



Yemek Kültüründe Toplumsal Cinsiyet Normları (Gender Norms in Food Culture)

* Fatma KOÇ^a , İrfan YAZICIOĞLU^b 

^a Siirt University, Social Sciences Vocational School, Department of Cookery Program, Siirt/Türkiye

^b Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 09.02.2024

Kabul Tarihi: 28.03.2024

Anahtar Kelimeler

Toplumsal cinsiyet

normları

Cinsiyet rolleri

Yemek kültürü

Tüketim alışkanlıkları

Medya

Keywords

Gender norms

Gender roles

Food culture

Consumption habits

Media

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma, tüketim tercihleri ile toplumsal cinsiyet normları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş grubu, eğitim durumu ve meslek gruplarına bağlı olarak yemek kültürü, geleneksel cinsiyet rolleri, medya etkisi ve tüketim alışkanlıklarıyla ilgili algıları incelenmiştir. Araştırma sonuçları geleneksel cinsiyet rollerinin tüketim tercihleri ile ilişkili olarak erkeklerin etkinliğini etkilediği, kadınların yemek pişirme konusunda endişeli olduğu ve medyanın cinsiyet temelli stereotipleri sürdürdüğü gibi toplumdaki yaygın düşünceleri ve algıları yansıtmaktadır. Çalışmanın bulguları, cinsiyetle ilişkilendirilmiş toplumsal normların yemek kültürüne etkisini göstermektedir. Katılımcıların genellikle geleneksel cinsiyet rollerini kabul ettiği ve kadınların ev yemeğiyle ilişkilendirildiği ve toplumda erkeklerin yemekle ilgili konularda daha fazla otoriteye sahip olduğu düşünceleri öne çıkmakla birlikte, demografik faktörlerin katılımcıların algıları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu analizler, toplumsal normların ve beklentilerin bireylerin cinsiyetle ilgili tutumlarını nasıl etkilediğini anlamamıza yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Abstract

This study was conducted to examine the relationship between consumption preferences and gender norms. In the study, participants' perceptions of food culture, traditional gender roles, media influence and consumption habits were examined depending on gender, marital status, age group, educational status and professional groups. The reflect widespread thoughts and perceptions in society, such as that traditional gender roles influence men's activity in relation to consumption choices, that women are anxious about cooking, and that the media perpetuates gender-based stereotypes. The findings show the impact of social norms associated with gender on food culture. Although the opinions that the participants generally accepted traditional gender roles and that women were associated with home cooking and that men had more authority in food-related matters in society came to the fore, it was revealed that demographic factors had an impact on the participants' perceptions. It is thought that these will help us understand how social norms and expectations affect individuals' attitudes about gender.

* Sorumlu Yazar

E-posta: fatma.koc@siirt.edu.tr (F. Koç)

GİRİŞ

Yemek, bir sosyal grubun belirleyici unsuru olarak hizmet eden, kaybedilmesi en zor olan kültürel özelliktir. Bu anlamda yemek, hayatın devamlılığı için gerekli olan bir aktivite olmanın çok ötesinde, kadın ve erkeğin birbirinden farklı ve toplumda uygun görülen işlev, davranış, aktivite ve niteliklere sahip olduğu sosyal, kültürel ve dini bir olguyu temsil etmektedir. Bu farklılıklar, belirli bir toplumun kadını veya erkeksi olarak kavramsallaştırdığı tutum, değer ve beklentileri içeren iş bölümü, biyolojik farklılık, sosyal, politik ve dini kurumlara katılım gibi farklı yönlerde kendini göstermektedir.

Tarihsel olarak cinsiyetler, nesilden nesile yeniden üretilen, erkekler ve kadınlar için karşıt ve tamamlayıcı kategorilere işaret eden, söylenmemiş normlara göre bölünmüştür. Bu sınıflandırmalar öznelere kendilerine ve başkalarına ilişkin algılarına rehberlik etme eğilimindedir. Ve bu ayrımları tartışılmaz olarak kabul eden insanlar, biyolojik cinsiyetlerine göre belirli roller üstlenme eğilimine girmektedir. Genellikle kadınlara, fizyolojik açıdan gebelik ve doğumun yanı sıra ev ekonomisi, yemek pişirme gibi faaliyetleri de içeren sözde cinsiyet rolleri atfedilmiştir. Öte yandan erkek sosyal olarak, ailenin ihtiyaçlarını karşılamak, kendilerini ve evlerini korumak için güç kullanma yeteneği gibi doğuştan gelen sorumlulukları içeren üretken alanlara odaklanmıştır. Çok erken yaşlardan itibaren sosyal aktörler tarafından dahil edilen bu tür davranışlar ve kimlikler, ilişkisel ve ikili bir şekilde tanımlanan kimliklerde, onları sosyal olarak erkek veya kadın olarak tanımlayan modeller oluşturmaktadır (Andreatta & Martínez, 2017: s.12).

Kadın olmak, sembolik alanda kendi çocuklarının gönüllü bakıcılığı, mutfağının hanımı, her şeyden önce kendi çocuklara odaklanan duygusallığın yöneticisinin ve annelik içgüdüsünün taşıyıcısının doğallaştırılmış bağı temsil etmektedir. Bu nedenle "gündelik beslenme ile kadınlar arasında olduğu kadar, gıda pratikleri ve temsilleri ile cinsiyet kimlikleri arasında da" yakın bir ilişki kurulması yaygındır (Gracia Arnaiz, 2009: s.210).

Ayrıcalıklı sınıflara mensup olanlar dışında, tarihsel olarak ailelerinin beslenmesinden sorumlu olanlar kadınlardır, ancak yemek hazırlamak da dahil olmak üzere evin bakımıyla ilgili görevleri kadınlar kendi gözetimi altındaki diğer kadınlara (ev çalışanlarına) devretme eğiliminde olmuştur (Gracia Arnaiz, 2014: s.26; Martínez, 2016).

Yemek ve kimlik arasındaki ilişki Almanların "Man ist was man isst" (biri ne yerse odur) sözüne de yansımıştır (Fischler, 1988: 279). Yediğimiz yiyecekler aracılığıyla kim olduğumuzu ve kim olmadığımızı göstermektedir. Bu yönüyle gıda, kimliğin inşasında da rol oynamaktadır.

Cinsiyet Kavramı ve Yemek Kültürü

Cinsiyete dayalı gıda uygulamaları ve tercihleri, cinsiyet eşitsizliğini şekillendirmekte ve etkilemektedir. Liberal toplumlarda sistematik cinsiyet eşitsizliği reddedilmesine rağmen, gıda tüketimi ve tercihlerinde cinsiyet faktörü ön plana çıkmaktadır (Everingham vd., 2007: s.426).

