0,979 | 0,348, | 0,294 | 0,963 | 0,372 | 0,949 |
| **Gelir Düzeyi** | 0,775 | 0,051 | 0,371 | 0,145 | 0,889 | 0,155 |
| **Kaldığı Yer** | 0,145 | 0,103 | 0,861 | 0,171 | 0,766 | 0,140 |
| **Eğitim Düzeyi** | 0,001 | 0,326 | 0,020 | 0,139 | 0,000 | 0,008 |
| **Türkiye'de Bulunduğu Süre** | 0,049 | 0,012 | 0,147 | 0,238 | 0,004 | 0,009 |

Bir demografik değişken olan uyruk (ülke, vatandaşlık), bu çalışmanın Türkiye için gastrodiplomasi yaklaşımı belirleme amacından dolayı ayrı değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Çünkü ülkelerin kültürlerarası duyarlılık düzeyleri o ülkelere yönelik belirlenecek gastrodiplomasi yaklaşımı için önem taşımaktadır.

İlk olarak uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeylerinin ülke gruplarına göre betimsel değerleri (aritmetik ortalama puanları ve standart sapmaları) aşağıdaki tabloda verilmiştir:

**Tablo 53: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkelere (Gruplandırılmış) Göre Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları Betimsel Değerleri**

| Ülkeler | İletişimde Sorumluluk | | Kültürel Farklılıklara Saygı | | İletişimde Kendine Güvenme | | İletişimden Hoşlanma | | İletişimde Dikkatli Olma | | KDÖ Toplam | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ |
| Afrika | 22.48 | 3.15 | 20.74 | 4.40 | 17.91 | 3.44 | 8.83 | 2.64 | 11.04 | 1.55 | 81.00 | 11.33 |
| Avrupa | 23.17 | 3.06 | 24.00 | 3.69 | 19.67 | 1.63 | 11.17 | 1.72 | 12.17 | 1.94 | 90.17 | 11.05 |
| Balkanlar | 23.89 | 2.87 | 22.89 | 3.66 | 20.06 | 1.95 | 12.11 | 2.35 | 11.44 | 1.15 | 90.39 | 9.35 |
| G. Amerika | 23.33 | 4.16 | 20.33 | 6.35 | 18.00 | 1.00 | 10.00 | 3.61 | 11.33 | 0.58 | 83.00 | 10.54 |
| Ortadoğu | 23.07 | 3.74 | 21.94 | 4.44 | 18.34 | 3.95 | 10.45 | 3.02 | 11.24 | 1.91 | 85.04 | 13.21 |
| Rusya | 24.71 | 5.09 | 21.71 | 7.36 | 18.43 | 4.72 | 8.29 | 5.12 | 12.57 | 3.05 | 85.71 | 19.56 |
| Orta Asya | 23.27 | 3.50 | 22.13 | 4.71 | 18.74 | 3.45 | 10.33 | 3.39 | 11.79 | 2.12 | 86.26 | 12.13 |
| Uzak Doğu | 22.13 | 2.99 | 20.47 | 4.39 | 17.58 | 2.98 | 8.94 | 2.58 | 11.25 | 1.63 | 80.38 | 9.65 |
| Toplam | 23.04 | 3.47 | 21.79 | 4.58 | 18.51 | 3.43 | 10.16 | 3.19 | 11.53 | 1.99 | 85.04 | 12.14 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinden aritmetik ortalama puanlarının 85,04 olduğu gözlenmektedir. 85,04 sınır olarak kabul edildiğinde ortalamanın üzerinde değer alan ülke grupları 90,39 ile Balkanlar; 90,17 ile Avrupa, 86, 26 ile Orta Asya, 85,71 ile Rusya ve 85,04 ile Ortadoğu bulunmaktadır.

Kültürlerarası duyarlılık ve ülkeler arasındaki bir diğer analiz KDÖ ile ülke grupları arasındaki karşılaştırmalı analizdir. Karşılaştırmalı analiz ile ülke grupları ve KDÖ alt boyutları arasındaki ilişki ve farklılıkların kaynağını bulmaya ilişkin yapılan analizlerin tablosu aşağıdaki gibidir:[825]

**Tablo 54: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülke (Gruplandırılmış) Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| KDÖ Alt Boyutları | Ülke Grubu | *N* | *SO* | $X^2$ | *Sd* | *p* | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Afrika[1] | 23 | 173,70 | 10,783 | 4 | ,029 | 2>1,5 |
| | Balkanlar[2] | 18 | 230,86 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 205,47 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 211,01 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 160,33 | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Afrika[1] | 23 | 174,15 | 8,058 | 4 | ,089 | - |
| | Balkanlar[2] | 18 | 228,72 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 204,17 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 209,94 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 167,43 | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Afrika[1] | 23 | 177,15 | 13,610 | 4 | ,009 | 2>1,5 |
| | Balkanlar[2] | 18 | 262,03 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 193,57 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 211,56 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 163,82 | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Afrika[1] | 23 | 147,50 | 23,406 | 4 | ,000 | 2>1,5 |
| | Balkanlar[2] | 18 | 271,44 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 209,66 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 211,04 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 151,46 | | | | |
| | Afrika[1] | 23 | 158,15 | 15,190 | 4 | ,004 | 4>1,5 |

[825] Araştırmaya katılan uluslararası öğrenciler, toplamda 51 farklı ülkeden gelmektedir. Ancak kimi ülkeler için sayı analiz yapmaya uygun düzeyde değildir. Bu sebeple, ülkeler gruplandırılarak bir analiz yapılmıştır. Gruplandırma sonrasında da sayısı az olan ülkeler analiz dışında tutularak yeterli sayıya sahip olduğu için analizi yapılan ülkeler şu şekildedir: Afrika, Balkanlar, Ortadoğu, Orta Asya ve Uzak Doğu.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Balkanlar[2] | 18 | 189,00 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 184,28 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 220,58 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 171,92 | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Afrika[1] | 23 | 153,15 | 21,027 | 4 | ,000 | 2,4>1,5 |
| | Balkanlar[2] | 18 | 256,97 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 199,93 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 215,05 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 151,26 | | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık (KDÖ) ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının ülke gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde kültürel farklılıklara saygı ($X^2$=8,058; p>,05) alt boyutu için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmazken, iletişimde sorumluluk ($X^2$=10,783; p<,05), iletişimde kendine güvenme ($X^2$=13,610; p<,01), iletişimden hoşlanma ($X^2$=23,406; p<,001), iletişimde dikkatli olma ($X^2$=15,190; p<,01) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları ($X^2$=21,027; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmuştur. İletişimde sorumluluk, kendine güvenme ve iletişimden hoşlanma alt boyutları için Balkanlar grubunun ortalaması Afrika ve Uzak Doğu grubunun ortalamasından; iletişimde dikkatli olma alt boyutu için Orta Asya grubunun ortalaması Afrika ve Uzak Doğu grubunun ortalamasından; KDÖ toplam puanları için Balkanlar ve Orta Asya grubunun ortalamaları Afrika ve Uzak Doğu grubunun ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Kültürlerarası duyarlılık ve ülkeler arasındaki ilişkide dikkate alınması gereken bir diğer analiz, Bennett tarafından geliştirilen Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli[826] üzerine yapılabilir. Etnorelativizm ve etnosentrizm (yahut daha sonra tercih edilen kavramlarla kültürlerarası zihin yapısı ve tek kültürlü zihin yapısı) iki ucu arasında yer alan modelde reddetme, kutuplaşma, azaltma, kabul etme ve uyum sağlama yaklaşımları bireylerin kültürlerarası duyarlılık düzeylerine karşılık

[826] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 179-196; Bennett, "Towards Ethnorelativism: A Developmental Model of Intercultural Sensitivity", s. 179-196; Bennett, Bennett, "Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity", s. 20.

gelmektedir. Aşağıdaki tabloda ülke gruplarının KDÖ puanlarının karşılık geldiği kültürlerarası duyarlılık reaksiyonları yer almaktadır:

**Tablo 55: Uluslararası Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Düzeylerinin Ülke Gruplarına Göre Kültürlerarası Gelişim Modeli'nde Karşılığı**

| Ülke Grupları | | Kültürlerarası Duyarlılık Reaksiyonları | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Kutuplaşma | Azaltma | Kabul Etme | Uyum Sağlama | Toplam |
| Ülke belirtmeyenler | f | 0 | 16 | 7 | 1 | 24 |
| | % | ,0 | 66,7 | 29,2 | 4,2 | 100,0 |
| Afrika | f | 0 | 17 | 4 | 2 | 23 |
| | % | ,0 | 73,9 | 17,4 | 8,7 | 100,0 |
| Avrupa | f | 0 | 3 | 3 | 0 | 6 |
| | % | ,0 | 50,0 | 50,0 | ,0 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 0 | 8 | 10 | 0 | 18 |
| | % | ,0 | 44,4 | 55,6 | ,0 | 100,0 |
| Güney Amerika | f | 0 | 2 | 1 | 0 | 3 |
| | % | ,0 | 66,7 | 33,3 | ,0 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 0 | 49 | 25 | 6 | 80 |
| | % | ,0 | 61,3 | 31,3 | 7,5 | 100,0 |
| Rusya | f | 1 | 2 | 3 | 1 | 7 |
| | % | 14,3 | 28,6 | 42,9 | 14,3 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 3 | 122 | 88 | 16 | 229 |
| | % | 1,3 | 53,3 | 38,4 | 7,0 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 0 | 43 | 8 | 2 | 53 |
| | % | ,0 | 81,1 | 15,1 | 3,8 | 100,0 |
| Total | f | 4 | 262 | 149 | 28 | 443 |
| | % | ,9 | 59,1 | 33,6 | 6,3 | 100,0 |

Tabloya göre, kültürlerarası duyarlılıkta tek kültürlü zihin yapısının en ucunda yer alan reddetme (kültürel farklılıktan kaçınma) araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerden hiçbirisi için geçerli değildir. Ülke belirtmeyenler %66,7 ile azaltma, Afrika %73,9 ile azaltma, Avrupa %50'şer ile azaltma ve kabul etme, Balkanlar %55,6 ile kabul etme, Güney Amerika %66,7 ile azaltma, Ortadoğu %61,3 ile azaltma, Rusya %42,9 ile kabul etme, Orta Asya %53,3 ile azaltma ve Uzak Doğu %81,1 ile azaltma yaklaşımında yer almaktadırlar. Bütün katılımcılar birlikte değerlendirildiğinde ise %0,9 ile kutuplaşma, %59,1 ile azaltma, %33,6 ile kabul etme, %6,3 ile uyum sağlama yaklaşımları araştırmanın örneklemi için geçerlidir.

### 4.2.1.2. Beslenme ve Türk Mutfağına İlişkin Analizler

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin uluslararası öğrencilerin beslenme ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin karşılaştırmalı analizleri bu bölümde yer almaktadır.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına veya Türk yemeklerine verdikleri puan ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği puanlarının karşılaştırmalı analizine ilişkin tablo aşağıdadır:

**Tablo 56: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan Değişkeni ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| KDÖ Alt Boyutları | Türk Mutfağına/Türk Yemeklerine Verilen Puan | | |
|---|---|---|---|
| | ***N*** | ***r*** | ***p*** |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | 434 | ,195 | ,000 |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | 434 | -,006 | ,900 |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | 434 | ,199 | ,000 |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | 434 | ,016 | ,734 |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | 434 | ,149 | ,002 |
| KDÖ Toplam (KTOP) | 434 | ,143 | ,003 |

Kültürlerarası Duyarlılık (KDÖ) ölçeği ve alt boyut puanları ile **"Genel bir değerlendirmeyle Türk mutfağına/Türk yemeklerin 1 ile 10 arasında kaç puan ile değerlendirirsiniz?"** sorusu arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda iletişimde sorumluluk (r=,195; p<,001), iletişimde kendine güvenme (r=,199; p<,001), iletişimde dikkatli olma (r=,149; p<,01) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (r=,143; p<,01) için değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

### 4.2.1.3. Gastrodiplomasiye İlişkin Analizler

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin uluslararası öğrencilerin gastrodiplomasiye ilişkin görüşlerinin karşılaştırmalı analizleri bu bölümde yer almaktadır.

Uluslararası öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşmaları halinde Türk yemeklerini tercih edip etmeyeceklerine ilişkin verdikleri cevaplar ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği puanlarının karşılaştırmalı analizine ilişkin tablo aşağıdadır:

**Tablo 57: Uluslararası Öğrencilerin Kendi Ülkelerine Döndüklerine Türk Yemeklerini Tercihleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet[1] | 337 | 27,08 | 4,044 | **G.Arası** | 108,351 | 2 | 54,176 | 3,341 | ,036 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 32 | 25,38 | 3,916 | **G.İçi** | 7036,454 | 434 | 16,213 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 26,29 | 3,989 | **Toplam** | 7144,805 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 26,83 | 4,048 | | | | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet[1] | 337 | 21,74 | 4,614 | **G.Arası** | 41,933 | 2 | 20,966 | 1,006 | ,367 | - |
| | Hayır[2] | 32 | 22,94 | 4,614 | **G.İçi** | 9046,694 | 434 | 20,845 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 21,90 | 4,292 | **Toplam** | 9088,627 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 21,85 | 4,566 | | | | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet[1] | 337 | 18,88 | 3,416 | **G.Arası** | 198,899 | 2 | 99,450 | 8,663 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 17,38 | 3,270 | **G.İçi** | 4982,222 | 434 | 11,480 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 17,24 | 3,301 | **Toplam** | 5181,121 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 18,52 | 3,447 | | | | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet[1] | 337 | 10,15 | 3,295 | **G.Arası** | 3,525 | 2 | 1,762 | ,174 | ,841 | - |
| | Hayır[2] | 32 | 10,47 | 2,540 | **G.İçi** | 4406,942 | 434 | 10,154 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 10,28 | 2,890 | **Toplam** | 4410,467 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 10,19 | 3,181 | | | | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet[1] | 337 | 11,64 | 1,992 | **G.Arası** | 24,400 | 2 | 12,200 | 3,110 | ,046 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 32 | 10,81 | 2,494 | **G.İçi** | 1702,548 | 434 | 3,923 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 11,29 | 1,621 | **Toplam** | 1726,947 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 11,53 | 1,990 | | | | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet[1] | 337 | 11,64 | 1,992 | **G.Arası** | 24,400 | 2 | 12,200 | 3,110 | ,046 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 32 | 10,81 | 2,494 | **G.İçi** | 1702,548 | 434 | 3,923 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 11,29 | 1,621 | **Toplam** | 1726,947 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 11,53 | 1,990 | | | | | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri hâlinde Türk yemeklerini tercih edip etmeyecekleri değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (F=3,341; p<,05), iletişimde kendine güvenme (F=8,663;

p<,001), iletişimde dikkatli olma (F=3,110; p<,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (F=3,110; p<,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken; kültürel farklılıklara saygı (F=1,006; p>,05) ve iletişimden hoşlanma (F=,174; p>,05) alt boyutları ve için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda iletişimde kendine güvenme alt boyutu için kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri hâlinde Türk yemeklerini tercih edeceklerini söyleyen grubun ortalamaları, tercih etmeyeceklerini söyleyenler ve kararsız olanlardan; iletişimde sorumluluk, iletişimde dikkatli olma alt boyutu ve KDÖ toplam puan için kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri hâlinde Türk yemeklerini tercih edeceklerini söyleyen grubun ortalamaları, tercih etmeyeceklerini söyleyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama, o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırma, o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etme, o ülkeye seyahat etmeyi düşünme, o ülkeye pozitif bir şekilde bakma, o ülkeye ziyareti düşünmeme, o ülkenin kültürel formlarını reddetme, o ülkeye negatif bir şekilde bakma ifadeleri[827] ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği puanları arasındaki karşılaştırmalı analizleri aşağıda verilmiştir.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 58: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ Testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 223 | 23,38 | 3,330 | 2,085 | 441 | ,038 |
| | Hayır | 220 | 22,69 | 3,589 | | | |
| | Evet | 223 | 21,47 | 4,620 | -1,522 | 441 | ,129 |

[827] Bu soru, 8 farklı ifadeden birden çok seçenek işaretlenebilecek şekilde hazırlanmıştır. Sorularda "evet", "hayır" bulunmamakla birlikte katılımcıların şıklardan birini veya birkaçını işaretlemeleri "evet"; işaretlememeleri "hayır" olarak kabul edilmiştir.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Hayır | 220 | 22,13 | 4,520 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 223 | 19,06 | 3,365 | 3,440 | 441 | ,001 |
| | Hayır | 220 | 17,95 | 3,416 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 223 | 10,11 | 3,448 | -,365 | 441 | ,715 |
| | Hayır | 220 | 10,22 | 2,905 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 223 | 11,72 | 1,893 | 1,948 | 441 | ,052 |
| | Hayır | 220 | 11,35 | 2,074 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 223 | 85,73 | 11,884 | 1,206 | 441 | ,229 |
| | Hayır | 220 | 84,34 | 12,378 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım"** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (t=2,085; p<,05) ve iletişimde kendine güvenme (t=3,440; p<,01) alt boyutları için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken kültürel farklılıklara saygı (t=-1,522; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=-,365; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=1,948; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=1,206; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım" ifadesine evet cevabı verenlerin iletişimde sorumluluk ve iletişimde kendine güvenme alt boyut puan ortalamaları hayır diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırma ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 59: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Kültürel İçeriklerini Araştırma İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ **testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 176 | 23,21 | 3,417 | ,856 | 441 | ,392 |
| | Hayır | 267 | 22,92 | 3,513 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 176 | 21,95 | 4,593 | ,576 | 441 | ,565 |
| | Hayır | 267 | 21,69 | 4,572 | | | |
| | Evet | 176 | 18,99 | 3,452 | 2,413 | 441 | ,016 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Hayır | 267 | 18,19 | 3,387 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 176 | 10,40 | 3,360 | 1,262 | 441 | ,208 |
| | Hayır | 267 | 10,01 | 3,063 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 176 | 11,62 | 1,979 | ,723 | 441 | ,470 |
| | Hayır | 267 | 11,48 | 2,001 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 176 | 86,17 | 12,352 | 1,593 | 441 | ,112 |
| | Hayır | 267 | 84,30 | 11,960 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım (Müzik, sanat, spor vs.)"** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde kendine güvenme (t=2,413; p<,05) alt boyutu için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken iletişimde sorumluluk (t=,856; p>,05), kültürel farklılıklara saygı (t=,576; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=1,262; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=,723; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=1,593; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım (Müzik, sanat, spor vs.)" ifadesine evet cevap verenlerin iletişimde kendine güvenme alt boyut ortalaması hayır diyenlerden anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etme ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 60: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Lezzetlerini Tatmaya Niyet Etme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | ***N*** | $\bar{x}$ | ***ss*** | ***T* testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ***t*** | ***sd*** | ***p*** |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 300 | 23,63 | 3,366 | 5,373 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 21,79 | 3,377 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 300 | 22,70 | 4,496 | 6,263 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 19,90 | 4,163 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 300 | 18,81 | 3,452 | 2,632 | 441 | ,009 |
| | Hayır | 143 | 17,90 | 3,316 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 300 | 10,71 | 3,108 | 5,402 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 9,01 | 3,051 | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 300 | 11,77 | 1,902 | 3,648 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 11,04 | 2,089 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 300 | 87,61 | 12,079 | 6,782 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 79,64 | 10,397 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim"** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (t=5,373; p<,001), kültürel farklılıklara saygı (t=6,263; p<,001), iletişimde kendine güvenme (t=2,632; p<,01), iletişimden hoşlanma (t=5,402; p<,001), iletişimde dikkatli olma (t=3,648; p<,001) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=6,782; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmuştur. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim" ifadesine evet cevabı verenlerin iletişimde sorumluluk, kültürel farklılıklara saygı, iletişimde kendine güvenme, iletişimden hoşlanma, iletişimde dikkatli olma alt boyutları ve KDÖ toplam puan ortalamaları hayır cevabı verenlerden anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye seyahat etmeyi düşünme ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 61: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Seyahat Etmeyi Düşünme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ **testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 271 | 23,06 | 3,584 | ,202 | 441 | ,840 |
| | Hayır | 172 | 22,99 | 3,304 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 271 | 21,82 | 4,672 | ,121 | 441 | ,904 |
| | Hayır | 172 | 21,76 | 4,437 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 271 | 18,53 | 3,489 | ,117 | 441 | ,907 |
| | Hayır | 172 | 18,49 | 3,348 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 271 | 10,11 | 3,217 | -,399 | 441 | ,690 |
| | Hayır | 172 | 10,24 | 3,147 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 271 | 11,58 | 1,946 | ,588 | 441 | ,557 |
| | Hayır | 172 | 11,47 | 2,064 | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 271 | 85,10 | 12,522 | ,128 | 441 | ,898 |
| | Hayır | 172 | 84,95 | 11,543 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm"** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (t=,202; p>,05), kültürel farklılıklara saygı (t=,121; p>,05), iletişimde kendine güvenme (t=,117; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=-,399; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=,588; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=,128; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 62: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Pozitif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ **testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 208 | 23,07 | 3,266 | ,205 | 441 | ,838 |
| | Hayır | 235 | 23,00 | 3,656 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 208 | 21,75 | 4,524 | -,193 | 441 | ,847 |
| | Hayır | 235 | 21,83 | 4,633 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 208 | 18,59 | 3,502 | ,427 | 441 | ,669 |
| | Hayır | 235 | 18,45 | 3,374 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 208 | 10,20 | 3,194 | ,245 | 441 | ,807 |
| | Hayır | 235 | 10,13 | 3,187 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 208 | 11,65 | 1,979 | 1,183 | 441 | ,238 |
| | Hayır | 235 | 11,43 | 2,000 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 208 | 85,26 | 11,982 | ,365 | 441 | ,715 |
| | Hayır | 235 | 84,84 | 12,297 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye pozitif bir şekilde baktım"** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için

bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (t=,205; p>,05), kültürel farklılıklara saygı (t=-,193; p>,05), iletişimde kendine güvenme (t=,427; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=,245; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=1,183; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=,365; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye ziyareti asla düşünmeme ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 63: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Ziyareti Asla Düşünmeme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | ***N*** | $\bar{x}$ | ***ss*** | ***T* testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ***t*** | ***sd*** | ***p*** |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 28 | 21,86 | 3,808 | -1,860 | 441 | ,064 |
| | Hayır | 415 | 23,12 | 3,441 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 28 | 18,89 | 4,031 | -3,510 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 415 | 21,99 | 4,550 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 28 | 18,75 | 3,586 | ,378 | 441 | ,705 |
| | Hayır | 415 | 18,50 | 3,425 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 28 | 8,50 | 3,892 | -2,876 | 441 | ,004 |
| | Hayır | 415 | 10,27 | 3,107 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 28 | 11,79 | 2,872 | ,688 | 441 | ,492 |
| | Hayır | 415 | 11,52 | 1,921 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 28 | 79,79 | 10,979 | -2,379 | 441 | ,018 |
| | Hayır | 415 | 85,40 | 12,143 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye ziyareti asla düşünmedim"** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel farklılıklara saygı (t=-3,510; p<,001), iletişimden hoşlanma (t=-2,876; p<,01) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=-2,379; p<,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken, iletişimde sorumluluk (t=-1,860; p>,05), iletişimde kendine güvenme (t=,378; p>,05), iletişimde dikkatli olma (t=,688; p>,05) alt boyutları için anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye ziyareti asla

düşünmedim" ifadesine hayır cevap verenlerin kültürel farklılıklara saygı, iletişimden hoşlanma alt boyutları ve KDÖ toplam puan ortalamaları evet diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddetme ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 64: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Bütün Kültürel Formlarını Reddetme İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 18 | 21,11 | 3,676 | -2,413 | 441 | ,016 |
| | Hayır | 425 | 23,12 | 3,446 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 18 | 17,72 | 3,357 | -3,916 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 425 | 21,97 | 4,545 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 18 | 17,78 | 3,191 | -,927 | 441 | ,354 |
| | Hayır | 425 | 18,54 | 3,441 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 18 | 7,44 | 3,240 | -3,749 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 425 | 10,28 | 3,137 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 18 | 11,33 | 2,931 | -,438 | 441 | ,661 |
| | Hayır | 425 | 11,54 | 1,946 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 18 | 75,39 | 8,204 | -3,487 | 441 | ,001 |
| | Hayır | 425 | 85,45 | 12,115 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (t=-2,413; p<,05), kültürel farklılıklara saygı (t=-3,916; p<,001), iletişimden hoşlanma (t=-3,749; p<,001) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=-3,487; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken iletişimde kendine güvenme (t=-,927; p>,05) ve iletişimde dikkatli olma (t=-,438; p>,05) alt boyutları için anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim." ifadesine hayır cevap verenlerin iletişimde sorumluluk, kültürel farklılıklara saygı, iletişimden hoşlanma alt boyut ve

KDÖ toplam puan ortalamaları evet diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye negatif bir şekilde bakma ifadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 65: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Negatif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet | 26 | 22,46 | 3,839 | -,869 | 441 | ,385 |
| | Hayır | 417 | 23,07 | 3,452 | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet | 26 | 19,77 | 4,121 | -2,337 | 441 | ,020 |
| | Hayır | 417 | 21,92 | 4,579 | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet | 26 | 18,54 | 3,325 | ,040 | 441 | ,968 |
| | Hayır | 417 | 18,51 | 3,442 | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet | 26 | 9,27 | 3,935 | -1,475 | 441 | ,141 |
| | Hayır | 417 | 10,22 | 3,131 | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet | 26 | 12,62 | 1,878 | 2,875 | 441 | ,004 |
| | Hayır | 417 | 11,47 | 1,981 | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet | 26 | 82,65 | 11,544 | -1,033 | 441 | ,302 |
| | Hayır | 417 | 85,19 | 12,172 | | | |

Kültürlerarası Duyarlılık (KDÖ) ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye negatif bir şekilde baktım."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel farklılıklara saygı (t=-2,337; p<,05) ve iletişimde dikkatli olma (t=2,875; p<,05) alt boyutları grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken iletişimde sorumluluk (t=-,869; p>,05), iletişimde kendine güvenme (t=,040; p>,05), iletişimden hoşlanma (t=-1,475; p>,05) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (t=-1,033; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye negatif bir şekilde baktım." ifadesine hayır cevap verenlerin kültürel farklılıklara saygı alt boyutu puan ortalamaları evet diyenlerin

ortalamalarından; iletişimden hoşlanma alt boyutu için evet cevabı verenlerin ortalamaları hayır diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde yaptıklarını tanımlayan ifadeler ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği puanlarının karşılaştırmasına ilişkin anlamlılık özet tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 66: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye İlişkin Yaptıklarını Tanımlayan İfadeler ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizlerinin Özeti**

| | | Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | İletişimde Sorumluluk | Kültürel Farklılıklara Saygı | İletişimde Kendine Güvenme | İletişimden Hoşlanma | İletişimde Dikkatli Olma | KDÖ Toplam |
| Bir ülkenin yemeğini yediğimde … | … o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım. | 0,014 | 0,129 | 0,001 | 0,715 | 0,052 | 0,167 |
| | … o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. | 0,527 | 0,565 | 0,016 | 0,208 | 0,470 | 0,131 |
| | … o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim. | 0,000 | 0,000 | 0,009 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| | … o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm. | 0,852 | 0,904 | 0,907 | 0,690 | 0,557 | 0,994 |
| | … o ülkeye pozitif bir şekilde baktım. | 0,783 | 0,847 | 0,669 | 0,807 | 0,238 | 0,699 |
| | … o ülkeye ziyareti asla düşünmedim. | 0,052 | 0,000 | 0,705 | 0,004 | 0,492 | 0,016 |
| | … o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim. | 0,028 | 0,000 | 0,354 | 0,000 | 0,661 | 0,001 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **… o ülkeye negatif bir şekilde baktım.** | 0,630 | 0,020 | 0,968 | 0,141 | 0,004 | 0,360 |

Genel bir değerlendirmeyle, uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer yemeklerini de tatmaya yatkın olmaları ve o ülkeye ilişkin olumlu tutumlar içerisinde olmaları ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplam puanları arasında paralel bir ilişki olduğu söylenebilir. Uluslararası öğrencilerin KDÖ alt boyut puanları ve toplam puanları yükseldikçe bir ülkenin yemeğini yiyince olması beklenen ifadelerde de olumlu yönde bir artış olmaktadır.

Gastrodiplomasiye ilişkin bir diğer soru, uluslararası öğrencilerin yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüp düşünmedikleri üzerinedir. Bu analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 67: Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılabilirliğine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet[1] | 206 | 27,48 | 3,923 | **G.Arası** | 284,093 | 2 | 142,046 | 8,971 | ,000 | 1<2 |
| | Hayır[2] | 102 | 25,45 | 3,772 | **G.İçi** | 6871,669 | 434 | 15,833 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 26,99 | 4,220 | **Toplam** | 7155,762 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 26,86 | 4,051 | | | | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet[1] | 206 | 22,34 | 4,749 | **G.Arası** | 113,139 | 2 | 56,570 | 2,710 | ,068 | - |
| | Hayır[2] | 102 | 21,22 | 4,327 | **G.İçi** | 9059,474 | 434 | 20,874 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 21,43 | 4,460 | **Toplam** | 9172,613 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 21,81 | 4,587 | | | | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet[1] | 206 | 19,04 | 3,388 | **G.Arası** | 104,450 | 2 | 52,225 | 4,539 | ,011 | 1<2 |
| | Hayır[2] | 102 | 17,87 | 3,287 | **G.İçi** | 4993,839 | 434 | 11,507 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 18,29 | 3,479 | **Toplam** | 5098,288 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 18,55 | 3,420 | | | | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet[1] | 206 | 10,26 | 3,384 | **G.Arası** | 10,681 | 2 | 5,341 | ,519 | ,595 | - |
| | Hayır[2] | 102 | 9,88 | 3,009 | **G.İçi** | 4465,456 | 434 | 10,289 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 10,23 | 3,066 | **Toplam** | 4476,137 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 10,16 | 3,204 | | | | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet[1] | 206 | 11,80 | 1,849 | **G.Arası** | 28,727 | 2 | 14,364 | 3,723 | ,025 | 1<2 |
| | Hayır[2] | 102 | 11,16 | 2,383 | **G.İçi** | 1674,532 | 434 | 3,858 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 11,52 | 1,768 | **Toplam** | 1703,259 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 11,57 | 1,977 | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet[1] | 206 | 90,93 | 12,517 | **G.Arası** | 1994,149 | 2 | 997,075 | 6,536 | ,002 | 1<2,3 |
| | Hayır[2] | 102 | 85,58 | 11,564 | **G.İçi** | 66204,935 | 434 | 152,546 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 88,47 | 12,679 | **Toplam** | 68199,085 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 88,95 | 12,507 | | | | | | | |

Tabloya göre Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?"** sorusuna verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (F=8,971; p<,001), iletişimde kendine güvenme (F=4,539; p<,05), iletişimde dikkatli olma (F=3,723; p>,05) ve KDÖ toplam puanları (F=6,536; p<,01) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken kültürel farklılıklara saygı (F=2,710; p>,05), iletişimden hoşlanma (F=,519; p>,05) alt boyutları için anlamlı bulunmamıştır. Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz? sorusuna evet cevabı verenlerin iletişimde sorumluluk, iletişimde kendine güvenme, iletişimde dikkatli olma ve alt boyutları puanları ortalaması hayır cevabı verenlerin ortalamasından; KDÖ toplam puanı için de evet cevabı verenlerin ortalaması kararsızım ve hayır cevabı verenlerin ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Üsttekine benzer bir diğer soru yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüp düşünmediğine ilişkin bir sorudur. Cevaplara ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 68: Yemeklerin Ulusal Kimliği Güçlendirmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| İletişimde Sorumluluk (IS) | Evet[1] | 300 | 27,54 | 3,973 | **G.Arası** | 454,927 | 2 | 227,463 | 14,805 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 44 | 24,89 | 4,227 | **G.İçi** | 6606,570 | 430 | 15,364 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 25,58 | 3,567 | **Toplam** | 7061,497 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 26,87 | 4,043 | | | | | | | |
| Kültürel Farklılıklara Saygı (KS) | Evet[1] | 300 | 22,65 | 4,506 | **G.Arası** | 663,770 | 2 | 331,885 | 17,019 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 44 | 19,91 | 4,198 | **G.İçi** | 8385,583 | 430 | 19,501 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 20,00 | 4,208 | **Toplam** | 9049,353 | 432 | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Toplam | 433 | 21,83 | 4,577 | | | | | | | |
| İletişimde Kendine Güvenme (KG) | Evet[1] | 300 | 18,81 | 3,434 | **G.Arası** | 63,669 | 2 | 31,835 | 2,721 | ,067 | - |
| | Hayır[2] | 44 | 17,91 | 3,808 | **G.İçi** | 5031,412 | 430 | 11,701 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 18,01 | 3,164 | **Toplam** | 5095,081 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 18,55 | 3,434 | | | | | | | |
| İletişimden Hoşlanma (IH) | Evet[1] | 300 | 10,65 | 3,102 | **G.Arası** | 233,297 | 2 | 116,648 | 11,939 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 44 | 9,14 | 3,317 | **G.İçi** | 4201,387 | 430 | 9,771 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 9,02 | 3,111 | **Toplam** | 4434,684 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 10,16 | 3,204 | | | | | | | |
| İletişimde Dikkatli Olma (DO) | Evet[1] | 300 | 11,65 | 1,951 | **G.Arası** | 16,318 | 2 | 8,159 | 2,088 | ,125 | - |
| | Hayır[2] | 44 | 11,00 | 2,402 | **G.İçi** | 1680,430 | 430 | 3,908 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 11,53 | 1,828 | **Toplam** | 1696,748 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 11,56 | 1,982 | | | | | | | |
| KDÖ Toplam (KTOP) | Evet[1] | 300 | 91,30 | 12,503 | **G.Arası** | 5352,622 | 2 | 2676,311 | 18,529 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 44 | 82,84 | 12,033 | **G.İçi** | 62107,987 | 430 | 144,437 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 84,15 | 10,192 | **Toplam** | 67460,610 | 432 | | | | |
| | Toplam | 300 | 88,97 | 12,496 | | | | | | | |

Tabloya göre Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz?"** sorusuna verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda iletişimde sorumluluk (F=14,805; p<,001), kültürel farklılıklara saygı (F=17,019; p<,001), iletişimden hoşlanma (F=11,939; p<,001) alt boyutları ve KDÖ toplam puanları (F=18,529; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken iletişimde kendine güvenme (F=2,721; p>,05), iletişimde dikkatli olma (F=2,088; p>,05) alt boyutu için anlamlı bulunmamıştır. "Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz?" sorusuna evet cevabı verenlerin iletişimde sorumluluk, kültürel farklılıklara saygı, iletişimden hoşlanma alt boyutları ve KDÖ toplam puanları ortalaması kararsızım ve hayır cevabı verenlerin ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

### 4.2.2. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin Karşılaştırmalı Analizleri

Bu bölümde Kim ve Eves tarafından geliştirilen[828] Yerel Yiyecek Ölçeği'nin Türk mutfağına uyarlanarak oluşturulan Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin demografik

[828] "Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food", s. 1458-1467.

verilerle, beslenme ve Türk mutfağı verileriyle ve gastrodiplomasiye ilişkin verilerle analizleri verilecektir.

Öncelikle Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin alt boyutları ve ölçek toplam puan aritmetik ortalamaları, standart sapma, minimum ve maksimum değerlere ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 69: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Aritmetik Ortalama Seviyesi**

| Alt Boyutlar | $n$ | $\bar{x}$ | $ss$ | Min | Maks | Persantil | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | 25 | 50 | 75 |
| Kültürel Deneyim (KD) | 443 | 30,38 | 4,69 | 13 | 39 | 28 | 31 | 34 |
| Heyecan Arayışı (HA) | 443 | 18,26 | 3,79 | 5 | 25 | 16 | 18 | 21 |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | 443 | 15,81 | 3,17 | 4 | 20 | 14 | 16 | 18 |
| Duyusal Çekicilik (DC) | 443 | 16,35 | 3,05 | 4 | 20 | 15 | 17 | 19 |
| Sağlık Endişesi (SE) | 443 | 11,50 | 2,39 | 3 | 15 | 10 | 12 | 13 |
| TMA Toplam (TTOP) | 443 | 92,30 | 13,81 | 34 | 118 | 87 | 94 | 101 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin kültürel deneyim (30,38 ± 4,69), heyecan arayışı (18,26 ± 4,69)), bireylerarası ilişkiler (15,81 ± 3,17), duyusal çekicilik (16,35 ± 3,05), sağlık endişesi (11,50 ± 2,39) alt boyutları ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği toplamının (92,30 ± 13,81) aritmetik ortalamaları bulunmaktadır.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin alt boyutları ve ölçek toplamının ortalamalarının hangi seviyede olduğunu ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 70: Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ve Alt Boyutlarının Aritmetik Ortalama Seviyesi**

| Faktör | Mean | Seviye |
|---|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | 3,80 | Yüksek |
| Heyecan Arayışı (HA) | 3,65 | Yüksek |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | 3,95 | Yüksek |
| Duyusal Çekicilik (DC) | 4,13 | Yüksek |
| Sağlık Endişesi (SE) | 3,86 | Yüksek |
| TMA Toplam | 3,88 | Yüksek |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin kültürel deneyim (3,80), heyecan arayışı (3,65), bireylerarası ilişkiler (3,95), duyusal çekicilik (4,13), sağlık endişesi (3,86) alt boyutları ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği toplamının (3,88) aritmetik ortalama değerleri yüksek düzeydedir.

#### 4.2.2.1. Demografik Analizler

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) ile demografik veriler arasındaki karşılaştırmalı analizler bu bölümde yer almaktadır. Demografik veriler için yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, yaşanılan yer, eğitim düzeyi, Türkiye'de yaşanılan süre bu kapsamda değerlendirilecektir.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin yaş değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 71: Uluslararası Öğrencilerin Yaş Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | 17 ve altı | 5 | 200,70 | 4,041 | 5 | ,544 | |
| | 18-20 | 68 | 213,17 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 203,34 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 210,45 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 220,67 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 238,35 | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | 17 ve altı | 5 | 148,10 | 2,379 | 5 | ,795 | |
| | 18-20 | 68 | 226,24 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 214,39 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 208,69 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 208,10 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 212,76 | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | 17 ve altı | 5 | 174,00 | 1,711 | 5 | ,888 | |
| | 18-20 | 68 | 218,88 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 212,46 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 206,44 | | | | |
| | 27-29 | 49 | 207,93 | | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 226,06 | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | 17 ve altı | 5 | 153,10 | 9,490 | 5 | ,091 | |
| | 18-20 | 68 | 181,17 | | | | |
| | 21-23 | 162 | 218,35 | | | | |
| | 24-26 | 77 | 213,49 | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 27-29 | 49 | 213,38 | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 239,98 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | 17 ve altı | 5 | 167,40 | 8,100 | 5 | ,151 |
| | 18-20 | 68 | 184,29 | | | |
| | 21-23 | 162 | 215,55 | | | |
| | 24-26 | 77 | 215,90 | | | |
| | 27-29 | 49 | 211,26 | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 241,35 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | 17 ve altı | 5 | 207,60 | 3,544 | 5 | ,617 |
| | 18-20 | 68 | 210,30 | | | |
| | 21-23 | 162 | 218,92 | | | |
| | 24-26 | 77 | 197,19 | | | |
| | 27-29 | 49 | 202,59 | | | |
| | 30 ve üstü | 65 | 167,40 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının yaş gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim ($X^2$=4,041; p>,05), heyecan arayışı ($X^2$=2,379; p>,05), bireylerarası ilişkiler ($X^2$=1,711; p>,05), duyusal çekicilik ($X^2$=9,490; p>,05), sağlık endişesi ($X^2$=8,100; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları ($X^2$=3,544; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin cinsiyet değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 72: Uluslararası Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | ***N*** | $\bar{x}$ | ***ss*** | ***T* testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ***t*** | ***sd*** | ***p*** |
| Kültürel Deneyim (KD) | Kadın | 237 | 30,38 | 4,692 | -,402 | 422 | ,688 |
| | Erkek | 187 | 30,56 | 4,775 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Kadın | 237 | 18,32 | 3,606 | -,047 | 422 | ,962 |
| | Erkek | 187 | 18,34 | 3,968 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Kadın | 237 | 15,89 | 3,097 | ,287 | 422 | ,774 |
| | Erkek | 187 | 15,80 | 3,274 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Kadın | 237 | 16,50 | 3,023 | ,871 | 422 | ,384 |
| | Erkek | 187 | 16,24 | 3,152 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Kadın | 237 | 11,41 | 2,395 | -1,223 | 422 | ,222 |
| | Erkek | 187 | 11,70 | 2,407 | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TMA Toplam (TTOP) | Kadın | 237 | 92,50 | 13,507 | -,102 | 422 | ,919 |
| | Erkek | 187 | 92,64 | 14,382 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=-,402; p>,05), heyecan arayışı (t=-,047; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=,287; p>,05), duyusal çekicilik (t=,871; p>,05), sağlık endişesi (t=-1,223; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=-,102; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin medeni durum değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 73: Uluslararası Öğrencilerin Medeni Durum Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ **testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Bekar | 366 | 30,38 | 4,706 | -,450 | 421 | ,653 |
| | Evli | 57 | 30,68 | 5,025 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Bekar | 366 | 18,38 | 3,793 | ,878 | 421 | ,380 |
| | Evli | 57 | 17,91 | 3,527 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Bekar | 366 | 15,89 | 3,118 | ,653 | 421 | ,514 |
| | Evli | 57 | 15,60 | 3,438 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Bekar | 366 | 16,36 | 3,022 | -,110 | 421 | ,912 |
| | Evli | 57 | 16,40 | 3,469 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Bekar | 366 | 11,57 | 2,379 | ,784 | 421 | ,433 |
| | Evli | 57 | 11,30 | 2,485 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Bekar | 366 | 92,57 | 13,739 | ,342 | 421 | ,732 |
| | Evli | 57 | 91,89 | 15,169 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının medeni durum değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=-,450; p>,05), heyecan arayışı (t=,878; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=,653; p>,05), duyusal çekicilik (t=-,110; p>,05), sağlık endişesi (t=,784; p>,05) alt boyutları ve

TMA toplam puanları (t=,342; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin gelir değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 74: Uluslararası Öğrencilerin Gelir Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| Kültürel Deneyim (KD) | 500 ve altı | 74 | 30,36 | 4,903 | **G.Arası** | 63,267 | 5 | 12,653 | ,548 | ,740 | - |
| | 501-1000 | 54 | 30,96 | 3,841 | **G.İçi** | 9221,178 | 399 | 23,111 | | | |
| | 1001-1500 | 48 | 30,33 | 4,656 | **Toplam** | 9284,444 | 404 | | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 30,33 | 4,618 | | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 30,92 | 4,224 | | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 29,88 | 5,508 | | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 30,37 | 4,794 | | | | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | 500 ve altı | 74 | 18,38 | 4,077 | **G.Arası** | 89,875 | 5 | 17,975 | 1,253 | ,284 | - |
| | 501-1000 | 54 | 18,67 | 2,959 | **G.İçi** | 5725,325 | 399 | 14,349 | | | |
| | 1001-1500 | 48 | 18,42 | 3,940 | **Toplam** | 5815,200 | 404 | | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 18,56 | 3,690 | | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 18,79 | 3,759 | | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 17,55 | 3,936 | | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 18,27 | 3,794 | | | | | | | |
| Bireyler arası İlişkiler (BI) | 500 ve altı | 74 | 15,32 | 3,445 | **G.Arası** | 54,787 | 5 | 10,957 | 1,069 | ,377 | - |
| | 501-1000 | 54 | 16,33 | 2,363 | **G.İçi** | 4089,410 | 399 | 10,249 | | | |
| | 1001-1500 | 48 | 15,63 | 2,826 | **Toplam** | 4144,198 | 404 | | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 15,92 | 2,801 | | | | | | | |
| | 2001-2500 | 53 | 16,36 | 3,585 | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2501 ve üstü | 115 | 15,62 | 3,521 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 15,80 | 3,203 | | | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | 500 ve altı | 74 | 15,96 | 3,254 | **G.Arası** | 50,071 | 5 | 10,014 | 1,026 | ,402 |
| | 501-1000 | 54 | 16,35 | 2,427 | **G.İçi** | 3895,534 | 399 | 9,763 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 16,54 | 2,813 | **Toplam** | 3945,605 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 16,46 | 2,953 | | | | | | - |
| | 2001-2500 | 53 | 17,09 | 2,884 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 16,10 | 3,606 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 16,35 | 3,125 | | | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | 500 ve altı | 74 | 11,66 | 2,406 | **G.Arası** | 42,634 | 5 | 8,527 | 1,451 | ,205 |
| | 501-1000 | 54 | 11,93 | 1,989 | **G.İçi** | 2344,344 | 399 | 5,876 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 11,56 | 2,305 | **Toplam** | 2386,978 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 11,46 | 2,637 | | | | | | - |
| | 2001-2500 | 53 | 11,94 | 2,656 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 11,08 | 2,439 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 11,53 | 2,431 | | | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | 500 ve altı | 74 | 91,69 | 15,135 | **G.Arası** | 1157,394 | 5 | 231,479 | | |
| | 501-1000 | 54 | 94,24 | 10,084 | **G.İçi** | 78897,406 | 399 | 197,738 | | |
| | 1001-1500 | 48 | 92,48 | 13,776 | **Toplam** | 80054,800 | 404 | | | |
| | 1501-2000 | 61 | 92,72 | 13,302 | | | | | 1,171 | ,323 - |
| | 2001-2500 | 53 | 95,11 | 14,237 | | | | | | |
| | 2501 ve üstü | 115 | 90,23 | 15,307 | | | | | | |
| | Toplam | 405 | 92,31 | 14,077 | | | | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (F=,548; p>,05), heyecan arayışı (F=1,253; p>,05), bireylerarası ilişkiler

