



Araştırma Makalesi (Research Article)

KÜLTÜREL UYUM YETENEĞİNİN TÜRK MUTFAĞININ KÜRESELLEŞME ALGISINA ETKİSİ (THE IMPACT OF CULTURAL ADAPTABILITY ON THE PERCEPTION OF TURKISH CUISINE GLOBALIZATION)**

Tolga ÇETİNKAYA^{1*} (orcid.org/ 0000-0001-7134-4749)

Kudret GÜL² (orcid.org/ 0000-0002-9039-153X)

Cansen CAN³ (orcid.org/ 0000-0001-8858-3092)

¹Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Balıkesir, Türkiye

²Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, Balıkesir, Türkiye

³Bandırma Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, Balıkesir, Türkiye

Özet

Küreselleşme sürecinin hızlanması, dünya genelinde kültürler arası etkileşimi de artırmaktadır. Bu gelişmeler, küreselleşme sürecinde kültürler arası uyum ve yerel kültürlerin korunması kavramlarını da ortaya çıkarmıştır. Bu noktadan hareketle çalışmada, turistlerin kültürel uyum yeteneklerinin Türk mutfak kültürünün küreselleşmesi üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini, beş farklı ülkeden İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistler oluşturmaktadır. Araştırma nicel desenli olup, veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Çalışmada, normal dağılım gösteren veriler dikkate alınarak faktörler arası doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmada başvurulan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, Türk mutfağının küreselleşme algısının; bilinirlik, toplumsal yapı, siyasal gelişmeler, göç ve tanıtım olmak üzere dört faktör altında toplandığı ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçları, Türk mutfağının küreselleşme algısı faktörleri ile turistlerin kültürel uyum yeteneği arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu ve turistlerin küreselleşmeye ilişkin bireysel kültürel uyum yetenekleri ile Türk mutfağının küreselleşme algısı faktörlerinin birlikte Türk mutfağının küreselleşme algısını pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Uyum Yeteneği, Türk Mutfağı, Küreselleşme Algısı, Gastronomi

Abstract

The acceleration of the globalization process is also increasing intercultural interaction worldwide. These developments have led to the emergence of concepts such as intercultural adaptation and the preservation of local cultures in the process of globalization. Based on this point, this study attempts to determine the impact of tourists' cultural adaptation abilities on the globalization of Turkish cuisine. The population of the research consists of foreign tourists visiting Istanbul from five different countries. The research follows a quantitative design, and data were obtained through a survey technique. In the study, linear regression analysis among factors was conducted, considering the data showing normal distribution. As a result of the exploratory factor analysis employed in the research, it was revealed that the perception of globalization of Turkish cuisine is grouped under four factors: awareness, social structure, political developments/migration, and promotion. The research findings indicate that there is a statistically significant relationship between the factors of perception of globalization of Turkish cuisine and tourists' cultural adaptation abilities, and the individual cultural adaptation abilities of tourists regarding globalization, along with the factors of perception of globalization of Turkish cuisine, positively affect the perception of globalization of Turkish cuisine.

Keywords: Cultural Adaptation Ability, Turkish Cuisine, Perception of Globalization, Gastronomy

Giriş

Küreselleşme ile birlikte, insanlar farklı kültürlerin mutfaklarına daha fazla erişim imkânına sahip olmuşlardır. Bu durum yerel mutfakların küresel arenada daha fazla tanınmasını ve benimsenmesini sağlamaktadır. Ancak, yerel mutfakların bu süreçte özgünlüklerini koruyabilmesi de ayrı bir zorluk teşkil etmektedir ve küreselleşmenin etkisiyle birlikte yerel mutfaklar ve yiyecek kültürleri önemli ölçüde dönüşüm geçirmektedir. Küreselleşmenin sebebiyet verdiği bu dönüşüm ve yayılımı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır (Hoşcan,

**Bu makale, 2024 yılı Mart ayında Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Doktora Programında doktora tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

*Sorumlu yazar: tolga.cetinkaya@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2024.417

2018). Faktörlerden biri olan kültürel uyum yeteneği, bir toplumun küresel etkilerle nasıl başa çıktığını ve bu etkileri kendi kültürel unsurlarıyla nasıl harmanladığını anlamak açısından kritik bir rol oynamaktadır. Kültürel uyum yeteneği küreselleşmenin sonuçlarının bir parçası olduğu gibi kültürler arasındaki entegrasyonu kolaylaştıran bir unsurdur (Halis, 2015).