Kitlesel medya, televizyon reklamları ve yazılı materyallerde, fast food, barbekü, diyet planları ve et lokantaları gibi unsurlar genellikle kadınların tercih ettiği yiyecek türlerini (salata ve diğer hafif alternatifler) ve erkeklerin tercih ettiği yiyecekleri (kırmızı etler gibi) net bir ayırım yaparak sunmakta ve yiyecekler genellikle eril veya dişil olarak kodlanmaktadır (Parasecoli, 2005: s.19).

Cinsiyet rolü, belirli bir kültürde cinsiyete göre dimorfik olan tüm davranışları temsil eden bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Biyolojik cinsiyetten farklı olarak, cinsiyet rolü, hangi tutumların, davranışların ve özelliklerin tipik olarak erkeksi veya tipik olarak kadınsı olarak kabul edildiğine dair kültürel stereotipe dayanan bir sosyal yapıdır (Hepp, Spindler & Milos, 2005: s.228).

Erkeklerle kadınlar arasında besin tüketiminde miktar farklılıkları (porsiyon büyüklüğü) da vardır. Genellikle erkeklerin kadınlardan fiziksel olarak daha büyük olmaları ve daha fazla kas yapısına sahip olmaları, ortalama olarak daha fazla kaloriye ihtiyaç duymalarına ve kadınlardan daha fazla yemek yemelerine neden olmaktadır (Pliner et al., 2006: Rolls et al., 1991). de Castro (1995) tarafından yapılan bir çalışma, cinsiyetin günlük alım miktarının ağırlık ve boydan daha büyük bir belirleyicisi olduğunu göstermiştir.

Sobal (2005:138), erkekleri et tüketimiyle birleştirmenin, söylemsel olarak erkekleri kendi kendine yeten, bağımsız ve ailelerinin heteroseksüel sağlayıcıları olarak konumlandırma konusunda özellikle güçlü bir kapasiteye sahip olduğunu ileri sürmektedir. Et tüketimi, toplumsal kodlamalarda ailenin hayatta kalmasını garantileyen, özellikle erkeksi bir faaliyet olan avlanmaya katılmak için vahşi doğaya kahramanca cesaret eden erkeklerin, fikrini çağrıştırdığını belirtmiştir. Salata gibi "hafif" düşük kalorili ve "diyet" yiyecekler o kadar belirgin bir şekilde kadınsı olarak kodlanmıştır (Gough, 2007: s.329).

Çeşitli araştırmalar, kadınların az yağlı, az kalorili ve sağlıklı gıdalar tüketme alışkanlıkları ile kadınlık arasında ilişkiler bulmuştur. Bu ilişki, katılımcıların kadınsı olarak gördükleri özelliklere ilişkin değerlendirmelerinin, kadınlık kavramının nasıl şekillendiğini anlamalarına yardımcı olmuştur (Barker et al., 1999: s.315; Mooney & Lorenz, 1997: s.651).

Meyer vd. (2001: s.317) tarafından yapılan bir çalışmada geleneksel olarak kadınsı normlara uygunluk, güzellik standartlarına uyum sağlama, zayıf beden algısı, düşük özgüven ve başkalarından onay alma baskısının tüketim davranışlarında uyumsuzluğa yol açtığı bulunmuştur.

Stein ve Nemeroff (1995: s.486) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise, yiyecek ile ilgili yargıların, yiyen kişinin cinsiyetine göre oluştuğu bulunmuştur. Erkek bir hedef tarafından yenilen yiyecek ile bir kadın hedef tarafından yenilen yiyecek derecelendirilmiştir. Erkek hedefin kadın hedefe göre daha sağlıklı ve daha az yağlı yiyecek yediği sonucu bulunmuştur. Araştırmacılar bu sonucu, erkek bedeninin zarar görmezliği stereotipi ile ilişkilendirmiştir.

Emanuel vd. (2012: s.696) tarafından yürütülen bir çalışmada ise tüketim tutumlarında ve algılanan davranışsal kontrolde cinsiyet farklılığının önemli ölçüde aracılık ettiği bulunmuştur. Erkek katılımcıların, sosyal normların etkisinde kalmadan, tüketim tercihlerinde daha özgür davranışlar sergilediği tespit edilmiştir.

Etilé (2007: s.964) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada ise yiyecek tutumları ile sosyal normlar arasında çok az doğrudan ilişkinin olduğu, toplumsal normların tüketim davranışları üzerinde doğrudan etkisinin olmadığını, dolaylı olarak bireysel arzuları değiştirerek etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Killgore vd. (2010: s.356) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise yüksek ve düşük kalorili yiyeceklerin beyin tepkilerinde cinsiyet farklılıkları gözlemlenmiştir. Kadınlar özellikle belirli beyin bölgelerinde daha büyük yanıtlar vermiştir. Kadınlar, düşük kalorili gıdalara kıyasla, yüksek kalorili gıdalara daha fazla beyinsel tepki göstermiştir. Gıdaların kalori değerine göre beyinsel tepkilerin cinsiyete bağlı olarak farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Grunberg ve Straub (1992: s.98) tarafından yürütülen bir çalışmada, stresli bir durumda, erkeklerin tatlı veya yumuşak yiyecekleri daha az tercih ettikleri tespit edilmiştir. Buna karşılık, kadınların gıda alımını analiz ederken, stresli durumlarda, tatlı ve yumuşak gıdaların tüketiminde bir artış eğilimi olduğu bulunmuştur.

Rosenfeld ve Tomiyama (2021) tarafından yürütülen bir başka çalışmada ise erkeklerin vejetaryenlik yerine et tüketimini tercih etmesinin makul bir nedeninin, geleneksel cinsiyet rolleri açısından et yemenin erkeklerin kendilerini "gerçek" erkek gibi hissettirmesi olduğu bulunmuştur. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla et yemeye ve vejetaryen olmaya karşı daha fazla direnç gösterme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

Ruby (2012: s.143) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, erkeklerin kırmızı et tüketme eğiliminin kadınlara göre daha fazla olduğunu, 'insanın et yemek için yaratıldığını' savunduğunu ve vejetaryen beslenmeye daha az olumlu yaklaştığını ifade etmiştir.

Meyve ve sebze tüketimi ile ilgili olarak 23 ülkede gerçekleştirilen bir çalışmada ise, yeme davranışındaki cinsiyete bağlı farklılıkları analiz edilmiş ve kadınların erkeklere göre daha fazla meyve yediği, yağ tüketiminden kaçındığı ve daha fazla lifli beslenme eğilimi gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Wardle et al., 2004: s.113-114). Portekizli araştırmacılar tarafından bu sonuç desteklenmiş ve yaşları 10 ile 20 arasında değişen Portekizli gençlerden oluşan bir örnekleme gerçekleştirilen bir çalışmada ise, meyve ve sebze tüketimi ve cinsiyet normları ile ilgili aynı sonuçlar bulunmuştur (Matos et al., 2015: s.120).