(F=1,069; p>,05), duyusal çekicilik (F=1026; p>,05), sağlık endişesi (F=1,451; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (F=1,171; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Türkiye'de kaldığı yer değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 75: Uluslararası Öğrencilerin Kaldığı Yer Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | Ailemle Birlikte | 100 | 209,60 | 1,957 | 5 | ,855 | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 193,54 | | | | |
| | Kira | 46 | 204,38 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 198,41 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 212,67 | | | | |
| | Diğer | 28 | 183,27 | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Ailemle Birlikte | 100 | 199,77 | ,855 | 5 | ,973 | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 182,96 | | | | |
| | Kira | 46 | 211,03 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 205,15 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 206,56 | | | | |
| | Diğer | 28 | 196,21 | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Ailemle Birlikte | 100 | 216,98 | 4,185 | 5 | ,523 | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 203,71 | | | | |
| | Kira | 46 | 217,93 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 196,12 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 200,73 | | | | |
| | Diğer | 28 | 176,21 | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Ailemle Birlikte | 100 | 216,31 | 5,000 | 5 | ,416 | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 174,58 | | | | |
| | Kira | 46 | 223,01 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 196,51 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 189,98 | | | | |
| | Diğer | 28 | 211,93 | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Ailemle Birlikte | 100 | 207,29 | 2,636 | 5 | ,756 | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 207,25 | | | | |
| | Kira | 46 | 201,01 | | | | |
| | Öğrenci Evi | 139 | 198,29 | | | | |
| | Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 216,78 | | | | |
| | Diğer | 28 | 179,88 | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Ailemle Birlikte | 100 | 209,99 | 2,444 | 5 | ,785 | |
| | Devlet Yurdu | 12 | 177,71 | | | | |
| | Kira | 46 | 212,42 | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| Öğrenci Evi | 139 | 198,54 |
| Özel/Vakıf Yurdu | 81 | 209,69 |
| Diğer | 28 | 183,46 |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının kaldığı yer gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim ($X^2$=1,957; p>,05), heyecan arayışı ($X^2$=,855; p>,05), bireylerarası ilişkiler ($X^2$=4,185; p>,05), duyusal çekicilik ($X^2$=5,000; p>,05), sağlık endişesi ($X^2$=2,636; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları ($X^2$=2,444; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin eğitim düzeyi değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 76: Uluslararası Öğrencilerin Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | *N* | *SO* | $X^2$ | *Sd* | *p* | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | Önlisans[1] | 10 | 127,15 | 8,552 | 3 | ,036 | 3>1,2 |
| | Lisans[2] | 169 | 202,21 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 226,71 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 215,57 | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Önlisans[1] | 10 | 216,25 | 3,505 | 3 | ,320 | - |
| | Lisans[2] | 169 | 202,34 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 225,48 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 204,48 | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Önlisans[1] | 10 | 163,40 | 2,442 | 3 | ,486 | - |
| | Lisans[2] | 169 | 210,46 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 219,89 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 207,47 | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Önlisans[1] | 10 | 150,45 | 9,428 | 3 | ,024 | 3,4>1,2 |
| | Lisans[2] | 169 | 195,83 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 227,15 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 227,87 | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Önlisans[1] | 10 | 126,80 | 6,516 | 3 | ,089 | - |
| | Lisans[2] | 169 | 211,07 | | | | |
| | Yüksek Lisans[3] | 184 | 222,46 | | | | |
| | Doktora[4] | 62 | 204,08 | | | | |
| | Önlisans[1] | 10 | 141,45 | 7,934 | 3 | ,047 | 3>1 |
| | Lisans[2] | 169 | 201,67 | | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| TMA Toplam (TTOP) | Yüksek Lisans[3] | 184 | 228,73 |
| | Doktora[4] | 62 | 208,74 |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının eğitim düzeyi gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim ($X^2$=8,552; p<,05), duyusal çekicilik ($X^2$=9,428; p<,05) ve TMA toplam puanları ($X^2$=7,934; p<,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken, heyecan arayışı ($X^2$=3,505; p>,05), bireylerarası ilişkiler ($X^2$=2,442; p>,05) ve sağlık endişesi ($X^2$=6,516; p>,05) alt boyutları ve için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. Farklılıkların kaynağını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizleri sonucunda, kültürel deneyim alt boyutu için yüksek lisans grubunun ortalaması önlisans ve lisans grubu ortalamasından; duyusal çekicilik alt boyutu için yüksek lisans ve doktora grubu ortalaması önlisans ve lisans grubu ortalamasından; TMA toplam puanları için yüksek lisans grubunun ortalaması önlisans grubu ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Ölçek toplam puanı (TTOP) dikkate alındığında yüksek lisans öğrencisi olan uluslararası öğrencilerin önlisans öğrencisi olan uluslararası öğrencilere nazaran Türk mutfağına ilişkin daha olumlu bir yaklaşıma sahiptirler.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin Türkiye'de bulunduğu süre değişkeni arasındaki karşılaştırmalı analizin tablosu aşağıdaki gibidir:

**Tablo 77: Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'de Bulunduğu Süre Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | ***N*** | ***SO*** | $X^2$ | ***Sd*** | ***p*** | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | 6 aydan az | 127 | 211,10 | 7,525 | 5 | ,184 | - |
| | 6-12 ay | 24 | 183,06 | | | | |
| | 1-2 yıl | 64 | 226,25 | | | | |
| | 3-4 yıl | 88 | 196,77 | | | | |
| | 5-6 yıl | 59 | 210,41 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 242,79 | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | 6 aydan az | 127 | 228,65 | 5,302 | 5 | ,380 | - |
| | 6-12 ay | 24 | 213,60 | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1-2 yıl | 64 | 211,98 | | | | |
| | 3-4 yıl | 88 | 192,65 | | | | |
| | 5-6 yıl | 59 | 223,92 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 203,97 | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | 6 aydan az | 127 | 218,01 | 3,120 | 5 | ,681 | - |
| | 6-12 ay | 24 | 218,10 | | | | |
| | 1-2 yıl | 64 | 216,97 | | | | |
| | 3-4 yıl | 88 | 194,68 | | | | |
| | 5-6 yıl | 59 | 227,46 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 212,38 | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | 6 aydan az | 127 | 216,86 | 1,855 | 5 | ,869 | - |
| | 6-12 ay | 24 | 209,92 | | | | |
| | 1-2 yıl | 64 | 215,70 | | | | |
| | 3-4 yıl | 88 | 198,53 | | | | |
| | 5-6 yıl | 59 | 219,25 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 221,26 | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | 6 aydan az | 127 | 225,43 | 9,121 | 5 | ,104 | - |
| | 6-12 ay | 24 | 225,13 | | | | |
| | 1-2 yıl | 64 | 186,37 | | | | |
| | 3-4 yıl | 88 | 192,16 | | | | |
| | 5-6 yıl | 59 | 228,57 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 228,05 | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | 6 aydan az | 127 | 220,56 | 3,777 | 5 | ,582 | - |
| | 6-12 ay | 24 | 209,29 | | | | |
| | 1-2 yıl | 64 | 212,60 | | | | |
| | 3-4 yıl | 88 | 192,23 | | | | |
| | 5-6 yıl | 59 | 223,70 | | | | |
| | 7 yıl ve üstü | 64 | 221,82 | | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının Türkiye'de bulunduğu süre değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim ($X^2$=7,525; p>,05), heyecan arayışı ($X^2$=5,302; p>,05), bireylerarası ilişkiler ($X^2$=3,120; p>,05), duyusal çekicilik ($X^2$=1,855; p>,05), sağlık endişesi ($X^2$=9,121; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları ($X^2$=3,777; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Ülkeler ve ülke gruplarına göre karşılaştırma tabloları aşağıda sunulmaktadır. Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağı algısı düzeylerinin ülke gruplarına göre betimsel değerleri (aritmetik ortalama puanları ve standart sapmaları) aşağıdaki tabloda verilmiştir:

**Tablo 78: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülkelere (Gruplandırılmış) Göre Türk Mutfağı Algısı Ölçeği Alt Boyutları Betimsel Değerleri**

| Ülkeler | N | Türk Mutfağı Algısı Ölçeği Alt Boyutları | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Kültürel Deneyim | | Heyecan Arayışı | | Bireylerarası İlişki | | Duyusal Çekicilik | | Sağlık Endişesi | | TMA Toplam | |
| | | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $\bar{x}$ | $ss$ |
| Afrika | 23 | 29.61 | 3.56 | 18.26 | 3.25 | 15.30 | 2.70 | 16,26 | 2,18 | 10,78 | 2,09 | 90.22 | 9.91 |
| Avrupa | 6 | 33.00 | 3.10 | 17.17 | 5.23 | 17.00 | 1.79 | 16,00 | 3,10 | 11,67 | 1,75 | 94.83 | 11.34 |
| Balkanlar | 18 | 31.89 | 3.05 | 18.56 | 3.13 | 16.67 | 2.06 | 17,39 | 1,94 | 13,11 | 1,84 | 97.61 | 8.90 |
| G. Amerika | 3 | 35.67 | 2.31 | 20.00 | 1.00 | 19.00 | 1.00 | 18,33 | 2,89 | 13,67 | 1,53 | 106.67 | 6.66 |
| Ortadoğu | 80 | 29.75 | 5.12 | 18.04 | 3.90 | 15.72 | 3.40 | 16,06 | 3,42 | 11,15 | 2,62 | 90.73 | 15.37 |
| Rusya | 7 | 32.43 | 7.87 | 19.86 | 4.81 | 16.71 | 4.42 | 16,29 | 5,94 | 10,57 | 4,04 | 95.86 | 24.92 |
| Orta Asya | 229 | 30.69 | 4.67 | 18.43 | 3.95 | 15.90 | 3.35 | 16,55 | 2,97 | 11,62 | 2,32 | 93.18 | 14.04 |
| Uzak Doğu | 53 | 29.68 | 4.93 | 18.28 | 3.03 | 15.53 | 2.28 | 15,79 | 3,13 | 11,62 | 2,23 | 90.91 | 11.87 |
| Toplam | 443 | 30.38 | 4.69 | 18.26 | 3.79 | 15.81 | 3.17 | 16,35 | 3,05 | 11,50 | 2,39 | 92.30 | 13.81 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinden ortalama 92,30 puan aldıkları gözlenmektedir. 92,30 puan sınır olarak kabul edildiğinde ortalamanın üzerinde değer alan ülke grupları 106,67 puan ile Güney Amerika, 97,61 puan ile Balkanlar; 95,86 puan ile Rusya; 94,83 puan ile Avrupa ve 93,18 puan ile Orta Asya'dır.

Türk mutfağı algısı ve ülkeler arasındaki son analiz TMA ile ülke grupları arasındaki karşılaştırmalı analizdir. Karşılaştırmalı analiz ile ülke grupları ve TMA alt boyutları arasındaki ilişki ve farklılıkların kaynağını bulmaya ilişkin yapılan analizlerin tablosu aşağıdaki gibidir:[829]

**Tablo 79: Uluslararası Öğrencilerin Vatandaşı Oldukları Ülke (Gruplandırılmış) Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Grup | $N$ | $SO$ | $X^2$ | $Sd$ | $p$ | Mann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kültürel Deneyim (KD) | Afrika[1] | 23 | 165,17 | 7,271 | 4 | ,122 | - |
| | Balkanlar[2] | 18 | 238,81 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 191,38 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 210,61 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 184,33 | | | | |
| | Afrika[1] | 23 | 191,30 | 1,043 | 4 | ,903 | - |

[829] Araştırmaya katılan uluslararası öğrenciler, toplamda 51 farklı ülkeden gelmektedir. Ancak kimi ülkeler için sayı analiz yapmaya uygun düzeyde değildir. Bu sebeple, ülkeler gruplandırılarak bir analiz yapılmıştır. Gruplandırma sonrasında da sayısı az olan ülkeler analiz dışında tutularak yeterli sayıya sahip olduğu için analizi yapılan ülkeler şu şekildedir: Afrika, Balkanlar, Ortadoğu, Orta Asya ve Uzak Doğu.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Heyecan Arayışı (HA) | Balkanlar[2] | 18 | 208,67 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 194,54 | | | | |
| | Orta Asya[4] | 229 | 206,44 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 196,43 | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Afrika[1] | 23 | 173,07 | | | | |
| | Balkanlar[2] | 18 | 223,50 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 202,59 | 4,782 | 4 | ,310 | - |
| | Orta Asya[4] | 229 | 208,26 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 179,29 | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Afrika[1] | 23 | 180,87 | | | | |
| | Balkanlar[2] | 18 | 232,97 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 195,39 | 5,639 | 4 | ,228 | - |
| | Orta Asya[4] | 229 | 209,57 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 177,90 | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Afrika[1] | 23 | 157,98 | | | | |
| | Balkanlar[2] | 18 | 283,53 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 184,31 | 14,516 | 4 | ,006 | 2>1,3<br>5>1 |
| | Orta Asya[4] | 229 | 205,85 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 203,46 | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Afrika[1] | 23 | 167,89 | | | | |
| | Balkanlar[2] | 18 | 245,67 | | | | |
| | Ortadoğu[3] | 80 | 193,72 | 7,541 | 4 | ,110 | - |
| | Orta Asya[4] | 229 | 209,63 | | | | |
| | Uzak Doğu[5] | 53 | 181,49 | | | | |

Türk Mutfağı Algısı (TMA) ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının ülke gruplarına göre farklılaşma durumlarını belirlemek için Kruskal Wallis-H analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim ($X^2$=7,271; p>,05), heyecan arayışı ($X^2$=1,043; p>,05), bireylerarası ilişkiler ($X^2$=4,782; p>,05), duyusal çekicilik ($X^2$=5,639; p<,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları ($X^2$=7,541; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmazken sağlık endişesi ($X^2$=14,516; p<,05) alt boyutu için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmuştur. Sağlık Endişesi boyutu için Balkanlar grubunun ortalaması Afrika ve Uzak Doğu gruplarının ortalamalarından, Uzak Doğu grubunun ortalaması Afrika grubunun ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

#### 4.2.2.2. Beslenme ve Türk Mutfağına İlişkin Analizler

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin uluslararası öğrencilerin beslenme ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin karşılaştırmalı analizleri bu bölümde yer almaktadır.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına veya Türk yemeklerine verdikleri puan ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği puanlarının karşılaştırmalı analizine ilişkin tablo aşağıdadır:

**Tablo 80: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan Değişkeni ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| TMA Puanları | Türk Mutfağına/Türk Yemeklerine Verilen Puan | | |
|---|---|---|---|
| | ***N*** | ***r*** | ***p*** |
| Kültürel Deneyim (KD) | 443 | ,294 | ,000 |
| Heyecan Arayışı (HA) | 443 | ,359 | ,000 |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | 443 | ,331 | ,000 |
| Duyusal Çekicilik (DC) | 443 | ,189 | ,001 |
| Sağlık Endişesi (SE) | 443 | ,359 | ,000 |
| TMA Toplam (TTOP) | 443 | ,376 | ,000 |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) ve alt boyut puanları ile *"Genel bir değerlendirmeyle* **"Türk mutfağına/Türk yemeklerin 1 ile 10 arasında kaç puan ile değerlendirirsiniz?"** sorusu arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda kültürel deneyim (r=,294; p<,001), heyecan arayışı (r=,359; p<,001), bireylerarası ilişkiler (r=,331; p<,001), duyusal çekicilik (r=,165; p<,001), sağlık endişesi (r=,336; p<,001) alt boyutları ve TMA toplam puanları (r=,376; p<,001) için değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler saptanmıştır.

### 4.2.2.3. Gastrodiplomasiye İlişkin Analizler

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ile uluslararası öğrencilerin gastrodiplomasiye ilişkin görüşlerinin karşılaştırmalı analizleri bu bölümde yer almaktadır.

Uluslararası öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşmaları halinde Türk yemeklerini tercih edip etmeyeceklerine ilişkin verdikleri cevaplar ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği puanlarının karşılaştırmalı analizine ilişkin tablo aşağıdadır:

**Tablo 81: Uluslararası Öğrencilerin Kendi Ülkelerine Döndüklerine Türk Yemeklerini Tercihleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet[1] | 337 | 31,00 | 4,488 | **G.Arası** | 530,517 | 2 | 265,259 | 12,706 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 28,16 | 5,280 | **G.İçi** | 9060,201 | 434 | 20,876 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 28,49 | 4,615 | **Toplam** | 9590,719 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 30,40 | 4,690 | | | | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet[1] | 337 | 18,92 | 3,597 | **G.Arası** | 677,971 | 2 | 338,985 | 26,239 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 15,28 | 4,206 | **G.İçi** | 5606,835 | 434 | 12,919 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 16,35 | 3,259 | **Toplam** | 6284,805 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 18,25 | 3,797 | | | | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet[1] | 337 | 16,41 | 2,851 | **G.Arası** | 514,395 | 2 | 257,198 | 28,876 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 13,88 | 3,386 | **G.İçi** | 3865,682 | 434 | 8,907 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 13,81 | 3,409 | **Toplam** | 4380,078 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 15,82 | 3,170 | | | | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet[1] | 337 | 12,71 | 2,373 | **G.Arası** | 213,201 | 2 | 106,601 | 12,004 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 11,50 | 2,383 | **G.İçi** | 3853,979 | 434 | 8,880 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 11,44 | 2,878 | **Toplam** | 4067,181 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 12,42 | 2,508 | | | | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet[1] | 337 | 15,96 | 2,800 | **G.Arası** | 214,889 | 2 | 107,445 | 20,688 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 13,78 | 3,386 | **G.İçi** | 2254,058 | 434 | 5,194 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 13,93 | 2,851 | **Toplam** | 2468,947 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 15,49 | 2,979 | | | | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet[1] | 337 | 95,00 | 12,827 | **G.Arası** | 10136,477 | 2 | 5068,238 | 30,052 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 32 | 82,59 | 15,360 | **G.İçi** | 73194,704 | 434 | 168,651 | | | |
| | Kararsız[3] | 68 | 84,01 | 12,578 | **Toplam** | 83331,181 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 92,38 | 13,825 | | | | | | | |

Türk Mutfağı Algısı (TMA) ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri hâlinde Türk yemeklerini tercih edip etmeyecekleri değişkenine göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (F=12,706; p<,001), heyecan arayışı (F=26,239; p<,001), bireylerarası ilişkiler (F=28,876; p<,001), duyusal çekicilik (F=12,004; p<,001), sağlık endişesi (F=20,688; p<,001) alt boyutları ve TMA toplam puanları (F=30,052; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmuştur. Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda tüm alt boyutlar ve TMA toplam puanı için kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri hâlinde Türk yemeklerini tercih edeceklerini söyleyen grubun ortalamaları, tercih

etmeyeceklerini söyleyenler ve kararsız olanlardan anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama, o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırma, o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etme, o ülkeye seyahat etmeyi düşünme, o ülkeye pozitif bir şekilde bakma, o ülkeye ziyareti düşünmeme, o ülkenin bütün kültürel formlarını reddetme, o ülkeye negatif bir şekilde bakma ifadeleri[830] ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği puanları arasındaki karşılaştırmalı analizleri aşağıda verilmiştir.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 82: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 223 | 31,11 | 4,828 | 3,340 | 441 | ,001 |
| | Hayır | 220 | 29,64 | 4,431 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 223 | 18,78 | 3,780 | 2,966 | 441 | ,003 |
| | Hayır | 220 | 17,72 | 3,723 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 223 | 16,13 | 3,067 | 2,103 | 441 | ,036 |
| | Hayır | 220 | 15,50 | 3,239 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 223 | 16,48 | 2,893 | ,856 | 441 | ,393 |
| | Hayır | 220 | 16,23 | 3,203 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 223 | 11,61 | 2,487 | ,986 | 441 | ,325 |
| | Hayır | 220 | 11,39 | 2,278 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 223 | 94,10 | 13,931 | 2,787 | 441 | ,006 |
| | Hayır | 220 | 90,47 | 13,474 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi**

[830] Bu soru, 8 farklı ifadeden birden çok seçenek işaretlenebilecek şekilde hazırlanmıştır. Sorularda "evet", "hayır" bulunmamakla birlikte katılımcıların şıklardan birini veya birkaçını işaretlemeleri "evet"; işaretlememeleri "hayır" olarak kabul edilmiştir.

**aradım."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=3,340; p<,01), heyecan arayışı (t=2,966; p<,01), bireylerarası ilişkiler (t=2,103; p<,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=2,787; p<,01) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken duyusal çekicilik (t=,856; p>,05) ve sağlık endişesi (t=,986; p>,05) alt boyutları için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım" ifadesine evet cevabı verenlerin kültürel deneyim, heyecan arayışı, bireylerarası ilişkiler alt boyutları ve TMA toplam puan ortalamaları hayır diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırma ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 83: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Kültürel İçeriklerini Araştırma İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 176 | 30,63 | 5,065 | ,887 | 441 | ,375 |
| | Hayır | 267 | 30,22 | 4,425 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 176 | 18,29 | 3,855 | ,156 | 441 | ,876 |
| | Hayır | 267 | 18,23 | 3,745 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 176 | 16,02 | 3,207 | 1,134 | 441 | ,257 |
| | Hayır | 267 | 15,67 | 3,136 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 176 | 16,44 | 3,198 | ,478 | 441 | ,633 |
| | Hayır | 267 | 16,30 | 2,953 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 176 | 11,53 | 2,421 | ,252 | 441 | ,801 |
| | Hayır | 267 | 11,48 | 2,366 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 176 | 92,91 | 14,591 | ,753 | 441 | ,452 |
| | Hayır | 267 | 91,90 | 13,284 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım (Müzik, sanat, spor vs.)."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler

sonucunda kültürel deneyim (t=,887; p>,05), heyecan arayışı (t=,156; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=1,134; p>,05), duyusal çekicilik (t=,478; p>,05), sağlık endişesi (t=,252; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=,753; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etme ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 84: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Lezzetlerini Tatmaya Niyet Etme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| **Puan** | **Gruplar** | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ **testi** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 300 | 30,97 | 4,398 | 3,888 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 29,15 | 5,042 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 300 | 18,75 | 3,657 | 4,084 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 17,21 | 3,849 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 300 | 16,19 | 3,022 | 3,719 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 15,01 | 3,319 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 300 | 16,67 | 2,934 | 3,211 | 441 | ,001 |
| | Hayır | 143 | 15,69 | 3,188 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 300 | 11,84 | 2,229 | 4,406 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 10,79 | 2,550 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 300 | 94,42 | 13,037 | 4,802 | 441 | ,000 |
| | Hayır | 143 | 87,85 | 14,364 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=3,888; p<,001), heyecan arayışı (t=4,084; p<,001), bireylerarası ilişkiler (t=3,719; p<,001), duyusal çekicilik (t=3,211; p<,01), sağlık endişesi (t=4,46; p<,001) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=4,802; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmuştur. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim" ifadesine evet cevabı verenlerin kültürel deneyim, heyecan arayışı, bireylerarası ilişkiler, duyusal çekicilik, sağlık endişesi alt

boyutları ve TMA toplam puan ortalamaları hayır cevabı verenlerden anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye seyahat etmeyi düşünme ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 85: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Seyahat Etmeyi Düşünme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 271 | 30,43 | 4,834 | ,262 | 441 | ,793 |
| | Hayır | 172 | 30,31 | 4,462 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 271 | 18,51 | 3,673 | 1,804 | 441 | ,072 |
| | Hayır | 172 | 17,85 | 3,932 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 271 | 15,92 | 3,132 | ,917 | 441 | ,360 |
| | Hayır | 172 | 15,64 | 3,219 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 271 | 16,35 | 3,174 | -,014 | 441 | ,989 |
| | Hayır | 172 | 16,35 | 2,852 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 271 | 11,53 | 2,541 | ,360 | 441 | ,719 |
| | Hayır | 172 | 11,45 | 2,123 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 271 | 92,75 | 14,254 | ,851 | 441 | ,395 |
| | Hayır | 172 | 91,60 | 13,091 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=,262; p>,05), heyecan arayışı (t=1,804; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=,917; p>,05), duyusal çekicilik (t=-,014; p>,05), sağlık endişesi (t=,360; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=,851; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 86: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Pozitif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 208 | 30,92 | 4,674 | 2,278 | 441 | ,023 |
| | Hayır | 235 | 29,91 | 4,659 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 208 | 18,77 | 3,870 | 2,709 | 441 | ,007 |
| | Hayır | 235 | 17,80 | 3,656 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 208 | 15,98 | 3,125 | 1,022 | 441 | ,308 |
| | Hayır | 235 | 15,67 | 3,201 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 208 | 16,69 | 2,853 | 2,187 | 441 | ,029 |
| | Hayır | 235 | 16,06 | 3,191 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 208 | 11,80 | 2,501 | 2,539 | 441 | ,011 |
| | Hayır | 235 | 11,23 | 2,249 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 208 | 94,15 | 14,071 | 2,676 | 441 | ,008 |
| | Hayır | 235 | 90,66 | 13,392 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye pozitif bir şekilde baktım."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=2,278; p<,05), heyecan arayışı (t=2,709; p<,01), duyusal çekicilik (t=2,187; p<,05), sağlık endişesi (t=2,539; p<,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=2,676; p<,01) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken, bireylerarası ilişkiler (t=1,022; p>,05) alt boyutu için anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye pozitif bir şekilde baktım" ifadesine evet cevap verenlerin kültürel deneyim, heyecan arayışı, duyusal çekicilik, sağlık endişesi alt boyutları ve TMA toplam puan ortalamaları hayır diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye ziyareti asla düşünmeme ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 87: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Ziyareti Asla Düşünmeme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 28 | 30,75 | 5,674 | ,429 | 441 | ,668 |
| | Hayır | 415 | 30,36 | 4,621 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 28 | 19,11 | 4,677 | 1,231 | 441 | ,219 |
| | Hayır | 415 | 18,20 | 3,717 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 28 | 16,18 | 3,782 | ,632 | 441 | ,528 |
| | Hayır | 415 | 15,79 | 3,124 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 28 | 16,46 | 3,958 | ,201 | 441 | ,841 |
| | Hayır | 415 | 16,34 | 2,985 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 28 | 12,57 | 2,574 | 2,473 | 441 | ,014 |
| | Hayır | 415 | 11,43 | 2,358 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 28 | 95,07 | 18,541 | 1,097 | 441 | ,273 |
| | Hayır | 415 | 92,11 | 13,441 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye ziyareti asla düşünmedim."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda sağlık endişesi (t=2,473; p<,05) alt boyutu için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken, kültürel deneyim (t=,429; p>,05), heyecan arayışı (t=1,231; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=,632; p>,05), duyusal çekicilik (t=-,201; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=1,097; p>,05) için anlamlı bulunmamıştır. "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye ziyareti asla düşünmedim" ifadesine evet cevap verenlerin sağlık endişesi alt boyut puan ortalamaları hayır diyenlerin ortalamalarından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddetme ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 88: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Bütün Kültürel Formlarını Reddetme İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 18 | 28,94 | 6,092 | -1,329 | 441 | ,185 |
| | Hayır | 425 | 30,44 | 4,619 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 18 | 17,78 | 4,660 | -,546 | 441 | ,585 |
| | Hayır | 425 | 18,28 | 3,749 | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 18 | 14,50 | 3,959 | -1,801 | 441 | ,072 |
| | Hayır | 425 | 15,87 | 3,121 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 18 | 15,00 | 4,215 | -1,926 | 441 | ,055 |
| | Hayır | 425 | 16,41 | 2,984 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 18 | 10,67 | 3,678 | -1,513 | 441 | ,131 |
| | Hayır | 425 | 11,53 | 2,315 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 18 | 86,89 | 20,705 | -1,701 | 441 | ,090 |
| | Hayır | 425 | 92,53 | 13,429 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=-1,329; p>,05), heyecan arayışı (t=-,546; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=-1,801; p>,05), duyusal çekicilik (t=-1,926; p>,05), sağlık endişesi (t=-1,513; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=-1,701; p>,05) için anlamlı bulunmamıştır.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye negatif bir şekilde bakma ifadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği arasındaki karşılaştırmalı analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 89: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Negatif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| Puan | Gruplar | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ | $T$ testi | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | $t$ | $sd$ | $p$ |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet | 26 | 30,69 | 5,136 | ,348 | 441 | ,728 |
| | Hayır | 417 | 30,36 | 4,665 | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet | 26 | 18,92 | 4,214 | ,927 | 441 | ,354 |
| | Hayır | 417 | 18,21 | 3,758 | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet | 26 | 16,12 | 3,229 | ,502 | 441 | ,616 |
| | Hayır | 417 | 15,79 | 3,165 | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet | 26 | 16,42 | 3,880 | ,122 | 441 | ,903 |
| | Hayır | 417 | 16,35 | 2,996 | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet | 26 | 12,12 | 2,688 | 1,360 | 441 | ,175 |
| | Hayır | 417 | 11,46 | 2,363 | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet | 26 | 94,27 | 16,970 | ,749 | 441 | ,454 |
| | Hayır | 417 | 92,18 | 13,605 | | | |

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye negatif bir şekilde baktım."** ifadesine verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (t=,348; p>,05), heyecan arayışı (t=,927; p>,05), bireylerarası ilişkiler (t=,502; p>,05), duyusal çekicilik (t=,122; p>,05), sağlık endişesi (t=1,360; p>,05) alt boyutları ve TMA toplam puanları (t=,749; p>,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde yaptıklarına ilişkin verdikleri cevaplar ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği puanlarına ilişkin özet tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 90: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye İlişkin Yaptıklarını Tanımlayan İfadeler ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizlerinin Özeti**

| **Bir ülkenin yemeğini yediğimde …** | | **Türk Mutfağı Algısı Ölçeği Alt Boyutları** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Kültürel Deneyim** | **Heyecan Arayışı** | **Bireylerarası İlişkiler** | **Duyusal Çekicilik** | **Sağlık Endişesi** | **TMA Toplam** |
| | **… o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım.** | 0,001 | 0,003 | 0,036 | 0,393 | 0,325 | 0,006 |
| | **… o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım.** | 0,375 | 0,876 | 0,257 | 0,633 | 0,801 | 0,452 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **… o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim.** | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,001 | 0,000 | 0,000 |
| **… o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm.** | 0,793 | 0,072 | 0,360 | 0,989 | 0,719 | 0,395 |
| **… o ülkeye pozitif bir şekilde baktım.** | 0,023 | 0,007 | 0,308 | 0,029 | 0,011 | 0,008 |
| **… o ülkeye ziyareti asla düşünmedim.** | 0,668 | 0,219 | 0,528 | 0,841 | 0,014 | 0,273 |
| **… o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim.** | 0,185 | 0,585 | 0,072 | 0,055 | 0,131 | 0,090 |
| **… o ülkeye negatif bir şekilde baktım.** | 0,728 | 0,354 | 0,616 | 0,903 | 0,175 | 0,454 |

Genel bir değerlendirmeyle, uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer yemeklerini de tatmaya yatkın olmaları ve o ülkeye ilişkin olumlu tutumlar içerisinde olmaları ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği alt boyutları ve ölçek toplam puanları arasında paralel bir ilişki olduğu söylenebilir. Uluslararası öğrencilerin TMA alt boyut puanları ve toplam puanları yükseldikçe bir ülkenin yemeğini yiyince olması beklenen ifadelerde de olumlu yönde bir artış olmaktadır.

Gastrodiplomasiye ilişkin bir diğer soru, uluslararası öğrencilerin yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüp düşünmedikleri üzerinedir. Bu analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 91: Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılabilirliğine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet[1] | 206 | 31,26 | 4,589 | **G.Arası** | 303,164 | 2 | 151,582 | 7,135 | ,001 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 102 | 29,25 | 4,670 | **G.İçi** | 9219,958 | 434 | 21,244 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 30,05 | 4,593 | **Toplam** | 9523,121 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 30,43 | 4,674 | | | | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet[1] | 206 | 18,88 | 3,697 | **G.Arası** | 280,416 | 2 | 140,208 | 10,123 | ,000 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 102 | 16,86 | 4,231 | **G.İçi** | 6010,879 | 434 | 13,850 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 18,36 | 3,309 | **Toplam** | 6291,295 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 18,26 | 3,799 | | | | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet[1] | 206 | 16,27 | 2,985 | **G.Arası** | 93,107 | 2 | 46,554 | 4,681 | ,010 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 102 | 15,13 | 3,353 | **G.İçi** | 4316,325 | 434 | 9,945 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 15,67 | 3,253 | **Toplam** | 4409,432 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 15,82 | 3,180 | | | | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet[1] | 206 | 12,79 | 2,397 | **G.Arası** | 102,205 | 2 | 51,103 | 5,677 | ,004 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 102 | 11,85 | 2,592 | **G.İçi** | 3906,976 | 434 | 9,002 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 12,28 | 2,481 | **Toplam** | 4009,181 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 12,42 | 2,492 | | | | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet[1] | 206 | 15,80 | 3,008 | **G.Arası** | 21,709 | 2 | 10,855 | 1,914 | ,149 | - |
| | Hayır[2] | 102 | 15,03 | 3,084 | **G.İçi** | 2461,526 | 434 | 5,672 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 15,29 | 2,865 | **Toplam** | 2483,236 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 15,47 | 2,996 | | | | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet[1] | 206 | 95,00 | 13,402 | **G.Arası** | 3333,259 | 2 | 1666,630 | 9,066 | ,000 | 1>2,3 |
| | Hayır[2] | 102 | 88,12 | 14,631 | **G.İçi** | 79779,459 | 434 | 183,824 | | | |
| | Kararsız[3] | 129 | 91,64 | 12,911 | **Toplam** | 83112,719 | 436 | | | | |
| | Toplam | 437 | 92,40 | 13,807 | | | | | | | |

Tabloya göre Türk Mutfağı Algısı (TMA) ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?"** sorusuna verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (F=7,135; p<,01), heyecan arayışı (F=10,123; p<,001), bireylerarası ilişkiler (F=4,681; p<,01), duyusal çekicilik (F=5,677; p<,01) alt boyutları ve TMA toplam puanları (F=9,066; p<,001) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken sağlık endişesi (F=1,914; p>,05) alt boyutu için anlamlı bulunmamıştır. Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz? sorusuna evet cevabı

verenlerin kültürel deneyim alt boyutları ve TMA toplam puanları ortalaması kararsızım ve hayır cevabı verenlerin ortalamasından; soruya evet cevabı verenlerin heyecan arayışı, bireylerarası ilişkiler ve duyusal çekicilik alt boyut ortalaması hayır cevabı verenlerin ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Üsttekine benzer bir diğer soru yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edip edemeyeceğine ilişkin bir sorudur. Cevaplara ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 92: Yemeklerin Ulusal Kimliği Güçlendirmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeğinin Karşılaştırmalı Analizi**

| *f* . $\bar{x}$ ve *ss* Değerleri | | | | | ANOVA Sonuçları | | | | | | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Puan** | **Grup** | *N* | $\bar{x}$ | *ss* | **Var. K.** | *KT* | *Sd* | *KO* | *F* | *p* | |
| Kültürel Deneyim (KD) | Evet[1] | 300 | 30,87 | 4,768 | **G.Arası** | 183,590 | 2 | 91,795 | 4,282 | ,014 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 44 | 28,98 | 5,042 | **G.İçi** | 9218,031 | 430 | 21,437 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 29,82 | 3,883 | **Toplam** | 9401,621 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 30,46 | 4,665 | | | | | | | |
| Heyecan Arayışı (HA) | Evet[1] | 300 | 18,48 | 3,725 | **G.Arası** | 45,718 | 2 | 22,859 | 1,581 | ,207 | - |
| | Hayır[2] | 44 | 17,57 | 4,848 | **G.İçi** | 6216,125 | 430 | 14,456 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 17,92 | 3,465 | **Toplam** | 6261,843 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 18,27 | 3,807 | | | | | | | |
| Bireylerarası İlişkiler (BI) | Evet[1] | 300 | 16,01 | 3,080 | **G.Arası** | 44,587 | 2 | 22,294 | 2,254 | ,106 | - |
| | Hayır[2] | 44 | 14,93 | 3,914 | **G.İçi** | 4252,535 | 430 | 9,890 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 15,81 | 2,934 | **Toplam** | 4297,122 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 15,86 | 3,154 | | | | | | | |
| Duyusal Çekicilik (DC) | Evet[1] | 300 | 12,63 | 2,427 | **G.Arası** | 79,253 | 2 | 39,627 | 4,363 | ,013 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 44 | 11,32 | 3,094 | **G.İçi** | 3905,107 | 430 | 9,082 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 12,27 | 2,255 | **Toplam** | 3984,360 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 12,42 | 2,495 | | | | | | | |
| Sağlık Endişesi (SE) | Evet[1] | 300 | 15,60 | 3,061 | **G.Arası** | 14,650 | 2 | 7,325 | 1,290 | ,276 | - |
| | Hayır[2] | 44 | 15,02 | 3,434 | **G.İçi** | 2441,531 | 430 | 5,678 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 15,26 | 2,493 | **Toplam** | 2456,180 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 15,47 | 2,995 | | | | | | | |
| TMA Toplam (TTOP) | Evet[1] | 300 | 93,59 | 13,712 | **G.Arası** | 1500,615 | 2 | 750,308 | 3,984 | ,019 | 1>2 |
| | Hayır[2] | 44 | 87,82 | 17,796 | **G.İçi** | 80981,565 | 430 | 188,329 | | | |
| | Kararsız[3] | 89 | 91,08 | 11,256 | **Toplam** | 82482,180 | 432 | | | | |
| | Toplam | 433 | 92,49 | 13,818 | | | | | | | |

Tabloya göre Türk Mutfağı Algısı (TMA) ölçeği alt boyutları ve ölçek toplamından aldıkları puan ortalamalarının **"Yemeklerin bir ülkenin ulusal**

**kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz?"** sorusuna verilen cevaplara göre farklılaşma durumlarını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizler sonucunda kültürel deneyim (F=4,282; p<,05), duyusal çekicilik (F=4,363; p<,01) alt boyutları ve TMA toplam puanları (F=3,984; p<,05) için grupların ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunurken heyecan arayışı (F=1,581; p>,05), bireylerarası ilişkiler (F=2,254; p>,05), sağlık endişesi (F=1,290; p>,05) alt boyutu için anlamlı bulunmamıştır. Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz? sorusuna evet cevabı verenlerin kültürel deneyim, duyusal çekicilik alt boyutları ve TMA toplam puanları ortalaması hayır cevabı verenlerin ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

### 4.2.3. Diğer Karşılaştırmalı Analizler

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği haricinde gerçekleştirilen karşılaştırmalı analizler bu bölümde yer almaktadır.

Analizlerin ilki uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına verdikleri puan ile ülke gruplarının karşılaştırması analizidir. Analize ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 93: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağına Verdikleri Puan ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| **Ülke Grubu** | $N$ | $\bar{x}$ | $ss$ |
|---|---|---|---|
| Afrika | 23 | 7,48 | 1,65 |
| Balkanlar | 18 | 8,50 | 1,62 |
| Ortadoğu | 78 | 7,78 | 1,66 |
| Orta Asya | 226 | 8,36 | 1,66 |
| Uzak Doğu | 52 | 7,71 | 1,16 |
| Toplam | 397 | 8,12 | 1,63 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Genel bir değerlendirmeyle Türk Mutfağını/Türk yemeklerini 1 ile 10 arasında kaç puan ile değerlendirirsiniz?"** sorusuna verilen cevapların karşılaştırılmasında 10 puan üzerinden 8,50 puan ile Balkanlar ilk sırada yer almaktadır. Balkanlar grubunu 8,36 puan ile Orta Asya, 7,78 puan ile Ortadoğu, 7,71

puan ile Uzak Doğu ve 7,48 puan ile Afrika takip etmektedir. Bu grupların ortalaması ise 8,12 puandır. Burasını sınır olarak kabul edersek Afrika, Ortadoğu ve Uzak Doğu'dan gelen uluslararası öğrenciler Türk mutfağından yemeklere ortalama altında; Balkanlar ve Orta Asya'dan gelen uluslararası öğrenciler ise ortalamanın üstünde puan vermişlerdir.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağını/Türk yemeklerini düşününce akıllarına gelen kelime[831] ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 94: Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağını Düşününce Akıllarına Gelen İlk Kelime ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Türk Mutfağını/Türk Yemeklerini Düşününce Aklınıza Gelen Kelime | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Cevapsız | Acı | Baharat | Çeşitlilik | Çorba | Et yemekleri | Hamur işleri | İçecekler | İştah | Kahvaltı | Kebap | Kuru baklagiller | Lezzet | Meze | Pilav | Sağlık | Sebze yemekleri | Sokak lezzetleri | Tatlı | Yağlı | Toplam |
| Afrika | f | 7 | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 23 |
| | % | 30,4 | ,00 | 4,3 | 8,7 | ,00 | 8,7 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | 17,4 | ,00 | 13,0 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | 17,4 | ,00 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 6 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 18 |
| | % | 11,1 | ,00 | ,00 | 5,6 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | 27,8 | ,00 | 33,3 | ,00 | 5,6 | ,00 | ,00 | ,00 | 16,7 | ,00 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 | 7 | 0 | 0 | 1 | 5 | 5 | 28 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 80 |
| | % | 11,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 12,5 | 8,8 | ,00 | ,00 | 1,3 | 6,3 | 6,3 | 35,0 | 1,3 | 2,5 | 1,3 | 1,3 | 2,5 | 3,8 | 1,3 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 22 | 7 | 20 | 10 | 4 | 9 | 4 | 2 | 4 | 1 | 36 | 3 | 61 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 3 | 229 |
| | % | 9,6 | 3,1 | 8,7 | 4,4 | 1,7 | 3,9 | 1,7 | 0,9 | 1,7 | 0,4 | 15,7 | 1,3 | 26,6 | 1,3 | 1,7 | 1,7 | 2,2 | 2,2 | 9,6 | 1,3 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 8 | 0 | 1 | 2 | 1 | 3 | 0 | 1 | 1 | 2 | 12 | 1 | 12 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 6 | 0 | 53 |
| | % | 15,1 | ,00 | 1,9 | 3,8 | 1,9 | 5,7 | ,00 | 1,9 | 1,9 | 3,8 | 22,6 | 1,9 | 22,6 | 1,9 | ,00 | ,00 | 1,9 | 1,9 | 11,3 | ,00 | 100,0 |
| Toplam | f | 48 | 8 | 23 | 16 | 6 | 24 | 11 | 3 | 5 | 4 | 62 | 9 | 110 | 5 | 7 | 5 | 7 | 8 | 38 | 4 | 403 |
| | % | 11,9 | 2,0 | 5,7 | 4,0 | 1,5 | 6,0 | 2,7 | 0,7 | 1,2 | 1,0 | 15,4 | 2,2 | 27,3 | 1,2 | 1,7 | 1,2 | 1,7 | 2,0 | 9,4 | 1,0 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Türk mutfağını /Türk yemeklerini düşününce aklınıza gelen ilk kelimeyi yazınız."** sorusuna verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrika grubu 7 kişi (%30,4) soruyu cevapsız bırakmış, 4 kişi (%17,4) kebap ve 4 kişi (%17,4) tatlı

[831] Bu soruya verilen cevaplarda 96 farklı cevap bulunmaktadır. Benzer cevaplar gruplandırılarak daha özet bir tablo elde edilmiş ve veriler analiz edilmeye elverişli hale getirilmiştir.

cevabını vermiştir. Balkanlar'dan gelen öğrenciler için ilk sırada 6 kişi (%33,3) ile lezzet, ikinci sırada 5 kişi (%27,8) ile kebap gelmektedir. Ortadoğulu öğrenciler için 28 kişi için (%35,0) lezzet ve 10 kişi için (%12,5) et yemekleri geçerlidir. Orta Asya'dan gelen öğrencilerin ilk akıllarına gelen kelime grubu 61 kişi ile (%26,6) lezzet, 36 kişi ile (%15,7) kebap grubudur. Son olarak Uzak Doğulu öğrencilerden 12'şer kişi (%22,6) lezzet ve kebap grubunu belirtmişlerdir. Grupların toplam frekans ve yüzde değerlerine baktığımızda 110 kişi ile (%27,3) lezzet, 62 kişi ile (%15,4) kebap ve 38 kişi ile (%9,4) ilk üç sırada yer almaktadır.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde fikrinin değişip değişmediği ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 95: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde Fikir Değişimi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Bir ülkenin yemeğini yediğinizde o ülkeyle ilgili fikrinizin değiştiği oldu mu? | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Kararsız | Toplam |
| Afrika | f | 11 | 7 | 5 | 23 |
| | % | 47,8 | 30,4 | 21,7 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 7 | 7 | 4 | 18 |
| | % | 38,9 | 38,9 | 22,2 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 33 | 29 | 16 | 78 |
| | % | 42,3 | 37,2 | 20,5 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 65 | 117 | 47 | 229 |
| | % | 28,4 | 51,1 | 20,5 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 20 | 21 | 12 | 53 |
| | % | 37,7 | 39,6 | 22,6 | 100,0 |
| Toplam | f | 136 | 181 | 84 | 401 |
| | % | 33,9 | 45,1 | 20,9 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğinizde o ülkeyle ilgili fikrinizin değiştiği oldu mu?"** sorusuna verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrika'dan gelen öğrencilerin 11'i (%47,8) evet, 7'si (%30,4) hayır ve 5'i (%21,7) kararsızım cevabını vermiştir. Balkanlar grubu öğrenciler için 7'şer kişi (%38,9) evet ve hayır, 4 kişi

(%22,2) kararsızım cevabını vermiştir. Ortadoğulu öğrencilerin 33'ü (%42,3) evet, 29'u (%37,2) ve 16'sı (%20,5) kararsızım cevabını vermiştir. Orta Asyalı öğrencilerin 65'i (%28,4) evet, 117'si (%51,1) hayır ve 47'si (%20,5) kararsızım cevabını vermiştir. Uzak Doğulu öğrencilerin 20'si (%37,7) evet, 21'i (%39,6) hayır ve 12'si (%22,6) kararsızım cevabını vermiştir. Toplam cevaplara bakıldığında öğrencilerin 136'sı (%33,9) evet, 181'i (%45,1) hayır ve 84'ü (%20,9) kararsızım cevabını vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüp düşünmediği ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 96: Yemeklerin Diplomatik Bir İletişim Aracı Olarak Kullanılabilirliğine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| **Ülke Gurubu** | | **Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?** | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Kararsız | Toplam |
| Afrika | f | 14 | 5 | 4 | 23 |
| | % | 60,9 | 21,7 | 17,4 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 9 | 0 | 8 | 17 |
| | % | 52,9 | 0,0 | 47,1 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 37 | 18 | 22 | 77 |
| | % | 48,1 | 23,4 | 28,6 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 94 | 60 | 75 | 229 |
| | % | 41,0 | 26,2 | 32,8 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 30 | 11 | 11 | 52 |
| | % | 57,7 | 21,2 | 21,2 | 100,0 |
| Toplam | f | 184 | 94 | 120 | 398 |
| | % | 46,2 | 23,6 | 30,2 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?"** sorusuna verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 14'ü (%60,9) evet, 5'i (%21,7) hayır ve 4'ü (%17,4) kararsızım; Balkanlar'dan gelen öğrencilerin 9'u (%52,9) evet, 8'i (47,1) kararsızım; Ortadoğulu öğrencilerin 37'si (%48,1) evet, 18', (%23,4) hayır ve 22'si (28,6) kararsızım; Orta

Asya'dan gelen öğrencilerin 94'ü (%41,0) evet, 60'ı )%26,2) hayır ve 75'i (% 32,8) kararsızım; Uzak Doğulu öğrencilerin 30'u (%57,7) evet, 11'i (%21,2) hayır ve 11'i (%21,2) kararsızım cevabını vermiştir. Soruyu cevaplayan öğrencilerin toplam frekans ve yüzdeleri ise 184 kişi (%46,2) evet, 94 kişi (%23,6) hayır ve 120 kişi (%30,2) kararsızım şeklindedir.

Uluslararası öğrencilerin yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüp düşünmediği ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 97: Yemeklerin Ulusal Kimliği Güçlendirmesine İlişkin Uluslararası Öğrencilerin Görüşleri ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| **Ülke Grubu** | | **Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz?** | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Kararsız | Toplam |
| Afrika | f | 15 | 3 | 5 | 23 |
| | % | 65,2 | 13,0 | 21,7 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 13 | 1 | 3 | 17 |
| | % | 76,5 | 5,9 | 17,6 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 60 | 9 | 8 | 77 |
| | % | 77,9 | 11,7 | 10,4 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 153 | 25 | 48 | 226 |
| | % | 67,7 | 11,1 | 21,2 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 32 | 4 | 16 | 52 |
| | % | 61,5 | 7,7 | 30,8 | 100,0 |
| Toplam | f | 273 | 42 | 80 | 395 |
| | % | 69,1 | 10,6 | 20,3 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz?"** sorusuna verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 15'i (%65,2) evet, 3'ü (13,0) hayır ve 5'i (21,7) kararsızım; Balkanlar grubu öğrencilerin 13'ü (%76,5) evet; 1'i (%5,9) hayır ve 3'ü (%17,6) kararsızım; Ortadoğulu öğrencilerin 60'ı (%77,9) evet, 9'u (%11,7) hayır ve 8'i (%10,4) kararsızım; Orta Asya'dan gelen öğrencilerin 153'ü (%67,7) evet, 25'i (%11,1) hayır ve 48'i (%21,2) kararsızım; Uzak Doğulu öğrencilerin 32'si (%61,5)

evet, 4'ü (%7,7) hayır ve 16'sı (%30,8) kararsızım cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzde değerleri ise 273 kişi ile (%69,1) evet, 42 kişi ile (%10,6) hayır ve 80 kişi ile (%20,3) kararsızım şeklindedir.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi dikkate alarak hangi yiyecek yahut içeceğin[832] bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 98: Uluslararası Öğrencilerin Hangi Türk Yemeğinin Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Kullanılabileceğine İlişkin Görüşleri (Gruplandırılmış) ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Türkiye dikkate alınınca bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabilecek yiyecek/içecek | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Cevapsız | Çorbalar | Et yemekleri | Hamur işleri | İçecekler | Kahvaltı ve kahvaltılıklar | Kebaplar | Kuru baklagiller | Mezeler | Pilavlar | Sebze yemekleri | Sokak lezzetleri | Tatlılar | Toplam |
| Afrika | f | 12 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 23 |
| | % | 52,2 | ,00 | ,00 | 4,3 | ,00 | ,00 | 13,0 | ,00 | ,00 | ,00 | 8,7 | 8,7 | 13,0 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 3 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 | 18 |
| | % | 16,7 | ,00 | 5,6 | 5,6 | ,00 | ,00 | 16,7 | ,00 | ,00 | ,00 | 16,7 | 11,1 | 27,8 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 29 | 2 | 1 | 11 | 1 | 0 | 18 | 1 | 0 | 3 | 2 | 7 | 5 | 80 |
| | % | 36,3 | 2,5 | 1,3 | 13,8 | 1,3 | ,00 | 22,5 | 1,3 | ,00 | 3,8 | 2,5 | 8,8 | 6,3 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 43 | 6 | 3 | 19 | 5 | 3 | 48 | 4 | 3 | 5 | 19 | 12 | 59 | 229 |
| | % | 18,8 | 2,6 | 1,3 | 8,3 | 2,2 | 1,3 | 21,0 | 1,7 | 1,3 | 2,2 | 8,3 | 5,2 | 25,8 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 12 | 0 | 1 | 3 | 1 | 3 | 17 | 0 | 0 | 1 | 3 | 2 | 10 | 53 |
| | % | 22,6 | ,00 | 1,9 | 5,7 | 1,9 | 5,7 | 32,1 | ,00 | ,00 | 1,9 | 5,7 | 3,8 | 18,9 | 100,0 |
| Toplam | f | 99 | 8 | 6 | 35 | 7 | 6 | 89 | 5 | 3 | 9 | 29 | 25 | 82 | 403 |
| | % | 24,6 | 2,0 | 1,5 | 8,7 | 1,7 | 1,5 | 22,1 | 1,2 | 0,7 | 2,2 | 7,2 | 6,2 | 20,3 | 100,0 |

[832] Bu soruya 56 farklı cevap verişmiştir ancak benzer cevaplar gruplandırılarak veriler analiz edilmeye elverişli hale getirilmiştir.