Yerel mutfakların kültürel uyum yeteneği sayesinde ne derece sınırları aşıp farklı kültürlerle bütünleşeceğini tespit etmek mutfakların geleceği açısından önemli bir konudur. Yıldırım ve İlin (2013) tarafından yapılan bir çalışmada, Erasmus öğrencilerinin Türk mutfağına yönelik kültürel adaptasyonları incelenmiş ve bu adaptasyon sürecinin kültürel entegrasyon üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Çalışma aynı zamanda, öğrencilerin Türk mutfağını nasıl benimsediğini ve bu süreçte kültürel uyum yeteneklerinin konu üzerindeki etkilerini de ele almaktadır. Halis'in (2015) çalışmasında ise kültürel uyum yeteneğinin küreselleşmenin bir parçası olduğu ve küreselleşme neticesinde oluşan kültürel değişimlere uyumu kolaylaştırdığı sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda, bir mutfağın küresel anlamda farklı kültürlerce benimsenmesini kolaylaştıracak önemli unsurlardan biri de kültürel uyum yeteneğidir.

Kültürel uyum yeteneği, küreselleşme sürecinde toplumların ve kültürlerin birbirleriyle nasıl etkileşime girdiğini ve bu etkileşimlerden nasıl etkilendiğini anlamak için önemli bir kavramdır. Türk mutfağı, zengin ve çeşitli yapısıyla, küreselleşme sürecinde dikkat çeken bir örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda, Türk mutfağının küreselleşme algısı ve bu algının kültürel uyum yeteneği ile nasıl şekillendiği, gastronomi literatürüne önemli katkılar sağlayacaktır. Bu çalışma, Türk mutfağının küreselleşme sürecindeki dönüşümünü ve bu dönüşümde kültürel uyum yeteneğinin etkilerini ele alarak, hem gastronomi hem de kültürel çalışmalar literatürüne değerli bilgiler sunmayı amaçlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Kültür Kavramı ve Küreselleşme

Kültür, “öğrenilen, insanın biyolojik, çevresel, psikolojik ve tarihsel unsurlarından etkilenen, aşamalara ayrılabilen, yapısal, dinamik ve değişken bir olgudur” (Usal ve Aslan, 1995: 99). Bu niteliği ile kültür, kültürü oluşturan bu değişkenler arasındaki karmaşık bağların bir işlevidir (Güvenç, 1994: 101). Gökalp (1975: 27) ise kültürü, bir milletin dinsel, ahlaki, akli, estetik, konuşulan dil, iktisadi ve bilimsel hayatlarının uyumlu bir bütün olarak tanımlamaktadır.

Kültürün tanımları ele alındığında, kültür kavramına yönelik farklı yaklaşımların olduğu ortaya çıkmaktadır. İlk olarak kültür estetik, mükemmellik ve yaşam pratiği olarak görülmektedir. Bu yaklaşıma göre kültür, sanatsal ve entelektüel faaliyetler açısından seçkin zevklere ve alışkanlıklara sahip olmak olarak değerlendirilmektedir. Eliot ise kültürü, bir milletin bütün karakteristik etkinlik ve ilgi alanlarını kapsayan bir olgu olarak ele alır. Barthes ise kültürü yaşamın tamamını kapsayan bir olgu olarak tanımlar (Hebdige, 2004).

Küreselleşme kavramı ise ilk kez 1960'lı yıllarda ortaya çıksa da 1980'li yıllardan sonra daha fazla kullanılmaya başlanmıştır (Waters, 1995: 2). Küreselleşme, kavramsal açıdan ilk olarak İngiliz İktisatçı W. Foter'in 1833'de kaleme aldığı dünya üzerindeki kaynakların dağılımı ve kullanımı konulu bir makalede kullanılmıştır. Bu noktadan hareketle, Garrett Hardin'in 1968 yılında yazdığı kaynakların paylaşımı ve kullanımı konulu çalışması ile yeniden gündeme gelen küreselleşme, günümüzde en yaygın kullanılan kavramlardan biri haline gelmiştir (Karabıçak, 2002: 116).