Japon katılımcıların örneklem oluşturduğu bir başka çalışmada ise, katılımcıların belirli yemeklere toplumsal cinsiyet stereotiplerini atfedip atfetmediğini incelenmiştir. Kek, meyve, puding, dondurmalı parfe, makarna ve salata gibi yiyecekler adın isimleri ile; et yemekleri ise erkek isimleri ile ilişkilendirilmiştir (Kimura et al., 2009: s.522).

Yöntem

Bu çalışmada evren Siirt, örneklem ise Siirt ili merkez ilçesinde yaşayan 18 yaş ve üzeri katılımcılardır. Bu çalışmada bir evrene genellenecek örneklem sayısı 384'dür. Araştırmada örneklem seçimi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tercih edilmiştir (Altunışık vd., 2015: s.139). Kolayda örnekleme, ankete gönüllü cevap veren 18 yaş ve üzeri bütün katılımcılar örnekleme dahil edilebilmesi esasına dayanmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formu ile katılımcıların cinsiyet farklılığı ile yeme içme alışkanlık ve tutumları ile ilgili düşüncelerini ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur.

Anket formunu hazırlamak için ilgili çalışmalar cinsiyet rolü, yemek seçimi, tüketim tercihleri, medya ve uygulama pratiklerine göre kategorize edilerek anket formu hazırlanmıştır. Cinsiyet rolü kategorisinde Bem (1974: s. 157-158) Cinsiyet Rolü Envanteri (BSRI) ve Rozin, Kurzer, & Cohen (2002:426) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardaki ifadeler araştırmaya uygun olarak revize edilmiştir.

Anket demografik özellikler ve cinsiyet farklılığının neden olduğu yemek seçimi ve tüketim pratikleri ifadelerine yer verildiği iki bölümden oluşmaktadır. Cinsiyet farklılığının neden olduğu yemek seçimi ve tüketim pratikleri ile ifadeleri içeren 17 soru 5'li likerte göre hazırlanmıştır. Ankette yer alan ifadeler katılımcıların beş kategoride (hiç katılmıyorum, az katılmıyorum, orta katılıyorum, katılıyorum, çok katılıyorum) cevapları istenmiştir. Katılımcıların anket sorularına verdiği cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler istatistik paket programına aktarılarak analize

tabii tutulmuştur. Ölçekte yer alan 17 ifade toplam 4 alt boyut (Yemek kültürü ve cinsiyet, Geleneksel cinsiyet rolleri, Medya ve cinsiyet, Tüketim ve cinsiyet) altında toplanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik katsayısı cronbach $\alpha=0,770$ olarak hesaplanmış ve anlamlılık düzeyi $p=0,05$ olarak dikkate alınmıştır.

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Siirt Üniversitesi Etik Kurulu 26.09.2023 tarihli ve 5610 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Bulgular

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Ankete Katılan Kadınların Demografik Özellikleri

Demografik Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kadın	216	49,0
	Erkek	225	51,0
	Toplam	441	100,0
Yaş	18-23 yaş arası	43	9,8
	24-29 yaş arası	105	23,8
	30-35 yaş arası	103	23,4
	36-41 yaş arası	99	22,4
	42-47 yaş arası	39	8,8
	48-53 yaş arası	27	6,1
	54-59 yaş arası	14	3,2
	60 yaş ve üzeri	11	2,5
	Toplam	441	100,0
Medeni Durum	Bekar	181	41,0
	Evli	260	59,0
	Toplam	441	100,0
Eğitim Durumu	İlkokul	11	2,5
	Ortaokul	26	5,9
	Lise	91	20,6
	Önlisans	49	11,1
	Lisans	205	46,5
	Lisansüstü	59	13,4
	Toplam	441	100,0
Meslek Grubu	Eğitim (Öğretmen, Akademisyen)	87	19,7
	Emniyet/Ordu	69	15,6
	Sağlık sektörü	96	21,8
	Çalışmıyor/Ev hanımı	51	11,6
	Hizmet Sektörü	53	12,0
	Hukuk	25	5,7
	İşletmecilik/Esnaf	44	10,0
	Öğrenci	16	3,6
Toplam	441	100,0	

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcıların cinsiyeti incelendiğinde, katılımcıların %49,0’u (n=216) kadın, %51,0’i (n=225) erkek katılımcılardan oluşmaktadır.

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde, katılımcıların %9,8’i (n=43) 18-23 yaş aralığında, %23,8’i (n=105) 24-29 yaş aralığında, %23,4’ü (n=103) 30-35 yaş aralığında, %22,4’ü (n=99) 36-41 yaş aralığında, %8,8’i (n=39) 42-47 yaş aralığında, %6,1’i (n=27) 48-53 yaş aralığında, %3,2’si (n=14) 54-59 yaş aralığında, %2,5’i (n=11) ise 60 yaş ve üzeri olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, katılımcıların %41,0'inin (n=181) bekar, %59,0'unun (n=260) evli olduğu belirlenmiştir.

Ankete dahil edilen katılımcıların eğitim durumu incelendiği zaman, katılımcıların %2,5'inin (n=11) ilkökul, %5,9'unun (n=26) ortaokul, %20,6'sının (n=91) lise, %11,1'inin (n=49) önlisans, %46,5'inin (n=205) lisans, %13,4'ünün (n=59) ise lisansüstü mezunu olduğu belirlenmiştir.

Ankete katılan katılımcıların meslek grupları incelendiğinde, katılımcıların %19,7'sinin (n=87) eğitim (öğretmen, akademisyen), %15,6'sının (n=69) emniyet/ordu, %21,8'inin (n=96) sağlık, %11,6'sının (n=51) çalışmıyor/ev hanımı, %12,0'sinin (n=53) hizmet sektörü, %5,7'sinin (n=25) hukuk, %10,0'unun (n=44) işletmecilik/esnaf, %2,6'sının (n=16) ise öğrenci olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Araştırmaya Dahil Edilen Katılımcıların Toplumsal Cinsiyet Normları İle İlgili İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