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Türkiye'yi dikkate alınca hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceğin düşünüyorsunuz? Türk mutfağına ait hangi yemeğin yurtdışında Türkiye'yi temsil edebileceğini düşünüyorsunuz?"** sorusuna verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 12'si (%52,2) bu soruyu cevapsız bırakmış, 3'er kişi (%13,0) kebap ve tatlılar olarak görüş bildirmiştir. Balkanlar'dan gelen öğrencilerin 5'i (%27,8) tatlıları, 3'ü (%16,7) kebaplar ve 3'ü (%16,7) sebze yemeklerini belirtmiştir. Ortadoğulu öğrencilerin 18'i (%22,5) kebaplar, 11'i (%13,8) hamur işleri cevabını vermiştir. Orta Asyalı uluslararası öğrencilerin 59'u (%25,8) tatlılar, 48'i (%21,0) kebaplar cevabını vermiştir. Uzak Doğulu öğrencilerin 17'si (%32,1) kebaplar, 10'u (%18,9) tatlılar cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzde değerleri 89 kişi ile (%22,1) kebaplar ve 82 kişi ile (%20,3) tatlılar şeklindedir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama, o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırma, o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etme, o ülkeye seyahat etmeyi düşünme, o ülkeye pozitif bir şekilde bakma, o ülkeye ziyareti düşünmeme, o ülkenin kültürel formlarını reddetme, o ülkeye negatif bir şekilde bakma ifadeleri[833] ile ülke gruplarının karşılaştırması analizidir. Analizlere ilişkin tablolar aşağıda verilmiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 99: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım. | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 10 | 13 | 23 |
| | % | 43,5 | 56,5 | 100,0 |

[833] Bu soru, 8 farklı ifadeden birden çok seçenek işaretlenebilecek şekilde hazırlanmıştır. Sorularda "evet", "hayır" bulunmamakla birlikte katılımcıların şıklardan birini veya birkaçını işaretlemeleri "evet"; işaretlememeleri "hayır" olarak kabul edilmiştir.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Balkanlar | f | 13 | 5 | 18 |
| | % | 72,2 | 27,8 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 48 | 32 | 80 |
| | % | 60,0 | 40,0 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 102 | 127 | 229 |
| | % | 44,5 | 55,5 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 26 | 27 | 53 |
| | % | 49,1 | 50,9 | 100,0 |
| Toplam | f | 199 | 204 | 403 |
| | % | 49,4 | 50,6 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 10'u (%43,5) evet, 13'ü (%56,5) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 13'ü (%72,2) evet, 5'i (%27,8) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 48'i (%60,0) evet, 32'si (%40) hayır; Orta Asya'dan gelen öğrencilerin 102'si (%44,5) evet, 127'si (%55,5) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 26'sı (%49,1) evet, 27'si (%50,9) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 199 kişi (%49,4) evet, 204 kişi (%50,6) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırma ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 100: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Kültürel İçeriklerini Araştırma İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| **Ülke Grubu** | | **Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. (Müzik, sanat, spor vs.)** | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 12 | 11 | 23 |
| | % | 52,2 | 47,8 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 11 | 7 | 18 |
| | % | 61,1 | 38,9 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 30 | 50 | 80 |
| | % | 37,5 | 62,5 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 82 | 147 | 229 |
| | % | 35,8 | 64,2 | 100,0 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Uzak Doğu | f | 23 | 30 | 53 |
| | % | 43,4 | 56,6 | 100,0 |
| Toplam | f | 158 | 245 | 403 |
| | % | 39,2 | 60,8 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. (Müzik, sanat, spor vs.)"** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 12'si (%52,2) evet, 11'i (47,8) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 11'i (%61,1) evet, 7'si (%39,9) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 30'u (%37,5) evet, 50'si (%62,5) hayır; Orta Asya'dan gelen öğrencilerin 82'si (%35,8) evet, 147'si (%64,2) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 23'ü (%43,4) evet, 30'u (%56,6) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 158 kişi (%39,2) evet, 245 kişi (%60,8) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etme ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 101: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Diğer Lezzetlerini Tatmaya Niyet Etme İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| **Ülke Grubu** | | **Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim.** | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 17 | 6 | 23 |
| | % | 73,9 | 26,1 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 13 | 5 | 18 |
| | % | 72,2 | 27,8 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 49 | 31 | 80 |
| | % | 61,3 | 38,8 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 163 | 66 | 229 |
| | % | 71,2 | 28,8 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 31 | 22 | 53 |
| | % | 58,5 | 41,5 | 100,0 |
| Toplam | f | 273 | 130 | 403 |
| | % | 67,7 | 32,3 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 17'si (%73,9) evet, 6'sı (%26,1) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 13'ü (%72,2) evet, 5'i (%27,8) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 49'u (%61,3) evet, 31'i (%38,8) hayır; Orta Asyalı öğrencilerin 163'ü (%71,2) evet, 66'sı (%28,8) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 31'i (%58,5) evet, 22'si (%41,5) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 273 kişi (%67,7) evet, 130 kişi (%32,3) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkeye seyahat etmeyi düşünme ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 102: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Seyahat Etmeyi Düşünme İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm. | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 15 | 8 | 23 |
| | % | 65,2 | 34,8 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 9 | 9 | 18 |
| | % | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 49 | 31 | 80 |
| | % | 61,3 | 38,8 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 139 | 90 | 229 |
| | % | 60,7 | 39,3 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 36 | 17 | 53 |
| | % | 67,9 | 32,1 | 100,0 |
| Toplam | f | 248 | 155 | 403 |
| | % | 61,5 | 38,5 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 15'i (%65,2) evet, 8'i (%34,8) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 9'u (%50,0) evet, 9'u (%50,0) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 49'u (%61,3) evet, 31'i (%38,8) hayır; Orta Asya'dan

gelen öğrencilerin 139'u (%60,7) evet, 90'ı (%39,3) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 36'sı (%67,9) evet, 17'si (%32,1) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 248 kişi (%61,5) evet, 155 kişi (%38,5) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 103: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Pozitif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| **Ülke Grubu** | | **Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye pozitif bir şekilde baktım.** | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 15 | 8 | 23 |
| | % | 65,2 | 34,8 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 10 | 8 | 18 |
| | % | 55,6 | 44,4 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 38 | 42 | 80 |
| | % | 47,5 | 52,5 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 100 | 129 | 229 |
| | % | 43,7 | 56,3 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 25 | 28 | 53 |
| | % | 47,2 | 52,8 | 100,0 |
| Toplam | f | 188 | 215 | 403 |
| | % | 46,7 | 53,3 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye pozitif bir şekilde baktım."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 15'i (%65,2) evet, 8'i (%34,8) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 10'u (%55,6) evet, 8'i (%44,4) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 38'i (%61,3) evet, 42'si (%52,5) hayır; Orta Asyalı öğrencilerin 100'ü (%43,7) evet, 129'u (%56,3) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 25'i (%47,2) evet, 28'i (%52,8) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 188 kişi (%46,7) evet, 215 kişi (%53,3) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkeye ziyaret etmeyi asla düşünmeme ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 104: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülke Hakkında Daha Fazla Bilgi Arama İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye ziyareti asla düşünmedim. | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 1 | 22 | 23 |
| | % | 4,3 | 95,7 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 1 | 17 | 18 |
| | % | 5,6 | 94,4 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 5 | 75 | 80 |
| | % | 6,3 | 93,8 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 8 | 221 | 229 |
| | % | 3,5 | 96,5 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 8 | 45 | 53 |
| | % | 15,1 | 84,9 | 100,0 |
| Toplam | f | 23 | 380 | 403 |
| | % | 5,7 | 94,3 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye ziyareti asla düşünmedim."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 1'i (%4,3) evet, 22'si (%95,7) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 1'i (%5,6) evet, 17'si (%94,4) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 5'i (%6,3) evet, 75'si (%93,7) hayır; Orta Asya'dan gelen öğrencilerin 8'i (%3,5) evet, 221'i (%96,5) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 8'i (%15,1) evet, 45'i (%84,9) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 23 kişi (%5,7) evet, 380 kişi (%94,3) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddetme ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 105: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkenin Bütün Kültürel Formlarını Reddetme İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | | Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim. | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Evet | Hayır | Toplam |
| Afrika | f | 1 | 22 | 23 |
| | % | 4,3 | 95,7 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 0 | 18 | 18 |
| | % | 0,0 | 100,0 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 5 | 75 | 80 |
| | % | 6,3 | 93,8 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 5 | 224 | 229 |
| | % | 2,2 | 97,8 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 4 | 49 | 53 |
| | % | 7,5 | 92,5 | 100,0 |
| Toplam | f | 15 | 388 | 403 |
| | % | 3,7 | 96,3 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 1'i (%4,3) evet, 22'si (%95,7) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 0'ı (%0,0) evet, 18'i (%100,0) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 5'i (%6,3) evet, 75'si (%93,7) hayır; Orta Asya'dan gelen öğrencilerin 5'i (%2,2) evet, 224'ü (%97,8) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 4'ü (%7,5) evet, 49'u (%92,5) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 15 kişi (%3,7) evet, 388 kişi (%96,3) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediklerinde o ülkeye negatif bir şekilde bakma ifadesi ile ülke gruplarının karşılaştırması analizine ilişkin tablo aşağıdaki gibidir:

**Tablo 106: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye Negatif Bir Şekilde Bakma İfadesi ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizi**

| Ülke Grubu | Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye negatif bir şekilde baktım. | | |
|---|---|---|---|
| | Evet | Hayır | Toplam |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Afrika | f | 1 | 22 | 23 |
| | % | 4,3 | 95,7 | 100,0 |
| Balkanlar | f | 2 | 16 | 18 |
| | % | 11,1 | 88,9 | 100,0 |
| Ortadoğu | f | 6 | 74 | 80 |
| | % | 7,5 | 92,5 | 100,0 |
| Orta Asya | f | 12 | 217 | 229 |
| | % | 5,2 | 94,8 | 100,0 |
| Uzak Doğu | f | 4 | 49 | 53 |
| | % | 7,5 | 92,5 | 100,0 |
| Toplam | f | 25 | 378 | 403 |
| | % | 6,2 | 93,8 | 100,0 |

Tabloya göre uluslararası öğrencilerin vatandaşı olduğu ülkelerin bölgesel grupları ile **"Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye negatif bir şekilde baktım."** ifadesine verilen cevapların karşılaştırılmasında Afrikalı öğrencilerin 1'i (%4,3) evet, 22'si (%95,7) hayır; Balkanlar grubu öğrencilerin 2'si (%11,1) evet, 16'sı (%88,9) hayır; Ortadoğulu öğrencilerin 6'sı (%7,5) evet, 74'ü (%92,5) hayır; Orta Asyalı öğrencilerin 12'si (%5,2) evet, 217'si (%94,8) hayır; Uzak Doğulu öğrencilerin 4'ü (%7,5) evet, 49'u (%92,5) hayır cevabını vermiştir. Toplam frekans ve yüzdeler için 25 kişi (%6,2) evet, 388 kişi (%93,8) hayır şeklinde cevap vermiştir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde yaptıklarını tanımlayan ifadeler ile ülke grupları arasındaki ilişkiye ilişkin özet tablo aşağıdaki gibidir:[834]

**Tablo 107: Uluslararası Öğrencilerin Bir Ülkenin Yemeğini Yediğinde O Ülkeye İlişkin Yaptıklarını Tanımlayan İfadeler ile Vatandaşı Oldukları Ülkelerin (Gruplandırılmış) Karşılaştırmalı Analizlerinin Özeti**

| | | **Ülke Grupları** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Afrika** | **Balkanlar** | **Ortadoğu** | **Orta Asya** | **Uzak Doğu** | **Toplam** |
| **Bir ülkenin** | **… o ülke hakkında daha** | %43,5 | %72,2 | %60,0 | %44,5 | %49,1 | %49,4 |

[834] Tabloda verilen ifadelere evet cevabı verenlerin yüzdesi yer almaktadır.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **fazla bilgi aradım.** | | | | | | |
| **… o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım.** | %52,2 | %61,1 | %37,5 | %35,8 | %43,4 | %39,2 |
| **… o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim.** | %73,9 | %72,2 | %61,3 | %71,2 | %58,5 | %67,7 |
| **… o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm.** | %65,2 | %50,0 | %61,3 | %60,7 | %67,9 | %61,5 |
| **… o ülkeye pozitif bir şekilde baktım.** | %65,2 | %55,6 | %47,5 | %43,7 | %47,2 | %46,7 |
| **… o ülkeye ziyareti asla düşünmedim.** | %4,3 | %5,6 | %6,3 | %3,5 | %15,1 | %5,7 |
| **… o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim.** | %4,3 | %0,0 | %6,3 | %2,2 | %7,5 | %3,7 |
| **… o ülkeye negatif bir şekilde baktım.** | %4,3 | %11,1 | %7,5 | %5,2 | %7,5 | %6,2 |

# BEŞİNCİ BÖLÜM

# TÜRKİYE İÇİN BİR GASTRODİPLOMASİ YAKLAŞIMI

Küreselleşmiş dünyada beslenme pratiklerinin modern bireyin hayatına olan içkinliği, insanın ilkel ataları için de aynıdır ve insanlığın veya medeniyetin tarihi, insanın yiyecek arayıp bulması, avlanması, yemişleri toplaması, yiyecekleri yenecek forma getirmesi, pişirmesi ile hülasa beslenmesiyle yakından ilişkilidir. Doğumla başlayan boğaz derdi,[835] ölüme kadar aralıksız devam etmektedir ve bu süreç sadece biyolojik veya fizyolojik bir zorunluluk değil aynı zamanda toplumsal, kültürel, ekonomik, siyasi, tarihi birçok boyutu olan çok katmanlı bir yapıyı ihtiva etmektedir. Bireysel bir düzlemden başlayıp bir topluluğun ortak yaşamında da etkisi olan, toplumsal örüntüleri şekillendiren ve nihayetinde küresel anlamları içinde barındıran beslenme ve beslenme etrafında şekillenen davranışlar; insan hayatının çok merkezi bir konumundadır. Bu denli merkezi bir noktada bulunmasına rağmen beslenme üzerine çalışmalar; beslenmenin sıradan ve devamlı yapısı sebebiyle birçok bilim dalının "kör noktasında" kalmış ve gerekli öneme kavuşması son yıllarda ancak mümkün olabilmiştir.

İfade etmek gerekir ki yemek, merkezi konumu sayesinde insanların kimliklerini ifade etmesinde öncelikli olarak başvurdukları veya kendilerini ifade etmekte zorlandıklarında son çıkış olarak müracaat ettikleri kilit bir role sahiptir. Nitekim her toplum kendini toplumsal, ideolojik ve kültürel olarak var ederken kendi kültürel değerlerine, kodlarına başvurmaktadır ve bu değerler, kimliğin inşası (ulus, millet, toplum, ülke, cemaat vs.) için itici bir güç özelliği taşımaktadır. Bu çerçevede yemek de kültürel bir ayrıştırıcı olarak işlev görür ve kim olduğumuzla göbekten bağlıdır. Besinlerin seçimi, besinlere ulaşma yolları, pişirme tercihleri, sofra düzeni, yasak besinler, iğrenilen yiyecekler, yemeğin kiminle yendiği veya yenmediği, besinlerin israf edilmesi, yemek atıklarına ilişkin tasarruf gibi birçok karar insanın kimliğinin oluşumu üzerinde etkilidir (kimliklendiricidir). Benzerliklerin yanında her

[835] Ahmet Uhri, **Boğaz Derdi: Arkeolojik, Arkeobotanik, Tarihsel ve Etimolojik Veriler Iıığında Tarım ve Beslenmenin Kültür Tarihi**, İstanbul, Ege Yayınları, 2011.

kültürün tercihlerindeki farklılıklar sayesinde ötekinden farklılaşmasını sağlayan katmanlar oluşmakta ve kimlikler kendi kültürel kodlarını yansıtmaktadır.

Yemek, farklı kültürlerin etkileşime geçtikleri kadim bir insan edimi olmasına rağmen, yemeğin ve yemek kültürünün insan davranışına olan etkisine dair, antropoloji disiplini haricince, akademik ilginin gündemine geç girmiştir. Gündelik yaşamın bu sıradan eylemi, başka kültürlerin gündelik yaşamlarıyla temasa geçtiği durumlarda (ki bu temas kendi olağan akışında, sıradan bir şekilde oluşmaktadır) bir kültürlerarasılık oluşmakta ve giderek karmaşıklaşan ama aynı zamanda zenginleşen bir yemek ve beslenme kültürü oluşmaktadır. Özellikle kültürlerarası kavşaklarda yoğun şekilde görülen bu etkileşim, böyle bir kesişim noktasında yer alan Türk mutfağı ve Türk yemek kültürü için de geçerlidir. Nitekim birçok medeniyete beşiklik yapmış olan Türkiye ve Anadolu coğrafyası, farklı kültürlerin uğrak noktası veya meskeni olarak her birinden kendisine değerler katmış ve zengin bir medeniyet havzası olmuştur. Orta Asya köklerinden beslenip Selçuklu ve Osmanlı imparatorlukları ile bu havzada güçlenen modern Türk mutfağı, çeşitli gerekçelerle etrafındaki kültürlerle etkileşime geçmiş ve zenginleşmiştir. Yüzyıllar içinde oluşan bu zenginlik sayesinde Türk yemek kültürü hem farklı kültürlerin mutfaklarından etkilenmiş hem de birçok ülkenin beslenme alışkanlıklarını derinden etkilemiştir.

Öte yandan belirtmek gerekir ki tarihsel kökleri ve zenginliğine rağmen Türk mutfağı, küresel denklemde hak ettiği itibara sahip değildir ve farkındalık/bilinirlik eksikliği yaşamaktadır ve bu noksan noktaların düzeltilmesi elzemdir. Kimi otoritelere göre dünyanın en zengin mutfaklarından sayılan, birçok mutfak kültürünü etkileyen ve onlardan etkilenen, birçok araştırmada yüksek skorlar alarak beğeni toplayan Türk mutfağının bilinirliğinin artırılması için başvurulacak çarelerden biri de gastrodiplomasidir. Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasinin bir alt dalı olarak gastrodiplomasi, yabancı kamuoylarının bir ülkenin yemek kültürü vasıtasıyla etkilenmesidir. Bu bağlamda kültürlerarası bir kavşakta yer alan Türkiye gerek kamu diplomasisi gerek kültürel diplomasi ve gerekse de gastrodiplomasi faaliyetlerinin uygulanabileceği zengin bir kültürel birikime sahiptir. Bu kültürel birikim, sadece üst düzey ülke yöneticileri ve diplomatları tarafından gerçekleştirilen eski tarz diploması

anlayışı yerine, hükümet dışı aktörlerin de **(non-state actors)**[836] aktif rol aldığı yeni diplomasi anlayışıyla birlikte ele alınmalıdır. Çünkü yeni diplomasi anlayışında, aktörlerin ön planda olduğu **(actor-to-people)** bir iletişim terk edilerek insanın daha merkezde yer aldığı **(people-to-people)** bir iletişim benimsenmiştir[837] ve bir ülkenin kültürel değerleri, o ülkenin gerek hükümet gerek hükümet dışı aktörlerin süreçte aktif rol almasıyla mümkündür. Geçmiş yıllarda çeşitli kamu diplomasi çabaları içinde olan Türkiye, bu faaliyetlerin çıktılarını çeşitli endekslerde almaktadır. Örneğin Türkiye, **Soft Power 30** indeksinde 2015'te 28., 2017'de 30. ve 2019'da 29. sırada yer almıştır.[838] Ayrıca ulus markalama kavramını ilk kullanan Simon Anholt tarafından geliştirilen **Nation Branding Index**'te son üç yılda 37, 38 ve 36. sıralarda kendisine yer bulmuştur.[839] Bu endeksler ve benzeri birçok endekste[840] listelerde orta üstü sıralarda yer alan ve raporlarda kendisinden övgüyle bahsedilen Türkiye'nin kamu diplomasisi, kültürel diplomasi ve gastrodiplomasi çabalarına ağırlık vermesi ve yabancı kamuoyları nezdinde itibarını, saygınlığını ve güvenini artırması önem arz etmektedir.

Sonuç olarak bir toplumun kim olduğunu ifade etmede önemli bir yerde bulunan yemek kültürü,[841] genelde kültürel diplomasi ve özelde de gastrodiplomasi faaliyetleri aracılığıyla yabancı kamuoylarının o kültürü tanımaları, sevmeleri; onun mesajlarına ikna olmaları için kullanışlı bir araç özelliği taşımaktadır. Sert gücün yanında yumuşak gücün etkin bir şekilde kullanıldığı uluslararası çabalar, küresel ölçekte ülkelerin ve toplumların itibarını yükseltmektedir. Özellikle birçok Asya ülkesi, gastrodiplomasi faaliyetleriyle kendi yemek kültürleri üzerinden uluslararası bir itibar yakalamış; saygınlık ve güven tesis etmiştir. Köklü bir tarihin mirasçısı olarak Türkiye'nin de zengin yemek kültürünü bir yumuşak güç unsuru olarak dikkate alması, kültürel değerlerin bir yumuşak güç elemanı olarak kullanılması[842] noktasında mühimdir. Bir ulus markası olmak adına Türkiye, ulusal farklılıklarından[843] güç alarak

[836] Sancar, **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, s. 90.
[837] Cull, **Public Diplomacy**, s. 12-13.
[838] Soft Power 30, "Soft Power 30".
[839] McGrath, Bobev, "Nation Brands Index 2022"; McGrath, Frankel, "Germany Maintains".
[840] Bu çalışmanın Ulus Markalama başlığında uluslararası birçok endeks incelenmiştir.
[841] Mintz, **Şeker ve Güç**, s. 13.
[842] Nye, **Yumuşak Güç**, s. 96.
[843] Porter, **Competitive Advantage of Nations**, s. Epilogue.

rekabetçi bir kimlik inşa etmesine[844] imkân tanıyacak bir mutfak kültürü ile gastrodiplomasi faaliyetlerini güçlendirmelidir. Bu çalışmada, çalışmanın omurgasını oluşturan Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirme amacı çerçevesinde uluslararası öğrenciler üzerinden bir araştırma geliştirilmiştir. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen saha araştırmasına 443 uluslararası öğrenci katılmış ve araştırma 15.06.2021 – 15.08.2021 tarihleri arasında çevrimiçi olarak yürütülmüştür.

İstanbul Üniversitesi'nde eğitim gören uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığı ve yeme içme pratikleri üzerinden bir gastrodiplomasi yaklaşımı belirleme çabası olarak özetlenebilecek bu çalışmanın bulguları bir önceki bölümde detaylıca verilmiştir. Bu bölümde ise kavramsal bir tartışma ve Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı üzerinde durulacaktır.

## 5.1. Genel Değerlendirme

Bu alt bölümde, kavramsal tartışma ve gastrodiplomasi yaklaşımına geçmeden önce araştırma bulgularının genel bir değerlendirmesine yer verilmiştir. Demografik verilere göre bakıldığında araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerden oluşan örneklem grubunun %55,9'u kadın, %44,1'i erkektir. %1,2'si 17 yaş ve altı, %16,0'ı 18-20 yaş arasında, %38,0'ı 21-23 yaş arasında, %18,1'i 24-26 yaş arasında, %11,5'i 27-29 yaş arasında, %15,3'ü 30 yaş ve üstü yaş grubunda yer almaktadır. %86,5'i bekar, %13,5'i evli olan örneklem grubunun %18,3'ü 500 lira ve altı, %13,3'ü 501-1000 lira arası, %11,9'u 1001-1500 lira arası, %15,1'i 1501-2000 lira arası, %13,1'i 2001-2500 lira arası, %28,4'ü 2501 lira ve üzeri aylık gelire sahiptir. %24,6'sı ailesi ile birlikte, %3,0'ı devlet yurdunda, %11,3'ü kirada, %34,2'si öğrenci evinde, %20,0'ı özel yurt ya da vakıf yurdunda, %6,9'u diğer barınma mekanlarında ikamet eden katılımcıların %2,4'ü önlisans, %39,8'i lisans, %43,3'ü yüksek lisans, %14,6'sı doktora düzeyinde eğitim görmektedir. Uluslararası öğrencilerin %29,8'i 6 aydan az süredir, %5,6'sı 6-12 aydır, %15,0'ı 1-2 yıldır, %20,7'si 3-4 yıldır, %13,8'i 5-6 yıldır, %15,0'ı 7 yıl ve daha uzun süredir Türkiye'de ikamet etmekte olduklarını ifade etmişlerdir.

[844] Anholt, **Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**.

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin vatandaşı oldukları ülkeler içinde, Azerbaycan %37,9, İran %6,5, Endonezya %5,6, Türkmenistan %5,0 ve Suriye %4,3 oranı ile ilk 5 sırayı oluşturmaktadır. Vatandaşı olunan ülkeler bölgesel olarak gruplandırıldığında ise uluslararası öğrenciler %51,7 ile Orta Asya, %18,1 ile Ortadoğu, %12,0 ile Uzakdoğu, %5,2 ile Afrika, %4,1 ile Balkanlar, %1,6 ile Rusya, %1,4 ile Avrupa ve %07 ile Güney Amerika bölgesinin vatandaşlarıdır.

Beslenme alışkanlıkları ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerine bakıldığında uluslararası öğrenciler, dışarıda/dışarıdan yemek yediklerinde Türk mutfağını tercih etme sıklıklarını %31,2 ile "her gün", %37,6 ile "haftada birkaç kere", %12,4 ile "haftada bir kere" şeklinde ifade etmişlerdir. Buna göre katılımcıların %80'den fazlası haftada en az bir kere Türk mutfağından bir yemeği tercih etmektedir. "Hiçbir zaman" ifadesini tercih edenlerin sayısı ise %0,5'tir. Tabloya göre, uluslararası öğrencilerin dışarıda yemek yediğinde veya dışarıdan sipariş verdiğinde Türk mutfağını tercih etme oranı yüksek bir düzeydedir. Her gün yiyenlerin oranı toplam katılımcıların neredeyse 3'te biridir.

Dışarıda/dışarıdan yemek yemeye benzer şekilde evde yemek hazırlarken Türk yemeklerini tercih etme sıklığına bakıldığında uluslararası öğrencilerin %16,3'ü "her gün", %30,8'i "haftada birkaç kere", %10,0'ı "haftada bir kere" cevabını vermişlerdir. Buna göre uluslararası öğrencilerin %57,1'i evde yemek hazırlarken haftada en az bir kere Türk yemeklerinden birini tercih etmektedir. Katılımcıların %8,8'i ise "hiçbir zaman" evde Türk mutfağından bir yemeği hazırlamadığını ifade etmiştir.

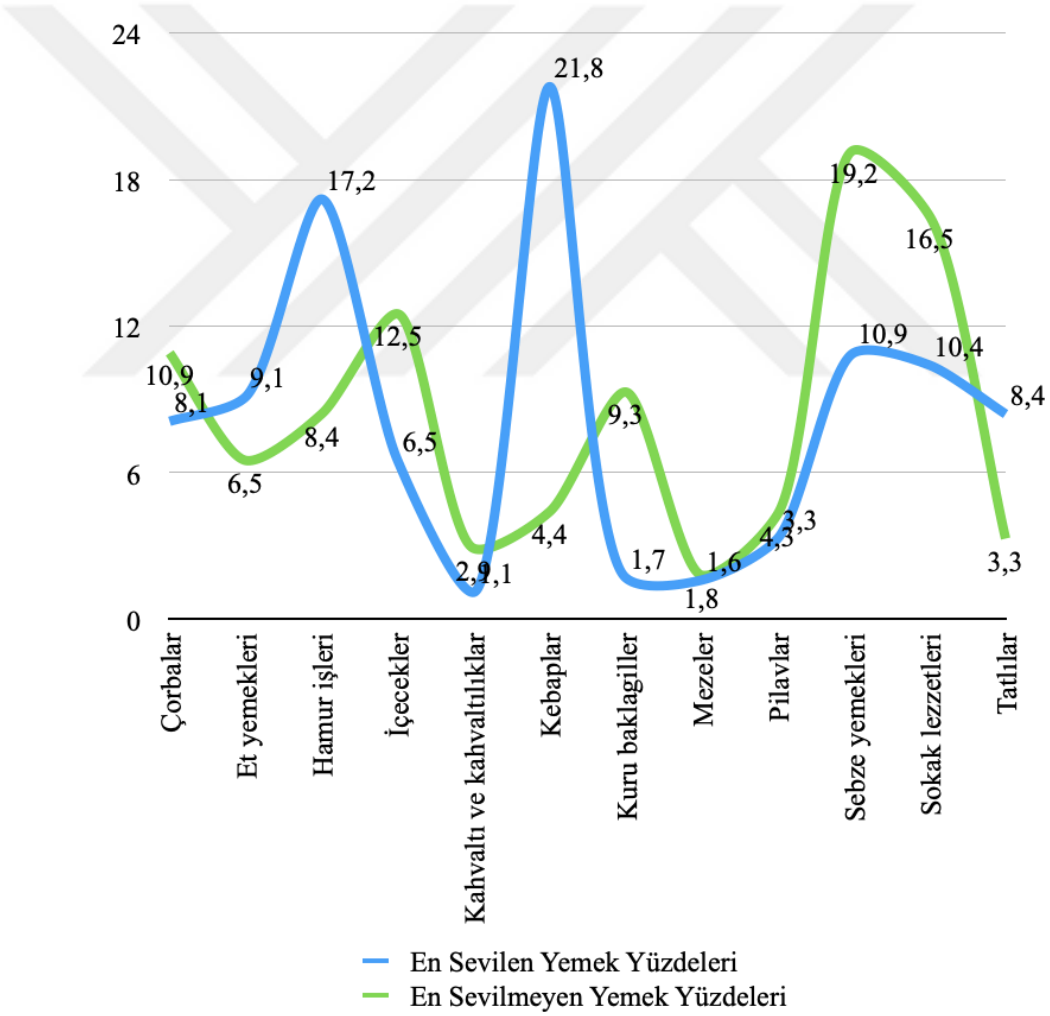
Uluslararası öğrencilerin Türkiye'deyken Türk yemeklerini tercihi "zaten" öngörülebilir bir durumdur ancak kendi ülkelerine döndüklerinde de Türk mutfağını tercih edeceklerini beyan etmeleri dikkat çekicidir. Katılımcıların %77,1'i kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri halinde Türk mutfağından bir yemeği tercih edeceklerini belirtmişlerdir.

Çalışmada uluslararası öğrencilerin Türk mutfağından en sevdikleri ve sevmedikleri yemekler de araştırılmıştır (AS2). Katılımcıların %21,8'i kebapları, %17,2'si hamur işlerini, %10,9'u sebze yemeklerini, %10,4'ü sokak lezzetlerini,

%9,1'i ise et yemeklerini en sevdiği yemek olarak belirtmiştir. En sevilmeyen yemeklerde ise ilk sırada %19,2 ile sebze yemekleri yer almaktadır. Sebze yemeklerini %16,5 ile sokak lezzetleri, %12,5 ile içecekler, %10,9 ile çorbalar, %9,3 ile kuru baklagiller, %8,4 ile hamur işleri ve %6,5 ile et yemekleri takip etmektedir.

En sevilen ve en sevilmeyen yemekleri bir arada görmek adına aşağıdaki tablo açıklayıcı olacaktır:[845]

**Grafik 7: Uluslararası Öğrencilerin En Sevdikleri ve En Sevmedikleri Türk Yemeklerinin Yüzde Karşılaştırması**




[845] Bu tablo hazırlanırken en sevilen ve en sevilmeyen yemekler kategorilerinde birleştirme yapılmamıştır. Sevilen ve sevilmeyen yemeklerdeki farklılık ve nispeten zıtlık durumu sebebiyle her iki grupta birleştirilen yemekler farklıdır. Haliyle en sevilen ve en sevilmeyenler arasındaki ilişkinin açık bir şekilde görülmesi için kategorilerin yalın halleri daha açıklayıcı olacaktır.

Grafikteki değerler, toplam veri girişinin eşit olmaması sebebiyle frekans değil yüzde üzerinden verilmiştir. Böylelikle iki zıt durum arasındaki ilişki daha anlaşılır olacaktır. Çorbalar, et yemekleri, kahvaltı ve kahvaltılıklar, mezeler ve pilavlar kategorilerindeki değişim çok değildir. Hamur işleri, içecekler, sebze yemekleri sokak lezzetleri ve tatlılardaki değişim 1,5 ila 2,5 kat seviyelerindedir. En dikkate değer değişimler kebaplar ve kuru baklagiller kategorilerinde olmuştur. Kebaplar, en sevilen kategorisinde ilk sırada yer almışken; en sevilmeyen yemekler sıralamasında 35 kişi ile %4,4'lük düşük bir orana sahiptir ve neredeyse 5 katlık bir düşüş yaşamıştır. Kuru baklagillerin en sevilen kategorisindeki frekansı hayli düşükken en sevilmeyen yemeklerde dikkate değer bir düzeydedir. Kuru baklagillerde de 5,5 katına çıkarak sevilmeyen yemeklerde önemli bir yerdedir.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağını/Türk yemeklerini düşününce akıllarına gelen kelimelere (AS2) bakıldığında katılımcıların %7,0'ı "baklava", %6,5'i "kebap", %6,5'i "lezzet", %6,1'i "lezzetli", %5,2'si "döner" cevabını vermiştir. Bu soruya verilen 96 farklı cevabın gruplandırılmasıyla oluşan yeni listede ise ilk sırada %26 ile "lezzet" yer almaktadır. Lezzet kelimesini %14,7 ile "kebap", %9,7 ile "tatlı", %6,5 ile "et yemekleri", %5,6 ile "baharat", %3,8 ile "çeşitlilik" takip etmektedir. Olumsuz anlamda akla gelen kelimelerden acı kelimesi %1,8 en yüksek yüzdeye sahip gruptur.[846]

Gastrodiplomasiye ilişkin frekans analizlerine bakıldığında, uluslararası öğrencilerin %33,9'u bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkeye ilişkin fikrinin değiştiğini, %44,0'ı değişmediğini, %21,4'ü ise kararsız olduğunu ifade etmiştir. Fikrini değiştiren ülkenin hangisi olduğu sorusuna ise %8,8 ile Türkiye cevabı verilmiştir.[847] Ülkelerin bölgesel olarak gruplandırılması halinde ise %9,7 ile Uzak Doğu ülkeleri ilk sırada yer almaktadır. Uzak Doğu'yu %8,8 ile Türkiye, %3,8 ile Orta Asya, %3,6 ile Avrupa, %3,2 ile Ortadoğu takip etmektedir. Türkiye'nin birinci sırada

[846] Olumsuz çağrışımlı kelimeler acı, biraz acı, yağlı, berbat, etlerin tadı yok, sıkıcıdır ve toplam 17 katılımcı tarafından bu ifadeler kullanılmıştır.
[847] Katılımcıların %68,2'si bu soruyu cevap vermemiştir.

çıkması dikkat ekicidir; ancak araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin başka ülke mutfaklarına ait yemeklerden tatmamış olmaları da ihtimal dahilindedir.

Uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde gastrodiplomasiye veya kamu diplomasisine ilişkin tutum ve davranışlarında olan değişikliklerle ilgili ifadeleri de dikkat çekicidir. Katılımcıların %67,7'si o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettiğini, %61,2'si o ülkeye seyahat etmeyi düşündüğünü, %50,3'ü o ülke hakkında daha fazla bilgi aradığını, %47,0'ı o ülkeye pozitif bir şekilde baktığını ve %39,7'si o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdığını ifade etmişlerdir. Olumsuz cevaplarda ise katılımcıların %6,3'ü o ülkeye ziyareti asla düşünmediğini, %5,9'u o ülkeye negatif bir şekilde baktığını, %4,1'i o ülkenin bütün kültürel formlarını reddettiğini ifade etmişlerdir.

Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılıp kullanılamayacağı sorusuna uluslararası öğrencilerin %47,1'i evet, %23,3'ü hayır cevabını vermiş, %29,5'i ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Görüldüğü üzere katılımcıların neredeyse yarısı, yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünmektedir.

Bir üstteki soruya benzer olarak yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüp düşünmedikleri sorusuna uluslararası öğrencilerin %69,3'ü evet, %10,2'si hayır cevabını verirken %20,6'sı kararsız olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğu yemeklerin ulusal kimliği güçlendirmeye hizmet edeceğini düşünmektedir ve bu durum yemeklerin kimliklendirici etkisiyle de paralel bir konumdadır.

Türkiye'nin hangi yemeğinin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusuna uluslararası öğrencilerin %15,8'i baklava, %13,3'ü kebap, %4,5'i çiğ köfte, %4,3'ü döner, %4,3'ü iskender cevabını vermiştir. Bu soruya verilen cevaplar gruplandırıldığında ilk sırada %22,3 ile kebaplar yer almaktadır. Kebapları %19,4 ile tatlılar, %9,0 ile hamur işleri %6,8 ile sebze yemekleri ve %6,5 ile sokak lezzetleri takip etmektedir.

Uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılıkları genel durumu (88,84 ± 12,51) seviyesindedir.[848] Ölçeğin aritmetik ortalama değeri ise 3,57'dir ve bu değer yüksek bir seviyedir. [849] Uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeyinin demografik özellikleri ile karşılaştırmalı analizine bakıldığında yaş, medeni durum, gelir düzeyi ve öğrencilerin kaldıkları yer demografik değişkenlerine göre uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılıkları arasında bir farklılık yoktur. Cinsiyet değişkenine ilişkin olarak kültürel farklılıklara saygı alt boyutu için kadınların ortalaması erkeklerin ortalamasından; iletişimde kendine güvenme alt boyutu için erkeklerin ortalaması kadınların ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Bulgular ışığında denilebilir ki, kadınlar erkeklere nazaran kültürel farklılıklara daha saygılıdırlar; erkekler ise kadınlara nazaran iletişimde kendilerine daha fazla güvenmektedirler.

Eğitim düzeyi değişkenine ilişkin olarak iletişimde sorumluluk, iletişimde kendine güvenme, iletişimde dikkatli olma alt boyutları ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanları için yüksek lisans ve doktora gruplarının ortalaması önlisans ve lisans grubu ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Bulgular ışığında denilebilir ki, eğitim düzeyi yükseldikçe uluslararası öğrenciler iletişimde daha sorumlu, kendine güvenen ve dikkatli konumdadırlar ve kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlıdırlar.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'de bulundukları süre değişkenine ilişkin olarak, iletişimde sorumluluk alt boyutu için 7 yıl ve üstü olanların ortalaması 6-12 ay ve 3-4 yıl olanlardan; kültürel farklılıklara saygı alt boyutu için 7 yıl ve üstü olanların ortalaması 6 aydan az olanların ortalamasından; iletişimde dikkatli olma alt boyutu için 7 yıl ve üstü olanların ortalaması 6-12 ay olanlardan; Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puan ortalaması ise 6-12 ay ve 3-4 yıl olanlardan anlamlı şekilde yüksek

[848] Bir sonraki başlıkta bu çalışmanın çıktıları diğer çalışmalarla birlikte değerlendirilmiştir.
[849] Kültürlerarası duyarlılık üzerine yapılan çalışmalarda 1,00 – 1,50 aritmetik ortalamanın "çok düşük", 1,51 – 2,50 aritmetik ortalamanın "düşük", 2,51 – 3,50 aritmetik ortalamanın "orta", 3,51 – 4,50 arası aritmetik ortalamanın "yüksek", 4,51 ve yukarısı aritmetik ortalamanın "çok yüksek" olduğu belirtilmiştir. Bkz. Moradi, Ghabanchi, "Intercultural sensitivity", s. 138; Saricoban, Oz, "Research into Pre-Service English Teachers' Intercultural Communicative Competence (ICC) in Turkish Context", s. 526.

bulunmuştur. Bulgular ışığında denilebilir ki, daha uzun süredir Türkiye'de bulunan uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık seviyeleri daha yüksektir.

Uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık ölçeğinden aldıkları puanlara ilişkin olarak en yüksek puan 90,39 ile Balkanlar'dan gelen öğrencilere aittir. Balkanlar'ı 90,17 ile Avrupa, 86,26 ile Orta Asya, 85,71 ile Rusya ve 85,04 ile Ortadoğu takip etmektedir (AS3).

Ölçekten alınan alt boyut ve toplam puanlar ile ülke grupları arasındaki farklılıklara ilişkin olarak iletişimde sorumluluk, kendine güvenme ve iletişimden hoşlanma alt boyutları için Balkanlar grubunun ortalaması Afrika ve Uzak Doğu grubunun ortalamasından; iletişimde dikkatli olma alt boyutu için Orta Asya grubunun ortalaması Afrika ve Uzak Doğu grubunun ortalamasından; Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanları için Balkanlar ve Orta Asya grubunun ortalamaları Afrika ve Uzak Doğu grubunun ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur (AS3). Analizden hareketle ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanları (KTOP) dikkate alındığında Balkanlar ve Orta Asya'dan gelen uluslararası öğrenciler Afrika ve Uzak Doğu ülkelerinden gelen uluslararası öğrencilere kıyasla kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlıdırlar.

Ölçeklerden alınan puanlar Bennett tarafından geliştirilen Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ne uygulandığında uluslararası öğrenciler %59,1 yüzdesiyle azaltma, %33,6 yüzdesiyle kabul etme, %6,3 ile uyum sağlama kategorisinde yer almaktadırlar. Ülke gruplarında Balkanlar %55,6 ile ve Rusya %42,9 ile kabul etme kategorisinde, diğer ülke grupları azaltma kategorisinde yer almaktadır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği puanları ile uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına veya Türk yemeklerine verdikleri puan arasındaki ilişkiye bakıldığında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bireylerin genel bir değerlendirmeyle Türk mutfağına veya Türk yemeklerine verdiği puan arttıkça iletişimde sorumluluk, iletişimde kendine güvenme, iletişimde dikkatli olma alt boyut puanları ve Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ) toplam puanları anlamlı şekilde artmaktadır.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nden alınan puanlar ile uluslararası öğrencilerin gastrodiplomasi ilişkin cevaplarının karşılaştırmalı analizlerine bakıldığında ilk olarak uluslararası öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde, ulaşmaları halinde Türk mutfağını tercih edip etmeyecekleri sorusunun cevapları dikkat çekicidir. Ölçek toplam puanlarına göre kendi ülkelerinde ulaşmaları halinde Türk yemeklerini tercih edeceklerini söyleyen katılımcılar etmeyeceklerini söyleyenlere nispetle anlamlı şekilde yüksek çıkmıştır. Tabloya göre denilebilir ki, uluslararası öğrenciler kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlı oldukça kendi ülkelerine döndüklerinde, ulaşabilmeleri halinde, Türk yemeklerini tercih etme ihtimalleri de artmaktadır.

Gastrodiplomasiye ilişkin bir diğer analize bakıldığında Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanına göre uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettiği görülmektedir.

Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüp düşünmediklerine ilişkin soruya uluslararası öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanına göre evet diyenlerin oranı hayır ve kararsızım diyenlerin oranından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüp düşünmediğine ilişkin soruya uluslararası öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanına göre evet diyenlerin oranı, hayır ve kararsızım diyenlerin oranından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Uluslararası öğrencilerin Türk mutfağı algılarının genel durumu (92,30 ± 13,81) seviyesindedir. Ölçeğin aritmetik ortalaması ise 3,88 puan ile yüksek bir seviyededir.[850] Uluslararası öğrencilerin demografik özellikleri ile Türk mutfağı algısı düzeylerinin karşılaştırmalı analizlerine bakıldığında sadece eğitim düzeyi değişkeni için bir anlamlılık söz konusudur. Diğer demografik değişkenler için bir anlamlılık yoktur.

[850] Kültürlerarası duyarlılık için oluşturulan derecelendirme dikkate alınarak yüksek seviyede olduğu belirtilmiştir.

Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nin ülke ve ülke grupları ile karşılaştırmalı analizlerinde ölçekten en yüksek puanı 97,61 ile Balkanlar almıştır. Balkanlar'ı 95,86 ile Rusya, 94,83 ile Avrupa ve 93,18 ile Orta Asya takip etmektedir. Ülke grupları arasındaki ilişkiye bakıldığında ise duyusal çekicilik alt boyutu için Balkanlar ve Orta Asya grubu ülkelerinin puanları; Afrika ve Uzak Doğu grubu ülkelerinin puanlarından anlamlı şekilde yüksektir. Sağlık endişesi alt boyutu için Balkanlar grubunun ortalaması Afrika ve Ortadoğu grubunun ortalamasından, Uzak Doğu grubunun ortalaması Afrika grubunun ortalamasından anlamlı şekilde yüksektir (AS4).

Beslenme ve Türk mutfağına ilişkin karşılaştırmalı analizlerde uluslararası öğrencilerin Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nden aldıkları puan ile Türk mutfağına/yemeklerine verdikleri puan arasındaki karşılaştırmalı analize göre Türk Mutfağı Algısı toplam puanları için değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Genel bir değerlendirmeyle bireylerin Türk mutfağına/Türk yemeklerine verdiği puan arttıkça Türk Mutfağı Algısı Ölçeği (TMA) ve alt boyut puanları da anlamlı şekilde artmaktadır.

Gastrodiplomasiye ilişkin karşılaştırmalı analizlerin ilki, uluslararası öğlencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşmaları halinde Türk yemeklerini tercih edip etmeyecekleri ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği puanlarının karşılaştırmalı analizidir. Tüm alt boyutlar ve Türk Mutfağı Algısı Ölçeği toplam puanı için kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri hâlinde Türk yemeklerini tercih edeceklerini söyleyen grubun ortalamaları, tercih etmeyeceklerini söyleyenler ve kararsız olanlardan anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Tabloya göre denilebilir ki, uluslararası öğrencilerin Türk mutfağı puanları arttıkça kendi ülkelerine döndüklerinde ulaşabilmeleri halinde Türk yemeklerini tercih etme ihtimalleri de artmaktadır.

Gastrodiplomasiye ilişkin bir diğer analize bakıldığında Türk Mutfağı Algısı Ölçeği toplam puanına göre uluslararası öğrencilerin bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradıkları, o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettiği ve o ülkeye pozitif bir şekilde baktıkları görülmektedir.