Alan yazında bu kavramların her birine yüklenen anlam net olmayıp, üzerinde tartışılması gereken konular arasındadır. “Globalleşme, dünyaşehirleşme, liberalleşme, çeşitlendirme” bazı örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır. (Rzayeva, 2019: 12). Küreselleşme, içerik olarak uluslararası alandaki güncel olayların ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel, teknolojik ve çevresel etkiler açısından yorumlanmasını amaçlayan bir teoridir. Küreselleşme teorisi, özellikle ekonomik etkilere odaklanarak, daha büyük bütünleşmenin küresel mekanizmalarına vurgu yapar. Bununla birlikte, küreselleşme konusunun en önemli özelliklerinden biri, kültürel yönlere ve bunların dünya çapındaki iletişimine odaklanmasıdır (Reyes, 2001).

Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde küreselleşmeyi olumlu yada olumsuz algılayan araştırmacıların olduğu görülmektedir. Dicken (1992), Harris'e (1993), Oman (1994), Cerny (1995), Winham (1996), Held vd. (1999), Giddens (2000), İlgar (2002), Coştu (2005) küreselleşmeyi mal ve hizmetlerin ülke ve bölge sınırları arasında kolayca geçişini sağlayan bir kavram olduğunu, modernliğin sonucunda gelişen ilişkileri ve bu ilişkilerin yalnızca ekonomik değil toplumsal, teknolojik, kültürel ve politik alanlarda da etkili olduğunu vurgulamaktadır. Küreselleşme fikrinin en tanınan taraftarlarından biri olan Thomas Friedman, bir tür küreselleşme manifestosu kabul edilen “The Lexus and the Olive Tree” isimli çalışmasında küreselleşmenin önemine vurgu yapan bir küreselleşme tanımı geliştirmiştir. Friedman (2000: 8) küreselleşmeyi, “finans

piyasalarının, devletlerin ve teknolojilerin bu zamana kadar görülmemiş bir seviyede, yani kişilerin, şirketlerin ve ulusal devletlerin bütün dünyada daha önce hiç görülmediği kadar daha hızlı ve derinlemesine önlenemez bütünleşmesi” olarak görmektedir.

Kepenek (1990), Greider (1997), Aslanoğlu (1998), Boratav (2001), Fox (2002), Kazgan (2002), Yeldan (2003), Gezgin (2005), Hirst ve Thompson (2007), Jessop (2007) ise küreselleşmeyi, dünyaya sunulduğu gibi yeni bir kavram olmayan, kapitalizmin yok ederek yayılmasını sağlayan, kültürleri yok eden ve tek bir dünya düzeni kurmaya çalışan bir kavram olarak tanımlamaktadırlar.

Küreselleşme, tüm kültürlerin ve bireylerin yaşam biçimleri üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Yediğimizi, içtiğimizi, giydiğimizi, dinlediğimiz müziği, okuduğumuz kitapları, iletişim dilimiz, iletişim kurma biçim ve yöntemlerimiz dâhil tüm hayatımızı etkilemektedir. Bu nedenle küreselleşme, bazı dillerin yok olmasına da neden olmaktadır. İngilizceyi baskın dil olarak kurgulayan küresel sistem, dünyanın her yerinde insanları İngilizce öğrenmeye zorlamakta, bu durum ise dünya çapında İngilizce konuşanların sayısını hızla artırmaktadır (Appadurai, 2001).

Kavramlar dikkate alındığında küreselleşme, kültürel çeşitliliği zenginleştirebilirken, aynı zamanda kültürel homojenleşme tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Bir yandan, farklı kültürlerin etkileşime geçmesi ve birbirinden öğrenmesiyle kültürel bir sinerji oluşmakta; diğer yandan, baskın kültürlerin diğer kültürler üzerinde hegemonya kurması, yerel kültürel değerlerin kaybolmasına yol açabilmektedir. Bu dinamik süreç, hem bireyler hem de toplumlar için çeşitli fırsatlar ve zorluklar sunar, bu nedenle kültürel uyum yeteneği küreselleşmenin etkilerini olumlu yönde şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır.

Kültürel Küreselleşme ve Kültürel Uyum Yeteneği

Kültürel küreselleşme ise metaların ve fikirlerin yayılmasından etkilenen kültürel öğelerin ve günlük yaşam deneyiminin dünya çapında standartlaşmasını yansıtan bir olgudur. Kablosuz iletişim, elektronik ticaret, popüler kültür ve uluslararası seyahatlerin çekiciliği ile harekete geçirilen küreselleşme, insan deneyimlerini her yerde aynı kılacak homojenliğe doğru bir eğilime dönüştürmektedir. Bununla birlikte, küreselleşmenin homojenleştirici etkileri gerçekten var olsa da, henüz tek bir dünya kültürüne dönüştürme gücü bulunmamaktadır (http-1).