İFADELER		Hiç Katılmıyor	Az Katılıyor	Orta Düzeyde Katılıyor	Katılıyor	Çok Katılıyor	Aritmetik Ortalama (\bar{x})	Standard Sapma
Geleneksel olarak, kadınların yemek yapma sorumluluğunun olduğunu düşünüyorum.	f	127	79	82	98	55	2,72	1,40
	%	28,8	17,9	18,6	22,2	12,5		
Medya, reklamlar ve televizyon programları genellikle kadınları mutfakta yemek yaparken göstermektedir.	f	35	85	89	174	58	3,31	1,15
	%	7,9	19,3	20,2	39,5	13,2		
Toplumda erkeklerin, özellikle açık havada yemek yapmak veya profesyonel mutfakta şef olarak çalışmak gibi alanlarda, daha yetenekli olduğuna dair bir inanç vardır.	f	38	41	85	194	83	3,55	1,15
	%	8,6	9,3	19,3	44,0	18,8		
Yemek pişirmek kadınlar için geleneksel bir cinsiyet rolüdür ve kadınlar bunu kabul etmelidir.	f	234	51	78	52	26	2,06	1,30
	%	53,1	11,6	17,7	11,8	5,9		
Restoranlarda genellikle garsonların kadın, şeflerin erkek olduğunu fark ederim.	f	50	58	106	180	47	3,26	1,16
	%	11,3	13,2	24,0	40,8	10,7		
Yemek kitaplarında kadınlar için daha çok ev yemeği tarifleri yer alırken, erkekler için profesyonel tarifler yer almaktadır.	f	104	78	122	106	31	2,73	1,25
	%	23,6	17,7	27,7	24,0	7,0		
Toplumda erkekler yemekle ilgili konularda daha fazla otoriteye sahip olma eğilimindedir.	f	83	92	111	120	35	2,85	1,23
	%	18,8	20,9	25,2	27,2	7,9		
Aile yemeklerinde genellikle yemeği hazırlayan kadınlar, bulaşığı yıkama/toplama ve sofrayı toplama görevini de üstlenir.	f	43	35	72	166	125	3,67	1,23
	%	9,8	7,9	16,3	37,6	28,3		
Cinsiyet rollerine bağlı olarak, yeme içme ile ilgili sosyal beklentilere uyum sağlamak zorunda hissederim.	f	100	66	132	106	37	2,80	1,26
	%	22,7	15,0	29,9	24,0	8,4		
Yeme-içme kültüründe cinsiyet faktörünün, bireylerin yeme içme alışkanlıkları ve tercihleri üzerindeki etkileri fark ediyorum.	f	44	52	105	197	43	3,32	1,11
	%	10,0	11,8	23,8	44,7	9,8		
Toplumda kadınlar daha fazla yeme-içme konusunda eleştirilirken, erkeklerin bu tür eleştirilere maruz kalmadığını düşünüyorum.	f	53	40	87	158	103	3,49	1,27
	%	12,0	9,1	19,7	35,8	23,4		
Geleneksel cinsiyet rolleri nedeniyle erkeklerin yemek yapmayı öğrenmeye ve mutfakta aktif olmaya daha az teşvik edildiğini düşünüyorum.	f	18	39	64	168	152	3,90	1,09
	%	4,1	8,8	14,5	38,1	34,5		

Tablo 2. Araştırmaya Dahil Edilen Katılımcıların Toplumsal Cinsiyet Normları İle İlgili İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı (devamı)

Yemek pişirme veya yeme-içme ile ilgili konularda, kadınların erkeklere göre daha fazla beğenilme isteğinin olduğunu düşünüyorum.	f	33	56	78	166	108	3,59	1,19
	%	7,5	12,7	17,7	37,6	24,5		
Toplumda, yemek pişirme konusunda kadınlar daha endişeli ve dikkatli iken, erkeklerin daha rahat ve keyifli bir yaklaşım sergilediğini düşünüyorum.	f	41	26	84	174	116	3,68	1,19
	%	9,3	5,9	19,0	39,5	26,3		
Restoranlarda erkeklerin daha çok et ağırlıklı yemek tercih ederken, kadınların daha çok sebze ve salata ağırlıklı yemekler tercih ettiğini düşünüyorum.	f	50	60	106	141	84	3,34	1,24
	%	11,3	13,6	24,0	32,0	19,0		
Medya ve reklamlar, kadınları genellikle sağlıklı yiyecek ve içecekler ile ilişkilendirirken, erkekleri daha proteinli ve kalorili yiyecek ve içecek ile ilişkilendirdiğini düşünüyorum.	f	28	44	98	167	104	3,62	1,13
	%	6,3	10,0	22,2	37,9	23,6		
Toplumsal yemek kültüründe, kadınların daha iyi yemek yaptığı ve yemek yemeyi sevdiği düşünülürken, erkeklerin yemek konusunda beceriksiz olduğu ve yemekten anlamadığına dair bir inanç vardır.	f	84	62	112	105	78	3,07	1,35
	%	19,0	14,1	25,4	23,8	17,7		

Tablo 2’de katılımcıların ankette yer alan toplumsal cinsiyet normları ile ilgili ifadelere verdikleri cevapların aritmetik ortalama (\bar{x}) ve standart sapma (ss) değerleri verilmiştir.

Katılımcıların cevapları sonucunda en yüksek aritmetik ortalamaya (\bar{x}) sahip ifadeler: ‘Geleneksel cinsiyet rolleri nedeniyle erkeklerin yemek yapmayı öğrenmeye ve mutfakta aktif olmaya daha az teşvik edildiğini düşünüyorum ($\bar{x}=3,90$)’, ‘Toplumda, yemek pişirme konusunda kadınlar daha endişeli ve dikkatli iken, erkeklerin daha rahat ve keyifli bir yaklaşım sergilediğini düşünüyorum. ($\bar{x}=3,68$)’, ‘Aile yemeklerinde genellikle yemeği hazırlayan kadınlar, bulaşığı yıkama/toplama ve sofrayı toplama görevini de üstlenir ($\bar{x}=3,67$)’, ‘Medya ve reklamlar, kadınları genellikle sağlıklı yiyecek ve içecekler ile ilişkilendirirken, erkekleri daha proteinli ve kalorili yiyecek ve içecek ile ilişkilendirdiğini düşünüyorum. ($\bar{x}=3,62$)’ ifadeleridir. ‘Yemek pişirme veya yeme-içme ile ilgili konularda, kadınların erkeklere göre daha fazla beğenilme isteğinin olduğunu düşünüyorum ($\bar{x}=3,59$)’ ifadeleridir.

Katılımcıların cevapları sonucunda en düşük aritmetik ortalamaya (\bar{x}) sahip ifadeler: ‘Yemek pişirmek kadınlar için geleneksel bir cinsiyet rolüdür ve kadınlar bunu kabul etmelidir ($\bar{x}=2,06$)’, ‘Geleneksel olarak, kadınların yemek yapma sorumluluğunun olduğunu düşünüyorum ($\bar{x}=2,72$)’, ‘Yemek kitaplarında kadınlar için daha çok ev yemeği tarifleri yer alırken, erkekler için profesyonel tarifler yer almaktadır ($\bar{x}=2,73$)’, ‘Cinsiyet rollerine bağlı olarak, yeme-içme ile ilgili sosyal beklentilere uyum sağlamak zorunda hissederim ($\bar{x}=2,80$)’, ‘Toplumda erkekler yemekle ilgili konularda daha fazla otoriteye sahip olma eğilimindedir ($\bar{x}=2,85$)’ ifadeleridir.

Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Toplumsal Cinsiyet Normlarının Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Alt Boyut	Cinsiyet	n	\bar{x}	ss	Test İstatistiği	Önem Düzeyi
					F	p
Yemek Kültürü ve Cinsiyet	Kadın	216	3,59	0,73	10,114	0,002*
	Erkek	225	3,31	0,73		
Geleneksel Cinsiyet Rolü	Kadın	216	2,26	0,97	16,898	0,000*
	Erkek	225	2,78	1,08		
Medya ve Cinsiyet	Kadın	216	3,48	0,84	8,186	0,004*
	Erkek	225	3,57	0,75		
Tüketim ve Cinsiyet	Kadın	216	3,42	1,07	4,024	0,045*
	Erkek	225	3,53	0,89		

P<0,05

Tablo 3’te verilen katılımcıların cinsiyetleri ile Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet açısından alt boyutlar arasındaki anlamlılık düzeyi incelenmiştir. Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet alt boyutları ile katılımcıların cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$)

Tablo 4. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Toplumsal Cinsiyet Normlarının Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Alt Boyut	Medeni Durum	n	\bar{x}	ss	Test İstatistiği	
					F	Önem Düzeyi p
Yemek Kültürü ve Cinsiyet	Bekar	181	3,45	0,66	1,716	0,024*
	Evli	260	3,45	0,79		
Geleneksel Cinsiyet Rolü	Bekar	181	2,28	1,04	2,624	0,002*
	Evli	260	2,69	1,04		
Medya ve Cinsiyet	Bekar	181	3,48	0,80	1,037	0,416
	Evli	260	3,56	0,80		
Tüketim ve Cinsiyet	Bekar	181	3,52	0,97	0,671	0,717
	Evli	260	3,45	0,99		

$P<0,05$

Tablo 4’te verilen katılımcıların medeni durumu ile Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet açısından alt boyutlar arasındaki anlamlılık düzeyi incelenmiştir. Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü alt boyutları ile katılımcıların medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo 5. Katılımcıların Yaşlarına Göre Toplumsal Cinsiyet Normlarının Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Alt Boyut	Yaş Aralığı	n	\bar{x}	ss	F	p	Farklılığın Kaynağı
Yemek Kültürü ve Cinsiyet	18-23 yaş	43	3,65	0,49	2,171	0,002*	18-23 yaş ile 36-41 yaş;18-23 yaş ile 54-59 yaş;24-29 yaş ile 60 yaş ve üzeri
	24-29 yaş	105	3,42	0,80			
	30-35 yaş	103	3,59	0,74			
	36-41 yaş	99	3,54	0,69			
	42-47 yaş	39	3,23	0,58			
	48-53 yaş	27	2,96	0,84			
	54-59 yaş	14	2,82	0,89			
	60 yaş ve üzeri	11	3,57	0,44			
Geleneksel Cinsiyet Rolü	18-23 yaş	43	2,06	0,86	1,208	0,275	
	24-29 yaş	105	2,48	1,00			
	30-35 yaş	103	2,44	1,11			
	36-41 yaş	99	2,88	1,08			
	42-47 yaş	39	2,53	0,86			
	48-53 yaş	27	2,80	0,99			
	54-59 yaş	14	2,00	0,98			
	60 yaş ve üzeri	11	2,30	1,45			
Medya ve Cinsiyet	18-23 yaş	43	3,47	0,77	3,278	0,000*	18-23 yaş ile 36-41 yaş;18-23 yaş ile 54-59 yaş;24-29 yaş ile 60 yaş ve üzeri
	24-29 yaş	105	3,40	0,79			
	30-35 yaş	103	3,72	0,76			
	36-41 yaş	99	3,60	0,72			
	42-47 yaş	39	3,45	0,91			
	48-53 yaş	27	3,35	0,69			
	54-59 yaş	14	3,28	1,07			
	60 yaş ve üzeri	11	3,54	1,18			

Tablo 5. Katılımcıların Yaşlarına Göre Toplumsal Cinsiyet Normlarının Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi (devamı)

Tüketim ve Cinsiyet	18-23 yaş	43	2,51	1,03	3,495	0,001*	18-23 yaş ile 36-41 yaş;18-23 yaş ile 54-59 yaş;24-29 yaş ile 60 yaş ve üzeri; 24-29 yaş ile 42-47 yaş
	24-29 yaş	105	2,79	1,10			
	30-35 yaş	103	2,70	0,95			
	36-41 yaş	99	2,90	0,84			
	42-47 yaş	39	2,87	1,06			
	48-53 yaş	27	2,87	0,76			
	54-59 yaş	14	2,46	1,21			
	60 yaş ve üzeri	11	3,50	1,37			

P<0,05

Tablo 5’te verilen katılımcıların yaş grubu ile Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet açısından alt boyutlar arasındaki anlamlılık düzeyi incelenmiştir. Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Medya ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Tüketim ve Cinsiyet alt boyutları ile katılımcıların yaş aralıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (p<0,05).

Tablo 6. Katılımcıların Eğitim Seviyelerine Göre Toplumsal Cinsiyet Normlarının Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Alt Boyut	Eğitim Seviyesi	n	\bar{x}	ss	F	p	Farklılığın Kaynağı
Yemek Kültürü ve Cinsiyet	İlkokul	11	3,43	0,42	4,086	0,000*	İlkokul ile Önlisans; İlkokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisansüstü
	Ortaokul	26	3,08	0,62			
	Lise	91	3,09	0,80			
	Önlisans	49	3,70	0,76			
	Lisans	205	3,59	0,71			
	Lisansüstü	59	3,48	0,58			
Geleneksel Cinsiyet Rolü	İlkokul	11	3,09	0,70	3,069	0,000*	İlkokul ile Önlisans; İlkokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisansüstü
	Ortaokul	26	2,87	0,98			
	Lise	91	2,50	1,04			
	Önlisans	49	2,88	1,29			
	Lisans	205	2,38	1,05			
	Lisansüstü	59	2,49	0,86			
Medya ve Cinsiyet	İlkokul	11	3,22	0,58	3,387	0,000*	İlkokul ile Önlisans; İlkokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisansüstü; Lise ile Önlisans; Lise ile Lisans; Lise ile Lisansüstü
	Ortaokul	26	3,52	0,61			
	Lise	91	3,09	0,83			
	Önlisans	49	3,59	0,70			
	Lisans	205	3,67	0,79			
	Lisansüstü	59	3,69	0,73			
Tüketim ve Cinsiyet	İlkokul	11	2,95	0,65	5,232	0,000*	İlkokul ile Önlisans; İlkokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisans; Ortaokul ile Lisansüstü; Lise ile Önlisans; Lise ile Lisans; Lise ile Lisansüstü
	Ortaokul	26	3,07	1,03			
	Lise	91	2,51	1,02			
	Önlisans	49	2,64	1,08			
	Lisans	205	2,87	0,98			
	Lisansüstü	59	2,87	0,92			

P<0,05

Tablo 6’da verilen katılımcıların eğitim durumu ile Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet açısından alt boyutlar arasındaki anlamlılık düzeyi incelenmiştir. Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet alt boyutları ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir (p<0,05).