Uluslararası öğrencilerin yemekleri diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüp düşünmedikleri sorusu ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği puanlarının karşılaştırmalı analizi ölçek toplam puanlarına göre soruya evet cevabını verenlerin ortalaması, hayır ve kararsızım cevabını verenlerin ortalamasından anlamlı şekilde yüksek olduğu saptanmıştır.

Bir diğer gastrodiplomasi sorusu bir öncekine benzer bir sorudur. Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüp düşünmediklerine ilişkin cevaplar ile Türk Mutfağı Algısı Ölçeği toplam puanları arasındaki karşılaştırmalı analize göre soruya evet cevabını verenlerin ortalaması hayır cevabını verenlerin ortalamasından anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur.

Uluslararası öğrencilerin vatandaşı oldukları ülkelerin bölgesel gruplarına ilişkin analizlere bakıldığında öncelikle belirtmek gerekir ki uluslararası öğrenciler, Türk mutfağına yüksek puan vermişlerdir (8,12). Bölgeler arasındaki sıralamaya bakıldığında yüksek puan verenden düşük puan verene doğru Balkanlar, Orta Asya, Ortadoğu, Uzak Doğu ve Afrika'dan gelen öğrenciler şeklinde bir sıralama oluşmaktadır. Akla gelen kelimelerde ise tüm bölgeler için önce çıkan kelimeler lezzet, kebap ve tatlıdır. Hangi yemeğin Türkiye için bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusunda da Ortadoğu hariç bütün ülke gruplarında kebaplar ve tatlılar çıkmaktadır. Ortadoğu grubu kebaplar ve hamur işlerinin Türkiye'nin kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceğini düşünmektedir.

Bir ülkenin yemeğini yiyince o ülkeye ilişkin fikrinin değişip değişmediği sorusunda Afrikalı öğrenciler diğerlerinden yüksek oranla değiştiğini belirtmişlerdir. Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılıp kullanılamayacağına ilişkin soruya en yüksek oranla evet cevabını veren grup Afrikalı öğrencilerdir. Benzer bir soru olarak yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edip edemeyeceği sorusuna (%69,1) bütün ülke grupları yüksek bir oranla evet cevabını vermiştir. En yüksek oran Ortadoğu grubunda yer alırken onu sırasıyla Balkanlar, Orta Asya, Afrika ve Uzak Doğu ülkeleri takip etmektedir.

Bir ülkenin yemeğini yediğinde uluslararası öğrenciler, bütün bölgelerde olumlu davranışlar içinde bulunmaktadır. Her bir ifade için ayrı ayrı bakıldığında bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülke hakkında daha fazla bilgi arama ve o ülkenin diğer kültürel içeriklerini arama ifadelerinde Balkanlar; o ülkenin lezzetlerini tatmaya niyet etme ve o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadelerinde Afrika;[851] o ülkeye seyahat etmeyi düşünme ifadesinde de Uzak Doğu grupları ilk sırada yer almaktadırlar.

## 5.2. Tartışma

Bu alt bölümde uluslararası öğrencilerin kültürlerarasılığı, beslenme ve Türk mutfağına ilişkin tutumu ve Türk mutfağı arasındaki ilişkilerden hareketle bir kavramsal/kuramsal tartışma yürütülecektir. Bu çalışmanın kavramsal çerçeve bölümünde irdelenen kimi kavramlar ile araştırmanın bulguları bölümünde analizi yapılan bilgiler tartışmanın zemininde yer alacaktır. Bu bölüm çalışmanın ortaya çıkardığı üç kategorik sonuç üzerinden kurgulanmıştır. Bunlardan ilki, uluslararası öğrencilerin durumuna ilişkin çıktılardır ve uluslararası öğrencilerin kültürlerarası durumları, beslenme alışkanlıkları, Türk mutfağına ilişkin tutumları bu kapsamda değerlendirilmiştir. Bir diğer çıktı kategorisi Türk mutfağı üzerinedir ve Türk mutfağının diğer mutfaklar, küresel gıda sistemi ile etkileşimi ile nasıl bir konumda olduğu irdelenmektedir. Son olarak da kamu diplomasisi, gastrodiplomasi ve ulus markalama gibi kavramlar ışığında Türkiye'nin uluslararası arenadaki konumuna ilişkin çıktılar yer almaktadır. Yukarıda zikredilen kavramlar, sistematik bir yapıdan ziyade kavramsal bir bütünlük çerçevesinde kurgulanmıştır.

Öncelikle belirtmek gerekir ki, uluslararası öğrencilerin doğdukları/yaşadıkları ülkelerden başka bir ülkede eğitim görmek için gelmeleri dahi başlı başına bir kültürlerarasılık anlamına gelmektedir. Farklı ülkelerdeki bu uluslararasılık üzerinden bile düşünülse kültürlerarası karşılaşmaların, etkileşimlerin ve kültürlerarası iletişimin yoğun olarak yaşanacağı aşikardır. Bu çerçevede Tablo 43'te görüldüğü üzere uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılıkları yüksek seviyededir (85,04 ± 12,14). Bir başka deyişle uluslararası öğrenciler, kültürlerarası etkileşimlerde duyarlı

[851] Balkanlar ve Orta Asya grupları da çok yakın yüzdelere sahiptir.

bireylerdir (AS1). Bu çalışmada uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık seviyeleri Bulduk ve arkadaşlarının[852] hemşirelik öğrencilerine (77,58 ± 9,44), Vilà Baños'un[853] İspanyol gençlere (76,49 ± 11,53), Toda ve Maru'nun[854] Japon hemşirelere (76.33 ± 8.40) yönelik araştırmalarının sonuçlarından yüksek bulunmuştur (85,04 ± 12,14). Öte yandan bu ortalama, Bulduk ve arkadaşlarının[855] bir sağlık hizmetleri meslek yüksekokulundaki öğrencilerine (88,94 ± 14,12), Karadag Arli ve Bakan'ın[856] hemşirelik öğrencilerine (85,28 ± 10,01), Spinthourakis ve arkadaşlarının[857] öğretmen adaylarına (92,48 ± 9,00) uyguladıkları araştırmaların ortalamalarından ise düşüktür. Ayrıca Tablo 44'te görüldüğü üzere ölçek toplamının aritmetik ortalama puanı 3,57'dir. Bu değer, yüksek bir seviye olarak kabul edilmektedir.[858] Sonuç olarak uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık ortalamalarının benzer araştırmalara kıyasla üst gruba yakın bir seviyede olduğu gözlenmiştir.

Öte yandan böyle bir kültürlerarasılık dahi uluslararası öğrencilerin bulundukları ülkelerde yabancı, farklı ve öteki oldukları gerçeğini değiştirmemektedir. Çünkü uluslararası öğrenciler yabancıdırlar ve bu sebeple farklı olan, tekinsiz olan, korkulması gereken, temkinli olunması gereken ve üzerine yapışan onca olumsuz etiketle birlikte öteki olandır. Nitekim antropolojik araştırmalar da birçok topluluğun kendisini tanımlarken **(auto-ethnonym)** insan veya halk olarak tanımladığını,

---

[852] Bulduk, Tosun, Ardıç, "Türkçe Kültürler Arası Duyarlılık Ölçeğinin Hemşirelik Öğrencilerinde Ölçümsel Özellikleri", s. 25-31.

[853] "Intercultural Sensitivity of Teenagers: A Study of Educational Necessities in Catalonia", **Intercultural Communication Studies**, C. 15, No: 2, 2006, s. 16-22.

[854] Tomiko Toda, Mitsue Maru, "Cultural Sensitivity of Japanese Nurses: Exploring Clinical Application of the Intercultural Sensitivity Scale", **Open Journal of Nursing**, C. 8, No: 9, 2018, s. 640-655.

[855] Serap Bulduk, Esra Usta, Yeliz Dinçer, "Kültürlerarası Duyarlılık ve Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bir Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Örneği", **Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 7, No: 2, 2017, s. 73-77.

[856] Senay Karadag Arli, Ayse Berivan Bakan, "An Investigation of the Relationship Between Intercultural Sensitivity and Compassion in Nurses", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 63, 2018, s. 38-42.

[857] "Pre-service Teacher Intercultural Sensitivity Assessment as a Basis for Addressing Multiculturalism", **Intercultural Education**, C. 20, No: 3, 2009, s. 267-276.

[858] Moradi, Ghabanchi, "Intercultural sensitivity", s. 134-146; Saricoban, Oz, "Research into Pre-Service English Teachers' Intercultural Communicative Competence (ICC) in Turkish Context", s. 523-531.

diğerlerini de insan olmayan olarak telakki ettiğini göstermektedir.[859] Bu ben merkezci bakışın insani, insana ait bir tutum olduğunu ve insanın kendinden olmayana (ötekine) karşı mesafeli ve "tedirgin" olmasının bir noktaya kadar anlaşılabilir olduğunu belirtmek gerekir. Ancak bu insani tutumun sınırının nerede ve nasıl çizileceği ve kimin öteki kimin biz olacağı belirsizliğini korumakta ve bu belirsizlik de tartışma zeminini oluşturmaktadır. Böyle bir durumda kabul etmek gerekir ki ötekinin (bu çalışma özelinde uluslararası öğrencilerin) hâkim kültür içerisinde asimile olma riski de her zaman mevcuttur. Çünkü ben ve öteki zıtlığında öteki, bene benzediği kadar varlığını sürdürmektedir. Her ne kadar benin kendini var etmesi ötekinin gözünde var olma arzusuyla mümkün sayılsa da[860] pratikte ötekiliğin yansıması kendinden olmayanın dışlanması şeklinde olabilmektedir. Türkiye için bu ötekileştirme yahut asimile etme politikası geçerli olmamakla[861] birlikte Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin kültürlerarası etkileşimlerin doğası gereği hâkim kültürün konumuna karşı "asimile olma" ihtimalini[862] göz önünde bulundurmak gereklidir. Bütün bu olumsuz tanımlara ve risklere rağmen ötekilik **(otherness)** kavramının yerine başkalık **(alterity)** kavramının tercih edilmeye başlanması da dikkat çekicidir ve paradigmatik bir dönüşümün ilanı sayılmalıdır. Ötekilikte var olan "epistemik öteki" sadece bilinen ve edilgen bir ötekiyken, kavram başkalık tartışmalarında daha somut "ahlaki öteki"ye doğru evrilmiştir ve bir öteki biçimi olarak başka olan, fiilen var olan[863] kanlı canlı kişilere dönüşmüştür. Böylece, öncesinde var olan "hariçte tutma"ya ilişkin bilginin yerine içimizdeki gerçek başkaların "kimliği" geçmiştir. Toparlamak gerekirse hem dünyada (Grafik 1) ve hem de Türkiye'de (Grafik 3) günden güne artan uluslararası

[859] Levi-Strauss'tan aktaran Staszak, "Other/otherness", s. 3.
[860] Türkkan, "Other/Alterity", s. 1.
[861] Dışişleri Bakanlığı web sitesinde Türkiye'nin dış politikasına ilişkin yer alan "Türkiye, farklı kültürler ve dinler arasında karşılıklı saygı ve ortak değerleri teşvik etmeye yönelik çabalarda da öncü rol üstlenmiştir." ifadesi ve Göç İdaresi Başkanlığı web sitesinde yer alan Türkiye'nin yabancılarla uyum politikasına ilişkin "Hem yabancının hem de ev sahibi toplumun sosyokültürel ve ekonomik gelişmesine katkıda bulunmayı hedefleyen, asimilasyoncu olmayan, ev sahibi toplumun da göçmenlere uyum sağlanmasını ve yabancıların kendi yeteneklerini ekonomik, sosyal ve kültürel alanlar dahil olmak üzere yaşamın tüm alanlarında gerçekleştirmesini amaçlayan, gönüllülük esaslı politikadır." ifadeleri göstermektedir ki Türkiye için ötekileştirme, asimilasyon, entegrasyon politikaları insanı ve gönüllülüğü merkeze alan bir yapıdadır. Bkz. Dışişleri Bakanlığı, "Türkiye'nin Girişimci ve İnsani Dış Politikası", **Dışişleri Bakanlığı**, (26.04.2023), (Çevrimiçi) https://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa, 26.04.2023; Göç İdaresi Başkanlığı, "Uyum Hakkında", **Göç İdaresi Başkanlığı**, (26.04.2023), (Çevrimiçi) https://www.goc.gov.tr/uyum-hakkinda, 26.04.2023.
[862] Tutal, **Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık**, s. 114.
[863] Türkkan, "Other/Alterity", s. 1.

öğrenciler gerek dünyada gerekse Türkiye'de bir ötekilik ve başkalık biçimi olarak "içimizde" yer almaya devam edeceklerdir.

Bunun yanında ötekilikte ve nispeten başkalıkta uluslararası öğrenciler için var olan dezavantajlı durum, kültürlerarasılığın çoğaltıcı dinamikleri dikkate alındığında "melezlik" ön plana çıkmaktadır ve şunu belirtmek gerekir ki ötekilikte var olan zıtlık ve ikilik; melezlikte karşılıklılık ve müzakereye dönüşmüştür. Haliyle uluslararası öğrencilerin kendi kültürleri ile Türk kültürü arasında bir zıtlıktan bahsetmektense yeni imkanları mümkün kılacak bir melezliği düşünmek daha doğru olacaktır. Bu bağlamda küreselleşmenin kültürel ayağında ortaya çıkan üç sonuçtan biri olarak melezlik,[864] kimliğin kaybı değil farklı kültürlerin etkileşiminden doğan yeni bir imkândır. Çünkü gerek hâkim ve marjinal kültürün karşılaşması gerekse farklı kültürlerin karşılaşması olsun iki yahut daha çok kültürün birbirini etkilemesiyle öncekinden daha çok, daha verimli, daha zengin, daha yeni ve nihayetinde melez bir yapı oluşacaktır. Önceleri bir alay ifadesiyken küreselleşen dünyada bir ayrıcalık halini alan melezliğin temeli karşılıklılık ve müzakere üzerine bina edilmektedir.[865] Şu durumda uluslararası öğrenciler için kendi kültürleri ve Türkiye'de baskın olan Türk kültürü etkileşime geçmesiyle melez bir kültür oluşmaktadır ve bu melezlik de yaşadıkları şehirlerde olmaktadır. Özetle gerek Türkiye gerekse uluslararası öğrencilerin yaşadıkları şehirler (Tablo 4) üçüncü mekâna dönüşmektedir. Böylece üçüncü mekân melezliğin üretildiği, diğer iki mekânın ötesinde ve onları aşan mekân olarak belirmektedir. Bhabha'nın yaklaşımı, küresel, baskın ve sömürgeci olandan yana değil yerel, öteki ve sömürülenden yanadır.[866] Böyle bir bakış açısında melezlik bir eksiklik değil bir kültürün geçmiş tecrübelerinin bugün için bir avantaj sunmasıdır. Çünkü melezleşme devam eden bir süreçtir[867] ve uluslararası öğrencilerin de Türk kültürü içinde melezleşmesi söz konusudur. Bu melezlik onlar için bir eksilikten ziyade küresel dünyada bir avantaj ve ayrıcalıktır. Tam tersinden bakıldığında uluslararası öğrencilerin kültürüyle etkileşim halinde olan yerli/vatandaş için de melezlik söz konusu olacak ve böylece daha ayrıcalıklı bir konumlanış mümkün

[864] Smith, "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", s. 3.
[865] Moore-Gilbert, **Postcolonial Theory**, s. 116.
[866] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**.
[867] Gürlüyer, "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman", s. 48.

olacaktır. Çünkü bu karşılaşmaların olduğu üçüncü mekân **(third space)** sıkışmışlık ve arada kalmışlıktan doğacak imkânları her iki kültüre de sunmaktadır.

Öte yandan melezlikte çok kültürcü değil kültürlerarası bir durum görülmektedir. Çok kültürcü bir anlayışta iki farklı kültürün ilişkisi birbirine mesafeli bir farklılıkla şekillenmekte ve araya konulan mesafeden dolayı ötekilerin varlığı hâkim kültür için sorun teşkil etmemektedirler.[868] Ancak kültürlerarasılık söz konusu olduğunda ilişkiler farklı kültürlerin etkileşimiyle dönüşmekte ve iki farklı kültür değil; "üçüncü mekânda" melez bir kültür oluşmaktadır. Nitekim melezliğin oluşması için kültürlerarası bir zemine ihtiyaç vardır ve bu zeminin oluştuğu yer de üçüncü mekândır. Uluslararası öğrencilerin Türkiye'de ayrıcalıklı melez kültürler üretmesinin şartı çok kültürlülükten ziyade kültürlerarasılıktır ve bu zeminin sağlanması halinde Türkiye üretken bir üçüncü mekâna dönüşecektir. Çünkü melezliğin oluştuğu alan üçüncü mekândır.[869] Genelde Türkiye, özelde bulundukları şehirler (Tablo 4) ve bu çalışmanın özelinde İstanbul, uluslararası öğrencilerin kendi kültürleri ve hâkim Türk kültürünün harmanlandığı üçüncü mekâna dönüşmektedir.

Bunların yanında uluslararası öğrencilerin yemek kültürlerinin de melezliğe uğradığını söylemek yanlış olmayacaktır. Araştırma sonuçlarından doğrudan elde edilen bir çıktı olmamakla birlikte, melezleşme sonucunda hem hâkim kültürde hem de uluslararası öğrencilerin kültürlerinde farklılıklar olduğu, yemek kültürlerinin ve beslenme alışkanlıklarının da bu dönüşümden etkilendiği söylenebilir. Örneğin uluslararası öğrencilerin yarıdan fazlasının evde (Tablo 27), büyük çoğunluğunun ise dışarıda haftada en az bir kere Türk yemeklerini tercih ediyor olması (Tablo 26), onların geleneksel beslenme alışkanlıklarında değişimler olduğunun bir göstergesidir. Özellikle evde hazırlanan yemeklerde melezleşmenin daha fazla olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Çünkü, bir yemeğin hazırlanması için sadece tarifler değil var olan geleneksel, kültürel alışkanlıklar da etki etmektedir. Dışarıda/dışarıdan yemek yendiği zaman "tabağa konan" yemek tüketilmektedir ancak evdeki yemek hazırlama süreçleri hazırlayanın kültürüyle yoğun bir ilişki halindedir. Bu bağlamda uluslararası

[868] Taguieff'ten aktaran Bilgin, **Kimlik İnşası**, s. 293.
[869] Bhabha, **Kültürel Konumlanış**.

öğrencilerin yarıdan fazlasının haftada en az bir kere bir Türk yemeğini evde hazırladığı yoğunluk dikkate alındığında yemek kültürlerinde bir melezleşme olduğu söylenebilir. Oluşan bu yeni yemek kültürünün (biçim, tarif, içerik, yöntem, tüketim, araç-gereçler vs.) mahiyetine ilişkin bir çıkarımda bulunmak bu araştırma kapsamında mümkün olmasa da öğrencilerin yemek kültürü ile Türk yemek kültürünün etkileşime geçmesiyle melez bir kültür meydana geldiği söylenmelidir. Şu durumda özellikle uluslararası öğrencilerin evleri,[870] melez yemek kültürlerinin oluştuğu **mikro üçüncü mekânlar** olarak ortaya çıkmaktadır.

Öte yandan çok kültürlülüğün birçok ülke (İskandinav ülkeleri, Kanada, Avustralya, Amerika Birleşik Devletleri, Britanya, İsviçre, Danimarka ve Hollanda gibi) tarafından geniş veya kısmi bir şekilde benimsenmesine, sahiplenilmesine ve politikalarının uygulanmasına rağmen Türkiye gibi (uluslararası eğitimde özellikle bazı bölgeler için hedef ülke olan) ülkelerde de çok kültürlülük günden güne daha da geçerli olmaktadır. Çünkü çok kültürlülüğün olduğu bir toplumda farklı kültürler bir arada bulunmaktadır[871] ve Türkiye'de ve İstanbul'da da birçok farklı ülke ve uyruğa mensup uluslararası öğrenci bir arada bulunmakla (Tablo 2 ve 5) çok kültürlü bir atmosfer oluşturmaktadır. Bunun yanında çok kültürlülüğün olduğu bir durumda kültürlerarasılık da olacaktır çünkü kültürlerarası bir zemin ancak çok kültürlü bir bağlamda mümkün olmaktadır. Nitekim kültürlerarasılık farklı kültürlerin karşılıklı etkileşimleri halinde oluşmaktadır ve şu durumda Türkiye, farklı kültürlerin bir arada bulunması ile çok kültürlü ve bu farklı kültürlerin etkileşimi sebebiyle de kültürlerarası bir coğrafyadır.

Üzerinde durulması gereken bir diğer husus, uluslararası öğrencilerin Türk kültürüyle karşılaşmalarıyla oluşan kültürleşmeleridir. Farklı kültürlerden insanların kültürlerarası etkileşimleri sonucunda kültürlerin birinde veya ikisinde oluşan değişikliğe işaret eden kültürleşme[872] uzun süreli bir etkileşimle mümkün olmaktadır. Uluslararası öğrencilerin Türkiye'de bulundukları süre göz önüne alındığında daha uzun süre bulunanların kültürleşmelerinin (hem Türk kültürü hem de diğer kültürlere

[870] Tablo 23'te görüldüğü üzere uluslararası öğrencilerin en azından %70'i evlerde kalmaktadır.
[871] Anık, "Çokkültürlü Bir Toplumda Kimlik Algısı: İsveç'te Yaşayan Türk Göçmenleri Örneği", s. 3.
[872] Redfield, Linton, Herskovits, "Memorandum for the Study of Acculturation", s. 149-152.

ilişkin olarak) daha kısa süre bulunanlara nazaran nispeten sorunsuz olduğu söylenebilir. Tablo 51'de görüldüğü üzere 7 yıl ve üzeri süre Türkiye'de bulunanların 6-12 aydır ve 3-4 yıldır Türkiye'de bulunanlara nispetle kültürlerarası süreçlere daha duyarlı oldukları gözlenmektedir. "6 aydan az" seçeneğinde anlamlı bir sonuç çıkmamasının uluslararası öğrencilerin Türk kültürüyle yeni karşılaşmaları sonucu yaşadıkları cicim aylarından[873] kaynaklı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Kültür şokunun ikinci ve üçüncü aşamasında zorluklar yaşansa da sürecin sonunda uluslararası öğrenciler hâkim kültür ile bir uyum içerisine gireceklerdir. 7 yıl ve üzeri süredir Türkiye'de bulunan öğrencilerin kültürlerarası süreçlerde daha duyarlı olmasının sebebi de kültür şoku sürecinin sonlanarak kültürleşmenin az yahut çok gerçekleşmesidir.

Kültürlerarası süreçler bağlamında bakıldığında mutfak kültürlerinin ötekiliği de dikkat çekicidir. Bu noktada öncelikle bahsedilmesi gereken, uluslararası öğrencilerin yemeklerinin (azınlık kültür) Türk mutfağı (hâkim kültür) karşısındaki ötekiliğidir. Uluslararası öğrencilerin kendi yemekleri, beslenme alışkanlıkları, yemek kültürleri, sofra adetleri, yemeklerde kullanılan ürünler gibi kendi kültürel değerleri baskın Türk mutfağı karşısında öteki konumundadır.

Mutfak kültürünün ötekiliğinde öne çıkan bir diğer husus ise Türk mutfağının dünya mutfakları içinde kendinden yeterince söz ettirmediği için öteki konumunda olmasıdır. Birçok otorite tarafından dünyanın en zengin mutfaklarından sayılmasına karşın Türk mutfağı, kendi kimliğini yeterince inşa edememiştir. Fransız mutfağı, İtalyan mutfağı, Japon mutfağı gibi mutfaklar daha kimlikli mutfaklardır ancak Türk mutfağı ötekidir ve özellikle Batı için egzotik olandır. Doğu-Batı dikotomisinden hareketle Türk mutfağı, Batı mutfağı olmayandır. Batı'nın mutfak kültürünü birçok noktada ve uzun yıllar etkilemiş olsa da Türk mutfağı Ortadoğu, Orta Asya, Osmanlı ve Selçuklu'dur ve bu köklerin her biri Batı için ötekilik referansıdır. Kültürel bir nesne olarak[874] kurgulanan öteki telakkisi içinde Türk mutfağı Batı'nın ben, biz ve

[873] Cicim ayları, kültür şoku sürecinin ilk evresidir ve bu süreçte hâkim kültüre yönelik hayranlık ve şaşkınlık mevcuttur. Bkz. Oberg, "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", s. 178.
[874] Keyman, "Farklılığa Direnmek: Uluslararası İlişkiler Kuramında 'Öteki' Sorunu", s. 77.

kimlik kurgusunun dışında yer alan, Batı olmayandır.[875] Bu noktada Schnapper'in öteki ile ilişkinin evrenselci bir perspektifle olacağı ve benin ötekiyi asimile edeceği önermesinden hareketle[876] Türk mutfağının yoğun küreselliğin etkisinde altında asimile olma tehlikesi gözden kaçırılmamalıdır. Schnapper'in ötekiye ilişkin farklılaştırıcı tutum yaklaşımına[877] göre de Türk mutfağı hâkim söylemin yanında farklı olan, aşağıda olandır ve her iki yaklaşımda da Türk mutfağı öteki olmanın sınırlarını aşamamaktadır. Ancak ben'in kendini var etme arzusunun öteki ile mümkün olduğunu[878] biliyor olmak; ötekinin kendinden menkul gücüne de işaret etmektedir. Sonuç olarak Türk mutfağı, ampirik bir "bilgi"den ibaret olmanın[879] ötesine geçerek bütün zorluklarına karşın kendini tanımlayabilmelidir. Tanımlanan değil kendini tanımlayan olması ve kendisine olumlu ve özerk bir kimlik vermeye başlaması halinde[880] Türk mutfağının küresel ölçekte varlığını daha iyi savunacağı açıktır.

Gerek uluslararası öğrencilerin yemek kültürlerinin Türk yemekleri karşısındaki gerekse Türk mutfağının küresel gıda ağı karşısındaki ötekiliği bir asimilasyon tehlikesini içinde barındırsa da kültürlerarası karşılaşmalardan doğacak yeni imkânlar ile melez ve ayrıcalıklı bir mutfağın/yemek kültürünün meydana gelmesi de mümkündür. Burada hangi kültürün baskın geleceği[881] ise belirsizdir[882] ancak bu belirsizlik yine de tali bir sorun teşkil etmektedir çünkü aslolan melezliğin inşasıdır. Dolayısıyla "marjinal" yemek kültürlerinin etkisiyle Türk yemeklerinde oluşacak farklılıklar veya Türk mutfağının köklü mirasından etkilenerek değişen uluslararası öğrencilerin mutfakları ile iki mutfak kültürünü de aşan, daha verimli ve yeni yeme pratikleri oluşacaktır. Bunun yanı sıra sadece uluslararası öğrencilerin yemek kültürleri ile Türk yemek kültürü arasında bir etkileşimden ve ötekilikten bahsetmek de eksik olacaktır. Çünkü genelde Türkiye, özelde öğrencilerin

[875] Batı'da özellikle Fransız mutfağının baskın belirleyiciliği sayesinde sadece Türk mutfağı değil dünyanın diğer mutfakları için de otorite ve referans kabul edildiği bir gerçektir. Ben ve öteki şeklindeki ikili kurgulamalar ve sömürgeciliğin etkisiyle Batı ve özelde Fransız mutfağı, etnosentrik bir yaklaşımla tabiri caizse diğer mutfakları "hizaya çekmiştir."
[876] **Sosyoloji Düşüncesinin Özünde "Öteki" İle İlişki**, s. 25.
[877] **a.g.e.**, s. 27.
[878] Türkkan, "Other/Alterity", s. 1.
[879] Keyman, "Farklılığa Direnmek: Uluslararası İlişkiler Kuramında 'Öteki' Sorunu", s. 72.
[880] Staszak, "Other/otherness", s. 3.
[881] Tutal, **Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık**, s. 114.
[882] Örneğin İngiliz mutfağı, sömürgeleştirdiği ülkelerin mutfaklarından etkilenmiştir.

bulundukları şehirler ve hatta yerleşkeler farklı kültürlerin etkileşim ve müzakereleri ile kültürleri birbirine bağlayan üçüncü mekânlardır ve kültürel sınırların aşılarak kültürlerarasılığın yoğun şekilde yaşandığı bir potansiyeli içinde barındırmaktadır. Bu noktada farklı ülkelerin vatandaşı olan (Tablo 2, 5 ve 24) uluslararası öğrencilerin kendi kültürleri arasındaki etkileşimlerden de yeni ve melez lezzetlerin çıkması olasıdır. Örneğin, Azerbaycanlı bir öğrenci ile Endonezyalı bir öğrencinin bir akşam yemeğinde yeni lezzetleri tecrübe etmeleri ve buradan hareketle yeni, ayrıcalıklı lezzetlere ulaşmaları halinde melez mutfaklar yahut yemekler oluşabilir ve bu durumda da verimli bir kültürlerarasılıktan bahsedilebilir.

Uluslararası öğrencilerin beslenme pratiklerine ilişkin söylenebilecek bir diğer husus da uluslararası öğrencilerin beslenme alışkanlıklarında oluşan değişim ve bunun akabinde oluşacak gastro-anomi halidir. Gastro-anomi, geleneksel beslenme alışkanlıklarında oluşacak bir kuralsızlığı işaret etmektedir. Özellikle günümüzde gıda endüstrisi, dağıtım kanalları ve reklamların baskısı[883] sonucu insanların beslenme alışkanlıklarında kriz, endişe, belirsizlik, kısaca kuralsızlık **(normlessness)** oluşmaktadır. Bu bağlamda uluslararası öğrencilerin yeme alışkanlıklarında bir kuralsızlık oluştuğunu (gastro-anomi) söylemek yanlış olmayacaktır. Bireylerde gastro-anomiye sebep olan baskı araçları uluslararası öğrenciler için de geçerlidir ancak uluslararası öğrencilerin kendi mutfaklarına ait yemeklere yahut yemek hazırlamak için gerekli ürünlere ulaşma zorluğu; Türkiye'de Türk mutfağının baskınlığı gibi sebeplerin de gastro-anomiye yol açacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle uluslararası öğrencilerin kendi yemek kültürlerini bir seviyeye kadar terk edip Türk yemeklerini tercih edecekleri ve geleneksel yeme-içme alışkanlıklarında bozulmalar olacağını söylemek yerinde olacaktır. Tablo 26 ve Tablo 27'de görüldüğü üzere uluslararası öğrencilerin yarıdan fazlası evde yemek hazırlarken, %80'den fazlası ise dışarıdan yemek yerken haftada en az bir kere Türk mutfağını tercih ediyor olmaları da beslenme alışkanlıklarında oluşan bozulmaların göstergesidir. Şu durumda oluşacak kuralsızlığın etkisiyle uluslararası öğrencilerin

[883] Fischler, "Food Habits, Social Change and The Nature/Culture Dilemma", s. 948-949.

beslenme davranışlarında, özellikle Türkiye'ye ilk geldikleri dönemde, endişe, korku, yeni yiyecek korkusu gibi sonuçların olacağı söylenmelidir.

Öte yandan uluslararası öğrencilerin, oluşacak kuralsızlık ile Türkiye'de beslenme pratiklerinde zorluklar yaşayacaklarını da göz ardı etmeden, yine de Türk mutfağını tercihleri yüksek seviyededir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, uluslararası öğrencilerin evde ve dışarıda Türk mutfağı tercihlerine ilişkin olarak Tablo 26 ve Tablo 27'de yer almaktadır. Buna göre uluslararası öğrencilerin gerek dışarıda/dışarıdan yemek yediklerinde gerekse evde yemek hazırlarken Türk mutfağını yüksek oranda tercih ettikleri görülmektedir. Evdeki oranın bir miktar düşmesinin normal olduğu düşünülse dahi evde yemek hazırlarken bile öğrencilerin yarıdan fazlası Türk yemeklerini tercih etmektedir. Oranların yüksek olması, her ne kadar Türkiye'de Türk yemekleri haricindeki yemeklere ulaşmaları nispeten zor olduğu için Türk yemeklerini fazla tercih ettiklerini düşündürse de kendi ülkelerine döndüklerinde Türk mutfağını tercih edeceklerini ifade etmeleri (Tablo 30) sebebiyle öğrencilerin Türk yemeklerine ilişkin mecburiyet değil bir tercih içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Bu noktada Bourdieu'nun zaruri beğeni ve özgür beğeni kavramlarından bahsetmek yerinde olacaktır. Bourdieu'nun beğeni yaklaşımında zaruri beğeni zorunluluk ve mahkûmiyete; özgür beğeni ise bir sermayeye sahip olmaktan kaynaklı hayata kolaylık sağlayan tercihlere işaret etmektedir.[884] Uluslararası öğrenciler bir habitus olarak düşünülemese[885] de benzer yaşam tarzlarına; benzer anlam dünyalarına ve davranış kalıplarına sahip olmaları sebebiyle Türk toplumundan kısmen farklılaşarak bir alt kültür[886] özelliği taşımaktadırlar. Özce belirtmek gerekirse uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına ilişkin beğenileri ve Türk yemeklerini tercihleri de bu alt kültürün ayırt edici özelliklerindendir.

Bunların yanı sıra Türk mutfağının endüstrileşmiş ve küresel bir gıda zinciri içerisindeki konumunun tespiti de önem arz etmektedir. Yerel gıda girişimlerinin

[884] Bourdieu, **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, s. 266.
[885] Çünkü habitus, özellikle çocukluğun ilk yıllarında şekillenmektedir. Bkz. Swartz, **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**, s. 148. Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin %99'u 18 ve üzeri yaşlardadır. Dolayısıyla öğrencilerin habituslarının şekillenmiş olduğunu söylemek yerinde olacaktır.
[886] Keskin, "Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Alt Kültür: Uluslararası Öğrenciler", s. 242-257.

etkisi olmakla birlikte çok sınırlıdır ve artan dünya nüfusunu da "doyurmak" için[887] küresel gıda devleri tarafından uluslararası bir gıda zinciri kurulmuş ve sürdürülmektedir. Tam da bu noktada Türk mutfağının bu küresellik içerisindeki varlığını mercek altına almak ve konuyu Ritzer'in McDonaldslaşma kavramı üzerinden tartışmak yerinde olacaktır. Kabul etmek gerekir ki gerek dünyada gerekse Türkiye'de birçok gıda markası mümkün olan en hızlı şekilde tüketicinin tabağına yemeği getirmeye çalışmaktadır. Ancak hızlı olma çabaları yemeklerin geleneksel kimi yöntemlerinden taviz vermek anlamına gelebilmekte ve başka bir beslenme kültürüne kapı aralamaktadır. **Fast food** (hazır yemek) olarak bildiğimiz bu hızlı yemek kültürü, George Ritzer'e göre **McDonaldslaşma** kavramı etrafında şekillenmektedir ve dolayısıyla öngörülebilirlik, hesaplanabilirlik, verimlilik ve kontrol süreçlerinin[888] aktif bir şekilde gıda üretimini tahakkümü altına alması ile birçok gıda hızlıca yenmeye hazır hale gelmektedir. **McDonalds** markasıyla özdeşleşen hazır yemek endüstrisi, birçok markanın zincir mağazalarında "aç" insanları doyurmaya çalışmaktadır. Modern dünyada yemek yerken bir "sürprizle karşılaşmak istemeyen"[889] tüketiciler tercih ettikleri yiyeceklerin neye karşılık geldiğini böylece bilmektedirler çünkü endüstrileşmiş bir gıda üretimi sürprizlere kapalıdır.

Sadece zincir fast food markalarının mağazalarında yemeyi değil dondurulmuş gıdalar, ısıt-ye hazır yiyecekler, konserve gıdalar gibi evde hızlıca hazırlanabilecek[890] gıdalar da düşünüldüğünde McDonaldslaşma kültürünün ne kadar geniş çaplı olduğu anlaşılacaktır. Dondurulmuş, konserve, paketli, sıvı veya toz halinde hazır yemekler "aç-ye", "ısıt-ye", "5 dakikada hazır" gibi fast food kültürünün ruhuna uygun sloganlarla tüketicilerin hızlıca hazırlayıp servis edebileceği bir konsepte sahiptir.

[887] Bu husus küresel gıda ağı tarafından küresel üretim, verimlilik, rasyonalizasyon gibi eleştirilen kimi noktalara karşı savunmanın başlatıldığı yerdir.
[888] Ritzer, **Toplumun McDonaldlaştırılması**, s. 34.
[889] Ritzer, **a.y.**
[890] Özellikle dondurulmuş ve konserve edilmiş ürünler, marketlerde günden güne çeşit ve lezzet bakımından çoğalmaktadır. Hızlı lojistik imkanları da düşünüldüğünde ürünler bozulmadan tüketicilere ulaştırılmaktadır. Örneğin dondurulmuş halde bir Adana kebap ısı yalıtımlı ambalajlarda 72 saat boyunca bozulmamakta ve buzu çözülmeden tüketiciye ulaştırılmaktadır. Bkz. Adana'dan Lezzetler, "Adana Kebap", **Adana'dan Lezzetler**, (09.02.2023), (Çevrimiçi) https://www.adanadanlezzetler.com/adana-kebap, 09.02.2023.

Börek, mantı, lahmacun, pide, simit, künefe, baklava, kebap, döner gibi dondurulmuş ürünler; barbunya pilaki, bulgur pilavı, turşu, yaprak sarma gibi konserve veya paketli ürünler; kelle paça çorbası, ezogelin çorbası, mercimek çorbası gibi sıvı yemekler; toz halindeki hazır çorbalar gibi Türk mutfağı ile özdeşleşmiş birçok yemek McDonaldslaşmaya örnek olarak verilebilir. Burada sayılamayan birçok Türk yemeği de dikkate alındığında gıda endüstrisinin yemek kültürünü dönüştürme gücü daha iyi anlaşılmaktadır. İfade etmek gerekir ki gerek dışarıda gerekse evdeki yeme-içme pratiklerinde birçok kültürün beslenme alışkanlıklarını derinden etkileyen McDonaldslaşma kültürü, Türk mutfağı için de bir noktaya kadar geçerlidir ve Türk mutfağı ile özdeşleşmiş kimi yiyecekler fast food kültürünün bir parçası "gibi" görünmektedir. Örnek olarak, yemek zincir mağazası olan bir markanın bütün mağazalarında lahmacun aynı lezzette yer alabilmektedir yahut bir zincir tatlı markasının bütün mağazalarında aynı baklava servis edilmektedir. Bu durum tam da Ritzer'in belirttiği öngörülebilirlik, hesaplanabilirlik, verimlilik ve kontrol süreçlerinin karşılığıdır. Sonuçta McDonaldslaşma ile yerel mutfaklarda bir "aşınma"dan söz etmek yerinde olacaktır. Geleneksel pratiklerin dönüşmesi (tarifler, yemeğin hazırlanması, saklama, beslenme alışkanlıkları, tüketim gibi) ve dışarıda yemek yemenin yaygınlaşması ile yerel mutfaklar, küresel gıda endüstrisinin dönüştürebileceği "lokmalar" haline gelmekte ve McDonaldslaşmaya teslim olmaktadırlar. Bu noktada uluslararası öğrencilerin en sevdikleri yiyecekler (Tablo 31'de görüldüğü üzere kebaplar, hamur işleri ve sebze yemekleri ilk üç sırada yer almaktadır) dikkate alındığında kimi Türk yemeklerinin de McDonaldslaşmış olduğu görülmektedir.

McDonaldslaşma "tehlikesi" ile karşı karşıya olmasına karşın köklü mirası, zengin çeşitliliği, dünyada sayılı mutfaklardan sayılması gibi hususlar Türk mutfağının halen var olan gücünü de göstermektedir. Hatta sokak lezzetleri gibi niş bir alandaki çeşitliliği de Türk mutfağını diğer mutfaklardan ayıran önemli bir gücü olarak dikkat çekmektedir. Tablo 31'de görüldüğü üzere sokak lezzetleri, uluslararası öğrencilerin sevdiği Türk yemeklerindendir.[891] Şunu belirtmek gerekir ki Fast food yiyeceklerle

[891] Dördüncü sırada en sevilen yemek grubudur.

karıştırılan ancak hızlı yenilebilir olmasına karşın fast food özelliklerini yahut McDonaldslaşmayı içinde barındırmayan sokak lezzetleri Türk mutfağı için önem teşkil etmektedir. Ayaküstü atıştırmalık olarak da isimlendirilen bu lezzetler hızlıca hazırlanıyor olmasına rağmen fast food değildir. Ayaküstü yemeği, Türk kültürüne ait sokak lezzetlerinin tüketimi bağlamında düşünmek daha yerinde olacaktır.[892] Boudan da ayaküstü yemekleri, "hızlı karın doyurma" olarak tanımlamakta ve Türkiye'yi "hızlı karın doyurma cenneti" olarak görmektedir.[893] Hızlı bir şekilde hazırlanıyor olsa dahi fast food kültürünün rasyonalizasyon süreçlerinden bağımsız ve butik bir şekilde hazırlanan sokak lezzetleri yahut ayaküstü atıştırmalıklar, Türk mutfağının alamet-i farikası sayılabilecek bir özelliktedir. Tavuklu pilav, çiğ köfte, soğuk sandviç, kokoreç, köfte ekmek, kestane gibi yiyecekler hızlıca hazırlanıp yenebilen ancak McDonaldslaşmamış Türk lezzetleridir.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu önemli çıktılardan biri de Türk mutfağının tanıtımı noktasında sunduğu verilerdir. Tablo 33 ve Tablo 34'te görüldüğü üzere Türk mutfağını düşününce akla gelen ilk kelime sorusuna verilen cevaplar, Türk mutfağının tanıtımında kullanılacak materyaller için dikkate değer bulgulara sahiptir. Bu noktada Türk mutfağının tanıtım materyallerinde de mesaj stratejisi kurgulanırken neyin nasıl söylenip gösterileceği[894] hususu önem arz etmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Türk mutfağının tanıtımında "lezzet" kavramı en dikkat çeken kelimedir. Tasarımlardaki metinlerin ve görsellerin içeriğinde lezzet temasının kullanılması gerektiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca "kebap", "baklava", "döner" ve "tatlı" gibi Türk mutfağı ile özdeşleşmiş lezzetler de birçok katılımcı tarafından belirtilmiştir. Bu kavramların metin ve özellikle de görsellerde (fotoğraf, resim, illüstrasyon vs.) kullanılmasının doğru olacağını söylemek gerekir.

Bununla birlikte Türk mutfağının tanıtımıyla yakından ilişkili olarak gastronomi turizmine ilişkin çıktılar da bu çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlardandır. Buna göre Türk mutfağı ve Türkiye, gastronomi turizmine elverişli bir konumdadır.

---

[892] Pişkin'den aktaran Akarçay, "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", s. 48.
[893] Aktaran Akarçay, **a.y.**
[894] Sinan Ergüven, "Reklam Planlama Süreci", **Reklamcılık**, ed. Ferruh Uztuğ, Necip Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 117.

Gastronomi turizmi son yıllarda birçok ülkenin başvurduğu yükselen bir turizm türüdür. "Destinasyonların yiyecek ve içeceklerini keşfetmek, bunlardan keyif almak ve özgün ve hatırlanabilir gastronomi deneyimleri yaşamak için yapılan seyahatler"[895] olarak tanımlanan gastronomi turizmi özgün ve hatırlanabilir yiyecek-içecek deneyimi ve keyfinin arayışı için seyahat etmeyi içinde barındırmaktadır. Gastronomi turizmi, tamamen veya kısmen yöresel ürünleri tatmak veya gastronomi ile ilgili deneyim yaşamak için gezi planlayan turist ve ziyaretçiler için geçerlidir.[896] Bir diğer tanımda da insanların gastronomi bölgesine eğlence amaçlı kimi faaliyetleri (gıda üreticilerine ziyaret, gastronomi festivalleri, gıda fuarları, çiftçi pazarları, yemek pişirme şovları, farklı ürünlerin tadımı veya gıdayla ilgili herhangi bir turizm faaliyeti) deneyimlemek amacıyla yapılan seyahattir.[897] Bu noktada belirtmek gerekir ki Türk mutfak kültürünün zengin ve köklü yapısı sayesinde Türkiye'ye ziyarette bulunan birçok yabancı için Türk yemekleri benzersiz lezzetler sunmaktadır. Birçok araştırma da yabancıların Türk yemeklerine ilişkin olumlu tutumlara sahip olduğunu göstermektedir.[898] Bütün bunlardan dolayı Türk yemeklerine olan bu teveccühün gastronomi turizmi olarak kullanılmaya elverişli bir potansiyeli bulunmaktadır. Festival, fuar, sergi, üretici pazarı, tadım vb. gibi etkinliklerle zenginleştirilecek gastronomi turizminin Türkiye'ye önemli bir artı değer katacağı kesindir.

---

[895] Anna Kyriakaki, Smaragda Zagkotsi, Nikolaos Trihas, "Creating Authentic Gastronomic Experiences through Local Agricultural Products: The 'Greek Breakfast' Project", 5th International Scientific Conference "Tourism Trends and Advances in the 21st Century", Rodos, 2013, s. 12.

[896] Georgică Gheorghe, Petronela Tudorache, Puiu Nistoreanu, "Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism?", **Cactus Tourism Journal**, C. 9, No: 1, 2014, s. 12.

[897] Colin Michael Hall, Liz Sharples, "The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste", **Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets**, 2003, s. 1-24.

[898] Bkz. Arslan, "Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği"; Birdir, Akgöl, "Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi", s. 57-68; Cömert, Sökmen, "Türkiye'de Gastronomi Turizmi", s. 6-26; Gültekin, "Kruvaziyer Turizmine Katılan Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Algıları: Kuşadası Limanı Örneği"; Kadam, Kazkondu, Şallı, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüş ve Düşüncelerinin Genel Değerlendirmesi", s. 799-808; Mankan, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği"; Özdemir, Kınay, "Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri", s. 5-28; Sami, "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi: Atatürk Havalimanı Bölgesi Otelleri Üzerine Bir Araştırma"; Şanlıer, "Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri", s. 213-227; Yayla, Ekincek, Yayla, "Türk Mutfağı İmajının Ürün Odaklı Geliştirilmesi", s. 2916-2955; Zağralı, Akbaba, "Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma", s. 6633-6644.

Öte yandan bu çalışmanın araştırma kısmında elde edilen "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkeye seyahat etmeyi düşündüm." ifadesi de (Tablo 38) gastronomi turizmine ilişkin olarak önem arz etmektedir. Uluslararası öğrencilerin çoğunun bu ifadeye katıldığını ve yabancıların da Türk mutfağına ilişkin olumlu tutumlara sahip olduklarını göz önüne aldığımızda Türkiye'nin gastronomi turizmi için bir potansiyeli olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Gastronomi turizmine ilişkin söylenecek bir diğer husus da araştırmada kullanılan Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nde yer alan "Özgün yerinde yenen bir Türk yemeğinin tadı, kendi ülkemde yediğimden farklıdır." ifadesine (Bkz. Ekler) uluslararası öğrencilerin 5'li likert ölçeklendirmesinde 3,97 puan ile yüksek bir puan vermeleridir. Bu puan 5'li likert sıralamasında "katılıyorum" ifadesine tekabül etmektedir. Bu bağlamda uluslararası öğrenciler, Türk yemeklerinin özgün yerinde yani Türkiye'de yenmesi halinde tadının farklılaştığını düşünmektedirler. Kısacası uluslararası öğrenciler için bir Türk yemeğini deneyimlemek için Türkiye'yi tercih edecekleri ve Türk mutfağının gastronomi turizmi için potansiyel barındırdığı söylenebilir.

Bu çalışmanın kavramsal zemininden hareketle ve elde edilen bulgular ışığında kamu diplomasisinin teorik zeminine ve uygulama alanına ilişkin dikkate değer sonuçlara ulaşılmıştır. Öncelikle uluslararası öğrencilerin bir kamu diplomasisi aktörü olan kanaat önderleri **(opinion leader)** olduklarını belirtmek gereklidir. Kavramın ilk başta siyasal iletişim bağlamında kullanıldığı bilinse de sonraki yıllarda kavram insanların bir mesele hakkında yeterli bir fikri olmadığında kanaat önderlerine başvurmaları şeklinde daha geniş bir çerçeveye ulaşmıştır. İki aşamalı akış kuramı **(the two-step flow of communication)** olarak iletişim kuramlarında önemli bir yer edinen bu teoriye göre geniş halk kitlelerinin kararlarına kitle iletişim araçlarının etkisi sınırlı düzeyde gerçekleşmekte ve kamuoyunun **(public opinion)** oluşması kanaat önderlerinin etkisiyle şekillenmektedir. 1940'lı yıllarda Amerika'da sahadan elde edilen seçmen davranışları üzerine araştırmalar ile Lazarsfeld ve Katz tarafından geliştirilen modele göre kanaat önderlerinin etkisi güçlü ve karizmatik bir liderlik şeklinde değil gündelik ilişkilerde ortaya çıkan görünmez bir liderlik biçiminde

olmaktadır.[899] Haliyle kanaat önderleri, çok daha sıradan ilişkilerde ve ilişkilerin doğal mecrasında etkili olmaktadır. Bu bağlamda uluslararası öğrencilerin özellikle kendi ülkelerinde bir kanaat önderi olarak düşünülmesi yerinde olacaktır. Çünkü uluslararası öğrencilerin yeme-içme gibi gündelik hayatın olağan akışındaki bir pratikte etrafındaki insanları etkileyecekleri öngörülebilir. Bu çalışmanın araştırma kısmında uluslararası öğrencilere yöneltilen "Türkiye'ye seyahat etmek isteyenlere Türk mutfağı üzerine tavsiyede bulunmak isterim" ifadesine 5'li likert üzerinden 4,17 ortalama puan; "Türk mutfağı üzerine edindiğim deneyimlerimden herkese bahsetmekten mutlu olurum" ifadesine 3,82 ortalama puan verilmesi de (Bkz. Ekler) uluslararası öğrencilerin kanaat önderliği noktasında olan hevesini kanıtlar mahiyettedir. Şu durumda vurgulamak gerekir ki uluslararası öğrenciler, birer kanaat önderi olarak, kendi ülkelerinde kanaatleri yönlendirebilecek donanımdadırlar ve Türkiye'nin yapacağı genelde kamu diplomasisi ve özelde kültürel diplomasi ve gastrodiplomasi çalışmaları için önem arz etmektedirler. Çünkü kanaat önderleri (ve doğal olarak uluslararası öğrenciler) kamu diplomasisinin önemli bir aktörüdürler[900] ve kamu diplomasisi çabalarında geniş kamuoylarının etkilenmesi noktasında büyük yararları bulunmaktadır.

Çalışmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli husus da elde edilen verilerden hareketle kültürel diplomasiye ilişkin sonuçlardır. Dünyanın geri kalanına "kendi hikayesini anlatmak"[901] olarak veciz bir şekilde ifadesini bulan kültürel diplomasi, kamu diplomasisinin temel taşıdır.[902] Bir aktörün (ülke, birey, kanaat önderi, STK, özel kuruluş vs.) kültürel kaynaklarını uluslararası hedef kitlesini cezbetmek üzere kullanması[903] halinde kültürel diplomasinin varlığından bahsedilebilir. Bir başka deyişle bilgi, sanat ve bütün kültür ögelerinin aktarımı ile ülkeler uluslararası kamuoylarını cezbetmeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda araştırma sorularında yer alan "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım.

[899] Elihu Katz, Paul Lazarsfeld, Elmo Roper, **Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications**, 2nd ed., New York, Routledge, 2017.
[900] Özkan, "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", s. 13; Sancar, **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**.
[901] Cummings, **Cultural Diplomacy and the United States Government**, s. 1.
[902] US Department of State, "Cultural Diplomacy the Linchpin of Public Diplomacy", s. 1.
[903] Cull, **Public Diplomacy**, s. 19.

(Müzik, sanat, spor vs.)" ifadesine uluslararası öğrencilerin yarıya yakını (%39,7); "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülke hakkında daha fazla bilgi aradım." ifadesine yarısı (%50,3) katıldıklarını belirtmiştir (Tablo 38). Dolayısıyla Türk yemeklerini yiyenlerin bir kısmının Türk kültürüne ait diğer unsurlara ilişkin de araştırma yapacağı ve olumlu duygularla donanacağı öngörülebilir. Böylece kültürel diplomasinin bir bütünlük içinde yapılmasına ilişkin bir sağlama görevi görmesinden hareketle Türk kültürünü yansıtan kültürel değerlerin de bütünlük içerisinde yapılmasının önemi açıkça belirmektedir. Bu noktada, Türk mutfağı Türk kültürünü yansıtacak bir kültürel diplomasi enstrümanı olarak düşünülmelidir. Gerek Türkiye'de gerekse dünyada yükselen bir trend olan yemek ve mutfak kültürleri üzerine yayınlar ve içerikler göstermektedir ki, Türkiye'nin Türk mutfak kültürü üzerinden dünyaya kendi hikayesini anlatması kültürel diplomasi noktasında önem teşkil etmektedir.

Aynı zamanda "Bir ülkenin yemeğini yediğimde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. (Müzik, sanat, spor vs.)" ifadesinin (Tablo 38), çalışmanın modeline[904] ve bu yüzden de kültürel diplomasi çalışmalarına önemli bir katkısı daha vardır. Şekil 8'de yer alan araştırmanın modelinde görüleceği üzere kültürlerarasılık, Türk mutfağı ve beslenme alışkanlıkları ile bireysel özelliklerden hareketle Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirmek mümkün olacağı ileri sürülmektedir. Bu üç bileşenin etkisiyle Türkiye'nin gastrodiplomasiye ilişkin nasıl bir yaklaşım belirlemesi gerekliliği şekillenmektedir. Eğer bir kişi, bir ülkenin yemeğini yediğinde o ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırıyorsa kültürel içerikler arasında bir ilişki vardır ve birbirlerinin yerine kullanılabilir. Bu çerçevede, modelde yer alan Türk mutfağına ve beslenmeye ilişkin sorular çıkarılıp onun yerine örneğin Türk müziği algısı soruları konulduğunda Türkiye için bir müzik diplomasisi yaklaşımı; Türk sanat algısı soruları konulduğunda Türkiye için bir sanat diplomasisi yaklaşımı; Türk sporuna ilişkin sorular konulduğunda Türkiye için bir spor diplomasisi; Türk sinemasına ilişkin sorular konulduğunda Türkiye için bir sinema diplomasisi yaklaşımına ulaşılabilir. Çünkü modelde ileri sürüldüğü ve tezin amacında açıklandığı üzere bir kişinin kültürlerarasılığı, bir ülkenin herhangi bir kültürel değerine (yemek,

[904] Çalışmanın modeli, bir sonraki bölümde detaylıca açıklanmıştır.

sanat, spor, bilim vs.) ilişkin algısı, geliştirdiği tutumlar ve davranışlar ile bireysel özelliklerinden hareketle o ülkenin kültürel diplomasisine katkı sağlayacak yaklaşımlar geliştirilebilir.

Kamu diplomasisi bağlamında dikkate alınması gereken bir diğer husus da yumuşak güç kavramıdır. Nye'nin "insanları cezbetme becerisi"[905] olarak tanımladığı yumuşak güç, sert gücün yanında kullanılması gereken bir araçtır. Yumuşak güç, son yıllarda özellikle kamu diplomasisi ile uyum içinde birçok ülkenin kendi ülkesinin yumuşak gücünü diğer ülkeleri cezbetmek üzere kullandığı bir enstrümandır. Bu noktada Türk mutfağı Türkiye'nin uluslararası kamuoyunu etkilemek/cezbetmek üzere başvuracağı/başvurması gereken önemli bir yumuşak güç unsuru olarak öne çıkmaktadır. Daha önce de zikredilen birçok araştırma göstermiştir ki içerik, lezzet, koku, görsellik gibi hususlarda yabancılar Türk mutfağını olumlu ifadelerle nitelendirmektedirler. Yemeklerin salçalı ve yağlı olması gibi asgari olumsuz ifadeler de bulunmakla birlikte birçok Türk lezzeti; yabancı turistler, uluslararası öğrenciler ve yurtdışındaki yabancılar nezdinde sevilen/beğenilen yemeklerdir. Ayrıca diğer birçok araştırmanın yanında bu çalışma da göstermiştir ki Türk mutfağı, araştırmaya katılan uluslararası öğrenciler için sevilen, beğenilen, tercih edilen bir özelliktedir ve katılımcılar Türk mutfağını "lezzetli", "leziz", "harika", "muhteşem" gibi ifadelerle tanımlamaktadırlar. Türk yemeklerini düşününce ilk akıllarına gelen kelimeler de "lezzet" çağrışımlı kelimelerdir (Tablo 34). Sonuç olarak özellikle altını çizmek gerekir ki bunca olumlu özelliğin atfedildiği Türk mutfağı, yabancı kamuoylarını etkilemek/cezbetmek için kullanılabilecek nitelikleri içinde barındırmaktadır. İster yüksek kültür olarak dikkate alınsın ve hükümet ve sivil toplum kuruluşları tarafından organize edilsin; isterse de popüler bir kültür ögesi olarak dikkate alınarak medya ve hedef pazarlar tarafından kurgulansın, Türk mutfağı yabancı kamuoyları nezdinde Türkiye'nin daha cazip bir konumda görülmesini sağlayacak bir yumuşak güce sahiptir. Özetle kalpleri, zihinleri ve mideleri[906] cezbetmek için Türk mutfağının etkili

[905] Nye, **Yumuşak Güç**, s. 26.
[906] Ruddy, "Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image", s. 29-34.

bir yumuşak güç aracı olarak kullanılması doğru bir kamu diplomasisi stratejisi olacaktır (AS7).

Çalışma kapsamında dikkat çeken bir diğer husus da ulus markalamadır çünkü bir ulusun markalama stratejileri "sert gücün aksine yumuşak gücün kullanımı"[907] ile şekillenmektedir. Ulusal kültürel değerlerin büyütülerek[908] ülkelerin yabancı kamuoyları nezdinde imaj, itibar, saygınlık, güven tesis etmesine imkân tanıyan ulus markalama gerek yumuşak gücün uygulanması ve gerekse kamu diplomasi uygulamalarındaki etkililik[909] için mühim bir araçtır. Gastrodiplomasi uygulamalarının kültürel diplomasi, yumuşak güç ve ulus markalamadan bağımsız şekilde[910] düşünülmesi mümkün olmayacağından,[911] Türkiye markası için ulus markalama stratejilerinin de kullanılması gereklidir. Elbette Türkiye markasının inşası için birçok bileşen söz konusudur ve hepsinin etkin şekilde kullanılması gereklidir ancak bu çalışmanın özelinde Türk mutfağı ve Türk yemek kültürü, Türkiye ulus markasının inşası için yabancı kamuoylarını cezbetmek, "midelerden geçerek kalpleri fethetmek için" önemli bir fırsat olarak değerlendirilmelidir.

Özet olarak belirtmek gerekirse Türk mutfağı her ne kadar uluslararası arenada yeterince bilinmese de gerek Türkiye'de gerekse yurtdışında yabancıların beğeni ve takdirini kazanmaktadır. Bu beğeni ve takdir ise kamu diplomasisinin potasında harmanlanarak yabancı kamuoyları nezdinde Türkiye markasını güçlendirecek bir yol haritasında kullanılmadıkça "kuru" bir beğeni olarak kalma riskini taşımaktadır. Rekabetçi bir Türkiye kimliği inşası için Türk kültürüne ait birçok yumuşak güç enstrümanı doğru stratejilerle kullanılmalı ve genelde kültürel diplomasi ve Türk mutfağı özelinden hareketle gastrodiplomasi kampanyaları hayata geçirilmelidir.

## 5.3. Türkiye İçin Gastrodiplomasi Yaklaşımı

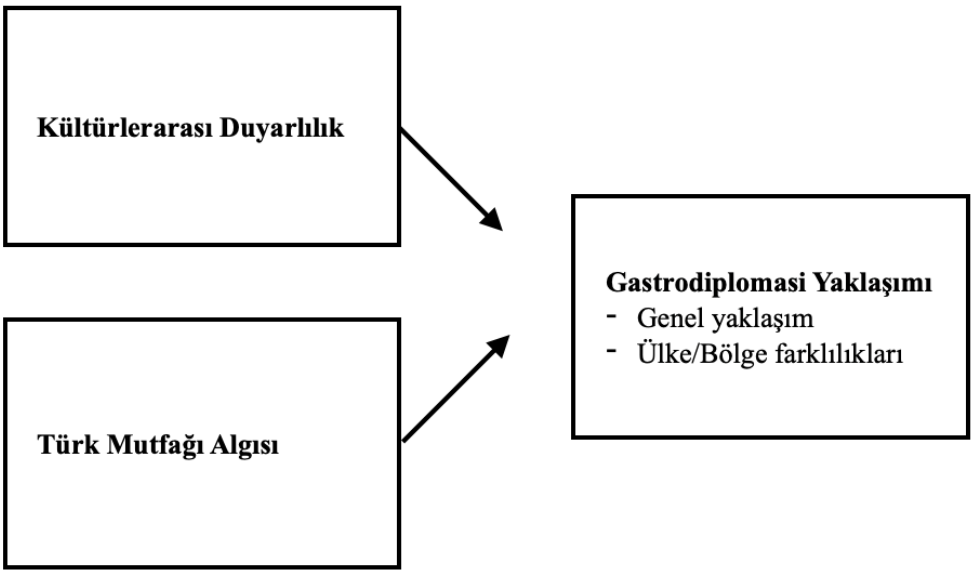
[907] Aronczyk, **Branding the Nation: The Global Business of National Identity**, s. 16.
[908] Gilmore, "Branding For Success", s. 57-65.
[909] Anholt, **Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**.
[910] Ichijo, Ranta, **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, s. 150.
[911] Şunu belirtmek gerekir ki; ulus markalama, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, yumuşak güç ve bu çalışma özelinde düşünüldüğünde gastrodiplomasi uygulamalarının birlikte düşünülmesi ve birbirine entegre edilebilmesi gereklidir. Zaten kavramların birbirinin yerine veya birbirini tamamlar mahiyette kullanılmasının sebebi de iç içe geçmiş stratejilerden kaynaklıdır.

Bu alt bölümde Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı tartışılacaktır. Nitekim daha önce de zikredildiği üzere birçok "orta güç" devlet gastrodiplomasi kampanyaları sayesinde ülke algısını güçlendirerek kendilerini yabancı kamuoyları nezdinde cezbedici bir konuma yükseltmişlerdir. Bu çerçevede Türkiye'nin de gastrodiplomasi yaklaşımının belirlenmesi için yapılacak çalışmalar önem arz etmektedir. Hükümet ve hükümet dışı organların girişimlerinin yanında akademik çalışmaların da konuya olan ilgisi sayesinde Türkiye'nin gastrodiplomasi yol haritası şekillenecektir. Bu noktada ifade etmek gerekir ki Türkiye geçtiğimiz yıllarda çeşitli gastrodiplomasi uygulamaları yürütmüştür fakat bu uygulamalar bütünlükten uzak ve birbirinden kopuk uygulamalardır. Bir gastrodiplomasi kampanyasının ise bütüncül bir anlayışla kurgulanması gerekmektedir. Dünyada Tayland, Peru, Güney Kore, Malezya, Tayvan, Japonya gibi ülkeler başarılı gastrodiplomasi kampanyaları düzenleyerek ülke markalarını güçlendirmişler; turizm ve gastronomi turizminde dikkate değer gelişmeler kaydetmişler; hem kendi ülkelerinde hem de dünyada milli mutfaklarını daha iyi temsil etme/ettirme imkânına ulaşmışlardır.

Öncelikle belirtilmelidir ki bu çalışmanın çıkış noktasında genel olarak bir ülkenin ve özelde de Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımının belirlenmesi yer almaktadır. Bunun için yabancıların kültürlerarası duyarlılık seviyeleri ve Türk mutfağı algılarından hareketle bir yaklaşım geliştirileceği öngörülmüş ve literatür taraması ve saha araştırması bu öngörüye uygun şekilde yürütülmüştür. Ancak ulusal ve uluslararası literatür ve saha araştırması sonunda ise öngörülen modelin yetersiz

olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın başında öngörülen ve sonunda ulaşılan modeller aşağıda detaylandırılmıştır.

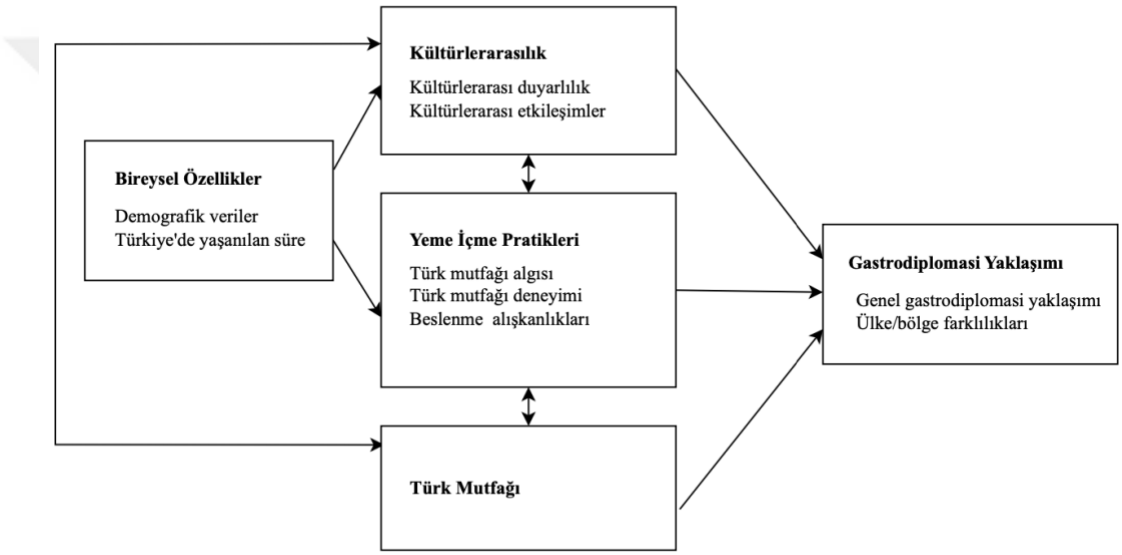
**Şekil 7: Çalışmanın Başlangıcında Öngörülen Modelin İlk Versiyonu**




Modelin ilk hali, araştırmanın başlangıcında kurulmuş kültürlerarası duyarlılık ile Türk mutfağı algısından hareketle Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirilebileceğini öngörmektedir. Çalışmanın problemine de bu noktada ulaşılmıştır. Böyle bir kurgudan hareketle, bir ülke vatandaşlarının kültürlerarası duyarlılık ve Türk mutfağı algı seviyelerinin yüksek veya düşük oluşu o ülkeye yönelik uygulanacak gastrodiplomasi yaklaşımının nasıl kurgulanması gerektiğini şekillendirecektir. Böyle bir gastrodiplomasi yaklaşımında Türkiye için ilk olarak genel bir yaklaşım belirlenecek ve ikinci aşamada da farklı ülkelere, farklı bölgelere uygun daha detaylı çözümler sunulacaktır.

Ancak modelin ilk halindeki kurgu (aynı zamanda araştırma aşamasında kullanılan ölçekler ve soru formları) kapsayıcı bir model özelliğini haiz değildir. Modelin ilk hali bütüncül bir kurgu için yetersiz kalmakla birlikte bir gastrodiplomasi yaklaşımı için temel taşları içinde barındırmaktadır. Modelin ilk halinden hareketle ve literatür ve saha araştırması sonucunda ulaşılan model ise daha teferruatlı bir yapıdadır.

**Şekil 8: Çalışmanın Sonunda Ulaşılan Modelin Son Versiyonu**




Modelin nihai biçiminde nasıl bir gastrodiplomasi yaklaşımının benimsenmesi gerektiği kültürlerarasılık, yeme içme pratikleri ve Türk mutfağına göre şekillenmektedir (AS5-AS6). Her üç başlık da karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. Ayrıca bireysel özellikler kültürlerarasılık ve yeme içme pratiklerini de tek yönlü olarak etkilemektedir. Ayrıca her bir faktörün kendi içindeki alt boyutlarının da kendi aralarında etkileşim halinde olduğu açıktır.

Modelin kültürlerarasılık faktörü, kültürlerarası duyarlılık ve kültürlerarası etkileşimlerden oluşmaktadır. Araştırma kısmında uluslararası öğrencilere uygulanan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve ölçek alt boyutlarından elde edilen skorlardan hareketle bireylerin kültürlerarası etkileşimlerde ne denli duyarlı oldukları belirlenebilmektedir. Ayrıca, kültürlerarası etkileşimler de bu başlıkta dikkate alınmalıdır. Örneğin bir kişinin yabancı bir ülkede yabancı, öteki, dışlanmış bir

konumda olması gibi kültürlerarası etkileşim türleri kültürlerarasılığa etki etmektedir. Yahut bir yabancı olarak bir ülkede yaşanmaya başlanan ilk dönemdeki kültür şoku yabancının kültürlerarası etkileşimlerine etki etmektedir. Bireysel bir düzlemin yanında; bir ülkenin çok kültürlü bir yapıda olması, çok kültürcü bir politika benimsemesi, kültürlerarası etkileşimlerin yaşanmasına elverişli olması gibi daha kurumsal ve yönetim politikalarını ilgilendiren hususlar da kültürlerarasılığa etki etmektedir. Modelin kültürlerarasılık başlığının alt boyutlarının kendi aralarındaki etkileşimine bakıldığında kültürlerarası duyarlılık seviyesi ile kültürlerarası etkileşimler arasında karşılıklı bir ilişkiden bahsetmek yerinde olacaktır.

Modelin bir diğer faktörü olan yeme içme pratikleri Türk mutfağı algısı, Türk mutfağı deneyimleri ve beslenme alışkanlıklarından oluşmaktadır. Araştırma esnasında katılımcılara uygulanan Türk Mutfağı Algısı Ölçeği ve ölçek alt boyutlarından elde edilen skorlar, bireylerin Türk mutfağına ilişkin algılarının ne düzeyde olduğunun belirlenmesini sağlamaktadır. Bireyin Türk mutfağına ilişkin olup bitenleri nasıl gördüğüyle ilişkili bir şekilde algıları şekillenmektedir. Bunun yanında Türk mutfağı deneyimi de yeme içme pratiklerinin şekillenmesinde etkilidir. Yabancılar, Türk yemek kültürünü nerede, kiminle, nasıl, ne zaman ve ne amaçla deneyimledikleri gibi deneyim sürecine ilişkin detaylar bu noktada değerlendirilmektedir. Son olarak bireylerin kendi beslenme alışkanlıkları da bu faktörün belirleyicilerindendir. Bu çalışma özelinde uluslararası öğrencilerin geleneksel olarak edindikleri beslenme alışkanlıkları (Türk yemek kültürüyle de harmanlanarak) onların yeme içme pratiklerine etki etmektedir. Bunların yanında Türk mutfağı algısı, Türk mutfağı deneyimi ve beslenme alışkanlıkları alt boyutlarının kendi aralarında karşılıklı olarak bir etkileşim de oluşmaktadır. Dolayısıyla her bir alt boyut kendi içinde de birbirini etkileyerek yeme içme pratiklerini oluşturmakta, bu pratikler de gastrodiplomasi yaklaşımının şekillenmesine etki etmektedir.

Gastrodiplomasi modelinin üçüncü aşamasına geçmeden önce kültürlerarasılık ve yeme içme pratiklerine etki eden bireysel özellikler faktörünü açmakta yarar vardır. Bireysel özellikler, demografik veriler ve Türkiye'de yaşanılan süreden etkilenerek şekillenmektedir. Örneğin bir kişinin yaşı, o kişinin kültürlerarasılığının yüksek yahut

düşük olmasına etki edebilmektedir. Ya da Tablo 50'de görüldüğü üzere, eğitim düzeyi yükseldikçe kültürlerarası duyarlılığın yükselmesi beklenecektir. Tablo 51'de görüldüğü gibi Türkiye'de yaşanılan süre de kültürlerarası duyarlılığa, dolayısıyla kültürlerarasılığa etki etmektedir. Türkiye'de yaşanılan süre arttıkça kültürlerarasılık artmaktadır. Bireysel özelliklerin yeme içme pratiklerine tek yönlü etkisinden de bahsetmek yerinde olacaktır. Örneğin eğitim düzeyi yükseldikçe Türk mutfağı algısı da yükselmektedir (Tablo 76). Özetle demografik veriler ve Türkiye'de yaşanılan sürenin hem kültürlerarasılık hem de yeme içme pratikleri üzerinde etkili olduğunu vurgulamak yerinde olacaktır.

Modelin üçüncü ayağında ise bizatihi Türk mutfağının kendisi bulunmaktadır. Yiyeceklerin üretimi, dağıtımı, pişirme teknikleri, tüketilmesi, sofra adabı, gelenekler, yemeklerin tat, koku ve görünüşleri gibi mutfağa ve yemeklere ilişkin çeşitli süreçler Türk mutfağını diğer mutfaklardan ayıran özellikleri içinde barındırmaktadır. Türk mutfağının alamet-i farikası olarak görülebilecek birçok unsur, modele etki etmekte ve Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımını şekillendirmektedir.

Ayrıca belirtmek gerekir ki kültürlerarasılık, yeme içme pratikleri ve Türk mutfağı faktörleri arasında karşılıklı/çift yönlü bir etkileşim ilişkisi bulunmaktadır. Her bir faktör diğer faktörlerden hem etkilenmekte hem de diğer faktörleri etkilemektedir. Örneğin, kültürlerarasılığın yüksek olması durumunda Türk mutfağı algısının da yüksek olması veya kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlı olan bireylerin Türk mutfağına ilişkin algılarının da daha olumlu olması beklenebilir. Tam tersinden düşünüldüğünde örneğin kendi mutfağına ve beslenme alışkanlıklarına sadık veya etnik merkezci bir kişinin kültürlerarası süreçlerde daha dikkatli olacağı öngörülebilir. Bir diğer faktör olan Türk mutfağının da yeme içme pratikleri ile karşılıklı bir etkileşimi olduğunu söylemek gereklidir. Türk mutfağının kendine has özellikleri, bir kişinin örneğin Türk mutfağı algısını veya deneyimine etki etmekte; hatta geleneksel beslenme alışkanlıklarında değişikliklere sebep olmaktadır. Tam tersinden bakıldığında da yeme içme pratiklerine ilişkin Türk mutfağına ilişkin algı, Türk mutfağı deneyimi gibi faktörler Türk mutfağını etkilemektedir. Örneğin, yabancıların beğenisine uygun şekilde (Türk mutfağı algısı) Türk yemeklerinin tarif

veya sunumunda farklılıklar olabilmektedir. Son olarak kültürlerarasılık ile Türk mutfağı arasındaki karşılıklı ilişki de süreci etkilemektedir. Örneğin kültürlerarası daha duyarlı kişilerin Türk mutfağının farklılaşıp zenginleşmesine katkı sağlayacağı; kültür şoku yaşayan bireylerin Türk yemeklerini dönüştürmeye yatkın olacağı öngörülebilir. Yahut Türk mutfağına has bir yemek hazırlama biçimi kültürlerarasılığı artıracak bir zemini insanlara sunabilir. Neticede modelin kültürlerarasılık, yeme içme pratikleri ve Türk mutfağı faktörlerinin sürece dahil olmasıyla bir gastrodiplomasi yaklaşımına ulaşılmıştır.

### 5.3.1. Afrika

Toplam 23 katılımcı Afrika bölgesinde yer almaktadır. Afrika vatandaşı olan uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeyleri ortalamanın altında yer almakta; gerek Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanı ve gerekse alt boyutlardan alınan puanlar hayli düşüktür. Afrikalı uluslararası öğrenciler, Balkanlar'dan gelen öğrencilere nazaran iletişimde daha az sorumluluk alan, iletişimde daha az kendine güvenen, iletişimden hoşlanmayan; Orta Asyalı öğrencilere nazaran da iletişimde daha az dikkatlidirler. Ölçek toplam puanları dikkate alındığında Afrika'dan gelen uluslararası öğrenciler, Balkanlar ve Orta Asya'dan gelen katılımcılara nispetle kültürlerarası etkileşimlerde daha az duyarlıdırlar. Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli doğrultusunda Afrika'dan gelen öğrenciler %73,9 oranıyla "azaltma" ve %29,2 oranıyla "kabul etme" kategorilerinde yer almaktadırlar. Azaltma yaklaşımı, insanın temel ihtiyaçlarındaki benzerlik ile evrensel ilkeler ve değerler arasındaki kesişen noktaları vurgulamaktadır.[912] Bu durumda Afrika'dan gelen uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeyleri "insanların biyolojik benzerlikleri"nin etkisiyle kültürel farklılıkların yok sayıldığı bir seviyeye karşılık gelmektedir. Özet olarak Afrikalı öğrenciler, farklılıkları azaltıp benzerlikleri çoğaltacakları bir yaklaşımı tercih etmektedirler.

Afrikalı katılımcıların Türk mutfağına ilişkin algıları ortalamanın altında yer almaktadır (90,22). Balkanlar ve Orta Asya'dan gelen öğrencilerin Afrikalı

[912] IDI, "The Roadmap..."

öğrencilere nispetle Türk mutfağının duyusal çekiciliğine ilişkin algısı anlamlı şekilde yüksektir. Ayrıca Afrikalı öğrencilerin sağlık endişesine ilişkin algısı da Balkanlar ve Uzak Doğu'dan gelen öğrencilere nazaran anlamlı şekilde düşüktür. Afrika'dan gelen uluslararası öğrencilerin beslenme ve Türk mutfağına ilişkin görüşleri doğrultusunda en sevdikleri yemeklerin kebaplar (%25,4) ve en sevmedikleri yemeklerin de çorbalar (%21,4) olduğu görülmektedir. Türk mutfağına ilişkin algıları ise tüm uluslararası öğrencilerin ortalamalarından düşüktür. Afrika bölgesinden gelen uluslararası öğrencilerin Türk yemeklerinin duyusal çekiciliğine ilişkin (tat, koku, görünüş) Balkanlar ve Orta Asya'dan gelen katılımcılardan ve sağlık endişesine ilişkin olarak da Balkanlar ve Uzak Doğu'dan gelen katılımcılardan anlamlı düşük farklılıklara sahip oldukları görülmektedir. Afrikalı uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına veya yemeklerine verdikleri puan ortalaması 10 üzerinden 7,48'dir. Bütün grupların içinde Türk yemeklerine en düşük puanı veren Afrikalı öğrencilerdir. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nde de en düşük skorlara sahip olmaları, iki farklı analiz arasında bir sağlama özelliği göstermektedir. Afrikalı öğrencilerin Türk mutfağını düşününce akıllarına gelen kelime kebap ve tatlıdır.

Gastrodiplomasiye ilişkin olarak bir ülkenin yemeğini yediklerinde Afrikalı öğrencilerin %47,8'inin fikirleri değişmekte; %60,9'u yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünmekte; %65,2'si yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğine hizmet edebileceğini düşünmektedir. Türkiye'yi dikkate aldıklarında hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusunu %52,2'si cevapsız bırakmıştır. Kamu diplomasisi, kültürel diplomasi ve gastrodiplomasi çerçevesinde dikkate alınabilecek bir soru grubu olan, bir ülkenin yemeğini yediklerinde uluslararası öğrencilerin yaptıklarına ilişkin ifadelerden Afrikalı öğrenciler için oluşan tablo şu şekildedir: Afrikalı öğrencilerin %43,5'i bir ülkenin yemeğini yediğinde daha fazla bilgi aramakta, %52,2'si o ülkenin müzik, sanat, spor gibi diğer kültürel içeriklerini araştırmakta, %73,9'u o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etmekte, %65,2'si o ülkeye seyahat etmeyi düşünmekte, %65,2'si o ülkeye pozitif bir şekilde bakmaktadır. Daha fazla bilgi arama ifadesi haricindeki ifadelerde Afrika'dan gelen öğrencilerin çoğunluğu bir ülkenin yemeğini yemesiyle olumlu düşünce, tutum ve davranışlar içerisine girdiği görülmektedir.

Bu bulgulardan hareketle Afrika ülkeleri için gastrodiplomasi çalışmalarında dikkat çeken hususlar şu şekilde özetlenebilir. Afrika ülkelerinin kültürlerarasılık düzeyleri ortalamanın altında düşük bir seviyededir. Ancak buna rağmen Afrikalıların kültürlerarası etkileşimlerde diğer kültürlerle benzerlikleri çoğaltıp farklılıkları azaltacağını belirtmek gerekir. Türkiye'ye yönelik kültürlerarası tutumun da iki kültür arasındaki benzerliklerin ön planda olduğu bir zeminde olacağını belirtmek yerinde olacaktır. Öte yandan Türk mutfağına ilişkin algıları, Türk yemeklerine verdikleri puan da diğer ülke gruplarının en alt seviyesindedir. Bu noktada altını çizmek gerekir ki, Afrika için geliştirilecek gastrodiplomasi uygulamalarında diğer ülke gruplarına nazaran daha dikkatli olunması gereklidir. Bu çalışma özelinde Türk yemeklerine ilişkin damak tadının en uzak olduğu bölgelerden biri de Afrika'dır. Böyle bir uzaklık olmasına karşın bir Türk yemeğini yediğinde Afrikalıların Türkiye'ye ilişkin düşünce, tutum ve davranışlarında olumlu değişimler oluşacak, diğer Türk lezzetlerini de denemeye açık hale gelecek ve Türkiye'ye seyahat etmeleri de muhtemel olacaktır. Böyle bir durumda Afrika'dan Türkiye'ye turistik bir hareketliliğin olması beklenebilir. Türk mutfağını düşününce Afrikalıların akıllarına kebap ve tatlı gelmekte; yemek tercihlerinde de "kebap" ve "hamur işleri" öne çıkmaktadır. Dolayısıyla kebap, tatlı ve hamur işlerine Afrika'nın gastrodiplomasi taktiklerinde öncelik verilmelidir. Ancak özellikle çorbalar, sevmedikleri ürünler olarak, bu bölge için risklidir. Son olarak gastrodiplomasi çalışmalarında kurulacak iletişim dilinin Türk kültürüyle Afrika kültürü arasındaki benzerliklere odaklanması ve kültürel farkların farklı toplumlara has zenginlikler olduğuna vurgu yapması gerekmektedir.

### 5.3.2. Balkanlar

18 kişinin yer aldığı Balkanlar grubunda yer alan uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık seviyeleri ortalamanın hayli üzerindedir ve en yüksek skora sahip grup Balkanlar grubudur. Balkanlar grubu Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği toplam puanında ve iletişimde dikkatli olma alt boyutu haricindeki bütün boyutlarda ortalamanın üzerinde bir skora sahiptir. Balkanlar'dan gelen uluslararası öğrenciler Afrika ve Uzak Doğu'dan gelen öğrencilere nazaran; iletişimde daha sorumludur, iletişim sürecinde kendine daha güvenlidir, iletişimden daha fazla hoşlanmaktadır.

Ölçeğin geneline ilişkin olarak Afrika ve Uzak Doğu'dan gelen öğrencilere nispetle kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlıdırlar. Bennett'in Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ne göre Balkanlar'dan gelen uluslararası öğrenciler bütün katılımcılar arasında tek kabul etme yaklaşımına sahip gruptur. %55,6 oranla "kabul etme" ve %44,4 oranla azaltma kategorisinde yer almaları sebebiyle uluslararası öğrenciler içerisindeki kültürlerarası zihin yapısına en yakın olan grup Balkanlar grubudur. Davranış ve değerlerdeki kültürel farklılıklar normal olarak kabul ve hatta arzu edilmesi,[913] kabul yaklaşımının yol gösterici ilkesi kültürel göreceliktir. Balkanlar'dan gelen uluslararası öğrenciler, kültürel merkezci (etnosentrik) bir yaklaşımı tercih etmedikleri için kendi kültürel değerlerini dikkate alarak değil her kültürün kendi bağlamına uygun olarak farklılıkları değerlendirmektedirler.

Balkanlar grubundan olan katılımcıların Türk mutfağına ilişkin algıları ortalamanın üzerindedir (97,61). Balkanlar'dan gelen uluslararası öğrenciler ile Türk yemeklerinin duyusal çekiciliğine ilişkin olarak Afrika ve Uzak Doğu'dan katılımcılar arasında; sağlık endişesine ilişkin olarak da Afrika ve Ortadoğu'dan katılımcılar arasında anlamlı yüksek farklılıklar bulunmaktadır. Bu gruba ait katılımcıların Türk mutfağına ait yemeklerden en sevdikleri yemeklerin %23,1 ile kebaplar, sevmedikleri yemeklerin ise %26,3 ile kuru baklagiller ve pilavlar olduğu görülmektedir. Balkanlar'dan gelen öğrenciler Türk mutfağına veya Türk yemeklerine 10 üzerinden ortalama 8,50 puan vererek gruplar içerisindeki en yüksek skora sahip gruptur. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nden de en yüksek ortalamaya sahip olan Balkanlar grubu öğrencilerinin Türk mutfağını düşününce akıllarına gelen kelimelerden ilk iki sırada "lezzet" ve "kebap" yer almaktadır.

Bir ülkenin yemeğini yediklerinde Balkanlar grubu öğrencilerin %38,9'unun fikri değişmekte, %52,9'u yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünmekte, %76,5'i yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğine hizmet edebileceğini düşünmektedir. Türkiye'yi düşündüklerinde hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusunda ilk üç sırada tatlılar, kebaplar ve sebze yemekleri yer almaktadır. Balkanlar'dan gelen uluslararası

[913] Paige vd., "Assessing Intercultural Sensitivity", s. 471.

öğrencilerin %72,2'si bir ülkenin yemeğini yediğinde daha fazla bilgi aramakta, %61,1'i o ülkenin müzik, sanat, spor gibi diğer kültürel içeriklerini araştırmakta, %72,2'si o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etmekte, %50,0'ı o ülkeye seyahat etmeyi düşünmekte, %55,6'sı o ülkeye pozitif bir şekilde bakmaktadır. Bütün ifadelerde Balkanlar'dan gelen öğrencilerin çoğunluğunun bir ülkenin yemeğini yemesiyle olumlu düşünce, tutum ve davranışlar içerisine girdiği görülmektedir.

Sonuçta ifade etmek gerekir ki Balkan ülkeleri tarihsel ve kültürel bağları ile Türkiye'nin yoğun ilişkiler içinde olduğu ülkelerdir. Bu durum gastrodiplomasi yaklaşımında da belirleyici olmuştur. Balkanlar'daki insanların kültürlerarasılıkları yüksek seviyededir ve onlar kültürlerarası etkileşimleri kabul etmeye daha yatkın; bu yüzden kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlıdırlar. Dolayısıyla Türk kültürüyle etkileşimleri "tarihsel bağların da etkisiyle" daha güçlü olacaktır. Balkan ülkelerinden gelen uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına ilişkin var olan algıları da yüksek seviyededir ve Türk mutfağına yüksek puan vermişlerdir. Balkanlar'a dönük gastrodiplomasi çalışmalarında bu bölgedeki ülke vatandaşlarının Türk lezzetlerine daha aşina olacağını söylemek gerekir. Bir Türk yemeğini yediklerinde Balkanlar'daki insanlar Türkiye hakkında araştırma yapmaya başlayacaklar ve Türkiye'nin diğer kültürel değerlerine de yöneleceklerdir. Bu kapsamda ifade etmek gerekir ki, Balkanlar'da yapılacak gastrodiplomasi faaliyetleri diğer kültürel diplomasi alanlarının etkisini artıracak ve o alanlara da katkı sağlayacaktır. Türk mutfağından bir yemeği yediklerinde diğer yemekleri de tatmaya açık olan Balkan ülkelerinin Türk mutfağı deyince akıllarına "lezzet" ve "kebap" ifadeleri gelmektedir. Sevdikleri yemeklerde kebaplar ve hamur işleri önceliklidir. Balkanlar için gastrodiplomasi yaklaşımı düşünüldüğünde lezzetin merkezde olduğu; kebap ve hamur işlerinin öne çıkarıldığı bir taktik benimsenmelidir. Kuru baklagiller ve sebze yemekleri ise Balkanlar'da pek sevilmeyen Türk yemekleridir; bu nedenle gastrodiplomasi çalışmalarında bu yiyeceklere temkinli yaklaşmak yerinde olacaktır. Balkanlar'la kurulacak iletişimin merkezinde coğrafi yakınlık, tarihsel ve kültürel birlik/beraberlik yer almalıdır.

### 5.3.3. Ortadoğu

Araştırmaya Ortadoğu'daki ülkelerden katılan uluslararası öğrencilerin sayısı 80'dir. Kültürlerarası duyarlılık düzeyleri tam ortalamada bulunan bu grubun üyeleri iletişimde sorumluluk, kültürel farklılıklara saygı ve iletişimden hoşlanma alt boyutlarında tüm katılımcıların ortalamalarından çok az yüksek; iletişimde kendine güvenme ve iletişimde dikkatli olma alt boyutlarında çok az düşüktür. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ne göre Ortadoğu'dan gelen uluslararası öğrenciler %61,3'lük bir oranla "azaltma", %31,3'lük bir oranla da "kabul etme" yaklaşımına sahiptir. Etnosentrik ve etnorelativist iki ucun arasındaki köprü işlevi gören azaltma zihin yapısındaki insanların davranışları insanlar arası benzerlikleri ön plana çıkartmaya meyillidir.[914] Balkanlar grubu hariç diğer bütün uluslararası öğrencilerin azaltma yaklaşımının baskın şekilde görüldüğü bir durumda, Ortadoğu'dan gelen öğrencilerin de insani benzerlikleri ön plana çıkardığı söylenebilir.

Ortadoğu grubunun Türk mutfağına ilişkin algısı, toplam katılımcıların ortalamasından düşüktür (90,73). Bütün alt boyutların puanlarının da toplam puanlardan düşük olduğu Ortadoğulu öğrenciler, sağlık endişesi alt boyutunda Balkanlar'dan gelen uluslararası öğrencilerden anlamlı şekilde düşük farklılıklara sahiptir. Ortadoğulu öğrencilerin en sevdiği Türk yemeklerinde ilk sırada kebaplar (%22,9) ve hemen arkasından hamur işleri (%21,1) gelmektedir. En sevmedikleri yemekler ise %21,1 ile sokak lezzetleridir. Ortadoğulu uluslararası öğrenciler Türk mutfağına veya Türk yemeklerine 10 üzerinden ortalama 7,78 puan ile gruplar ortalaması olan 8,12'nin altında bir skor elde etmiştir. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nde de ortalamanın altında kalan Ortadoğulu grubun Türk mutfağını düşününce akıllarına gelen kelimelerden ilk iki sırada "lezzet" ve "et yemekleri" yer almaktadır.[915]

Bir ülkenin yemeğini yediklerinde Ortadoğulu öğrencilerin %42,3'ünün fikri değişmekte, %48,1'i yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünmekte, %77,9'u yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğine hizmet edebileceğini düşünmektedir. Türkiye'yi düşündüklerinde hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusunda ilk iki sırada kebaplar ve

[914] Hammer, Bennett, Wiseman, "Measuring Intercultural Sensitivity", s. 424.
[915] Kebabın daha düşük bir yüzdeye sahip olması (%6,3), Ortadoğu'daki ülkelerde de kebap ve benzeri yemeklerin yaygın olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir.

hamur işleri cevabı verilmiştir. Ortadoğulu öğrencilerin %36,3'ü bu soruyu cevapsız bırakmıştır. Ayrıca öğrencilerin %60,0'ı bir ülkenin yemeğini yediğinde daha fazla bilgi aramakta, %37,5'i o ülkenin müzik, sanat, spor gibi diğer kültürel içeriklerini araştırmakta, %61,3'ü o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etmekte, %61,3'ü o ülkeye seyahat etmeyi düşünmekte, %47,5'i o ülkeye pozitif bir şekilde bakmaktadır. İfadelerden üçünde Ortadoğulu öğrencilerin çoğunluğu bir ülkenin yemeğini yemesiyle olumlu düşünce, tutum ve davranışlar içerisine girdiği görülmektedir. Daha fazla bilgi arama ve o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadelerinde ise tersi bir durum söz konusudur.

Ortadoğu ülkeleri için geliştirilecek gastrodiplomasi taktiklerinde göz önünde bulundurulması gerekenler şöyle özetlenebilir. Ortadoğu grubu, Balkan ülkeleri gibi tarihsel ve kültürel olarak Türkiye ile benzer özellikleri haizdir. Ortadoğu insanlarının kültürlerarasılık düzeyleri Türkiye'nin nüfuz alanındaki ülkeler içinde orta seviyededir. Ortadoğu'da da insanlar Türkiye ile olan benzerliklere odaklanan bir yaklaşım içindedirler; bundan dolayı Türkiye ve Türk kültürüyle olan kültürlerarası süreçlerde Ortadoğulu insanların benzerliklere odaklanacakları öngörülebilir. Türk mutfağına ilişkin algıları ise ortalamanın altında yer almaktadır ve Türk mutfağına ortalamanın altında puan vermişlerdir. Bu noktada sosyokültürel benzerliklerin varlığına rağmen düşük bir değere sahip olunması dikkat çekicidir. Araştırmadan elde edilen bir sonuç olmamakla birlikte, Türk mutfağı ile özdeşleşmiş kimi yemeklerin benzerlerinin Ortadoğu ülkelerinde de yapılıyor olması daha düşük bir seviyede yer almalarına sebep olmuş olabilir. Bu durumda kamuoylarında gastrodiplomasi çabaları esnasında yer alacak kimi Türk yemeklerinin Ortadoğu'da daha iyi bir şekilde yapıldığına ilişkin bir tutum oluşabilir ve kültürlerarası duyarlılıklarının orta düzeyde olması da bu tutumda etkili olabilir. Bu yüzden temkinli bir strateji kurulmasında yarar vardır. Öte yandan bir Türk yemeğini yedikten sonra Ortadoğuluların Türkiye hakkında araştırma yapması, diğer Türk yemeklerini de tatmaya niyetlenmesi ve Türkiye'ye seyahat etmesi beklenebilir. Gastrodiplomasi faaliyetlerinin Ortadoğu için gerek genel turizm gerekse gastronomi turizmi bağlamında etki edeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Türk mutfağını düşününce Ortadoğuluların zihnine lezzet ve et yemekleri gelmektedir ve en beğenilen Türk yemekleri kebap ve hamur işi yemekleri;

sevilmeyen yemekler ise sokak lezzetleridir. Dolayısıyla gastrodiplomasi faaliyetlerinde lezzet merkezde tutularak kebaplar, et yemekleri ve hamur işleri öne çıkarılması gerekenler yemeklerdir; sokak lezzetleri ise tercih edilmemelidir. Ortadoğu ile kurulacak iletişimin dili ise kültürel yakınlık üzerine inşa edilmelidir.

### 5.3.4. Orta Asya

Araştırmaya katılan en kalabalık uluslararası öğrenci grubu 229 kişi ve %51,7 oranla Orta Asya grubudur. Bu öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık seviyeleri ve bütün alt boyutların puanları ortalamanın üzerindedir. Orta Asyalı öğrenciler, Afrikalı ve Uzak Doğulu öğrencilere nazaran iletişimde daha dikkatli ve kültürlerarası etkileşimlerde daha duyarlı davranmaktadırlar. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli'ne göre %53,3 ile "azaltma", %38,4 ile "kabul etme" kategorisinde yer alan Orta Asya grubu öğrencileri, azaltma yaklaşımındaki baskınlık sebebiyle farklılıklardan ziyade benzerliklere odaklandıkları ve evrenselci bir bakış açısına sahip oldukları söylenebilir.[916] Bu gruptaki öğrencilerden yalnızca 3 kişi[917] (%1,3), azaltmadan daha aşağıda yer alan kutuplaşma yaklaşımında yer almaktadır.