Tablo 7. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Toplumsal Cinsiyet Normlarının Alt Boyutlarının Değerlendirilmesi

Alt Boyut	Meslek Grubu	n	\bar{x}	ss	F	p
Yemek Kültürü ve Cinsiyet	Eğitim	87	3,46	0,64	1,320	0,153
	Emniyet/Ordu	69	3,47	0,83		
	Sağlık Sektörü	96	3,33	0,69		
	Ev hanımı/Çalışmıyor	51	3,58	0,82		
	Hizmet Sektörü	53	3,51	0,76		
	Hukuk	25	3,64	0,62		
	İşletmeci/Esnaf Öğrenci	44	3,20	0,72		
Geleneksel Cinsiyet Rolü	Eğitim	87	2,43	1,07	1,507	0,118
	Emniyet/Ordu	69	2,58	1,05		
	Sağlık Sektörü	96	2,48	1,01		
	Ev hanımı/Çalışmıyor	51	2,77	0,82		
	Hizmet Sektörü	53	2,32	1,13		
	Hukuk	25	2,16	1,31		
	İşletmeci/Esnaf Öğrenci	44	2,94	1,14		
Medya ve Cinsiyet	Eğitim	87	3,56	0,88	1,007	0,447
	Emniyet/Ordu	69	3,66	0,79		
	Sağlık Sektörü	96	3,44	0,72		
	Ev hanımı/Çalışmıyor	51	3,59	0,50		
	Hizmet Sektörü	53	3,57	0,85		
	Hukuk	25	3,39	1,05		
	İşletmeci/Esnaf Öğrenci	44	3,25	0,89		
Tüketim ve Cinsiyet	Eğitim	87	3,31	0,93	1,690	0,099
	Emniyet/Ordu	69	3,59	0,79		
	Sağlık Sektörü	96	3,61	1,00		
	Ev hanımı/Çalışmıyor	51	3,67	0,78		
	Hizmet Sektörü	53	3,50	1,29		
	Hukuk	25	3,54	0,82		
	İşletmeci/Esnaf Öğrenci	44	3,01	1,15		
		16	3,62	0,67		

P<0,05

Tablo 7’de verilen katılımcıların meslek grupları ile Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet, Uygulama ve Cinsiyet açısından alt boyutlar arasındaki anlamlılık düzeyi incelenmiştir. Yemek Kültürü ve Cinsiyet, Geleneksel Cinsiyet Rolü, Medya ve Cinsiyet, Tüketim ve Cinsiyet, Uygulama ve Cinsiyet alt boyutları ile katılımcıların meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05).

Sonuç

Bu araştırma makalesinde, katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş grubu, eğitim durumu ve meslek gruplarına bağlı olarak yemek kültürü, geleneksel cinsiyet rolleri, medya etkisi ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili algıları üzerine odaklanılmıştır. Araştırma sonuçlarına dayanarak elde edilen bulgular, cinsiyet ve sosyal faktörlere dayalı olarak toplumdaki yaygın düşünceleri ve algıları yansıtmaktadır.

Katılımcıların cevaplarına göre, en yüksek aritmetik ortalamaya sahip ifadeler, geleneksel cinsiyet rollerinin erkeklerin mutfakta aktif olma düzeyini etkilediği, kadınların yemek pişirme konusunda daha endişeli olduğu ve medya tarafından cinsiyet temelli stereotiplerin sürdürüldüğüne dair önermeleri içermektedir. Bu bulgular, cinsiyetle ilişkilendirilmiş toplumsal normların ve beklentilerin yemek kültürüne nasıl yansıdığını göstermektedir.

Öte yandan, en düşük aritmetik ortalamaya sahip ifadeler, katılımcıların geleneksel cinsiyet rollerini kabul etme eğiliminde olduğunu, kadınların genellikle ev yemeği tarifleriyle ilişkilendirildiğini ve toplumda erkeklerin yemekle ilgili konularda daha fazla otoriteye sahip olduğuna dair önermeleri içermektedir. Bu düşünceler, geleneksel cinsiyet normlarına bağlı olarak bazı katılımcıların bu rolleri sorgulamadığını veya desteklediğini göstermektedir. Araştırma, cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi gibi demografik faktörlere bağlı olarak katılımcıların algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu da demografik faktörlerin bireylerin yemek kültürü, cinsiyet rolleri ve medya etkisiyle ilişkili algılarını etkileyebileceğini göstermektedir.

Bu araştırma, cinsiyetle ilişkilendirilmiş yemek kültürü algılarını inceleyerek, katılımcıların bu konudaki düşünce ve tutumlarını ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, toplumdaki cinsiyet normlarına, rollerine ve beklentilerine dair derinlemesine bir anlayış sunduğu, bu konudaki farkındalığı artırmada önemli rol oynadığı düşünülmektedir.

En yüksek ve en düşük aritmetik ortalamalara sahip ifadeler incelendiğinde, cinsiyete ilişkin algılarda farklılıklar ve karmaşıklıklar olduğu görülmektedir. Katılımcıların, geleneksel cinsiyet rollerinin yemekle ilgili becerileri ve sorumlulukları nasıl etkilediği konusundaki düşünceleri, bu rollerin sorgulanması gerektiği ve cinsiyet eşitliği çabalarına daha fazla odaklanılması gerektiği konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

Araştırmanın demografik faktörlere göre analizi, cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi gibi değişkenlerin katılımcıların algıları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu, toplumdaki bireylerin farklı geçmişleri, deneyimleri ve sosyal kimlikleri nedeniyle cinsiyetle ilgili konulardaki tutumlarının çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Araştırmanın bulguları, cinsiyetle ilişkilendirilmiş algıların sadece bireyler arasında değil, aynı zamanda toplumun genel dinamikleri içinde de değişkenlik gösterdiğini vurgulamaktadır. Bu noktadan hareketle, cinsiyet eşitliği konusundaki çabaların sadece bireylerin değil, aynı zamanda toplumsal normların ve kültürel önyargıların da ele alınması gerektiği önemli bir noktadır.