Orta Asya'dan gelen öğrencilerin Türk mutfağına ilişkin algısı ortalamanın üzerindedir (93,18). Bütün alt boyutlarda da ortalama üzerinde puan alan Orta Asyalı öğrencilerin Türk yemeklerinin duyusal çekiciliğine ilişkin algısı Afrika ve Uzak Doğu'dan gelen öğrencilerin algısından anlamlı şekilde yüksektir. Denilebilir ki Orta Asya grubundaki öğrenciler Türk yemeklerinin lezzet, koku ve görünüşünden Afrikalı ve Uzakdoğulu öğrencilere nispetle daha fazla etkilenmektedirler. Orta Asya'dan gelen öğrencilerin en sevdiği yemekler kebaplar (%20,9), en sevmediği yemekler sokak lezzetleridir (%14,9). Öte yandan Orta Asyalı uluslararası öğrenciler Türk mutfağına veya Türk yemeklerine 10 üzerinden ortalama 8,36 puan vermişler ve bu değer grup ortalamalarının (8,12) üzerinde yer almıştır. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nde de ortalamanın üstünde yer alan Orta Asya grubunun Türk mutfağını düşününce akıllarına gelen kelimelerden ilk iki sırada lezzet ve kebap yer almaktadır.

[916] Bennett, "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", s. 184.
[917] Toplam katılımcılar içerisinde kutuplaşma yaklaşımında yer alan uluslararası öğrenci sayısı 4'tür.

Bir ülkenin yemeğini yediklerinde Orta Asya'dan gelen öğrencilerin %28,4'ünün fikri değişmekte,[918] %41,0'ı yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünmekte,[919] %67,7'si yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğine hizmet edebileceğini düşünmektedir. Türkiye'yi düşündüklerinde hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusunda ilk iki sırada tatlılar ve kebaplar yer almaktadır. Orta Asyalı uluslararası öğrencilerin %44,5'i bir ülkenin yemeğini yediğinde daha fazla bilgi aramakta, %35,8'i o ülkenin müzik, sanat, spor gibi diğer kültürel içeriklerini araştırmakta, %71,2'si o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etmekte, %60,7'si o ülkeye seyahat etmeyi düşünmekte, %43,7'si o ülkeye pozitif bir şekilde bakmaktadır. İfadelerden ikisinde Orta Asya'dan gelen öğrencilerin çoğunluğu bir ülkenin yemeğini yemesiyle olumlu düşünce, tutum ve davranışlar içerisine girdiği görülmektedir. Daha fazla bilgi arama, kültürel içeriklerini araştırma ve o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadelerinde ise tersi bir durum söz konusudur.

Orta Asya hem Türkiye'nin hem de Türk mutfağının tarihsel olarak köklendiği bir coğrafyadır; dolayısıyla bu kökler gastrodiplomasi yaklaşımına yansıtılmalıdır. Orta Asyalı insanların kültürlerarasılığı ortalamanın üzerinde ve yüksektir. Benzerliklerin ön planda olduğu bir kültürlerarasılığın hâkim olduğu Orta Asya ülkelerinin Türkiye'deki Türk kültürü ile benzerlikleri öne çıkaracağını söylemek yanlış olmayacaktır. Türk mutfağına yönelik algıları ortalamanın üzerindedir ve Türk yemeklerine yine ortalama üzeri puan vermişlerdir. Orta Asyalılar, Türk yemeklerinden yediklerinde diğer Türk yemeklerini de denemeye açık olacaklar ve Türkiye'ye seyahati düşüneceklerdir. Özetlemek gerekirse Türkiye; turizm ve gastronomi turizmi noktasında Orta Asya ülkeleri için de önemli bir destinasyon olacaktır. Türk yemeklerine bakışlarının olumlu olduğu söylenebilecek Orta Asya'ya dönük gastrodiplomasi çalışmalarında kebap ve hamur işleri öne çıkmakta, sebze yemekleri ise tercih edilmemesi gerekenler olarak belirmektedir. Türkiye'nin gastrodiplomasi faaliyetlerinin iletişimi ise tarihsel kökler üzerine inşa edilmelidir.

[918] Gruplar içindeki en düşük değer bu gruba aittir.
[919] Gruplar içindeki en düşük değer bu gruba aittir.

### 5.3.5. Uzak Doğu

Araştırmadaki Uzak Doğu'dan gelen uluslararası öğrenci sayısı 53'tür. Kültürlerarası duyarlılık seviyesi en düşük ortalama ile (80,38) kültürlerarası etkileşimlerde en duyarsız grubun Uzak Doğulu öğrenciler olduğu söylenebilir. Gerek toplam puanlarda gerekse alt boyutlarda ortalamanın altında yer alan Uzak Doğulu öğrenciler Balkanlar'dan gelen öğrencilere nazaran iletişimde daha az sorumlu, iletişimde kendine daha az güvenli, iletişimden daha az hoşlanan ve genel olarak da kültürlerarası daha az duyarlıdır. Orta Asyalı öğrencilere nazaran da iletişimde daha az dikkatli ve kültürlerarası daha az duyarlıdır. Kültürlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli doğrultusunda bakıldığında Uzak Doğulu öğrenciler, en yüksek oranla azaltma kategorisinde yer almaktadırlar (%81,1). Tek kültürlü zihin yapısı ile kültürlerarası zihin yapısı arasında köprü vazifesi gören azaltma yaklaşımı, hem insanların temel ihtiyaçlarındaki benzerliği ve hem de evrensel bir bakış açısındaki ortak noktaları vurgulamaktadır[920] ve azaltma, Uzak Doğu'dan gelen uluslararası öğrenciler için yüksek oranla geçerlidir.

Uzak Doğulu öğrencilerin Türk mutfağı algı düzeyleri ortalamanın altındadır (90,91). Heyecan arayışı ve sağlık endişesi alt boyutlarında ortalamanın çok az üzerinde; kültürel deneyim, bireylerarası ilişki ve duyusal çekicilik alt boyutlarında ortalamanın altındadırlar. Balkanlar ve Orta Asyalı öğrencilerin Uzak Doğu'dan gelen öğrencilere nispetle Türk mutfağının duyusal çekiciliğine ilişkin algısı anlamlı şekilde yüksektir. Uzak Doğulu öğrencilerin sağlık endişesi ise Afrikalı öğrencilere nazaran anlamlı şekilde yüksek çıkmıştır. Uzak Doğulu öğrencilerin Balkanlar ve Orta Asya'dan gelen öğrencilere nispetle Türk mutfağının duyusal çekicilik unsurlarına daha az önem verdikleri; Afrikalı öğrencilere nispetle Türk mutfağından yemeklere sağlıklarına etkisi hususunda daha temkinli oldukları söylenebilir. Uzak Doğu'dan gelen uluslararası öğrencilerin Türk mutfağında en sevdiği yemekler %21,3 ile kebaplar, en sevmediği yemekler ise %20,4 ile sokak lezzetleridir. Uzak Doğu'dan gelen uluslararası öğrenciler Türk mutfağına veya Türk yemeklerine 10 üzerinden ortalama 7,71 puan vermişlerdir ve bu değer grup ortalamalarının (8,12) altında yer

[920] IDI, "The Roadmap..."

almaktadır. Türk Mutfağı Algısı Ölçeği'nde de ortalamanın altında yer alan Uzak Doğu grubunun Türk mutfağını düşününce akıllarına gelen kelimelerden ilk iki sırada "lezzet" ve "kebap" yer almaktadır.

Gastrodiplomasiyle ilişkili sorulardan hareketle bir ülkenin yemeğini yediklerinde Uzak Doğulu öğrencilerin %37,7'sinin fikri değişmekte, %57,7'si yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünmekte, %61,5'i yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğine hizmet edebileceğini düşünmektedir. Türkiye'yi düşündüklerinde hangi yemeğin bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceği sorusunda ilk iki sırada kebaplar ve tatlılar bulunmaktadır. Uzak Doğulu öğrencilerin %49,1'i bir ülkenin yemeğini yediğinde daha fazla bilgi aramakta, %43,4'ü o ülkenin müzik, sanat, spor gibi diğer kültürel içeriklerini araştırmakta, %58,5'i o ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet etmekte, %67,9'u o ülkeye seyahat etmeyi düşünmekte, %47,2'si o ülkeye pozitif bir şekilde bakmaktadır. İfadelerden ikisinde Uzak Doğu'dan gelen uluslararası öğrencilerin çoğunluğu bir ülkenin yemeğini yemesiyle olumlu düşünce, tutum ve davranışlar içerisine girdiği görülmektedir. Daha fazla bilgi arama, kültürel içeriklerini araştırma ve o ülkeye pozitif bir şekilde bakma ifadelerinde ise yarıdan azı için bu durumlar geçerlidir.

Uzak Doğu'ya yönelik gastrodiplomasi çalışmalarında dikkat çeken hususlar şu şekilde özetlenebilir. Uzak Doğu ülkeleri, Afrika ile birlikte Türkiye'nin etki ve nüfuz alanında olmasına karşın hem coğrafi hem de kültürel olarak en uzakta bulunan ülkeleri kapsamaktadır. Uzak Doğu'daki insanların kültürlerarasılığı diğer ülke gruplarına nazaran en düşük seviyededir. Her ne kadar farklılıkların azaltılıp benzerliklerin çoğaltıldığı bir yaklaşımı benimseseler de kültürlerarası süreçlerde daha temkinli ve daha az duyarlıdırlar. Türkiye'ye ilişkin kültürlerarası süreçlerde etkileşimin en zor olacağı ülkeler Uzak Doğu ülkeleridir. Öte yandan hem Türk mutfağı algıları hem de Türk yemeklerine verdikleri puan ortalamanın altındadır. Afrika'ya benzer şekilde Uzak Doğu ülkelerinde de Türk mutfağına ve yemeklerine yönelik daha ihtiyatlı bir tutum gözlenmektedir ancak yine de Türk yemeklerini yedikleri zaman başka Türk yemeklerini de denemeye orta derecede açık olacaklar ve Türkiye'ye seyahati düşüneceklerdir. Hem tedbirli hem de hevesli bir tutumun

etkisinde oluşacak bir gastrodiplomasi yaklaşımında Türk mutfağından en sevdikleri yemekler kebap ve et yemekleri; sevmedikleri ise sokak lezzetleri ve içeceklerdir. Türkiye'nin iletişim dili ise Afrika'ya benzer bir şekilde benzerliklere odaklanan ve farklılıkların zenginlik olduğuna işaret eden bir yaklaşıma odaklanmalıdır.

# SONUÇ

Küreselleşmenin baş döndürücü bir şekilde etkisini sürdürdüğü günümüzde kültürlerarası etkileşimlerin de yoğun şekilde yaşandığı bir gerçektir. Birçok kültürün bir arada bulunduğu özellikle kozmopolit metropollerde farklı kültürlerin etkileşimleri, çatışmaları, müzakere alanları, ortak girişimlerde bulunmaları günden güne artmaktadır. Böylesine müzakere ve etkileşimlerin arttığı bir ortamda birçok kültürel formda olduğu gibi beslenme alışkanlıklarında ve yemek kültürlerinde de etkileşimlerin olacağı açıktır. Gündelik hayatın içinde sıradan ve sürekli oluşu sebebiyle önemli bir tecrübe alanına ve sosyalleşmeye karşılık gelen beslenme pratikleri, farklı kültürlerin etkileşimleri için benzersiz bir zemin sunmaktadır. Bir yemek için gerekli malzemelerin temininden başlayarak temizlenmesi, hazırlanması, pişirilmesi, sunumu, yenmesi ve artıkların yok edilmesine kadar geniş bir sürece karşılık gelen beslenme pratiklerimiz gündelik davranış setlerimize o kadar içkindir ki bunların çoğunu pek de düşünmeden gerçekleştiririz. Ne tür yiyecekleri seçtiğimiz, hangi yemekleri ve kiminle pişirdiğimiz, kiminle yediğimiz, yemekte hangi araçları kullandığımız, soframızın düzeni, sofrada oturuş şeklimiz, yemek esnasında neler konuştuğumuz gibi birçok farklı davranış kalıbı kültürel kodlarla yakından ilişkili olarak şekillenmektedir.

Bu noktada kültürel farklılıkların en görünür olduğu alanlardan olan yemek kültürlerinin kültürlerarası etkileşimlere olan elverişliliğini gözden kaçırmamak gereklidir. Farklılıkların zenginliklere kapı aralaması için oluşacak fırsatlara yaslanarak ifade etmek gerekir ki farklı kültürlerden bahsedilirken insanların aklına ilk gelen alanlardan biri de yemek ve yemekle ilgili kültürel pratikleridir. Dolayısıyla bir kültürün, toplumun, ülkenin bir diğerinden farklılığını ortaya koyarken yemekler zengin bir malzeme sunmaktadır. Birçok ülkenin de kendini bazı yemeklerle eşleştirmeye çalışması bundandır. İtalya ile pizza ve makarna; Meksika ile tortilla; Türkiye ile kebap; Avusturya ile kruvasan; Japonya ile suşi arasında zihinlerde güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Birçok ülke de böyle zihinsel ilişkilerin kurulması için diğerleriyle "lezzet savaşları" halindedir. Uzun yıllardır gerek üst düzey diplomasi alanlarında gerek toplumsal düzlemde baklava ve Türk kahvesi Türkiye ile Yunanistan

arasında; keşkek Azerbaycan ile Ermenistan arasında; humus Filistin, İsrail ve Lübnan arasında bir sahiplenmenin konusudur. Yemeğe sınır çizmenin zor olduğunun altını çizerek bu türden sahiplenme yarışlarına ülkelerin uluslararası arenada ülke imajlarını ve ulus markalarını güçlendirmek adına başvurduklarını belirtmekte fayda vardır. Gündelik hayatın olağan akışında bu denli etkili bir alanın varlığı haliyle ülkeleri yemekler üzerinden bir iletişim yürütmeye mecbur bırakmaktadır.

Bir ülkenin bir yemekle zihinlere kazınması o kadar etkili ve işlevseldir ki birçok ülke yemek kültürünü uluslararası kamuoylarını cezbetmek üzere bir yumuşak güç unsuru olarak kullanmaya başlamıştır. Yüzyıllardan beri yemeğin bir yumuşak güç unsuru olarak kullanıldığını unutmadan, bunun stratejik bir plan çerçevesinde ve kurumsal bir biçimde uygulanması için Tayland'ın 90'lı yılların sonlarından itibaren başlattığı gastrodiplomasi kampanyaları bu noktada önem arz etmektedir. Midelerden geçerek kalpleri fethetmeyi amaçlayan gastrodiplomasi, özellikle Güneydoğu Asya ülkelerinin son yıllarda başvurdukları bir enstrümandır. Bir kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi biçimi olarak gastrodiplomasi ülke mutfağını cazip bir şekilde konumlandırarak yabancı kamuoylarını ülkeye ilişkin olumlu düşüncelerle donatmayı amaçlamaktadır.

Bu noktada Türk mutfağının da Türkiye için bir cazibe unsuru olarak kurgulanması bu çalışmanın zemininde yer almakta ve buradan hareketle de Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımının nasıl olması gerektiği çalışmanın omurgasını oluşturmaktadır. Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirme amacında olan bu çalışmanın sonucunda ise bir önceki bölümde tartışılan model ortaya çıkmış ve Türkiye'nin gastrodiplomasisinin kültürlerarasılık, yeme içme pratikleri ve Türk mutfağından hareketle şekillendiğine ulaşılmıştır.

Modelden hareketle ifade etmek gerekir ki Türkiye için geliştirilecek gastrodiplomasi yaklaşımının genel hatları için ilk olarak kültürlerarasılığın artırılması büyük önem taşımaktadır. Türkiye, yüzlerce yıllık mirası, onlarca devletin tecrübesi ile birçok medeniyetin kesişim noktasında yer alan bir coğrafyada bulunmaktadır. Stratejik konumu sayesinde bu coğrafya, buradaki devletler ve insanlar her daim farklı kültürlerle etkileşim halinde olagelmiştir. Böyle bir kültürlerarasılığın yüzyıllardır

hâkim olduğu Türkiye'nin hem ulusal hem de uluslararası arenada kültürlerarası etkileşimlerini artırarak sürdürmesi gereklidir. Bu noktada sayılması gereken ilk husus, insanın odak noktasında yer aldığı bir kültürlerarasılıktır. Tarihte birçok farklı kültüre ait insanın bir arada yaşadığı, etkileşime geçtiği bir coğrafyanın mirasçısı olarak Türkiye, günümüzde de farklı kültürlere mensup yüzbinlerce insana ev sahipliği yapan bir konumdadır. Özellikle İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyükşehirlerde var olan kozmopolit yapı farklı kültürlerin hem Türk kültürüyle hem de kendi aralarında olan iletişim ve müzakeresini mümkün kılmaktadır. Böylesine bir kültürlerarası müzakere konumuna sahip olmak Türkiye'ye değer katmakla birlikte birçok yabancıyı da cezbetmektedir. Son yıllarda savaş, kıtlık gibi sebeplerle oluşan kitlesel göçün fazlaca göz önünde olmasına karşın Türkiye yıllarca turizm, ticaret, eğitim, seyyahlık gibi kısa süreli; zorunlu veya gönüllü göç gibi uzun süreli veya daimî sebeplerle insanların uğrak yeri olmuştur. Bu yüzden de Türkiye farklı kültürlerden birçok insanın tarih boyunca yaşadığı bir coğrafya olagelmiştir. Bütün bu etkileşim, müzakere ve alışverişler yoğun bir kültürlerarasılığın göstergesidir. Türkiye'nin de bu kültürlerarasılığı sürdürmesi ve hatta yeni alanlara yayması elzemdir. Ancak dikkat edilmesi gereken, çok kültürlü bir politikadan ziyade kültürlerarası bir anlayışın inşasıdır. Çünkü çok kültürlü bir toplumda farklı kültürler yalıtılmış "kamplarında" kendi kültürel değerlerini yaşamaya devam ederler; ötesi yoktur. Bunu aşan bir imkân ise kültürlerarası müzakere ve etkileşimler ile mümkündür. Kavramsal çerçeve ve tartışma bölümlerinde ötekilik ve başkalık kavramlarının detaylıca işlenmesinin sebebi de bu kültürlerarasılıktır. Ben ve öteki/başka arasındaki bu çatışmalı ilişkinin sağlıklı bir yapıya kavuşması için kültürlerarası bir zemine ihtiyaç vardır. Kısacası Türkiye, var olan bu kültürlerarası mirası bugün de artırarak sürdürmelidir. Bu çalışma özelinde söylemek gerekirse, Türkiye'nin uluslararası öğrencilerden kaynaklı kültürlerarasılığı iyi değerlendirmesi azami önem taşımaktadır. Birçok araştırma Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde Türkiye'nin gönüllü elçisi gibi çalıştıklarını göstermektedir.[921] Bu çalışmanın konusu olmamakla birlikte

[921] Ercan Akar, Muharrem Gürkaynak, "Ülke Markalama Bağlamında Türkiye'nin Eğitim Diplomasisine Yönelik Bir Değerlendirme", **İletişim ve Diplomasi**, C. 7, No: Kamu Diplomasisi ve Ülke Markalama Özel Sayısı, 2022, s. 137-164; Abdu Djamanca, "The Role of Education in International Cooperation: The Case of Turkey and Sub-Saharan Africa", **Avrasya Etüdleri**, C. 54, No: 2, 2018, s. 7-26; Meryem Okumuş, "Dijital Ortamda Kültür Elçileri: Türkiye Mezunları", **Atatürk**

araştırmanın uluslararası öğrenciler üzerinden yapılıyor olmasından hareketle eğitim diplomasisinin Türkiye için önemini söylemek yerinde olacaktır.

Aynı zamanda Türk mutfağının kültürlerarası etkileşimlerdeki etkisi de bu çerçevede değerlendirilmelidir. Belirtmek gerekir ki Türk mutfağının gücü yüzyıllar boyunca korkusuzca diğer kültürlerle olan müzakeresinde yatmaktadır. Orta Asya'dan bugüne değin onlarca farklı kültürle olan temas Türk kültürünü ve Türk mutfağını günümüzdeki zengin ve köklü yapısına kavuşturmuştur. Türkiye ile kimi başka ülkelerin bir Türk yemeği üzerinden giriştiği lezzet sahiplenme yarışı olumsuz bir durum gibi görünmekle birlikte esasen Türk kültürünün ve Türk mutfağının ne denli etkileşimi yüksek olduğunu göstermektedir. Şu durumda daha kapsayıcı bir kültürlerarasılık ve Türk mutfağı sayesinde yabancı kamuoylarını cezbetmeye dönük bir gastrodiplomasi anlayışı oluşacağının altını çizmek gerekmektedir. Vurgulamak gerekir ki bir gastrodiplomasi yaklaşımı için kültürlerarasılığın yüksek olması azami önem taşımaktadır. Kültürlerarası etkileşimlere açık olmak, daha duyarlı olmak, kültürlerarası süreçlerde becerikli olmak gibi kültürlerarasılığın yansımaları sayesinde yabancıların/yabancı kamuoylarının Türkiye, Türk kültürü, Türk mutfağı ve Türk yemeklerine ilişkin daha önyargısız bir şekilde tutum geliştireceklerini söylemek yerinde olacaktır.

İkinci olarak, Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımı yabancıların (bu çalışma özelinde uluslararası öğrencilerin) yeme içme pratikleri ile de şekillenmektedir. Özellikle yabancıların Türk mutfağı algıları ve Türk mutfağı deneyimlerinin stratejik iletişim süreçlerine uygun şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Türk mutfağına ilişkin algının yönetilmesi için hedef kitlelerle doğru bir iletişim dili kurularak gerek ulus markasına gerekse Türk mutfağının imajına katkı sağlanmalıdır. Şunu belirtmek gerekir ki yeme içme pratikleri faktörü, Türk mutfağının kendi kimliğinden ziyade hedef kitlelerin onu nasıl gördükleri ve deneyimledikleriyle, hedef kitlelerin beslenme davranışlarının nasıl olduğuyla alakalıdır. Dolayısıyla yabancıların yeme içme

**Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 25, No: 3, 2021, s. 1114-1131; Meltem Özel, "Eğitim Diplomasisi Bağlamında Uluslararası Değişim Programları: Erasmus+ Programı Örneği", **Turkish Online Journal Of Design Art And Communication**, C. 11, No: 3, 2021, s. 943-966.

pratiklerinde oluşacak Türk mutfağı ve Türkiye için olumlu yöndeki değişimler, gastrodiplomasi yaklaşımının da yönüne etki etmektedir.

Bu çalışmanın araştırma kısmında da elde edilen birçok bulgu göstermektedir ki, uluslararası öğrenciler nezdinde Türk mutfağı algısı olumlu bir seviyededir ve birçoğunun Türk yemeklerini yüksek oranlarla tercih ettiği görülmektedir. Uluslararası öğrencilerin sevmediği Türk yemekleri olmakla birlikte genel yaklaşım olumlu bir seyirdedir. Birçok araştırmanın da ortaya koyduğu üzere Türk yemekleri yabancılar için sevilen, beğenilen, tercih edilen bir konumdadır. Yağlı, salçalı ve acı olmasına ilişkin olumsuz yargıların bulunmasına rağmen genel kanı olumlu bir yöndedir. Bu noktada Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımı için beğenilen, tercih edilen yemeklerin ön planda olması gerekmektedir. Kebap, hamur işleri (özellikle lahmacun), tatlılar (özellikle baklava ve künefe) gibi Türk mutfağıyla özdeşleşmiş lezzetlerin gastrodiplomasi faaliyetlerinde başrol olması önem arz etmektedir. Bunların yanında sevilen olduğu kadar sevilmeyen yemeklerde de dikkat çeken sokak lezzetleri de Türk mutfağının alamet-i farikalarındandır. Özellikle ayaküstü atıştırmalık konsepti ile diğer birçok ulusal mutfaktan ayrılan Türk sokak lezzetlerinden çiğ köfte, kokoreç, tavuklu pilav gibi yiyecekler öne çıkmaktadır. Öte yandan sokak lezzetlerinin gastrodiplomasi faaliyetlerinde dikkatli kullanılması gerekmektedir. Seveni olduğu kadar sevemeyeninin de bulunması sebebiyle yabancı kamuoylarından bir kısmını cezbedeceği düşünülebilir ancak bir kısmı için de özellikle uzak durma sebebi olabilir.

Bunların yanında üçüncü olarak Türk mutfağının bizatihi kendisi Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımını şekillendiren en önemli faktördür. Çünkü bir ülkenin gastrodiplomasi uygulamalarının temelinde o ülkeye özgü ulusal bir mutfağın, milli bir yemek kültürünün varlığı zorunludur. Bu bağlamda Türk mutfağı gastrodiplomasi çalışmaları için hem köklü hem de zengin yapısıyla güçlü bir "cevheri" içinde barındırmaktadır. Türk toplumu tarafından yiyeceklerin nasıl elde edildiği, hazırlandığı, pişirildiği, tüketildiği, saklandığı ve hatta atıldığı gibi süreçlerin etkisiyle Türk mutfağı kendine has bir karakteristiğe bürünmektedir. Binlerce yıllık bir kültürel mirasın etkisiyle Türk mutfağı hem etkileşime geçtiği kültürlerin mutfaklarını

etkilemiş hem de onlardan etkilenmiştir. Böylesine bir zenginlik ile Türk mutfağı, yüzlerce yıldır birçok mutfağı etkilediği gibi bundan sonra da etkileme potansiyeline sahiptir. Türk mutfağı da Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımının belirlenmesinde hem temel belirleyici hem de itici güç olması sebebiyle merkezi bir konum arz etmektedir. Sonuç olarak bu çalışmadan elde edilen veriler ışığında ifade etmek gerekir ki Türkiye'nin genel gastrodiplomasi yaklaşımının "kültürlerarasılığın artırılması, yabancıların yeme içme pratikleri ve Türk mutfağı"nın zeminde yer aldığı bir özellikte olması yerinde olacaktır. Böyle bir çerçeve ile kurulacak bir gastrodiplomasi teşebbüsü sayesinde Türkiye'nin yabancı kamuoylarının midelerinden geçerek gönüllerini fethetmesi mümkün olacaktır.

Genel gastrodiplomasi yaklaşımının yanında bu çalışmada elde edilen önemli bir çıktı da ülkelere veya bölgelere yönelik spesifik gastrodiplomasi çalışmalarının yapılmasına ilişkin sonuçlardır. Belirtmek gerekir ki Türkiye'nin gastrodiplomasi uygulamalarında genel bir yaklaşım bulunmalıdır ancak her bir ülkenin kendine has dinamikleri olacağı ve bu yüzden bir gastrodiplomasi yaklaşımında her bir ülke için farklı strateji ve taktiklerin belirlenmesi gerekeceği açıktır.[922] Ancak bu çalışma kapsamında 51 farklı ülkeden 443 uluslararası öğrenciye uygulanan araştırmada yeterli frekansların bulunmaması sebebiyle ülkeler bazında detaylı istatiksel bir analiz mümkün olmamış, bölgesel gruplandırmalar yapılmış ve analizler sonucunda Afrika, Balkanlar, Ortadoğu, Orta Asya ve Uzakdoğu gruplarından anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.[923] Oluşturulan grupların katılımcı sayıları ile Türkiye'nin uluslararası eğitiminin bugünkü durumu ve gelecek potansiyeli dikkate alındığında oluşturulan bu gruplandırmanın anlamlı olduğu söylenebilir. Her ülkenin kendi ulusal özellikleri, kültürel değerleri, farklılıkları olacağını kabul ederek (akılda tutarak) bölgesel sonuçların o ülkeler için 'yine de' dikkate değer çıkarımlara kapı aralayacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu noktada öncelikle ifade edilmesi gereken nokta araştırmanın uluslararası öğrenciler üzerinde yapılıyor olması ve bu yüzden katılımcıların kültürlerarası etkileşimlere daha açık ve duyarlı olacaklarıdır. Şu

[922] Reklam ve halkla ilişkiler alanlarında da önemli bir yere tekabül eden **"Think globally, act locally"** stratejisini bu noktada hatırlamak yerinde olacaktır.
[923] Bu gruplandırmada 403 katılımcı bulunmakta ve tüm katılımcıların %91'ini karşılık gelmektedir. Hangi ülkelerin bu gruplarda yer aldığı, bu çalışmanın önceki bölümlerinde verilmiştir.

durumda genel olarak bahsi geçen ülkelerin vatandaşlarının kültürlerarasılık düzeylerinin uluslararası öğrenciler kadar yüksek olmayacağını[924] (belki de) kabul etmek gereklidir.

Türkiye için bir gastrodiplomasi yaklaşımı geliştirme amacındaki bu çalışmanın gerek gastrodiplomasi alanına gerek uluslararası öğrencilik çalışmalarına gerekse de kültürlerarası iletişim disiplinine mütevazı bir katkı sağlamasına gayret edilmiştir. Bu doğrultuda bütün bu alanların literatürü ve bu araştırmanın bulgularından hareketle kimi önerilerde bulunmak yerinde olacaktır. Bu noktada öneriler gelecek araştırmalar için ve uygulayıcılar/karar vericiler için olmak üzere iki gruba ilişkin olacaktır.

Gelecek araştırmalar için söylenmesi gereken ilk husus, araştırmanın daha geniş bir örnekleme uygulanması gerekliliğidir. Uluslararası öğrenciler, uzun süreli olarak Türkiye'de bulunmaları sebebiyle doğru bir hedef kitledir. Ancak birçok ülkeden öğrencinin bulunması sebebiyle ülkelere yönelik gerek istatistiki analizlerin gerekse bulgulardan hareketle bir tartışmanın yürütülmesi noktasında sayılar yetersiz kalmaktadır. Bu durumda ilk çözüm örneklem sayısının artırılması olabilir. Uluslararası öğrencilerin sayısının artırılması tercih edilebileceği gibi konsolosluk çalışanları, uluslararası şirketlerde çalışan yabancılar, turistler, Türkiye ile ticaret yapan iş insanları gibi farklı gruplar ile örneklemin genişletilmesi de mümkün olabilir.

İkinci olarak, uluslararası öğrencilere ulaşma noktasında yeni kanalların bulunması önem arz etmektedir. Örneğin bu çalışmada İstanbul Üniversitesi Uluslararası Öğrenci Ofisi üzerinden cep telefonlarına mesaj yoluyla araştırma linkinin iki defa gönderilmesine ve uluslararası öğrencilere kapalı sosyal medya gruplarından ulaşılmasına rağmen yeterli sayıya ulaşma noktasında zorluklar çıkmıştır. Bu noktada öğrenci yurtlarından kilit öğrencilere ulaşmak, kampüs içerisinde ve Uluslararası Öğrenci Ofisi önünde birebir iknaya çalışmak ve katılımı artırmak üzere çeşitli hediye veya alışveriş çeklerinin verilmesi gibi çözüme ilişkin taktikler fayda sağlayabilir. Bu noktada dikkat çeken bir diğer husus da Suriyeli

[924] Bu çalışmada buna ilişkin ampirik bir sonuç yoktur ancak uluslararası öğrencilere ilişkin var olan araştırmalardan hareketle bu sonuca ulaşılmıştır.

öğrencilerin (veya genel olarak Suriyelilerin) araştırmaya çekilmesidir. Türkiye'de diğer uluslararası öğrencilere kıyasla en fazla sayıya sahip olmaları sebebiyle bir taraftan en çok araştırma yapılma ihtiyacı hissedilen gruptur. Ancak öte yandan bu kadar çok araştırma yapılıyor olması sebebiyle Suriyeli öğrenciler araştırmalara isteksizdirler. Dolayısıyla Suriyeli öğrencilere ulaşmak için yukarıda zikredilenlerden daha fazla çözüm bulmak yerinde olacaktır.

Üçüncü olarak, gastrodiplomasinin konumunun tespit edilmesi gereklidir. Kamu diplomasisi üzerine yapılan ilk çalışmaların uluslararası ilişkiler odağında yer alması sebebiyle gastrodiplomasinin de uluslararası ilişkiler disiplinine ait bir çalışma konusu olarak görülmesi durumu söz konusudur. Ancak antropoloji, sosyoloji, kültürel çalışmalar, uluslararası ilişkiler, halkla ilişkiler, kültürlerarası iletişim, gastronomi gibi alanların kesişim noktasında bulunan gastrodiplomasi alanı kendi teorik zeminini güçlendirerek disiplinlerarası yeni bir alan olmayı hak etmektedir. Bunun tesis edilmesi için akademi tarafında teorik ve ampirik çalışmaların; pratik tarafta ise teori ve saha verilerinden de beslenerek saha uygulamalarının yapılması önem arz etmektedir.

Uygulayıcılar/karar vericiler için ilk ve toplamda dördüncü olarak, gastrodiplomasi çalışmalarının sahibinin kim olacağı sorusu, zikredilmesi gereken bir diğer husustur. Gastrodiplomasinin ruhuna uygun bir programda hükümet dışı aktörlerin de sürece dahil olması büyük önem arz etmektedir. Ancak yine de hükümet kanadında bu süreci bütüncül bir yapı çerçevesinde yürütecek bir muhatap bulunması gereklidir. Şu durumda gastrodiplomasi faaliyetlerinin resmi muhatabı ve sürecin baştan sonra koordinesini sağlayacak kurum İletişim Başkanlığı olmalıdır. Gerek kamu diplomasisi gerek kültürel diplomasi ve gerekse onun altında yer alan kültürel diplomasi alanlarının olması gerektiği gibi gastrodiplomasi çalışmalarının muhatabı da İletişim Başkanlığı olmalıdır. Bu noktada Türkiye'nin gastrodiplomasi çalışmaları İletişim Başkanlığı'nın koordinasyonunda Dış İşleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, TİKA ve konsolosluklar gibi diğer resmî kurumların yanında ilgili sivil toplum kuruluşları, uluslararası şirketler ve Türk kamuoylarıyla koordineli şekilde yürütülmelidir.

Beşinci olarak gastrodiplomasi çalışmalarında harekete geçmeden önce saha araştırmaları ve kampanya sonrasında değerlendirme çalışmaları ile kampanya gerçek verilerle tasarlanmalıdır. Kampanya öncesinde yapılacak kamuoyu araştırmaları, pazar araştırmaları, hedef kitle/tüketici araştırmaları gibi sahadan elde edilecek doğrudan verilerle kampanyanın gerçekleştirileceği bölge, hedef kitle, pazar ve rekabete ilişkin öngörülere ulaşmak mümkün olacaktır. Bu bulgular ve sonrasında yapılacak analizler hedef kitleye nasıl bir kampanya ile ulaşmak gerektiği; kampanyanın hedef kitleye ve bölgeye uygunluğu; amaç, hedef ve stratejilere karar verilmesi; uygulama aşamasındaki taktik ve tekniklerin belirlenmesi gibi kararlarda uygulayıcılara yol gösterici olacaktır. Aynı zamanda yapılan gastrodiplomasi çalışmalarından sonra stratejik bir iletişim kampanya planlamasının ayaklarından olan değerlendirme aşamasının özenle yapılması gereklidir. Vurgulanmalıdır ki bir kampanyanın başarısı sonraki kampanyalara ışık tutmasıyla da ölçülmektedir. Dolayısıyla yapılan gastrodiplomasi faaliyetlerinin sonunda yapılacak kampanya çıktılarının ölçme değerlendirmesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede kampanyanın amaç, hedeflerine ne denli ulaştığı; kullanılan taktiklerin kampanyaya uygunluğu; çalışmalar esnasında ne tür eksikliklerin bulunduğu; belirlenen hedef kitleye ulaşılıp ulaşılmadığı; belirlenen bütçe ile efektif bir planın uygulanıp uygulanmadığı gibi hususlar değerlendirilmelidir. Özetle gerek çalışmalardan önce yapılan saha araştırmaları ve gerekse de sonra yapılan değerlendirmeler, bütüncül bir gastrodiplomasi yol haritasında önem arz etmektedir.

Altıncı olarak, bu çalışmanın çıktılarının kimlere fayda sağlayacağı hususu önem arz etmektedir. Buna göre çalışmanın sacayaklarını oluşturan gastrodiplomasi, kültürlerarası iletişim, yeme içme pratikleri, Türk mutfağı ve uluslararası öğrencilik alanlarında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlara faydalı olacak bulgular bulunmaktadır. Bu kuruluşları saymak gerekirse, başta İletişim Başkanlığı olmak üzere Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yükseköğretim Kurumu, Göç İdaresi Başkanlığı, büyükelçilik ve konsolosluklar gibi resmî kurumlar ve bunların yanında ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları, uluslararası şirketler, fuar ve organizasyon şirketleri, yurtdışında faaliyet gösteren ya da göstermek isteyen yemek

şirketleri, lokantalar, restoranlar gibi sivil inisiyatifler çalışmanın çıktılarından faydalanabilirler.

Yedinci olarak, Türkiye'nin kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi faaliyetlerini artırması elzemdir. Özellikle orta güç diye tarif edilen ülkeler için biçilmiş kaftan olan kamu diplomasisi faaliyetlerine bir orta güç olarak Türkiye'nin de daha fazla yönelmesi ülke imajını güçlendirmek adına mühimdir. Uluslararası arenada güçlü ve çekici bir Türkiye algısı için sadece geleneksel diplomasi kanallarının işletilmesinin yeterli olmayacağı açıktır. Bu yüzden yumuşak güç unsurlarının efektif şekilde kullanıldığı bir kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi anlayışının artırılarak devam ettirilmesi gereklidir.

Sekizinci olarak, Türkiye için bir gastrodiplomasi programının hızlıca planlanması ve uygulanması önem arz etmektedir. Bu noktada, çalışmada elde edilen özellikle Türkiye'nin gastrodiplomasi yaklaşımına ilişkin çıktılar, İletişim Başkanlığı'nın Türkiye için bir gastrodiplomasi programı tesis etmesi halinde faydalanılabilecek mahiyettedir. Belirtmek gerekir ki birtakım gastrodiplomasi faaliyetleri olmakla birlikte İletişim Başkanlığı'nın halihazırda bir gastrodiplomasi programı bulunmamaktadır. Dolayısıyla alanda yapılmış diğer akademik çalışmalarla birlikte bu çalışmadan da elde edilen bulgular, sahadan gelen gerçek veriler olması sebebiyle, hazırlanacak programın şekillenmesinde kıymetli olacaktır. Böyle bir gastrodiplomasi programı, Türk mutfak kültürünün bir yumuşak güç unsuru olarak tesis edilmesi ve yabancı kamuoylarını ülke markasını güçlendirmeye hizmet edecek şekilde cezbetmesi ile mümkün olacaktır.

Dokuzuncu olarak, Türk mutfağının tanıtımı noktasında bu çalışmanın çıktıları karar vericiler için dikkate değerdir. Ulus markasının inşasına destek ve genelde turizm ve özelde gastronomi turizminin geliştirilmesi için Türk mutfağının yabancı kamuoylarını cezbedecek bir çerçevede ele alınması gereklidir. Bu doğrultuda çalışmadan elde edilen verilerden hareketle hangi ülke yahut bölge için ne tür tanıtım mesajlarının kurgulanması gerektiği elde edilebilmektedir. Kısacası basılı, görsel, işitsel veya dijital tanıtım materyallerinin hazırlanmasında hangi kelimelerin, ne tür

kavramların, hangi yiyeceklerin öne çıkarılması gerektiğine karar verirken çalışmadan elde edilen veriler fayda sağlayacaktır.

Onuncu olarak, Türkiye'nin uluslararası eğitim noktasında potansiyeli günden güne arttığı yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle son yıllarda Türkiye, birçok ülke için çekim merkezi olmasının yanında eğitim alanında da cazibe merkezidir. Bu yüzden Türkiye'nin uluslararası öğrencilere yönelik vizyonunu geliştirerek sürdürmesi önem arz etmektedir. Bu noktada uluslararası öğrencilerin Türkiye'deki konumuna ilişkin yapılması gereken kimi düzenlemeler dikkat çekmektedir. Yükseköğretim Kurulu, üniversiteler, Göç İdaresi Başkanlığı başta olmak üzere birçok resmi kurumun faaliyetlerinde koordineli bir yapı eksikliği göze çarpmaktadır. Dolayısıyla uluslararası öğrencilerin eğitim başta olmak üzere oturum, barınma, sağlık, ulaşım gibi birçok resmi işlemlerinde yaşadıkları kimi bürokratik sorunların iyileştirilmesi için birçok kurumun dahil olduğu bütüncül bir koordinasyon birimi kurulması elzemdir. Önümüzdeki yıllarda daha da artacağı öngörülen uluslararası öğrenci sayıları dikkate alındığında sürecin daha sorunsuz ilerlemesi adına böyle bir koordinasyonun oluşması doğru bir uygulama olacaktır.

On birinci olarak turizm, sağlık, eğitim, hizmet gibi kültürlerarası etkileşimlerin yoğun olarak yaşandığı resmi veya özel kurumlarda çalışanların kültürlerarası yeterlilik (kültürlerarası duyarlılık, kültürlerarası beceriklilik, kültürlerarası farkındalık) düzeylerinin yükseltilmesi için gerekli adımlar atılmalıdır. Son yıllarda özellikle büyükşehirlerde çok kültürlü bir iklimin varlığı ve önümüzdeki yıllarda da bu çok kültürlü ortamın devam edeceği aşikardır. Bu noktada kültürlerarası iletişim eğitimleri sayesinde çalışanların farklı kültürlerle olan iletişimlerinde daha yeterli olmaları önem arz etmektedir.

On ikinci olarak, yabancı ülkelerde lokanta, restoran gibi yemek üzerine faaliyet gösterecek şirketlerin çalışma verilerinden hareketle bir menü hazırlamaları faydalarına olabilir. Hangi bölgelerde hangi yemeklerin daha tercih edilir olduğuna ilişkin çıktılar ülke olmasa da bölgeye ilişkin olarak fayda sağlayacaktır. Böyle bir durumda olan kurumların araştırma esnasında çalışmadaki bilgilerden de yararlanarak bir yol haritası çizmesi menfaatine olacaktır.

On üçüncü olarak, uluslararası arenada festival, fuar ve sergi gibi yabancı kamuoylarının katılacağı sosyokültürel etkinliklerde o ülke veya bölgelere ikramlık lezzetlerin belirlenmesinde bu çalışmanın çıktılarına başvurulabilir. Gerek resmî kurumlar gerekse sivil inisiyatifler tarafından Türkiye'de veya yurtdışında organize edilen etkinliklerde etkinliğin düzenlendiği ülke veya bölgeye göre farklı kültürel dinamiklerin olacağı bir gerçektir. Bu sebeple ikramların bu bölgelerin kültürel değerleri, Türkiye'ye/Türk mutfağına ilişkin algıları ve beslenme alışkanlıkları dikkate alınarak düzenlenmesi doğru olacaktır. Bu çalışmada elde edilen uluslararası öğrencilerin beslenme alışkanlıkları ve Türk mutfağına ilişkin çıktıların bu doğrultuda dikkate alınması halinde uluslararası etkinliklerde faydası olacaktır.

On dördüncü ve son olarak, devletin resmi organları tarafından (Cumhurbaşkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, elçilik ve konsolosluklar gibi) düzenlenen resepsiyonlarda davetlilere sunulacak menünün hazırlanmasında çalışma verilerine başvurulabilir. Mutfak diplomasisinin yabancı devlet misyonlarının etkilenmesinde ne denli önemli olduğunu dikkate alarak böyle bir yemekte menünün de özenle hazırlanması gereklidir. Bu çalışmadan elde edilen veriler böyle bir karar vermede tek başına yeterli olmayacak olsa da menünün tasarımında başvurulabilecek mahiyettedir.

Öneriler kısmını toparlamak gerekirse, çalışmanın sonuçları gerek akademik araştırmalar gerekse uygulayıcılar/karar vericiler için birçok öneriyi barındırmaktadır ve bunlar araştırmacının süreç esnasında ulaştığı sonuç ve önerilerdir. Gerek akademik çalışmalarda gerekse sahadaki uygulamalarda fayda sağlayacak olmakla birlikte her uygulamanın kendi doğası gereği farklılaşacak kısımları olabilir. Dolayısıyla bu çalışmada elde edilen bulguların daha sonraki çalışmalara naçizane bir katkı sağlayabilmesi amaçlanmıştır. Kültürlerarasılık, Türk mutfağı, gastrodiplomasi, uluslararası öğrencilik ve gastronomi sacayaklarına sahip bu çalışmadan hareketle Türkiye ulus markasının uluslararası kamuoyunda cazip bir konumda yer alması için genelde kamu diplomasisi, daha özelde kültürel diplomasi ve en özelde de gastrodiplomasi çabalarını bir program dahilinde yürütülmesi; Türk mutfağının bir yumuşak güç unsuru olarak daha güçlü şekilde inşası; kültürlerarası karşılaşmaların

yoğun şekilde yaşanacağı öngörüsüyle bu süreçlerin etkin şekilde yönetilmesi ve uluslararası eğitim süreçlerinin güçlendirilmesi stratejik önem arz etmektedir.

# KAYNAKÇA


Abaslı, Könül: "Kültürlerarası Duyarlılık ve Empati Arasındaki İlişkilerin Türk ve Uluslararası Öğrenci Görüşlerine Göre İncelenmesi", **TÜBAV Bilim Dergisi**, C. 11, No: 2, 2018, s. 20-23.

Abaslı, Könül, Şule Polat: "Öğrencilerin Kültürlerarası Duyarlılık ve Kültürel Zekâya İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi", **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 7, No: 1, 2019, s. 193-202.

Abbott, Andrew, Mary Silles: "Determinants of International Student Migration", **The World Economy**, C. 39, No: 5, 2016, s. 621-635.

Abe, Hiroko, Richard L. Wiseman: "A Cross-cultural Confirmation of the Dimensions of Intercultural Effectiveness", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 7, No: 1, 1983, s. 53-67.

Adana'dan Lezzetler: "Adana Kebap", **Adana'dan Lezzetler**, (09.02.2023), (Çevrimiçi) https://www.adanadanlezzetler.com/adana-kebap, 09.02.2023.

Adler, Ronald B., Russell F. Proctor II: **Looking out, Looking In**, 13. bs, Boston, Wadsworth Cengage Learning, 2011.

Adorno, Theodor W.: **Kültür Endüstrisi - Kültür Yönetimi**, 6. bs, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011.

Adorno, Theodor W.: **The Authoritarian Personality**, Oxford, England, Harpers, 1950.

Akar, Ercan, Muharrem Gürkaynak: "Ülke Markalama Bağlamında Türkiye'nin Eğitim Diplomasisine Yönelik Bir Değerlendirme", **İletişim ve Diplomasi**, C. 7, No: Kamu Diplomasisi ve Ülke Markalama Özel Sayısı, 2022, s. 137-164.

Akarçay, Erhan: "Sınıf içi Farklılaşma ve Sınıf içi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Doktora Tezi, 2014.

Akın, Galip, Vahdet Özkoçak, Timur Gültekin: "Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi", **Antropoloji**, C. 0, No: 30, 2015, s. 33-52.

Akıncı Çötok, Nesrin: "Çokkültürlülük, Kültürlerarasılık ve Enregrasyon Tartışmaları Bağlamında Alman Eğitiminde Türk Öğrenciler: Bremen Örneği", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Doktora Tezi, 2010.

Alakaam, Amir A. vd.: "The Factors That Influence Dietary Habits Among International Students in the United States", **Journal of International Students**, C. 5, No: 2, 2015, s. 104-120.

Albayrak, Aslı: "Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma", **Journal of Yaşar University**, C. 8, No: 30, 2013, s. 5049-5063.

Alkar, Elif: "Eğitim Göçü Perspektifinde Uluslararası Öğrencilerin Kültürel Zekâ Düzeyleri ile Kültürlerarası Duyarlılık ve Kültürlenme Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi (Bursa Uludağ Üniversitesi Örneği)", Bursa, Bursa Uludağ Üniversitesi, Doktora Tezi, 2022.

Alkış, Buket: "Acculturative Stress Among International Students: The Role of Emotional Intelligence, Optimism, and Self-Monitoring", Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014.

Allport, Gordon W.: **Önyargının Doğası**, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Kültür Yayınları, 2016.

Alphan, Eda: "Turistik Destinasyonlarda Yerel Yiyecek İçecek Tüketimine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma", Ankara, Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Altay, Işıl: "Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Seçme Sürecinde Dijital Pazarlamanın Etkisi", İstanbul, Maltepe Üniversitesi, Doktora Tezi, 2021.

Altın Pusula Türkiye: "19. Altın Pusula Türkiye Halkla İlişkiler Ödül Töreni Gerçekleşti", **Altın Pusula Türkiye**, 12.03.2021, (Çevrimiçi) https://www.altinpusula.org/19-altin-pusula-turkiye-halkla-iliskiler-odul-toreni-gerceklesti.html, 12.04.2023.

Altun, Mustafa: "Türkçe Yabancı Dil Olarak Nasıl Öğretilir?", **TRT Akademi**, 2022, 198-205.

Ålund, Aleksandra: "Alterity in Modernity", **Acta Sociologica**, C. 38, No: 4, 1995, s. 311-322.

Alyılmaz, Cengiz, Nurşat Biçer: "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Sorumlulukların Öğrenen Özerkliği Bağlamında Değerlendirilmesi", **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 13, No: 34, 2016, s. 1-23.

Amira, SN, A Zainal: "Acculturation of international students on Malay food acceptance", ed. N Sumarjan vd., 2014, s. 365-368.

Anderson, Benedict: **Hayali Cemaatler**, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.

Anderson, Philip H. vd.: "Short-Term Study Abroad and Intercultural Sensitivity: A Pilot Study", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 30, No: 4, 2006, s. 457-469.

Ang, Ien, Yudhishthir Raj Isar, Phillip Mar: "Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?", **International Journal of Cultural Policy**, C. 21, No: 4, 2015, s. 365-381.

Anholt, Simon: "Branding Places and Nations", **Brands and Branding**, ed. Rita Clifton, 2. bs, Londra, The Economıst In Associatıon Wıth Profile Books, 2009, s. 379-395.

Anholt, Simon: **Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions**, New York, Palgrave Macmillan, 2007.

Anholt, Simon: "From Nation Branding to Competitive Identity – The Role of Brand Management as a Component of National Policy", **Nation Branding: Concepts, Issues, Practice**, ed. Keith Dinnie, Reprinted., Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009, s. 22-33.

Anık, Mehmet: "Çokkültürlü Bir Toplumda Kimlik Algısı: İsveç'te Yaşayan Türk Göçmenleri Örneği", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Doktora Tezi, 2011.

Ariel, Ari: "The Hummus Wars", **Gastronomica**, C. 12, No: 1, 2012, s. 34-42.

Arndt, Richard T.: **The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century**, 1. bs,

Washington, Potomac Books, 2006.

Aronczyk, Melissa: **Branding the Nation: The Global Business of National Identity**, Oxford, Oxford University Press, 2013.

Arslan, Özlem: "Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği", Ankara, Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2010.

Arslan, Yaser, Evren Şumuer, Soner Polat: "Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Web Sitesine Yönelik Tutumları İle Üniversite Çekiciliği Arasındaki İlişki", **İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 19, No: 1, 2018, s. 200-211.

Aslan, Hüseyin, Kheyransa Babirzade: "Türkiye'de ve Avusturalya'da Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları", C. 39, No: 2, 2020, s. 1-21.

Aytekin, Halil, Ebru Tolar: "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenenlerde Karşılaşılan Yazım Yanlışlarının Ses Açısından İncelenmesi (Omü Tömer Örneği)", **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 26, No: 2, 2022, s. 477-490.

Azami, Sadraddin: "Factors Affecting Customers' Purchasing Behavior in Online Shopping the Case Of: International Students in İstanbul", İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Azizoğlu, Nahide İrem, Tuğba Demirtaş Tolaman, Feride İdi Tulumcu: "Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Akademik Yazma Becerisi: Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri", **Uluslararası Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Dergisi**, C. 2, No: 1, 2019, s. 7-22.

Bae, So Young, Hwasung Song: "Intercultural Sensitivity and Tourism Patterns Among International Students in Korea: Using a Latent Profile Analysis", **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, C. 22, No: 4, 2017, s. 436-448.

Baker, W.: "From Cultural Awareness to Intercultural Awareness: Culture in ELT", **ELT Journal**, C. 66, No: 1, 2012, s. 62-70.

Balabanis, George vd.: "The Impact of Nationalism, Patriotism and Internationalism on Consumer Ethnocentric Tendencies", **Journal of International Business**

**Studies**, C. 32, No: 1, 2001, s. 157-175.

Balcı, Şükrü, Nesrin Öğüt: "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Arasında Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, No: Prof. Dr. Fuat Sezgin Özel Sayısı, 2019, s. 49-62.

Balçiner, Onur: "Bir Yumuşak Güç Aracı Olarak Ulus Markalama: Almanya ve Türkiye Ulus Markalarının Değerlendirilmesi", **Academic Review of Humanities and Social Sciences**, C. 2, No: 2, 2019, s. 65-87.

Baños, Ruth Vilà: "Intercultural Sensitivity of Teenagers: A Study of Educational Necessities in Catalonia", **Intercultural Communication Studies**, C. 15, No: 2, 2006, s. 16-22.

Barry, Habiboul Adiamiou: "Kayseri'deki Yabancı Öğrencilerin Karşılaştıkları Sorunlar", Kayseri, Erciyes Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Barthes, Roland: **Çağdaş Söylenler**, İstanbul, Metis Yayınları, 2014.

Barthes, Roland: **Göstergebilimsel Serüven**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2016.

Barthes, Roland: "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013.

Baş, Halim: "Uluslararası Öğrencilerin Sosyal Dışlanması: İstanbul Örneği", İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020.

Başpınar, Adem, Mehmet Sali: "Uluslararası Öğrencilerin 'Gıda Neofobisi' ve Yeme Alışkanlıkları: Kırklareli Örneği", **Kırklareli Kent Çalışmaları: Ekonomi, Toplum, Kültür**, ed. Furkan Yıldız, Ankara, Gazi Kitabevi, 2021, s. 91-112.

Bátora, Jozef: "Public Diplomacy Between Home and Abroad: Norway and Canada", **The Hague Journal of Diplomacy**, C. 1, No: 1, 2006, s. 53-80.

Bauman, Zygmunt: **Iskarta Hayatlar: Modernite ve Safraları**, İstanbul, Can Yayınları, 2019.

Bauman, Zygmunt: **Modernlik ve Müphemlik**, İstanbul, Ayrıntı

Yayınları, 2003.

Bayrakçı, Selman: "Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma", Mersin, Mersin Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014.

Baysal, Ayşe: **Beslenme Kültürümüz**, 3. bs, Ankara, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 2002.

Baysal, Ayşe: "Türk Mutfağı, Özellikleri, Etkileşimleri", **Beslenme Antropolojisi 1**, ed. Türkan Kutluay Merdol, 4. bs, Ankara, Hatipoğlu Yayınları, 2020, s. 123-150.

Beardsworth, Alan, Teresa Keil: **Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2011.

Bekci, Banu: "The Pandemic Process of International University Students", **Journal of Awareness**, C. 6, No: 2, 2021, s. 135-144.

Belge, Murat: **Tarih Boyunca Yemek Kültürü**, İstanbul, İletişim Yayınları, 10.

Benedict, Ruth: **Krizantem ve Kılıç**, çev. Türkan Turgut, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2019.

Bennett, Milton J.: "A Developmental Approach To Training For Intercultural Sensitivity", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 10, 1986, s. 179-196.

Bennett, Milton J.: "Developmental Model of Intercultural Sensitivity", **The International Encyclopedia of Intercultural Communication**, ed. Young Y. Kim, 1. bs, Wiley, 2017, s. 1-10.

Bennett, Milton J.: "Towards Ethnorelativism: A Developmental Model of Intercultural Sensitivity", **Education for the Intercultural Experience**, ed. R. Michael Paige, Yarmouth, Intercultural Press, 1993, s. 179-196.

Bennett, Milton J., Janet Bennett: "Developing Intercultural Sensitivity: An Integrative Approach to Global and Domestic Diversity", **Handbook of Intercultural Training**, ed. Dan Landis, Milton J. Bennett, Janet Bennett, 3. bs, Thousand Oaks, California, Sage Publications, 2004, s. 20.

Berry, John W.: "Acculturation: Living Successfully in Two Cultures", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 29, No: 6, 2005, s. 697-712.

Berry, John W.: "Conceptual Approaches to Acculturation", **Acculturation: Advances in Theory, Measurement and Applied Research**, Washington, American Psychological Association, 2003, s. 17-37.

Berry, J.W., Rudolf Kalin: "Multicultural and ethnic attitudes in Canada: An overview of the 1991 National Survey", **Canadian Journal of Behavioural Science**, C. 27, No: 3, 1995, s. 301-320.

Beşer, Ali Haydar: "Çokkültürlülüğe Paradigma Dışı Bir Bakış: Endülüs", C. 2, **Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar II**, 2 cilt, ed. Hasan Selim Kıroğlu, Ankara, Gece Kitaplığı, 2020, s. 165-180.

Bhabha, Homi K.: "Culture's In-Between", **Questions of Cultural Identity**, ed. Stuart Hall, Paul du Gay, Londra, Sage Publications, 1996, s. 53-60.

Bhabha, Homi K.: **Kültürel Konumlanış**, İstanbul, İnsan Yayınları, 2016.

Bhandari, Rajika, Chelsea Robles, Christine Farrugia: "International Higher Education: Shifting Mobilities, Policy Challenges, and New Initiatives", Global Education Monitoring Report, UNESCO, 2018, (Çevrimiçi) https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000266078, 17.03.2023.

Bhawuk, D.P.S., Richard Brislin: "The Measurement of Intercultural Sensitivity Using the Concepts of Individualism and Collectivism", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 16, No: 4, 1992, s. 413-436.

Bilgin, Nuri: **Kimlik İnşası**, Ankara, Aşina Kitaplar, 2007.

Binark, Mutlu: **Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası "Hallyu" Güney Kore'de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop**, Ankara, Siyasal Yayınevi, 2019.

Birdir, Kemal, Yasemin Akgöl: "Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi", C. 3, No: 2, 2015, s. 57-68.

Bizumic, Boris vd.: "A Cross-Cultural Investigation into a Reconceptualization of Ethnocentrism", **European Journal of Social Psychology**, C. 39, 2009, s. 887-909.

Bizumic, Boris, John Duckitt: "What Is and Is Not Ethnocentrism? A Conceptual Analysis and Political Implications", **Political Psychology**, C. 33, No: 6, 2012, s. 887-909.

Bloom Consulting: "Country Brand Ranking Tourism 2022", Madrid, Bloom Consulting, 2022.

Bochner, Stephen: "Culture Shock", **Psychology and Culture**, ed. Walter J. Lonner, Roy S. Malpass, Needham Heights, MA, Allyn & Bacon, 1994.

Bochner, Stephen: "Culture Shock", C. 2, **Encyclopedia of Psychology**, ed. Alan E. Kazdin, New York, Oxford University Press, 2000, s. 410-413.

Bochner, Stephen: "Sojourners", **The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology**, ed. David L. Sam, John W. Berry, Cambridge, Cambridge University Press, 2006, s. 181-197.

Bohannan, Paul: "Preliminary notes on ethnocentrism and xenophobia", **Human nature and the new Europe**, ed. Michael T. McGuire, Boulder, Colorado, Westview Press, 1993, s. 75-82.

Bolin, Göran, Per Ståhlberg: "Between Community and Commodity. Nationalism and Nation Branding", **Communicating the Nation. National Topographies of Global Media Landscapes**, ed. Anna Roosvall, Inka Salovaara Moring, Gothenburg, Nordicom, 2010, s. 79-101.

Bound, Kirsten vd.: **Cultural Diplomacy**, Londra, Demos, 2007.

Bourdieu, Pierre: **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Ankara, Heretik Yayınları, 2015.

Bourdieu, Pierre: **Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar**, 7. bs, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014.

Bourdieu, Pierre: **Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine**, İstanbul, Hil Yayınları, 2006.

Bourdieu, Pierre: "Toplumsal uzay ve sembolik iktidar", **Tözcülüğün Tasfiyesi: İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar**,

ed. Güney Çeğin, Emrah Göker, Ankara, Notabene Yayınları, 2012, s. 349-367.

Böke, Kaan: "Örnekleme", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, ed. Kaan Böke, 4. bs, İstanbul, Alfa Yayınları, 2014, s. 105-152.

Brand Finance: "Nation Brands 2022", London, Brand Finance, 2022, (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-nation-brands-2022-preview.pdf, 17.03.2023.

Brandirectory: "Global Soft Power Index", **Brand Finance Brandirectory**, (06.05.2023), (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/softpower, 06.05.2023.

Brandirectory: "Nation Brands 121 2023", **Brandirectory**, (06.05.2023), (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/, 06.05.2023.

Brandirectory: "Turkey Brand Profile", **Brand Finance Brandirectory**, (16.03.2023), (Çevrimiçi) https://brandirectory.com/brands/turkey/?year=2015, 16.03.2023.

Brillat-Savarin, Jean-Anthelme: **Lezzetin Fizyolojisi**, İstanbul, Oğlak Yayınları, 2022.

Brown, Lorraine: "The Transformatıve Power Of The Internatıonal Sojourn: An Ethnographic Study of the International Student Experience", **Annals of Tourism Research**, C. 36, No: 3, 2009, s. 502-521.

Brown, Lorraine, John Edwards, Hartwell Hartwell: "A Taste of the Unfamiliar. Understanding the Meanings Attached to Food by International Postgraduate Students in England", **Appetite**, C. 54, No: 1, 2010, s. 202-207.

Brown, Timothy A., Michael T. Moore: "Confirmatory Factor Analysis", **Handbook of Structural Equation Modeling**, ed. R. H. Hoyle, New York, The Guilford Press, 2013, s. 361-379.

Bryman, Alan: **Social Research Methods**, 4. bs, Oxford, Oxford University Press, 2012.

Buckingham, David: "Introducing Identity", **Youth, Identity, and Digital Media**, ed. David Buckingham, Cambridge, MIT

Press, 2008, s. 1-24.

Bulduk, Serap, Hale Tosun, Elif Ardıç: "Türkçe Kültürler Arası Duyarlılık Ölçeğinin Hemşirelik Öğrencilerinde Ölçümsel Özellikleri", **Turkiye Klinikleri J Med Ethics**, C. 19, No: 1, 2011, s. 25-31.

Bulduk, Serap, Esra Usta, Yeliz Dinçer: "Kültürlerarası Duyarlılık ve Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bir Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Örneği", **Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 7, No: 2, 2017, s. 73-77.

Bulut, Yücel: **Oryantalizmin Kısa Tarihi**, İstanbul, Küre Yayınları, 2004.

Bursa Kebap Evi: "Şubeler", (13.03.2023), (Çevrimiçi) http://www.bursakebapevi.com/subelerimiz.html, 13.03.2023.

Byram, Michael: **Teaching and Assessing Intercultural Communicative Competence**, 2. bs, Multilingual Matters, 1997.

Calhoun, Craig: "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları", **Ocak ve Zanaat**, ed. Güney Çeğin vd., 3. bs, Politika Dizisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014, s. 77-129.

Canavar, Merve: "Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Eğitim ve Türkiye'deki Yabancı Öğrenciler: İstanbul Gelişim Üniversitesi Örneği", İstanbul, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Capital: "Turkish Coffee Lady Amerika'da 2022 Başarı Hikayesi Seçildi", **Capital**, 2022, (Çevrimiçi) https://www.capital.com.tr/haberler/tum-haberler/turkish-coffee-lady-amerikada-2022-basari-hikayesi-secildi, 02.11.2022.

Castles, Stephen, Mark J. Miller: **Göçler Çağı: Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri**, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008.

Chapple-Sokol, Sam: "Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds", **The Hague Journal of Diplomacy**, C. 8, No: 2, 2013, s. 161-183.

Chapple-Sokol, Sam: "War and Peas: Culinary Conflict Resolution as Citizen Diplomacy", **Public Diplomacy Magazine**, C.

11, No: Winter 2014, 2014, s. 40-45.

Chen, Guo-Ming: "Intercultural Communication Competence: Some Perspectives of Research", **Howard Journal of Communications**, C. 2, No: 3, 1990, s. 243-261.

Chen, Guo-Ming, William J. Starosta: "A Review of the Concept of Intercultural Sensitivity", **Human Communication**, C. 1, 1997, s. 1-16.

Chen, Guo-Ming, William J. Starosta: "Intercultural Communication Competence: A Synthesis", **Annals of the International Communication Association**, C. 19, No: 1, 1996, s. 353-383.

Chen, Guo-Ming, William J. Starosta: "The Development and Validation of the Intercultural Sensitivity Scale", **Human Communication**, C. 3, 2000, s. 1-15.

Chocce, John: "Factors Favoring Intercultural Sensitivity", **I Nternational Journal of I Nnovative Research in I Nformation Security**, C. 1, No: 6, 2014, s. 5-11.

Civitello, Linda: **Cuisine and Culture: A History of Food and People**, 2. bs, New Jersey, Wiley, 2008.

Coelho, Nelson Ernesto, Luís Claudio Figueiredo: "Patterns of Intersubjectivity in the Constitution of Subjectivity: Dimensions of Otherness", **Culture & Psychology**, C. 9, No: 3, 2003, s. 193-208.

Conflict Kitchen: "Conflict Kitchen", **Conflict Kitchen**, (28.10.2022), (Çevrimiçi) https://www.conflictkitchen.org/, 28.10.2022.

Connolly, William E.: **Kimlik ve Farklılık: Siyasetin Açmazlarına Dair Demokratik Çözüm Önerileri**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1995.

Conteh, Bilal: "Antalya'da Eğitim Alan Uluslararası Öğrencilerin Mobil Reklamlara Yönelik Tutumları", Antalya, Akdeniz Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Cooper, Andrew F.: "Middle Powers: Squeezed Out or Adaptive into New Roles?", **Public Diplomacy Magazine**, C. 2, No: Summer 2009, 2014, s. 29-34.

Cooper, Andrew F.: **Niche Diplomacy: Middle Powers after the Cold War**, Londra, Palgrave Macmillan, 1997.

Cooper, Andrew F.: "The Public Diplomacy of Middle Powers", **Public Diplomacy Magazine**, C. 2, No: Summer 2009, 2014, s. 29-34.

Cooper, Andrew F., Agata Antkiewicz, Timothy M. Shaw: "Lessons from/for BRICSAM about South-North Relations at the Start of the 21st Century: Economic Size Trumps All Else?: Economic Size Trumps All Else?", **International Studies Review**, C. 9, No: 4, 2007, s. 673-689.

Cooper, Andrew F., Mo Jongryn: "The Middle 7 Inititaive", **Middle Powers and G20 Governance**, ed. Mo Jongryn, New York, Palgrave Macmillan, 2012, s. 103-121.

Corcoran, N: "Exploring International Students' Food Choices Using Photovoice Techniques", **Journal of International Students**, C. 8, No: 1, 2018, s. 175-193.

Coşkunserçe, Ozan, Suzan Duygu Bedir Erişti: "Uluslararası Öğrencilerin Kültürel Uyum Sürecine Yönelik Tasarım Tabanlı Araştırma Yaklaşımına Dayalı Çevrimiçi Oryantasyon Uygulamasının Geliştirilmesi", **Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama**, C. 7, No: 1, 2017, s. 83-104.

Counihan Carole, Penny Van Esterik, (ed.): **Food and Culture: A Reader**, 3. bs, New York, Routledge, 2013.

Cox, J. Ben: "The Role of Communication, Technology, and Cultural Identity in Repatriation Adjustment", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 28, No: 3, 2004, s. 201-219.

Cömert, Menekşe, Alev Sökmen: "Türkiye'de Gastronomi Turizmi: Antalya'da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma", **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, C. 14, No: 3, 2017, s. 6-26.

Cull, Nicholas John: **Public Diplomacy: Lessons from the Past**, Los Angeles, Figueroa Press, 2009.

Cummings, Milton C.: **Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey**, Washington, Americans for the Arts, 2009.

Çağlar, Ayşe: "Mc Kebap: Döner Kebap and The Social Positioning Struggle of German Turks", C. 2, **Changing Food Habits: Case Studies from Africa, South America and Europe**, ed. Carola Lentz, Food, History and

Culture, New York, Routledge, 1999, s. 263-284.

Çelik, Deniz: "Sosyokültürel Uyum İle Akademik Uyum İlişkisi: Uluslararası Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma", İzmir, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Çetin, Turhan, Ufuk Karakuş, Bülent Aksoy: "Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Turizm ve Türkiye'nin Turizm Değerlerine İlişkin Algıları", **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 5, No: 3, 2012, s. 180-196.

Çiftçi, Tayfun, Betül Alıcı: "Günümüz İran Sinemasında Bir 'Öteki': Afgan Mülteciler", **Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi**, C. 2, No: 1, 2020, s. 26-45.

Çokluk Bökeoğlu, Ömay, Yard Şener Büyüköztürk, Güçlü Şekercioğlu: **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları**, Ankara, Pegem Akademi Yayıncılık, 2012.

Çömlekçi, Mehmet Fatih: "Social Media Use Among International Students: Cultural Adaptation and Socialization", **TRT Akademi**, C. 5, No: 10, 2020, s. 668-685.

Dağtaşoğlu, Ahmet Emre: "Modernizmden Postmodernizme Değişen Özne Anlayışının Sanata Etkileri", **Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi**, No: 15, 2021, s. 202-213.

Dalkey, Norman, Olaf Helmer: "An Experimental Application of the DELPHI Method to the Use of Experts", **Management Science**, C. 9, No: 3, 1963, s. 458-467.

Deardorff, Darla K.: "Identification and Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization", **Journal of Studies in International Education**, C. 10, No: 3, 2006, s. 241-266.

Delikkulak Sak, Hilal: "Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde YTB Burslusu Uluslararası Öğrencilerin Yeri: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği", Eskişehir, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Demirci, Barış vd.: "Yerli Turistlerin Yöresel Yemek Tüketimi Motivasyonlarının Gelecek Niyetleri Üzerine Etkisi: Eskişehir Örneği", **1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu**, Kastamonu, 2015, s. 816-826.

Demirgül, Furkan: "Çadırdan Saraya Türk Mutfağı", **Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi**, C. 3, No: 1, 2018, s. 105-125.

DeSoucey, Michaela: "Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union", **American Sociological Review**, C. 75, No: 3, 2010, s. 432-455.

Dışişleri Bakanlığı: "Türkiye'nin Girişimci ve İnsani Dış Politikası", **Dışişleri Bakanlığı**, (26.04.2023), (Çevrimiçi) https://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa, 26.04.2023.

Dikbaş Torun, Emel: "Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, No: Aralık (32), 2019, s. 217-234.

Dinnie, Keith: **Nation Branding: Concepts, Issues, Practice**, Reprinted., Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2009.

Direk, Zeynep: "Ahlak ve Farklılık", 27.04.2014, (Çevrimiçi) https://zeynepdirek.wordpress.com/2014/04/27/ahlak-ve-farklilik/, 31.01.2023.

Direk, Zeynep: **Başkalık Deneyimi**, Ankara, Fol Kitap, 2021.

Djamanca, Abdu: "The Role of Education in International Cooperation: The Case of Turkey and Sub-Saharan Africa", **Avrasya Etüdleri**, C. 54, No: 2, 2018, s. 7-26.

Doğan, Erhan: "Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar Ve Kısıtları Üzerine", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 13-34.

Doğru, İslam: "Washington Belediye Başkanı, 5 Aralık'ı 'Dünya Türk Kahvesi Günü' Olarak Tanıdığını İlan Etti", **Anadolu Ajansı**, 2020, (Çevrimiçi) https://www.aa.com.tr/tr/dunya/washington-belediye-baskani-5-araliki-dunya-turk-kahvesi-gunu-olarak-tanidigini-ilan-etti/2066217, 02.11.2022.

Douglas, Mary: "Deciphering a Meal", **Daedalus**, C. 101, No: 1, 1972, s. 61-81.

Doytcheva, Milena: **Çokkültürlülük**, çev. Tuba Akıncılar Onmuş,

İstanbul, İletişim Yayınları, 2013.

Dutton, Edward: **Race Differences in Ethnocentrism**, Londra, Arktos Media, 2019.

Ehtiyar, Rüya, Özlem Güzel, Hijran Rzazade: "Uluslararası Yükseköğrenim Öğrencilerinin Temel Sorun Alanları: Azerbaycan Uyruklu Öğrenciler Üzerinde Nitel Bir Çözümleme", **Yükseköğretim Dergisi**, C. 11, No: 3, 2021, s. 705-716.

Elias, Norbert: **Uygarlık Süreci 1**, çev. Ender Ateşman, İstanbul, İletişim Yayınları, 2015.

Ercan, Ayşegül: "Türkiye'de Yükseköğretim Gören Uluslararası Öğrencilerin Uyumu: Muğla Örneği", Muğla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Erdil, Melike: "Yabancı Öğrencilerin Türkçe Yazma Becerisine Karşı Öz Yeterlik Algıları", **Turkophone**, C. 4, No: 2, 2017, s. 87-101.

Ergüven, Sinan: "Reklam Planlama Süreci", **Reklamcılık**, ed. Ferruh Uztuğ, Necip Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012, s. 110-133.

Ernek Alan, Gülseli Aygül: "Diplomaside Özel Bir Alan: Gastrodiplomasi", **Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler**, İstanbul, Seçkin Yayıncılık, 2016.

Eynullayeva, Khanim, Murat Gökalp, Bedri Yavuz Hatunoğlu: "Investigation of the Turkish Cultural Adaptation of International Students Living in Turkey", **The European Educational Researcher**, C. 4, No: 2, 2021, s. 167-181.

Fan, Ying: "Branding The Nation: What Is Beiıng Branded?", **Journal of Vacation Marketing**, C. 12, No: 1, 2006, s. 5-14.

Farina, Felice: "Japan's Gastrodiplomacy as Softpower: Global Washoku and National Food Security", **Journal of Contemporary Eastern Asia**, C. 17, No: 1, 2018, s. 131-146.

Fischler, Claude: "Food Habits, Social Change and The Nature/Culture Dilemma", **Social Science Information**, C. 19, No: 6, 1980, s. 937-953.

Fischler, Claude: "Gastro-nomie et Gastro-anomie", **Communications**,

C. 31, No: 1, 1979, s. 189-210.

Fritz, Wolfgang, Antje Möllenberg, Guo-Ming Chen: "Measuring Intercultural Sensitivity in Different Cultural Contexts", **Intercultural Communication Studies**, C. 11, No: 2, 2002, s. 165-176.

Future Brand: "Future Brand Country Index 2019", New York, Future Brand, 2019, (Çevrimiçi) https://www.futurebrand.com/uploads/FCI/FutureBrand-Country-Index-2019.pdf, 17.03.2023.

Future Brand: "Future Brand Country Index 2020", New York, Future Brand, 2020, (Çevrimiçi) https://www.futurebrand.com/uploads/FBCi-2020-Assets/FutureBrand-Country-Index-2020.pdf, 17.03.2023.

Galante, Angelica: "Developing EAL Learners' Intercultural Sensitivity Through a Digital Literacy Project", **TESL Canada Journal**, C. 32, No: 1, 2015, s. 53.

Gebru, Mihretab Solomon, İlknur Yüksel Kaptanoğlu: "Adaptation Challenges for International Students in Turkey", **Open Journal of Social Sciences**, C. 8, No: 9, 2020, s. 262-278.

Geçkil, Tahsin, Selda Başaran Alagöz: "Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerinin Sorunlarının İncelenmesi: Konya Örneği", **Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi**, C. 20, No: 4, 2017, s. 279-285.

Ghanbary, Razieh: "Hacettepe Üniversitesinde Eğitim Gören Uluslararası Öğrencilerin Profili, İhtiyaçları ve Sorunları", Ankara, Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Gheorghe, Georgică, Petronela Tudorache, Puiu Nistoreanu: "Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism?", **Cactus Tourism Journal**, C. 9, No: 1, 2014, s. 12-21.

GIview: "Geographical Indications View", **GIview**, (02.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.tmdn.org/giview/gi/search, 02.11.2022.

Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, 1. bs, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2012.

Gilboa, Eytan: "Searching for a Theory of Public Diplomacy", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, C. 616, No: 1, 2008, s. 55-77.

Gilboa, Eytan: "The Public Diplomacy of Middle Powers", **Public Diplomacy Magazine**, C. 2, No: Summer 2009, 2014, s. 22-28.

Gilley, Bruce, Andrew O'Neil: "China's Rise through the Prism of Middle Powers", **Middle Powers and the Rise of China**, ed. Bruce Gilley, Andrew O'Neil, Washington, DC, Georgetown University Press, 2014, s. 1-22.

Gilmore, Fiona: "Branding For Success", **Destination Branding**, ed. Nigel Morgan, Annette Pritchard, Roger Pride, Oxford, Elseiver Butterworth-Heinemann, 2004, s. 57-65.

Gilroy, Paul: **The Black Atlantic: Modernity and Double-Consciousness**, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1993.

Girgin, Göksel Kemal, Musa Oflaz, Nilgün Karaman: "Türk Cumhuriyetlerinden Gelen Öğrencilerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Belirlenmesi", **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 6, No: 5, 2017, s. 97-111.

Glade, William: "Issues in the Genesis and Organization of Cultural Diplomacy: A Brief Critical History", **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, C. 39, No: 4, 2009, s. 240-259.

Glazer, Nayhan: "Assimilation Today: Is One Identity Enough?", **Reinventing the Melting Pot: The New Immigrants and What It Means To Be American**, ed. Tamar Jacoby, New York, Basic Books, 2004, s. 61-74.

Golob, Thomas F.: "Structural Equation Modeling for Travel Behavior Research", **Transportation Research Part B: Methodological**, C. 37, No: 1, 2003, s. 1-25.

Goody, Jack: "Industrial Food: Towards the Development of a World Cuisine", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 72-90.

Goody, Jack: **Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması**, çev. Müge Günay Güran, İstanbul, Pinhan Yayıncılık, 2013.

Gordon, Milton M.: **Assimilation in American Life: The Role of Race, Religion and National Origins**, New York, Oxford

University Press, 1964.

Göç İdaresi Başkanlığı: "Uyum Hakkında", **Göç İdaresi Başkanlığı**, (26.04.2023), (Çevrimiçi) https://www.goc.gov.tr/uyum-hakkinda, 26.04.2023.

Göçer, Ali, Bilal Ferhat Karadağ: "Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretiminde Whatsapp Uygulamasının Kullanımının Sözcük Öğretimi Bakımından İşlevselliği", **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 17, No: 46, 2020, s. 322-340.

Göka, Erol: "Benim Levinas'ım", **Tezkire**, (2004).

Göller, Vedat: "Yerel Yemek Tüketiminin Turist Motivasyonuna Etkisi: İspanya Örneği", Muğla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016.

Gönül Kahvesi: "Hakkımızda", **Gönül Kahvesi**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) http://www.gonulkahvesi.com/anasayfa/hakkimizda/, 13.03.2023.

Görkemli, H. Nur: **Yükseköğretimde Uluslararasılaşma ve Kültürlerarası İletişim**, Konya, Çizgi Kitabevi, 2019.

Gözlü, Ahmet, Defne Yılmazcan: "Antik Yunan'da Kölelik: Atina ve Sparta Örneği", **Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi**, C. 5, No: 2, 2017, s. 117-136.

Grant, Carl A., Gloria Ladson-Billings: **Dictionary of Multicultural Education.**, Phoenix, Oryx Press, 1997.

Gudykunst, William B., Mitchell R. Hammer: "Basic Training Design: Approaches to Intercultural Training", **Handbook of Intercultural Training: Issues in Theory and Design**, ed. Dan Landis, Richard W. Brislin, 1983, s. 118-154.

Gudykunst, William B, Mitchell R Hammer, Richard L Wiseman: "An analysis of an integrated approach to cross-cultural training", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 1, No: 2, 1977, s. 99-110.

Gudykunst, William B., Young Y. Kim: **Communicating with Strangers. An Approach to Intercultural Communication**, Second Edition., New York, McGraw-Hill, 1992.

Gudykunst, William B., Seung-Mock Yang, "Cultural Differences in Self-Consciousness and Self-Monitoring", **Communication Research**, C. 1, No:

Tsukasa Nishida: 14, 1987, s. 7-34.

Gültekin, Bahadır: "Kruvaziyer Turizmine Katılan Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Algıları: Kuşadası Limanı Örneği", Nevşehir, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2014.

Gündoğmuş, Yıldız Nevin: "'Asırlık Tariflerle Türk Mutfağı' Kitabı, Uluslararası Yarışmada 2 Dalda Ödüle Aday", **Anadolu Ajansı**, 05.12.2022, (Çevrimiçi) https://www.aa.com.tr/tr/kultur/asirlik-tariflerle-turk-mutfagi-kitabi-uluslararasi-yarismada-2-dalda-odule-aday-/2755653, 18.01.2023.

Gürbüz, Sait: **AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler**, İstanbul, Seçkin Yayıncılık, 2019.

Gürlüyer, Aycan: "Cherrie Moraga'nın The Hungry Woman: A Mexican Medea Adlı Oyununun Homi Bhabha'nın Postkolonyal Melezlik & Üçüncü Alan Teorisi Açısından İncelenmesi", **Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi**, No: 29, 2019, s. 43-63.

Güven, Zeliha Zuhal: "Yükseköğretim Kurumlarında Kültürel İletişim Aracı Olarak Ortak Dil Öğrenme Modeli", **Medeniyet ve Toplum Dergisi**, C. 3, No: 1, 2019, s. 15-32.

Güzel, Bekir: "Uluslararası Öğrencilerin COVID-19 Pandemisi Deneyimleri: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Örneği", **Üniversite Araştırmaları Dergisi**, C. 5, No: 1, 2022, s. 70-83.

Hair, J. F. J. vd.: **Multivariate Data Analysis**, 7th edition., New Jersey, Prentice Hall, 2010.

Hall, Colin Michael, Liz Sharples: "The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste", **Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets**, 2003, 1-24.

Hall, Edward T.: **The Silent Language**, Garden City, New York, Anchor Press, 1973.

Hallaq, Wael B.: **İmkansız Devlet: Modern Çağda Bir İslam Devleti Niçin Mümkün Değildir?**, İstanbul, Babil Kitap, 2019.

Hammer, Mitchell R.: "Additional Cross-Cultural Validity Testing of the Intercultural Development Inventory", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 35, No: 4, 2011, s. 474-487.

Hammer, Mitchell R.: "Behavioral dimensions of intercultural effectiveness: A replication and extension", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 11, No: 1, 1987, s. 65-88.

Hammer, Mitchell R., Milton J. Bennett, Richard Wiseman: "Measuring Intercultural Sensitivity: The Intercultural Development Inventory", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 27, No: 4, 2003, s. 421-443.

Hammer, Mitchell R, William B Gudykunst, Richard L Wiseman: "Dimensions of intercultural effectiveness: An exploratory study", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 2, No: 4, 1978, s. 382-393.

Hankinson, Graham: "Relational Network Brands: Towards A Conceptual Model Of Place Brands", **Journal of Vacation Marketing**, C. 10, No: 2, 2004, s. 109-121.

Hart, Roderick P., Don M. Burks: "Rhetorical sensitivity and social interaction", **Speech Monographs**, C. 39, No: 2, 1972, s. 75-91.

Hart, Roderick P., Robert E. Carlson, William F. Eadie: "Attitudes toward communication and the assessment of rhetorical sensitivity", **Communication Monographs**, C. 47, No: 1, 1980, s. 1-22.

Harvey, David: **Postmodernliğin Durumu**, İstanbul, Metis Yayınları, 2003.

Hawes, Frank, Daniel J. Kealey: "An empirical study of Canadian technical assistance: Adaptation and effectiveness on overseas assignment", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 5, No: 3, 1981, s. 239-258.

Herningtyas, Ratih: "Korean Gastro Diplomacy: Strategy to Enhance Country Promotion Toward Moslem Countries", **Proceedings of the Third International Conference on Sustainable Innovation 2019 – Humanity, Education and Social Sciences (IcoSIHESS 2019)**, Yogyakarta, Atlantis Press, 2019, s. 247-252.

Heydarov, Mir Salim, Mustafa Gülmez: "Alternatif Turizm Kapsamında Eğitim Turizmi ve Akdeniz Üniversitesinde Bir Uygulama", **Verimlilik**

**Dergisi**, No: 3, 2021, s. 263-275.

Hofstede, Geert H., Gert Jan Hofstede, Michael Minkov: **Cultures and Organizations: Software of the Mind**, 3rd ed., New York, McGraw-Hill, 2010.

Holdsworth, Clare, David Morgan: "Revisiting the Generalized Other: An Exploration", **Sociology**, C. 41, No: 3, 2007, s. 401-417.

Holm, Kristiina, Petri Nokelainen, Kirsi Tirri: "Relationship of Gender and Academic Achievement to Finnish Students' Intercultural Sensitivity", **High Ability Studies**, C. 20, No: 2, 2009, s. 187-200.

Huddart, David: **Homi K. Bhabha**, Londra, New York, Routledge, 2006.

Huijgh, Ellen, Jordan Warlick: **The Public Diplomacy of Emerging Powers: The Case of Turkey**, Los Angeles, Figueroa Press, 2016.

Ichijo, Atsuko, Ronald Ranta: **Yemek ve Ulusal Kimlik: Gündelik Yaşamdan Küresel Siyasete**, çev. Emrullah Ataseven, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2016.

IDI: "The Roadmap to Intercultural Competence Using the IDI", **Intercultural Development Inventory**, (17.01.2022), (Çevrimiçi) https://idiinventory.com/generalinformation/the-intercultural-development-continuum-idc/, 17.01.2022.

Institute for Cultural Diplomacy: "Cultural Diplomacy in the Public Sector", Institute for Cultural Diplomacy, Institute for Cultural Diplomacy, 2012, (Çevrimiçi) http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/content/pdf/Cultural_Diplomacy_Outlook_Report_2011_-_01-01.pdf, 16.01.2023.

Isar, Yudhishthir Raj: "Kültür Diplomasisi: Şişirilmiş Bir İtibar Peşinde mi?", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 111-126.

Islam, Towhidul: "Türkiye'de Okuyan Uluslararası Öğrencilere Yönelik Nefret Söylemi", İstanbul, İbn Haldun Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Işın, Priscilla Mary: "Mutfak: Toplumun Aynası", **Türk Mutfağı**, (27.09.2022), (Çevrimiçi) http://www.turkish-cuisine.org/turk-yemek-kulturu-202/mutfak-toplumun-

aynasi-237.html, 27.09.2022.

"İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi", **Vikipedi**, 04.04.2022, (Çevrimiçi) https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=%C4%B0nsan_ve_Yurtta%C5%9F_Haklar%C4%B1_Bildirisi&oldid=27508322, 22.07.2022.

Jöreskog, Karl G.: **Structural Equation Modeling with Ordinal Variables using LISREL**, C. 24, http://www.ssicentral.com/lisrel/ordinal.htm, Scientific Software International, Inc., 2004.

Kadam, Sercan, İhsan Kazkondu, Gökhan Şallı: "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüş ve Düşüncelerinin Genel Değerlendirmesi", **1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu**, 2015, s. 799-808.

Kader, Cemzade: "Emmanuel Levinas Felsefesinde Başkalık ve Aynılık Problemi", **Mütefekkir**, C. 2, No: 3, 2015, s. 77-91.

Kadıoğlu, Ayşe: "Milliyetçilik-Liberalizm Ekseninde Vatandaşlık ve Bireysellik", **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik**, ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingül, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003.

Kahraman Adıyaman, Hatice: "Uluslararası Öğrencilerin Kültürlerarası İletişim Yeterliği Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Bursluları Örneği", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016.

Kalın, İbrahim: **İslam ve Batı**, İstanbul, İSAM Yayınları, 2007.

———: "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 145-160.

Kalkan Kocabay, Hasibe: **Tiyatroda Göstergebilim**, İstanbul, E Yayınları, 2008.

Kanal, Yasin: "Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Yabancı Öğrencilere Türkçe Sözcük Öğretiminde Akademik Başarıya Etkisi", Tokat, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Karadag Arli, Senay, Ayse Berivan Bakan: "An Investigation of the Relationship Between Intercultural Sensitivity and Compassion in Nurses", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 63, 2018, s. 38-42.

Karakaya Özyer, Kübra, Zeki Yıldız: "Country-of-Origin and International Students' Motivation in Turkey: A Correspondence Analysis", **Kuramsal Eğitimbilim Dergisi**, C. 13, No: 1, 2020, s. 44-64.

Karaosmanoğlu, N. Defne: **Yemekle Devrialem Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji**, İstanbul, Kitap Yayınevi, 2017.

Karataş, Zeki, Bekir Güzel: "Üniversite Öğrencilerinin Yabancı Düşmanlığıyla İlgili Tutumlarının İncelenmesi", **Toplum ve Sosyal Hizmet**, C. 31, No: 2, 2020, s. 500-523.

Kartarı, Asker: **Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim**, Ankara, Ürün Yayınları, 2001.

Kartarı, Asker: **Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2016.

Katz, Elihu, Paul Lazarsfeld, Elmo Roper: **Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications**, 2nd ed., New York, Routledge, 2017.

Kaya, Fazıl: "Yabancı Öğrencilerin Gastrodiplomasi Aracı Olarak Türk Mutfağı Haftasına İlişkin Deneyimleri", **GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences**, C. 6, No: 1, 2023, s. 152-167.

Kealey, Daniel J.: "A study of cross-cultural effectiveness: Theoretical issues, practical applications", **Special Issue: Intercultural Communication Competence**, C. 13, No: 3, 1989, s. 387-428.

Keat, Russel, John Urry: **Bilim Olarak Sosyal Teori**, çev. Nilgün Çelebi, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2001.

Keskin, Uğur: "Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Yeni Bir Alt Kültür: Uluslararası Öğrenciler", **Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi**, C. 3, No: 2, 2020, s. 242-257.

Keyman, Fuat: "Farklılığa Direnmek: Uluslararası İlişkiler Kuramında 'Öteki' Sorunu", **Oryantalizm,**

**Hegemonya ve Kültürel Fark**, ed. Fuat Keyman, Mahmut Mutman, Meyda Yeğenoğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 1996, s. 71-106.

Keyman, Fuat, Meyda Yeğenoğlu, Mahmut Mutman: "Giriş: Dünya Nasıl 'Dünya' Oldu?", **Oryantalizm Hegemonya ve Kültürel Fark**, ed. Fuat Keyman, Mahmut Mutman, Meyda Yeğenoğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 1999, s. 7-23.

Kılıç, Tuba: "Türkiye'de Bulunan Uluslararası Öğrencilerin Psiko-Sosyal ve Sosyo-Kültürel Uyumu: İstanbul Örneği", Ankara, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Kılıçoğlu, Gökhan, M. Bahaddin Acat, Engin Karadağ: "İngiltere'deki Türk Öğrencilerin Kültürleşme Tercihleri ve Bu Tercihlerin Okula Aidiyet Duygusuyla İlişkisi", **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi**, C. 3, No: 30, 2015, s. 195-225.

Kılınç, Barış, H. Hande Kaynar: "Kamu Diplomasisinin Araçları ve Uygulama Alanları", **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, ed. Barış Kılınç, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2016.

Kıpçak, Tanyol: "Liderlerin Aşçısı", **Posta**, (2011), (Çevrimiçi) https://www.posta.com.tr/magazin/cumartesi-postasi/liderlerin-ascisi-78420, 31.10.2022.

Kim, Jeongyeon: "International students' intercultural sensitivity in their academic socialisation to a non-English-speaking higher education: a Korean case study", **Journal of Further and Higher Education**, C. 44, No: 7, 2020, s. 939-955.

Kim, Yeong Gug, Anita Eves: "Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food", **Tourism Management**, C. 33, No: 6, 2012, s. 1458-1467.

Kline, Rex B.: **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**, 2. bs, New York, Guilford Publications, 2005.

Kline, Rex B.: **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**, 3rd ed., New York, Guilford Publications, 2011.

Kline, Rex B.: **Yapısal Eşitlik Modellemesinin İlkeleri ve Uygulaması**, İstanbul, Nobel Yayıncılık, 2019.

Koç, Mustafa: **Küresel Gıda Düzeni Kriz Derinleşirken**, İstanbul, Notabene Yayınları, 2013.

Koçak, Ömer Faruk: "Kişilerarası İletişim Bağlamında Kültürleşme ve Sosyokültürel Adaptasyon: Uluslararası Öğrencilere İlişkin Nicel Bir Araştırma", Erciyes Üniversitesi, Doktora Tezi, 2020.

Kodaş, Davut, Çağıl Hale Özel: "Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Güdülerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği", **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C. 8, No: 1, 2016, s. 83-96.

Komagene: "En Yakın Komagene", **Komagene**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.komagene.com.tr/tr/en-yakin-komagene, 13.03.2023.

Koyuncu, Anıl: "Güvenilirlik Çalışmalarında Sıralı İstatistiklere Dayanan Bazı Uyum İyiliği Yöntemleri", Muğla, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Köleoğlu, Nilay: "Uluslararası Öğrencilerin Sosyal Uyum Problemini Belirlemede Log-Lineer Model Kullanımı", **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, No: 18. EYİ Özel Sayısı, 2018, s. 101-116.

Köşebaşı: "Şubeler", **Köşebaşı**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) http://www.kosebasi.com/sayfa/subeler/, 13.03.2023.

Kroeber, Alfred Louis, Clyde Kluckhohn: **Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions**, New York, Vintage Books, 1963.

Kul, Neslihan: **Mutfak Kimlik Diplomasi: Türkiye'de Gastro Diplomasi**, Ankara, Tün Kitap, 2019.

Kumcağız, Hatice, Rahim Dadashzadeh, Kamil Alakuş: "Ondokuz Mayıs Üniversitesi'ndeki Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sınıf Düzeylerine Göre Yaşadıkları Sorunlar", **Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 35, No: 2, 2016, s. 37-50.

Kültür veTurizm Bakanlığı: "Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesine Alındı", **T.C. Kültür veTurizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü**, 2013, (Çevrimiçi) https://aregem.ktb.gov.tr/TR-76265/turk-kahvesi-kulturu-ve-gelenegi-unesco-insanligin-somut-olmayan-kulturel-mirasinin-temsili-listesine-

alindi.html, 02.11.2022.

Kymlicka, Will: "Çok Kültürlülük: Başarı, Başarısızlık ve Gelecek", çev. Fatih Öztürk, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası**, C. 70, No: 2, 2012, s. 297-332.

Kymlicka, Will: "The Essentialist Critique of Multiculturalism: Theories, Policies, Ethos", EUI Working Papers, Robert Schuman Centre for Advanced Studies Global Governance Programme, Milan, European University Institute, 2014.

Kymlicka, Will: "The Rise and Fall of Multiculturalism? New Debates on Inclusion and Accommodation in Diverse Societies", **International Social Science Journal**, C. 61, 2010, s. 97-112.

Kyriakaki, Anna, Smaragda Zagkotsi, Nikolaos Trihas: "Creating Authentic Gastronomic Experiences through Local Agricultural Products: The 'Greek Breakfast' Project", Rodos, 5th International Scientific Conference "Tourism Trends and Advances in the 21st Century", 2013.

Lake, Elise S., Minjoo Oh: "The Sociology of Food and Eating", **21st Century Sociology: A Reference Handbook**, ed. Clifton D. Bryant, Dennis L. Peck, California, Sage Publications, 2007.

Lane, Christel: "The Michelin-Starred Restaurant Sector as a Cultural Industry: A Cross-National Comparison of Restaurants in the UK and Germany", **Food, Culture & Society**, C. 13, No: 4, 2015, s. 493-519.

Leach, Edmund: **Lévi-Strauss**, İstanbul, Afa Yayınları, 1985.

Lee, Jong Min, Isobel Contento, Heewon L. Gray: "Change in Food Consumption and Food Choice Determinants among East Asian International Students in New York", **Journal of Hunger & Environmental Nutrition**, C. 15, No: 3, 2020, s. 418-441.

Leeds-Hurwitz, Wendy: "Notes in the History of Intercultural Communication: The Foreign Service Institute and the Mandate for Intercultural Training", **Quarterly Journal of Speech**, C. 76, No: 3, 1990, s. 262-281.

Leonard, Mark, Vidhya Alakeson: **Going Public: Diplomacy for the Information Society**, Londra, Foreign Policy Centre, 2000.

Leung, Kwok, Soon Ang, "Intercultural Competence", **Annual Review of**

Mei Ling Tan: **Organizational Psychology and Organizational Behavior**, C. 1, No: 1, 2014, s. 489-519.

Levinas, Emmanuel: **Entre Nous: Thinking of the Other**, New York, Columbia University Press, 1998.

Lévi-Strauss, Claude: "The Culinary Triangle", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 40-47.

Lipscomb, Anna: "Culinary Relations: Gastrodiplomacy in Thailand, South Korea, and Taiwan", **The Yale Review of International Studies**, 2019, (Çevrimiçi) http://yris.yira.org/essays/3080, 13.03.2023.