Yiyecek içecek reklamlarında kadınların sadece mutfakta veya yemek pişirmeyle ilişkilendirilmekten kaçınmak, erkeklerin de yemek pişirme ve aileyle ilgili görevlerde yer almasını vurgulanması; restoranlar ve yemek hizmeti sağlayıcılarının, menülerinde cinsiyet eşitliğini yansıtacak şekilde çeşitlilik ve denge sağlamaya odaklanması; yemek kitapları ve yemek bloglarının, cinsiyet eşitliği ve çeşitliliği yansıtan tarifler ve içerikler sunarak toplumun yemek kültüründeki cinsiyetle ilişkilendirilmiş algılarını değiştirmeye katkıda bulunması toplumsal cinsiyet normlarının kırılmasına yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak, bu araştırma, toplumun cinsiyetle ilişkilendirilmiş yemek kültürüne yönelik algılarını anlamak adına değerli bir katkı sunmaktadır. Elde edilen bulgular, cinsiyet eşitsizliği ve cinsiyet temelli stereotiplerin sürdürülmesi konusundaki farkındalığı artırabilir ve toplumsal değişim için temel oluşturacağı ve gelecekteki araştırmaların bu alandaki daha derinlemesine soruları ele almasına ve benzer konulardaki toplumsal normları anlamaya yönelik daha kapsamlı çalışmalara ilham kaynağı olacağı düşünülmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Siirt Üniversitesi Etik Kurulu 26.09.2023 tarihli ve 5610 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemler : SPSS Uygulamalı* (Sekizinci Baskı). Sakarya: Sakarya.
- Andreatta, M. M., & Martínez, A. (2017). Alimentación cotidiana y normas de género: Un etnodrama. *Revista de Ciencias Sociales*, 73, pp. 9-29.
- Barker, M. E., Tandy, M., & Stookey, J. D. (1999). How are consumers of low-fat and high fat diets perceived by those with lower and higher fat intake? *Appetite*, 33(3), pp. 309–317.
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting Clinical Psychology*, 42, pp. 155–62.
- de Castro, J. M. (1995). The relationship of cognitive restraint to the spontaneous food and fluid intake of free-living humans. *Physiology and Behavior*, 57(2), pp. 287–295.
- Etilé, F. (2007). Social norms, ideal body weight and food attitudes. *Health Economics*, 16(9), pp. 945-966.
- Emanuel, A. S., McCully, S. N., Gallagher, K. M., & Updegraff, J. A. (2012). Theory of planned behavior explains gender difference in fruit and vegetable consumption. *Appetite*, 59(3), pp. 693-697.
- Everingham, C., Stevenson, D. and Warner-Smith, P. 2007. “Things are Getting Better all the time?” Challenging the Narrative of Women’s Progress from a Generational Perspective. *Sociology*, 41(3), ss. 419–437.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27, pp. 275-292.
- Gough, B. (2007). “Real men don’t diet”: An analysis of contemporary newspaper representations of men, food and health. *Social Science & Medicine*, 64, pp. 326–37.
- Gracia Arnaiz, M. (2009). “¿Qué hay hoy para comer?: Alimentación cotidiana, trabajo doméstico y relaciones de género”. *Caderno Espaço Feminino*, 21(1), pp. 209-237.
- Gracia Arnaiz, M. (2014). “Alimentación, trabajo y género. De cocinas, cocineras y otras tareas domésticas”, *Panorama Social*, 19, pp. 25-36.
- Grunberg, N. E., & Straub, R. O. (1992). The role of gender and taste class in the effects of stress on eating. *Health Psychology: Official Journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 11(2), pp. 97–100.
- Hepp, U., Spindler, A., & Milos, G. (2005). Eating disorder symptomatology and gender role orientation. *International Journal of Eating Disorders*, 37, pp. 227–33.
- Killgore, W. D., & Yurgelun-Todd, D. A. (2010). Sex differences in cerebral responses to images of high vs low calorie food. *Neuroreport*, 21(5), pp. 354-358.
- Kimura, A., Wada, Y., Goto, S. I., Tsuzuki, D., Cai, D., Oka, T., & Dan, I. (2009). Implicit gender-based food stereotypes. Semantic priming experiments on young Japanese. *Appetite*, 52(2), pp. 521–524.
- Martínez, A. (2016). Reflexiones sobre género y familia a partir de condiciones objetivas de existencia. *II Congreso AAS – Pre-ALAS, Foro Sur Sur*, Villa María, Argentina, 6-8 de junio.

- Matos, M. G. D., Reis, M., Camacho Laraña, I., Simões, C., Gómez Baya, D., & Mota, C. (2015). Em tempo de recessão, os adolescentes portugueses continuam saudáveis e felizes ou são ainda saudáveis mas já não felizes?. *Arquivos de Medicina*, 29(5), pp. 116-122.
- Meyer, C., Blissett, J., & Oldfield, C. (2001). Sexual orientation and eating psychopathology: The role of masculinity and femininity. *International Journal of Eating Disorders*, 29(3), pp. 314–318.
- Mooney, K. M., & Lorenz, E. (1997). The effects of food and gender on interpersonal perceptions. *Sex Roles*, 36(9–10), pp. 639–653.
- Parasecoli, F. (2005). Feeding hard bodies: Food and masculinities in men's fitness magazines. *Food and Foodways*, 13(1-2), pp. 17-37.
- Pliner, P., Bell, R., Hirsch, E. S., & Kinchla, M. (2006). Meal duration mediates the effect of “social facilitation” on eating in humans. *Appetite*, 46(2), pp. 189–198.
- Rolls, B. J., Fedoroff, I. C., & Guthrie, J. F. (1991). Gender differences in eating behavior and body weight regulation. *Health Psychology*, 10(2), pp. 133–142.
- Rosenfeld, D. L., & Tomiyama, A. J. (2021). Gender differences in meat consumption and openness to vegetarianism. *Appetite*, 166, pp. 105475.
- Rozin, P., Kurzer, N., & Cohen, A. B. (2002). Free associations to “food:” the effects of gender, generation, and culture. *Journal of Research in Personality*, 36(5), pp. 419-441.
- Ruby, M. B. (2012). Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*, 58(1), pp. 141–150.
- Stein, R. I., & Nemeroff, C. J. (1995). Moral overtones of food: Judgments of others based on what they eat. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(5), pp. 480–490.
- Sobal, J. (2005). Men, meat, and marriage: Models of masculinity. *Food & Foodways*, 13, pp. 135–158.
- Wardle, J., Haase, A. M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwutiwes, K., & Bellisle, F. (2004). Gender differences in food choice: the contribution of health beliefs and dieting. *Annals of Behavioral Medicine: A Publication of the Society of Behavioral Medicine*, 27(2), pp. 107-116.

Gender Norms in Food Culture

Fatma KOÇ

Siirt University, Social Sciences Vocational School, Siirt/Türkiye

İrfan YAZICIOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara/Türkiye

Extended Summary

Food culture is an important element that reflects the values, beliefs and social structures of a society. However, the impact of gender norms on the formation and maintenance of food culture is often ignored. Gender norms refer to the behaviors, roles and expectations that a society determines and expects for certain genders (men and women). These norms are shaped within the cultural, social and historical context of a society and often differ between men and women. For example, in many societies, women are associated with roles such as handling housework, care work, and emotional support, while men face the expectation of being active in more public spheres, such as outside work, leadership, and financial responsibilities. Although these norms are accepted and widely adopted in society, they change over time and differ between different societies. However, often gender norms contribute to the determination of gender roles, gender inequality, and the reinforcement of gender-based stereotypes.