Maden, Merve Nur: "Yabancı Öğrencilerin Türkçe Söz Varlığının Geliştirilmesinde Şarkıların Kullanımı", Tokat, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Mado Dondurma: "Yurt Dışı Operasyonlar", **Mado Dondurma Cafe Pasta Tatlı**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://mado.com.tr/franchising/yurt-disi-operasyonlar/, 13.03.2023.

Mambrol, Nasrullah: "Alterity in Post-Colonialism", **Literary Theory and Criticism**, 2017, (Çevrimiçi) https://literariness.org/2017/09/26/alterity-in-post-colonialism/, 31.01.2023.

Mankan, Esra: "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Ege Bölgesi Örneği", Ankara, Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2012.

Mardia, Kanti V.: "Applications of Some Measures of Multivariate Skewness and Kurtosis in Testing Normality and Robustness Studies", **The Indian Journal of Statistics**, C. 36, No: 2, 1974, s. 115-128.

Mark, Simon: "A Greater Role for Cultural Diplomacy", Discussion Papers in Diplomacy, Lahey, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', 2009, (Çevrimiçi) https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf, 17.03.2023.

Marotta, Vince: "Zygmunt Bauman: Order, Strangerhood and

Freedom", **Thesis Eleven**, C. 70, No: 1, 2002, s. 36-54.

Matsumoto, David, Linda Juang: **Culture and Psychology**, 6. bs, Boston, Cengage, 2016.

McClory, Jonathan: "The New Persuaders", Londra, Institute for Government, 2010.

McClory, Jonathan: "The New Persuaders 2", Londra, Institute for Government, 2011.

McClory, Jonathan: "The New Persuaders 3", Londra, Institute for Government, 2012.

McGrath, Jason, Moriya Bobev: "Nation Brands Index 2022", **Ipsos**, 2022, (Çevrimiçi) https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2022, 03.01.2023.

McGrath, Jason, Moriya Frankel: "Germany Maintains Top 'Nation Brand' Ranking, Canada and Japan Overtake The UK to Round Out The Top Three", **Ipsos**, 2021, (Çevrimiçi) https://www.ipsos.com/en/nation-brands-index-2021, 03.01.2023.

McLuhan, Marshall: **The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man**, 1. bs, Canada, University of Toronto Press, 1962.

Mead, Margaret: "Why Do We Overeat?", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 19-22.

Medina–López–Portillo, Adriana: "Intercultural Learning Assessment: The Link between Program Duration and the Development of Intercultural Sensitivity", **Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad**, C. 10, No: 1, 2004, s. 179-200.

Mengü, Seda, Gonca Yıldırım: "Halkla İlişkilerin Kamu Diplomasisinde Etkin Kullanımı", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 209-231.

Mennell, Stephen: **All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present**, 2. bs, Chicago, University of Illinois Press, 1996.

Mete, Mehmet, Mustafa "Uluslararası Yükseköğretim Öğrencilerinin

Özgenel: Türkiye'yi Tercih Etme Nedenlerinin ve Beklentilerinin İncelenmesi", **Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 5, No: 3, 2021, s. 739-753.

Milliyet: "NATO Liderlerini Onlar Doyurdu", **Milliyet**, 2004, (Çevrimiçi) https://www.milliyet.com.tr/pazar/nato-liderlerini-onlar-doyurdu-337337, 31.10.2022.

Mintz, Sidney W.: **Şeker ve Güç**, çev. Şükrü Alpagut, İstanbul, Kabalcı Yayınları, 1997.

Mintz, Sidney W.: "Time, Sugar, and Sweetness", **Food and Culture: A Reader**, ed. Carole Counihan, Penny Van Esterik, 3. bs, New York, Routledge, 2013, s. 91-106.

Molko, Sholmo: "Emmanuel Levinas ile Söyleşi: Etik ve Siyaset", çev. Cemalettin Haşimi, Özkan Gözel, **Tezkire**, (2004).

Moore-Gilbert, B. J.: **Postcolonial Theory: Contexts, Practices, Politics**, London ; New York, Verso, 1997.

Moradi, Elahe, Zargham Ghabanchi: "Intercultural Sensitivity: A Comparative Study Among Business English Undergraduate Learners in Two Countries of Iran and China", **Journal of Ethnic and Cultural Studies**, C. 6, No: 3, 2019, s. 134-146.

Mumford, D. B.: "The Measurement of Culture Shock", **Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology**, C. 33, No: 4, 1998, s. 149-154.

Müftüler, Meltem, Müberra Yüksel: "Turkey: A Middle Power in the New Order", **Niche Diplomacy: Middle Powers after the Cold War**, ed. Andrew F. Cooper, Londra, Palgrave Macmillan, 1997, s. 184-196.

Nahar, Naili vd.: "The Globalization of Malaysia National Cuisine: A Concept of 'Gastrodiplomacy'", **Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts**, C. 10, No: 1, 2018, s. 42-58.

Nair, Bipithalal Balakrishnan: "Durban Indian Cuisine as an Instrument of Gastrodiplomacy Leverage in Tourism", **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, C. 9, No: 3, 2020, s. 363-371.

Nişanyan Sözlük: "Kebap", **Nişanyan Sözlük**, (20.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.nisanyansozluk.com/kelime/kebap,

20.01.2023.

Nye, Joseph S.: "Public Diplomacy and Soft Power", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, C. 616, No: 1, 2008, s. 94-109.

Nye, Joseph S.: "Smart Power", **New Perspectives Quarterly**, C. 26, No: 2, 2009, s. 7-9.

Nye, Joseph S.: **Yumuşak Güç**, 1. bs, İstanbul, BB101, 2017.

Oberg, Kalervo: "Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments", **Practical Anthropology**, C. os-7, No: 4, 1960, s. 177-182.

Oberg, Kalervo: "Culture Shock", Women's Club of Rio de Janeiro, 1954.

O'Connor, Justin: "The Definition of the 'Cultural Industries'", **The European Journal of Arts Education**, C. 2, No: 3, 2000, s. 15-27.

Octastefani, Theresia, Bayu Kusuma: "Exploring Taiwanese Street Food in Contemporary Indonesian Society: Between Nostalgia and Gastrodiplomacy", **Journal of Governance**, C. 7, No: 4, 2022, s. 797-809.

OECD: **Education at a Glance 2013: OECD Indicators**, OECD Publishing, 2013.

OECD: **Education at a Glance 2015: OECD Indicators**, OECD Publishing, 2015.

OECD: **Education at a Glance 2021: OECD Indicators**, Paris, OECD Publishing, 2021.

Oğuz, Hatice Şule: "Kültürlerarası İletişim Bağlamında Sığınmacılık Deneyimi: Gaziantep Örneği", Ankara, Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2013.

Okumuş, Meryem: "Dijital Ortamda Kültür Elçileri: Türkiye Mezunları", **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 25, No: 3, 2021, s. 1114-1131.

Okumuş, Meryem: "Kamu Diplomasisi ve İtibar İlişkisinde İlişki Yönetiminin Rolü: Türkiye'de Öğrenim Gören Uluslararası Öğrencilere Yönelik Bir Araştırma", Erzurum, Atatürk Üniversitesi, Doktora Tezi, 2018.

Osipova, Yelena: "From Gastronationalism to Gastrodiplomacy: Reversing The Securitization of The Dolma in The South Caucasus", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 18-22.

Osmanlı, Ülgen: "Uluslararası Öğrencilerin Adaptasyonuna Yönelik Bir Araştırma: LAÜ Örneği", **LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 9, No: 1, 2018, s. 49-74.

Ögel, Bahaeddin: "Türk Mutfağının Gelişmesi ve Türk Tarihi", C. 41, **Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri**, Seminer Kongre Bildirileri Dizisi: 12, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları, 1982, C. 41, s. , (Çevrimiçi) http://www.turkish-cuisine.org/turk-yemek-kulturu-202/turk-mutfaginin-gelismesi-ve-turk-tarihi-18.html, 04.10.2022.

Ölmez, Zeliha Duygu: "Gastronomi Turizminde Yerli Ziyaretçilerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Unutulmaz Deneyimlerinin Davranışsal Niyetleri Üzerine Etkisi: Seferihisar Örneği", Balıkesir, Balıkesir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Özbudun, Sibel, Balki Şafak, N. Serpil Altuntek: **Antropoloji Kuramlar/Kuramcılar**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2005.

Özdemir, Bahattin, Fatma Kınay: "Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma", **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, No: 2, 2004, s. 5-28.

Özek, Mehmet: "Yumuşak Güç Bağlamında Türkiye'de Uluslararası Öğrenci Hareketliliği", Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Özel, Meltem: "Eğitim Diplomasisi Bağlamında Uluslararası Değişim Programları: Erasmus+ Programı Örneği", **Turkish Online Journal Of Design Art And Communication**, C. 11, No: 3, 2021, s. 943-966.

Özendeş, Engin: **Fotoğrafta Oryantalizm**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1999.

Özgen, Leyla, Melek "Attitudes of International Students towards Turkish

Yaman: Foods", **Anthropologist**, C. 18, 2014, s. 1089-1095.

Özgören Kınlı, İrem: "Stephen Mennell'in Yemek Sosyolojisine Katkıları", **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi**, C. 40, No: 1, 2020, s. 419-441.

Özkan, Abdullah: "Role of Public Diplomacy in Establishing Nation Branding and Bublic Diplomacy Possibilities of Turkey", **European Journal of Research on Education**, No: Special Issue: International Relations, 2014, s. 1-5.

Özkan, Abdullah: "Uluslararası Halkla İlişkiler ve Bir Halkla İlişkiler Etkinliği Olarak Kamu Diplomasisi", **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, ed. Barış Kılınç, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2016.

Özkan, Abdullah: "Why and How Should Turkey Build the Nation Brand?", **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, No: Special Issue for INTE 2015, 2015, s. 710-713.

Özkan, Abdullah: "Yeni Yüzyılda Türkiye'nin Kendi 'Hikaye'sini Yazmasında İletişim Stratejisi Olarak Kamu Diplomasisinin Rolü", **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, Ankara, Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 2015, s. 229-253.

Özlük, Erdem vd.: "Yükseköğretimdeki Uluslararası Öğrencilerin Türkiye İmajı: Selçuk Üniversitesi Örneği", **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, C. 19, No: 38, 2019, s. 145-162.

Öztürk, Mehmet: "Bir Kamu Diplomasisi Uygulaması Olarak Aksaray Üniversitesi Örneğinde Türkiye'nin Uluslararası Öğrenci Kabulü", **Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 19, No: 4, 2019, s. 1097-1121.

Paige, R. Michael vd.: "Assessing Intercultural Sensitivity: An Empirical Analysis of the Hammer and Bennett Intercultural Development Inventory", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 27, No: 4, 2003, s. 467-486.

Papastergiadis, Nikos: **The Turbulence of Migration: Globalization, Deterritorialization and Hybridity**, Massachusetts, Blackwell Publishers, 1999.

Parasecoli, Fabio: "How Countries Use Food to Win Friends and Influence People", **Foreign Policy Magazine**, 2022, (Çevrimiçi) https://foreignpolicy.com/2022/08/20/food-diplomacy-countries-identity-culture-marketing-gastrodiplomacy-gastronativism/, 30.10.2022.

Parekh, Bhikhu: **Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek**, Phoenix Yayınevi, 2002.

Parks, Malcolm R.: "Interpersonal Communication and The Quest For Personal Competence", **Handbook of Interpersonal Communication**, ed. M.L. Knapp, G.R. Miller, Beverly Hills, California, Sage, 1985, s. 171-201.

Petrovic, Danijela vd.: "Intercultural Sensitivity Scale: Proposal for a Modified Serbian Version", **Psihologija**, C. 48, No: 3, 2015, s. 199-212.

Porter, Michael E.: **Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance**, New York, Simon and Schuster, 1990.

Queen's University: "Mapping the Index - Multiculturalism Policies in Contemporary Democracies", **Queen's University**, (05.05.2023), (Çevrimiçi) https://www.queensu.ca/mcp/immigrant-minorities/mapping-the-index-im, 05.05.2023.

Radmard, Somayyeh: "Türk Üniversitelerindeki Uluslararası Öğrencilerin Yükseköğretim Taleplerini Etkileyen Etkenlerin İncelenmesi", **Yükseköğretim ve Bilim Dergisi**, No: 1, 2017, s. 67-77.

Raz, Joseph: "Multiculturalism", **Ratio Juris**, C. 11, No: 3, 1998, s. 193-205.

Redfield, Robert, Ralph Linton, Melville J. Herskovits: "Memorandum for the Study of Acculturation", **American Anthropologist**, C. 38, No: 1, 1936, s. 149-152.

Rich, Andrea L., Dennis M. Ogawa: "A Model of Intercultural and Interracial Communication", **International Communication Association Annual Conference**, Phoneix, Arizona,

Intercultural Division International Communication Association, 1971.

Ritzer, George: **Toplumun McDonaldlaştırılması**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2016.

Rockower, Paul: "Recipes for Gastrodiplomacy", **Place Branding and Public Diplomacy**, C. 8, No: 3, 2012, s. 235-246.

Rockower, Paul: "The State of Gastrodiplomacy", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 13-17.

Ruben, Brent D.: "Assessing Communication Competency for Intercultural Adaptation", **Group & Organization Studies**, C. 1, No: 3, 1976, s. 334-354.

Ruben, Brent D.: "Guidelines for Cross-Cultural Communication Effectiveness", **Group & Organization Studies**, C. 2, No: 4, 1977, s. 470-479.

Ruben, Brent, Daniel Kealey: "Behavioral assessment of communication competency and the prediction of cross-cultural adaptation", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 3, 1979, s. 15-47.

Ruddy, Braden: "Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image", **Public Diplomacy Magazine**, C. 11, No: Winter 2014, 2014, s. 29-34.

Rutherford, Jonathan: "The Third Space: Interview with Homi Bhabha", **Identity: Community, Culture, Difference**, ed. Jonathan Rutherford, Londra, Lawrence & Wishart, 1990.

Rzayev, Ali: "Ortadoğu Kökenli Uluslararası Öğrencilerin Maruz Kaldıkları Sosyal Dışlanme ve Sosyal Sorunlar: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği", Çanakkale, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2020.

Salins, Peter D.: **Assimilation, American Style**, New York, BasicBooks, 1997.

Samancı, Özge: "Avrupa'da ve Türkiye'de Yemek Tarihçiliğine Kısa Bir Bakış", **Yemekte Tarih Var: Yemek Kültürü ve Tarihçiliği**, ed. Seda Erkoç, Ayşegül Avcı, Elvin Otman, İstanbul, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2013.

Samancı, Özge: "İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü", **Türk Mutfağı**, ed. Arif Bilgin, Özge Samancı, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008, s. 199-219.

Sami, Fuat: "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşlerinin Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi: Atatürk Havalimanı Bölgesi Otelleri Üzerine Bir Araştırma", İstanbul, İstanbul Okan Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Sancar, Gaye Aslı: **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2012.

Sarı, Engin: "Kültürlerarası İletişim: Temeller, Gelişmeler, Yaklaşımlar", **folklor/edebiyat**, C. X, No: 39, 2004, s. 1-31.

Saricoban, Arif, Huseyin Oz: "Research into Pre-Service English Teachers' Intercultural Communicative Competence (ICC) in Turkish Context", **The Anthropologist**, C. 18, No: 2, 2014, s. 523-531.

Sasa, Simge: "Türkiye'de Yükseköğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar", Edirne, Trakya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Saunders, Mark N. K., Philip Lewis, Adrian Thornhill: **Research Methods for Business Students**, 8. bs, New York, Pearson, 2019.

Savić, Obrad: "Figures of the Stranger Citizen as a Foreigner", **Parallax**, C. 11, No: 1, 2005, s. 70-78.

Schleifer, Yigal: "UNESCO Decision Helps Start a Turkish-Armenian Food Fight", **Eurasianet**, 2011, (Çevrimiçi) https://eurasianet.org/unesco-decision-helps-start-a-turkish-armenian-food-fight, 03.01.2023.

Schnapper, Dominique: **Sosyoloji Düşüncesinin Özünde "Öteki" İle İlişki**, çev. Ayşegül Sönmez, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005.

Schumacker, Randall E., Richard G. Lomax: **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**, 2nd ed., Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

Schumacker, Randall E., **A Beginner's Guide to Structural Equation**

Richard G. Lomax: **Modeling**, 3. bs, New York, Taylor & Francis Group, 2010.

Sekaran, Uma, Roger Bougie: **Research Methods for Business**, 7. bs, Chichester, Wiley, 2016.

Selamlique: "Mağazalar", **Selamlique**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.selamlique.com/tr/icerik/www.selamlique.com, 13.03.2023.

Sevinç, Bilal: "Survey Araştırması Yöntemi", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, ed. Kaan Böke, 4. bs, İstanbul, Alfa Yayınları, 2014, s. 243-286.

Seyidoğlu: "Mağazalar", **Seyidoğlu**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.seyidoglugida.com.tr/magazalarimiz/, 13.03.2023.

Sherry, Mark, Peter Thomas, Wing Hong Chui: "International Students: A Vulnerable Student Population", **Higher Education**, C. 60, No: 1, 2010, s. 33-46.

Signitzer, Benno: "Public Relations and Public Diplomacy: Some Conceptual Explorations", **Public Relations Research: European and International Perspectives and Innovations**, ed. Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler, Krishnamurthy Sriramesh, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, s. 205-218.

Signitzer, Benno, Timothy Coombs: "Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences", **Public Relations Review**, C. 18, No: 2, 1992, s. 137-147.

Simit Sarayı: "Mağazalar", **Simit Sarayı**, (13.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.simitsarayi.com/magazalar, 13.03.2023.

Simmel, Georg: **Bireysellik ve Kültür**, çev. Tuncay Birkan, İstanbul, Metis Yayınları, 2009.

Simonin, Bernard L.: "Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities", **The Fletcher Forum of World Affairs**, C. 32, 2008, s. 16.

Siu, Paul C. P.: "The Sojourner", **American Journal of Sociology**, C. 58, No: 1, 1952, s. 34-44.

Smith, Keri E. Iyall: "Hybrid Identities: Theoretical Examinations", **Hybrid Identities: Theoretical and Empirical Examinations**, ed. Keri E. Iyall Smith, Patricia Leavy,

Leiden ; Boston, Brill, 2008.

Snoubar, Yaser: "Türkiye'de Öğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Sorunları ve Sosyal Hizmet Gereksinimleri", Ankara, Hacettepe Üniversitesi, Doktora Tezi, 2015.

Soft Power 30: "Soft Power 30", **Soft Power 30**, (09.01.2023), (Çevrimiçi) https://softpower30.com/, 09.01.2023.

Solak, Enes Malik: "Türkçeyi İkinci Dil Olarak Öğrenen Uluslararası Öğrencilerin Konuşma Kaygıları Üzerine Bir İnceleme", Tokat, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Song, Sarah: "Multiculturalism", **Stanford Encyclopedia of Philosophy**, 2020, (Çevrimiçi) https://plato.stanford.edu/entries/multiculturalism/, 21.02.2022.

Sönmez Selçuk, Senem: "Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: 'Öteki' ve 'Ötekileştirme'", **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, 2012, 23.

Sparrow, Lise M: "Beyond multicultural man: complexities of identity", **International Journal of Intercultural Relations**, C. 24, No: 2, 2000, s. 173-201.

Spencer-Oatey Helen, (ed.): **Culturally Speaking: Culture, Communication and Politeness Theory**, 2. bs, London, Continuum, 2008.

Spinthourakis, J.A., E. Karatzia-Stavlioti, Y. Roussakis: "Pre-service Teacher Intercultural Sensitivity Assessment as a Basis for Addressing Multiculturalism", **Intercultural Education**, C. 20, No: 3, 2009, s. 267-276.

Stajcic, Nevana: "Understanding Culture: Food as a Means of Communication", **Hemispheres. Studies on Cultures and Societies**, No: 28, 2013, s. 77-87.

Standage, Tom: **Altı Bardakta Dünya Tarihi**, İstanbul, Kırmızı Kedi Yayınevi, 2019.

Staszak, Jean-François: "Other/otherness", ed. Rob Kitchin, Nigel Thrift, **International Encyclopedia of Human Science**, 2008, 1-7.

Subaş, Abdurrahman, "Enneagram Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması", **Sobider**, C. 11,

Münevver Çetin: No: 4, 2017, s. 160-181.

Sürücüoğlu, Metin Saip, Ayşe Özfer Özçelik: "Türk Mutfak Ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi", **Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları**, C. 3, No: 4, 2008, s. 1289-1310.

Swartz, David: **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**, çev. Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011.

Şahin, Mehmet, B. Senem Çevik: "Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç", **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, ed. Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, Ankara, Nobel Yayıncılık, 2015, s. 1-16.

Şan, Mustafa Kemal: "Farklılık ve Çokkültürlülük Siyasetleri Üstüne Bir Deneme", **Milel ve Nihal**, C. 3, No: 1-2, 2005, s. 49.

Şan, Mustafa Kemal, İrfan Haşlak: "Asimilasyon ile Çokkültürlülük Arasında Amerikan Anaakımını Yeniden Düşünmek", **Akademik İncelemeler Dergisi**, C. 7, No: 1, 2012, s. 29-54.

Şan, Mustafa Kemal, Salich Tzampaz: "Çok-Kültürcülüğün Soykütüğü: Çok-Kültürcülük Teorisinin Yükselişi ve Düşüşü", **Çokkültürlülük Fragmanları**, ed. Ahmet Faruk Yıldırım, İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2023, s. 38-58.

Şanlıer, Nevin: "Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri", **Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 25, No: 1, 2005, s. 213-227.

Şeker, Murat vd.: "İstanbul Üniversitesi Öğrencilerinin Türkiye, İstanbul ve İstanbul Üniversitesi Algıları", Şehir Araştırma Notları-5, İSUMER Uluslararası Öğrencilik Raporları-1., İstanbul, İÜ Şehir Politikaları Uygulama ve Araştırma Merkezi, 2020.

Şimşek, Ömer Faruk: **Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş - Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları**, İstanbul, Ekinoks Yayınevi, 2007.

Tabachnick, Barbara G., Linda S. Fidell: **Using Multivariate Statistics**, Boston, Pearson, 2013.

Taher, Ahmed, Heba Elshahed: "The Shortest Way to a Nation's Heart: Culinary Diplomacy Patterns Among Egyptians", **Journal of Cultural and Religious Studies**, C. 8, No: 9, 2020.

Taste Atlas: "Best Traditional Food in the World", **Taste Atlas**, (26.12.2022), (Çevrimiçi) https://www.tasteatlas.com/best/cuisines#BestTraditionalCities, 26.12.2022.

Taste Atlas: "World's Cuisine's Ranking", **Twitter**, 2022, (Çevrimiçi) https://twitter.com/TasteAtlas/status/1533040166180466688?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1533040166180466688%7Ctwgr%5E84df1c482868e390b465a4a7072c4f5b6ef9b1d2%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2F, 26.12.2022.

Tatlıcan, Ümit, Güney Çeğin: "Bourdieu ve Giddens: Habitus veya Yapının İkiliği", **Ocak ve Zanaat**, ed. Güney Çeğin vd., 3. bs, Politika Dizisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014, s. 303-366.

Taylan, Şerife: "Sakarya Üniversitesindeki Uluslararası Öğrencilerin Sorunları", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

TDK: "Gastronomi", **Türk Dil Kurumu Sözlükleri**, (28.05.2022), (Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr, 28.05.2022.

TDK: "Öteki", **Türk Dil Kurumu Sözlükleri**, (28.05.2022), (Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr, 28.05.2022.

TDK: "Yabancı", **Türk Dil Kurumu Sözlükleri**, (28.05.2022), (Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr, 28.05.2022.

Tekelioğlu, Serhat vd.: "Uluslararası Öğrencilerin Ülke ve Üniversite Seçiminde Etkili Faktörler: Vakıf Üniversitesi Örneği", **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**, C. 4, No: 2, 2012, s. 191-200.

Tekin, Emrullah: "Çalışma Hayatında Uluslararası Öğrenciler: İstanbul Örneği", İstanbul, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Temel Eğinli, Ayşen: "Kültürlerarası Yeterliliğin Gelişmesi ve Kültürlerarası Uyum", **Öneri Dergisi**, C. 9, No: 35, 2011, s. 215-227.

Teslik, Lee Hudson: "Nation Branding Explained", Council on Foreign Relations, 2007, (Çevrimiçi) https://www.iwp.edu/wp-

content/uploads/2019/05/20161003_NationBrandingExplainedCouncilonForeignRelations.pdf, 17.03.2023.

Tez, Zeki: **Lezzetin Tarihi**, İstanbul, Hayy Kitap, 2012.

The Economist: "Thailand's gastro-diplomacy", **The Economist**, (07.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy, 07.11.2022.

The Good Country: "About the Good Country Index", **The Good Country**, (06.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.goodcountry.org/index/about-the-index/, 06.01.2023.

Tirelli, Christian, Maria Pilar Martinez-Ruiz, Ricardo Gomez-Ladron-De-Guevara: "Assessing the Impact of Ethnocentrism in the Food Buying Decisions of International University Students", **Journal of Food Products Marketing**, C. 22, No: 3, 2016, s. 279-303.

Toda, Tomiko, Mitsue Maru: "Cultural Sensitivity of Japanese Nurses: Exploring Clinical Application of the Intercultural Sensitivity Scale", **Open Journal of Nursing**, C. 8, No: 9, 2018, s. 640-655.

Tomlinson, John: "Deterritorialization", **The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization**, ed. George Ritzer, Blackwell Publishing, 2012.

Topal, Fikret, Soner Tauscher: "Uluslararası Öğrencilerin Akademik Ve Sosyal Yaşamlarında Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine İnceleme", **Akademik İncelemeler Dergisi**, C. 15, No: 1, 2020, s. 309-344.

Tozan, Sevda: "Kültürlerarası İletişimin Geliştirilmesinde Uluslararası Öğrencilerin Etkisi: YTB Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Örneği", Sakarya, Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Turkish Coffee Lady: "Turkish Coffee Lady", **Turkish Coffee Lady**, (01.11.2022), (Çevrimiçi) https://turkishcoffeelady.com/pages/about-us, 01.11.2022.

Turkish Coffee Lady Foundation: "Turkish Coffee Lady Foundation", **Turkish Coffee Lady Foundation**, (01.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.turkishcoffeelady.org/, 01.11.2022.

Turkish Coffee Lady, **Turkish Coffee Tales of Anatolia**, Youtube, 2021,

(haz.): (Çevrimiçi) https://www.youtube.com/watch?v=X8lP0j7vcnA, 01.11.2022.

Turkish Coffee Truck: "Turkish Coffee Truck", Instagram Sayfası, **Instagram**, (01.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.instagram.com/turkishcoffeetruck/, 01.11.2022.

Tutal, Nilgün: **Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık**, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2005.

Türel, Mustafa Talha: "Uluslararası Öğrencilerin Sosyokültürel Uyumu", **Avrasya Beşeri Bilim Araştırmaları Dergisi**, C. 1, No: 2, 2021, s. 73-89.

Türk Mutfağı Haftası: "Türk Mutfağı Haftası", **Türk Mutfağı Haftası**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://turkishcuisineweek.com/tr/turk-mutfagi-haftasi, 18.01.2023.

Türk Patent: "Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adı İstatistik", **Türk Patent**, (02.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler-ve-geleneksel-urun-adi-istatistik, 02.11.2022.

**Türkiye**, 2. bs, İstanbul, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları, 2023.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı: "Emine Erdoğan, 'Türk Mutfağı Haftası' Kapsamında Balıkesir Gastronomi Festivali'ne Katıldı", **Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/137988/emine-erdogan-turk-mutfagi-haftasi-kapsaminda-balikesir-gastronomi-festivali-ne-katildi, 18.01.2023.

Türkkan, Sevinç: "Other/Alterity", **The Encyclopedia of Literary and Cultural Theory**, ed. Michael Ryan, Oxford, John Wiley & Sons, Ltd, 2010, s. wbelctv1o001, doi:10.1002/9781444337839.wbelctv1o001.

Uhri, Ahmet: **Boğaz Derdi: Arkeolojik, Arkeobotanik, Tarihsel ve Etimolojik Veriler Iığında Tarım ve Beslenmenin Kültür Tarihi**, İstanbul, Ege Yayınları,

2011.

UNESCO: "Creative Cities Network", **Creative Cities Network**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map, 18.01.2023.

UNESCO: **Global Education Digest 2009: Comparing Education Statistics Across the World**, Montreal, UNESCO Institute for Statistics, 2009.

UNESCO: "Inbound Internationally Mobile Students", **UNESCO**, (20.02.2023), (Çevrimiçi) http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=3804, 20.02.2023.

UNESCO: "UNESCO Dolma Making and Sharing Tradition, a Marker of Cultural Identity", (12.04.2023), (Çevrimiçi) https://ich.unesco.org/en/RL/dolma-making-and-sharing-tradition-a-marker-of-cultural-identity-01188, 12.04.2023.

UNESCO: "UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesi", (02.11.2022), (Çevrimiçi) https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-%C4%B0nsanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1n-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras%C4%B1-Temsil%C3%AE-Listesi Erişim Tarihi: 02.11.2022, 02.11.2022.

UNESCO Türkiye: "UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı", **UNESCO Türkiye Milli Komisyonu**, (18.01.2023), (Çevrimiçi) https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1, 18.01.2023.

US Department of State: "Cultural Diplomacy the Linchpin of Public Diplomacy", Report of the Advisory Committee on Cultural Diplomacy, U.S. Department of State, 2005.

US News: "The Best Countries in the World", **US News**, (12.03.2023), (Çevrimiçi) https://www.usnews.com/news/best-countries/rankings, 12.03.2023.

US News: "The Best Countries to Study Abroad 2021", **US News**, 2021, (Çevrimiçi) https://www.usnews.com/news/best-countries/best-

countries-to-study-abroad, 03.08.2022.

USC Center on Public Diplomacy: "What Is PD?", **USC Center on Public Diplomacy**, (15.10.2022), (Çevrimiçi) https://uscpublicdiplomacy.org/page/what-is-pd, 15.10.2022.

Ünal Erzen, Meltem: "Kamu Diplomasisinin Kapsamı ve Geleceği", **Kamu Diplomasisi**, ed. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, s. 35-49.

Üzülmez, Meral: "Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma", Mersin, Mersin Üniversitesi, Doktora Tezi, 2018.

Vural Yılmaz, Devrim: "Türk Yükseköğretiminde Uluslararasılaşma: Tarihsel Perpektiften Bir Analiz", **The Journal of Social Sciences**, No: 9, 2016, s. 154-172.

Wilson, Ernest J.: "Hard Power, Soft Power, Smart Power", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, C. 616, No: 1, 2008, s. 110-124.

Wilson, Rachel: "Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Cuisine in Peru", **Exchange: The Journal of Public Diplomacy**, C. 2, No: 1, 2011, s. 13-20.

Wiseman, Richard L., Mitchell R. Hammer, Hiroko Nishida: "Predictors of intercultural communication competence", **Special Issue: Intercultural Communication Competence**, C. 13, No: 3, 1989, s. 349-370.

Wolf, Bonny: "Among the Greatest Cuisines, Turkish Is a Delight", **NPR**, (01.08.2010), blm. Food, (Çevrimiçi) https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=128907103, 06.06.2023.

Wright, Robin: "Iran's Dinner Diplomacy", **Wilson Center**, (25.10.2022), (Çevrimiçi) https://www.wilsoncenter.org/article/irans-dinner-diplomacy, 25.10.2022.

Yağmurlu, Aslı: "Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalaşması: Bir Elmanın İki Yarısı Mı?", **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, C. Güz, No: 49, t.y., s. 122-138.

Yalçınkaya, Merve, "Türk Cumhuriyetleri Arasındaki Uluslararası

Hayati Beşirli: Öğrenci Hareketliliği ve Bu Hareketliliğin Yükseköğretimin Uluslararasılaşma Sürecindeki Rolü", **Karadeniz Araştırmaları**, C. 19, No: 74, 2022, s. 363-382.

Yanpar Yelken, Tuğba vd.: "The Problems Of The International Students: Comparison Of Turkey And Belgium", **Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C. 1, No: 1, 2013, s. 58-76.

Yardımcıoğlu, Fatih, Furkan Beşel, Fatih Savaşan: "Uluslararası Öğrencilerin Sosyo-Ekonomik Problemleri ve Çözüm Önerileri (Sakarya Üniversitesi Örneği)", **Akademik İncelemeler Dergisi**, C. 12, No: 1, 2017, s. 203-254.

Yaşlıoğlu, M Murat: "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması", **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, No: Özal Sayı: 46, 2017, s. 74-85.

Yavaşgel, Emine: **Siyasal İletişim: Kavramlar ve Ardındakiler**, Ankara, Ebabil Yayıncılık, 2004.

Yayla, Önder, Sema Ekincek, Şeyda Yayla: "Türk Mutfağı İmajının Ürün Odaklı Geliştirilmesi: Turistler Üzerinde Bir Uygulama", **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, C. 8, No: 4, 2020, s. 2916-2955.

YEE: "Yunus Emre Enstitüsü Faaliyet Raporu 2020", Ankara, Yunus Emre Enstitüsü, 2020.

Yenal, Zafer: "Bir Araştırma Alanı Olarak Yeme-İçme Tarihi ve Sosyolojisi", **Toplum ve Bilim**, No: 71 (Kış), 1996, s. 195-227.

Yerasimos, Marianna: **500 Yıllık Osmanlı Mutfağı**, İstanbul, Boyut Yayın Grubu, 2002.

Yerasimos, Stefanos: **Sultan Sofraları: 15.ve16. Yüzyılda Osmanlı Saray Mutfağı**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002.

Yetişkin, Ebru: "Ulusaşırılaşma ve Mutfak", **Özneler, Durumlar ve Mekanlar - Toplum ve Mekan: Mekanları Kurgulamak**, ed. İ. Emre Işık, Yıldırım Şentürk, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2009, s. 245-264.

Yiğittürk Ekiyor, Emel YİĞİTTÜRK: "Göç ve Kültürlerarası İletişim İlişkisi Üzerine Bir Alan Araştırması", **Journal of Humanities and**

**Tourism Research**, C. 11, No: 4, 2021, s. 819-843.

Yontar, İbrahim Güray: "Türkiye Bursları Kapsamında Öğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Üniversite Yaşamına Uyumu: Bir Devlet Üniversitesi Örneği", **Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 8, No: 1, 2019, s. 242-262.

Young, Kimball: **Social Psychology: An analysis of Social Behavior**, Oxford, Crofts, 1930.

YÖK: "Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi", **Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi**, (21.02.2023), (Çevrimiçi) https://istatistik.yok.gov.tr, 21.02.2023.

YÖK: "Yükseköğretimde Uluslararasılaşma ve Türkiye'deki Üniversitelerin Uluslararası Görünürlülüğü Çalıştayı Düzenlendi", **Yükseköğretim Kurulu**, (21.02.2023), (Çevrimiçi) https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2022/yuksekogretimde-uluslararasilasma-ve-turkiye-deki-universitelerin-uluslararasi-gorunurlulugunu-artirma-calistayi.aspx, 21.02.2023.

YTB: "2021 Yılında Türkiye Bursları'na Rekor Başvuru", **YTB**, (01.08.2022), (Çevrimiçi) https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/turkiye-burslari, 01.08.2022.

Yunus Emre Enstitüsü: "Yunus Emre Enstitüsü", **Yunus Emre Enstitüsü**, (21.10.2022), (Çevrimiçi) https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu, 21.10.2022.

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Teşkilat Ve Görevleri Hakkında Kanun: C. 5978, C. 5978 § (2010), (Çevrimiçi) https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/04/20100406-1.htm.

Yurtseven, Nihal, Sertel Altun: "Intercultural Sensitivity in Today's Global Classes: Pre-Service Teachers' Perceptions", **Journal of Ethnic and Cultural Studies**, C. 2, No: 1, 2015, s. 49-54.

Zağralı, Egem, Atilla Akbaba: "Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma", **E-**

**Journal of Yaşar University**, C. 10, No: 40, 2015, s. 6633-6644.

Zhang, Juyan: "The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns", **International Journal of Communication**, C. 9, 2015, s. 568-591.

# EKLER

## Ek.1: Anket Formu

## İstanbul'daki Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağı Algısı

Değerli katılımcı,

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Prof. Dr. Abdullah Özkan'ın danışmanlığında Mehmet Sali tarafından yürütülen "Kültürlerarası İletişim ve Gastrodiplomasi: İstanbul Üniversitesindeki Uluslararası Öğrencilerin Türk Mutfağı Algısı" başlıklı doktora tezi araştırmasına katılmanızı rica ediyoruz. Bu araştırmanın amacı İstanbul Üniversitesi'nde eğitim gören uluslararası öğrencilerin Türk mutfağına ilişkin algılarının ve kültürlerarası duyarlılıklarının belirlenmesi ve buradan hareketle Türkiye'nin gastrodiplomasi çalışmalarına ışık tutacak bir veri sağlamasıdır. Araştırmada sizden tahminen 10 dakika ayırmanız istenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda tahminen 400 kişi katılacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır; ancak verileriniz yayın amacı ile kullanılabilir. İletişim bilgileriniz ise sadece izninize bağlı olarak ve farklı araştırmacıların sizinle iletişime geçebilmesi için "ortak katılımcı havuzuna" aktarılabilir. Eğer araştırmanın amacı ile ilgili verilen bu bilgiler dışında şimdi veya sonra daha fazla bilgiye ihtiyaç duyarsanız araştırmacıya şimdi sorabilir veya **XXXX** e-posta adresi ve **XXXXX** numaralı telefondan ulaşabilirsiniz. Araştırma tamamlandığında genel/size özel sonuçların sizinle paylaşılmasını istiyorsanız lütfen araştırmacıya iletiniz.

**Hatırlatma:** Bu araştırma yalnızca İstanbul Üniversitesinde eğitim gören uluslararası öğrencilere yöneliktir.

**( ) Yukarıda belirtilen bilgiler doğrultusunda bu araştırmaya katılmayı onaylıyorum.**

---

**Dışarıdan yemek yediğiniz zaman Türk mutfağını ne sıklıkla tercih edersiniz?**

( ) Her gün

( ) Haftada birkaç kere

( ) Haftada bir kere

( ) Ayda birkaç kere

( ) Birkaç ayda bir kere

( ) Neredeyse hiç

( ) Hiçbir zaman

**Evde ne sıklıkla Türk yemekleri hazırlarsınız?**

( ) Her gün

( ) Haftada birkaç kere

( ) Haftada bir kere

( ) Ayda birkaç kere

( ) Birkaç ayda bir kere

( ) Neredeyse hiç

( ) Hiçbir zaman

**Kendi ülkenize döndüğünüzde ulaşabilmeniz hâlinde Türk yemeklerini tercih eder misiniz?**

( ) Evet ( ) Hayır ( ) Kararsızım

**Genel bir değerlendirmeyle Türk Mutfağını/Türk yemeklerini 1 ile 10 arasında kaç puan ile değerlendirirsiniz?**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

**En sevdiğiniz 3 Türk yemeğini (yiyecek veya içecek) yazınız.**

1-
2-
3-

**En sevmediğiniz 3 Türk yemeğini (yiyecek veya içecek) yazınız.**

1-
2-
3-

**Türk mutfağını/Türk yemeklerini düşününce aklınıza gelen ilk kelimeyi yazınız.**

……..

| | **Türk mutfağına veya Türk mutfağından yediğiniz bir yemeğe ilişkin ifadelerden size en yakın gelen seçeneği işaretleyiniz.**<br><br>**(5 = Kesinlikle Katılıyorum**<br>**4= Katılıyorum 3= Kararsızım 2= Katılmıyorum**<br>**1 = Kesinlikle Katılmıyorum)** | **Kesinlikle Katılıyorum** | **Katılıyorum** | **Kararsızım** | **Katılmıyorum** | **Kesinlikle Katılmıyorum** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Bir Türk yemeğini yemek, onun nasıl bir lezzette olduğunu öğrenmemi sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2 | Yerli halkın sunduğu Türk yemeklerini orijinal yerinde yemek, yerel kültürleri anlamak için eşsiz bir fırsat sunar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3 | Türk mutfağı deneyimi, yerel kültürle ilgili yeni şeyler keşfetmeme imkân sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4 | Türk mutfağı deneyimi, kendi kültürümde göremeyeceğim şeyleri anlamama imkân sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5 | Türk mutfağı deneyimi, Türkiye'de insanların nasıl yaşadığını anlamama imkân sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6 | Geleneksel olarak sunulan bir Türk yemeğini tatmak, özel bir deneyimdir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7 | Türk mutfağı deneyimi, Türk kültürü hakkındaki bilgimi artırmama imkân sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 8 | Bir Türk yemeği, kendi yerinde yendiği zaman özgün bir deneyim sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 9 | Türk mutfağını Türkiye'de deneyimlemek, beni heyecanlandırır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 10 | Bir Türk yemeğini yemek, beni rahatlatır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11 | Bir Türk yemeğini yemek bana keyif verir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 12 | Bir Türk yemeğini tadacak olmanın beni heyecanlandırmasını beklerim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 13 | Bir Türk yemeğini tatmış olmak, beni rutin olma kaygısından uzaklaştırır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 14 | Türk mutfağı üzerine edindiğim deneyimlerimden herkese bahsetmekten mutlu olurum. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 15 | Türk mutfağı, dost ve akrabaları bir araya getirerek ilişkileri zenginleştirir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 16 | Türkiye'ye seyahat etmek isteyenlere Türk mutfağı üzerine tavsiyede bulunmak isterim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 17 | Arkadaşlarımla ve/veya ailemle birlikte Türk mutfağından yediğimiz bir yemek, keyifli vakit geçirmeme imkân sağlar. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 18 | Yediğim bir Türk yemeğinin güzel kokması önemlidir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 19 | Yediğim bir Türk yemeğinin tadının güzel olması önemlidir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 20 | Yediğim bir Türk yemeğinin görüntüsünün güzel olması önemlidir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 21 | Özgün yerinde yenen bir Türk yemeğinin tadı, kendi ülkemde yediğimden farklıdır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 22 | Türk mutfağı besleyicidir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 23 | Türk mutfağı, çok sayıda yöresel ve taze malzeme içerir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 24 | Türk mutfağı sağlıklıdır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| | **Aşağıda kültürlerarası iletişim ile ilgili bazı ifadeler bulunmaktadır. Doğru ya da yanlış cevap bulunmamaktadır. Lütfen size en yakın gelen seçeneği işaretleyiniz.**<br><br>**(5 = Kesinlikle Katılıyorum 4= Katılıyorum 3= Kararsızım 2= Katılmıyorum 1 = Kesinlikle Katılmıyorum)** | **Kesinlikle Katılıyorum** | **Katılıyorum** | **Kararsızım** | **Katılmıyorum** | **Kesinlikle Katılmıyorum** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişimde bulunmaktan hoşlanırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2 | Diğer kültürlerden olan insanların dar görüşlü olduğunu düşünürüm. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 3 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken kendimden oldukça eminimdir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4 | Farklı kültürlerden olan insanların karşısında konuşmakta çok zorlanırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 5 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken her zaman ne söyleyeceğimi bilirim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken oldukça sosyal olabilirim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 7 | Farklı kültürlerden olan insanlarla birlikte olmaktan hoşlanmam. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 8 | Farklı kültürlerden olan insanların değerlerine saygı duyarım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 9 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken kolayca telaşlanırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 10 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken kendime güvenirim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11 | Farklı kültürdeki akranlarım hakkında bir kanıya varmadan önce beklemeyi tercih ederim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 12 | Farklı kültürlerden olan insanlarla birlikteyken genellikle cesaretim kırılır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 13 | Farklı kültürlerden olan insanlara karşı açık fikirliyimdir. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 14 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken nezaket kurallarına daha dikkat ederim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 15 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken genellikle kendimi yararsız hissederim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 16 | Farklı kültürlerden olan insanların davranış biçimlerine saygı duyarım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 17 | Farklı kültürlerden olan insanlarla iletişim kurarken olabildiğince çok bilgi edinmeye çalışırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 18 | Farklı kültürlerden olan insanların görüşlerini kabul edemem. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 19 | İletişimimiz boyunca kültürel olarak farklı olan akranlarımın imalı yorumlarına karşı hassasımdır. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 20 | Kendi kültürümün diğer kültürlerden daha iyi olduğunu düşünürüm. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 21 | İletişimimiz boyunca kültürel olarak farklı olan akranlarıma genellikle olumlu yaklaşırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 22 | Kültürel olarak farklı insanlarla uğraşmak zorunda kalacağım durumlardan kaçınırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 23 | Kültürel olarak farklı olan akranlarıma karşı anlayışımı, genellikle sözlü/sözsüz iletişim ile belli ederim. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 24 | Kültürel olarak farklı olan akranlarımla aramızdaki farklılıklardan keyif alırım. | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

**Bir ülkenin yemeğini yediğinizde o ülkeyle ilgili fikrinizin değiştiği oldu mu?**

( ) Evet ( ) Hayır ( ) Kararsızım

**Evet ise hangi ülke?**

……..

**Bir ülkenin yemeğini yediğinizde aşağıdakilerden herhangi birini yaptınız mı? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)**

( ) O ülke hakkında daha fazla bilgi aradım.

( ) O ülkeye seyahat etmeyi düşündüm.

( ) O ülkenin diğer lezzetlerini tatmaya niyet ettim.

( ) O ülkenin diğer kültürel içeriklerini araştırdım. (Müzik, sanat, spor vs.)

( ) O ülkeye pozitif bir şekilde baktım.

( ) O ülkeye negatif bir şekilde baktım.

( ) O ülkeye ziyareti asla düşünmedim.

( ) O ülkenin bütün kültürel formlarını reddettim.

**Yemeklerin diplomatik bir iletişim aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyor musunuz?**

( ) Evet ( ) Hayır ( ) Kararsızım

**Yemeklerin bir ülkenin ulusal kimliğini güçlendirmeye hizmet edebileceğini düşünüyor musunuz?**

( ) Evet ( ) Hayır ( ) Kararsızım

**Türkiye'yi dikkate alınca hangi yemeğin (yiyecek veya içecek) bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabileceğini düşünüyorsunuz? Türk mutfağına ait hangi yemeğin yurt dışında Türkiye'yi temsil edebileceğini düşünüyorsunuz?**

…….

**Yaşınız?**

( ) 17 ve altı ( ) 18-20 ( ) 21-23

( ) 24-26 ( ) 27-29 ( ) 30 ve üzeri

**Cinsiyetiniz?**

( ) Kadın ( ) Erkek

**Medeni durumunuz?**

( ) Evli ( ) Bekâr

**Aylık ortalama geliriniz?**

( ) 500 TL ve altı ( ) 501 TL – 1000 TL ( ) 1001 TL – 1500 TL

( ) 1501 TL – 2000 TL ( ) 2001 TL – 2500 TL ( ) 2501 TL ve üzeri

**Hangi ülke vatandaşısınız?**

…….

**Nerede kalıyorsunuz?**

( ) Öğrenci evinde ( ) Ailemle birlikte

( ) Özel/vakıf yurdunda ( ) Devlet yurdunda

( ) Diğer …….

**Hangi seviyede öğrencisiniz?**

( ) Önlisans ( ) Lisans ( ) Yüksek lisans ( ) Doktora

**Ne kadar zamandır Türkiye'desiniz?**

( ) 6 aydan az ( ) 6-12 ay ( ) 1-2 yıl

( ) 3-4 yıl ( ) 5-6 yıl ( ) 7 yıl ve daha fazla

# ÖZGEÇMİŞ

Mehmet Sali, Lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık bölümünde; Yüksek lisans eğitimini Marmara Üniversitesi Reklamcılık ve Tanıtım bilim dalında tamamladı. 2013 yılından beri Kırklareli Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım programında öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır. Kültürlerarası iletişim, kültürel diplomasi, gastrodiplomasi, göç sosyolojisi, yemek sosyolojisi, yemek kültürü, uluslararası öğrencilik ilgi alanlarında yer almakta ve bu alanlarda çalışmalarını yürütmektedir. Evli ve bir çocuk babasıdır.