Gender norms affect food culture and eating habits. Traditionally, in many societies women have been assigned active roles in the kitchen, resulting in the expectation that women prepare meals and take care of household chores. This has led to women often being held responsible for preparing healthy and balanced meals. The expectation of men to be more active in public spaces has led them to eat out and consume more practical and ready-made foods such as fast food.

While these norms strengthened eating habits determined by gender, they also triggered problems such as unhealthy nutrition and obesity. However, with the change in gender norms, factors such as women's greater participation in business life and men helping more with housework have challenged these traditional norms and enabled the development of a more flexible and egalitarian nutrition culture.

Gender roles and expectations of societies deeply affect the processes of preparing, presenting and consuming food. Traditionally, women have taken active roles in the kitchen, while men have been involved in more public spaces such as cooking outdoors or running restaurants. Gender norms lead men and women to prefer certain foods or adopt certain eating habits. For example, while women prefer healthier and lower-calorie foods, men prefer more protein-rich or filling foods. Gender norms also affect communication and interaction in food culture. While women are generally responsible for cooking and presenting the food, men take a leadership role at the dinner table. This shapes the dynamics of family and social relationships. These gender norms have become one of the important factors that determine the food culture and eating habits of individuals. Therefore, focusing on the role of gender norms in food culture allows us to understand how these norms are shaped and to raise awareness in terms of gender equality.

Another important issue is the impact of gender norms on the "invisible work" in food culture. Traditionally, kitchen work has generally been undertaken by women and is considered part of the household chores. However, this "invisible work" is an area that is undervalued and often ignored in society. While women undertake tasks such as

food preparation, cleaning, and other household chores, this labor is often invisible or devalued. This means that women make an overlooked contribution to food culture and eating habits. Understanding the impact of gender norms on this “invisible work” is important to recognize the value of women's work and contribute to gender equality efforts.

In this research, various aspects of gender norms in food culture are examined and the effects of norms on social structure are discussed.

A survey form was prepared as a data collection tool in this research, which is based on the principle that the universe is Siirt and the sample consists of participants aged 18 and over living in the city center of Siirt, and all participants aged 18 and over who voluntarily respond to the survey can be included in the sample through convenience sampling. The prepared survey form was created to reveal the participants' thoughts about gender differences and eating and drinking habits and attitudes.

The research focuses on participants' perceptions of food culture, traditional gender roles, media influence and consumption habits, depending on their gender, marital status, age group, educational status and professional groups. The findings obtained based on the research results reflect common thoughts and perceptions in society based on gender and social factors.

According to the participants' answers, the statements with the highest arithmetic mean include propositions that traditional gender roles affect the level of men's activeness in the kitchen, that women are more anxious about cooking, and that gender-based stereotypes are perpetuated by the media. These findings show how social norms and expectations associated with gender are reflected in food culture.

On the other hand, the statements with the lowest arithmetic mean include suggestions that participants tend to accept traditional gender roles, that women are often associated with home cooking recipes, and that men in society have more authority in food-related matters. These thoughts suggest that, due to traditional gender norms, some participants did not question or supported these roles.

The research reveals that there are statistically significant differences between participants' perceptions depending on demographic factors such as gender, marital status, age, and education level. This shows that demographic factors can influence individuals' perceptions of food culture, gender roles, and media influence.

A statistically significant difference was detected between the sub-dimensions of Food Culture and gender, Traditional gender role, Media and gender, Consumption and gender and the gender of the participants ($p < 0.05$). A statistically significant difference was found between the Food Culture and gender, Traditional gender role sub-dimensions and the marital status of the participants ($p < 0.05$).

A statistically significant difference was found between the sub-dimensions of food culture and gender, media and gender, traditional gender role, consumption and gender and the age ranges of the participants ($p < 0.05$). A statistically significant difference was observed between the Food Culture and gender, Traditional gender role, Media and gender, Consumption and gender sub-dimensions and the educational status of the participants ($p < 0.05$). There is no statistically significant difference was detected between the sub-dimensions of food culture and gender, traditional gender role, media and gender, consumption and gender, practice and gender and the professional groups of the participants ($p > 0.05$).

These findings show that demographic factors such as gender, marital status, age, and education level have an impact on individuals' food culture and gender perceptions. This analysis of the research contributes to our understanding of how social norms and expectations impact individuals' attitudes on gender-related issues.

Ek 1. Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 04.10.2023-5610



T.C.
SİİRT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
ETİK KURULU KARARLARI



Oturum Tarihi
29.09.2023

Oturum Saati
11:00

Oturum Sayısı
661

Üniversitemiz Etik Kurulu 29.09.2023 tarihinde saat 11:00'da Kurul Başkanı Prof. Dr. Cemalettin ERDEMCİ başkanlığında, aşağıda imzaları bulunan üyelerin katılımıyla toplanarak gündemdeki konuları görüşmüş ve aşağıdaki kararları almıştır.

ETİK İNCELEME KONUSU

Öğr.Gör. Fatma KOÇ tarafından yapılacak olan "YEMEK KÜLTÜRÜNDE TOPLUMSAL CİNSİYET NORMLAR" başlıklı çalışma.

İNCELEME

İnceleme konusu araştırmada, anket yöntemi ile veri toplanarak analizi yapılacaktır. Söz konusu araştırmada, Etik Kurulun görevi kapsamında değerlendirilen husus, araştırma etiğiyle ilgilidir.

Başvurusu yapılan çalışma, insan katılımına dayalı bir araştırmadır. Araştırma etiği bakımından yürütülecek olan programın katılımcıların yararına olması ve onları herhangi bir zarara uğratma riski taşımaması gerekmektedir. Araştırma etiği bakımından ikinci olarak, rıza unsurunun gözetildiğine dair bilgi olmalıdır.

SONUÇ

Sonuç olarak, Sosyal Bilimlerdeki araştırmaların yayın etiği, insan katılımına dayalı olanların da araştırma etiği bakımından etik gereklere uygun olması gerekmektedir. Katılımcıların zarara uğratılmaması temel ilkedir. Araştırmaya katılan ergin bireylerin rızalarının olması halinde toplanan verilerin isim verilmeden raporlaştırılmasında araştırma etiği bakımından bir sakınca bulunmamaktadır.

Kurul Üyeleri:

Prof. Dr. Cemalettin ERDEMCİ
Kurul Başkanı

Doç. Dr. Adnan MEMDUHOĞLU
Kurul Üyesi

Doç. Dr. Burçak ASLAN ÇELİK
Kurul Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Arif GÜLLER
Kurul Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Simla ADAGİDE YILMAZ
Kurul Üyesi