Kültürel küreselleşme, ekonomi, sivil toplum ve entelektüel yaşam gibi kültür ve tüketim kalıplarını da etkilemiş ve son yıllarda bu alanda önemli değişimler meydana gelmiştir. Kültürel küreselleşme ile kalıplaşan, çoğunluğun hoşlandığı ve beğenilen bu şeyler, nesne, müzik, film, yiyecek, içecek ve giyecek olabileceği gibi, bir kişi, sporcu, oyuncu, siyasi veya şarkıcı da olabilmektedir (Kaygusuz, 2011: 30).

Bu kapsamda Berger (1997: 49), kültürel küreselleşmenin dört yüzünü vurgulamaktadır. Birinci olarak, küreselleşmenin ekonomik temelli bir sürecin kültürel yüzünü vurgular. “Davos kültürü” olarak tanımladığı bu ilk yüzde kendini “yuppie” hayat tarzı olarak gösteren bir elit kültüründen bahsetmektedir. İkinci olarak küreselleşme, vakıflar, akademik haberleşme ağları, sivil toplum kuruluşları, çok uluslu örgütler gibi oluşumlara ilişkin bir kültürel yapılanma biçiminde yer bulmaktadır. Buradaki küreselleşmeyi “Faculty Club Culture” olarak adlandırmakla birlikte, çevreciliği ve feminizmi de bu ikinci kapsamda sıralamaktadır. Küreselleşmenin üçüncü görünümünü ise Benjamin Barber’in kullandığı bir tanım olan “Mc World Culture” olarak adlandırmaktadır. Amerikan üniversitelerinin sembol, logo ve sloganlarını taşıyan jean ve tişört giymek, Amerikan TV dizileri ve filmleri izlemek, Amerikan fastfoodları tüketmekle kendini gösteren Amerikan damgalı popüler kültür kendini göstermektedir. Dördüncü olarak da çoğulculuk, pazar ekonomisi ve demokrasi yanlısı bir söylemi başta Latin Amerika ülkeleri olmak üzere Doğu Asya ülkeleri, Güney Pasifik ülkeleri, Afrika ve Doğu Avrupa ülkelerine yaygın bir biçimde dayatma yer almaktadır. Bu nedenle Held (2001), ulusal kültürlerin, ulus devletlerinden daha kırılğan olduğuna inanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının rolüyle işaretlenen küresel iletişim, çok kültürlülüğe veya melezeleşmeye yol açmaktadır.

Küreselleşme dünyayı etkisi altına almaya başladıkça kültürler arası iletişim artarak devam etmiş ve kültürler arası adaptasyon kavramı ortaya çıkmıştır. Kültürel uyum bir bireyin alışık olduğu ortam dışındaki yeni bir topluma girdiğinde bu kültüre ne derece adapte olabildiğini anlatmaya yarayan bir kavramdır (Ward vd., 1993).

Bu doğrultuda kültürel küreselleşme, dünya çapında farklı kültürel unsurların etkileşimde bulunması ve birbirlerine etkide bulunması sürecidir. Kültürel küreselleşmenin bir sonucu olarak da kültürel uyum yeteneği önem kazanmıştır. Kültürel uyum yeteneği, bireylerin farklı kültürler arası etkileşimde esneklik ve duyarlılık göstererek, bu kültürlerle anlamlı ve saygılı bir şekilde iletişim kurabilme becerisidir. Bu yetenek, bireylerin

küreselleşen dünyada başarılı bir şekilde yer almalarını ve çeşitliliğin getirdiği fırsatlardan yararlanmalarını sağlar.

Yöntem

Araştırmada, kültürel uyum yeteneğinin Türk mutfağının küreselleşme algısına etkisinin olup olmadığı sorusuna cevap aranacaktır. Çalışmanın amacı; Türk kültürünün bir zenginliği olan Türk mutfağının küreselleşme algısını tespit ederken, kültürel uyum yeteneğinin bu algıyı etkileyip etkilemediğini analiz etmektir. Kültürel zenginliğin bir parçası olan ulusal mutfakların, küreselleşme sürecinde farklı kültürlerle etkileşimde bulunurken kültürel uyum yeteneğinin bu sürece etkisinin ölçülmesi literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır. Türk mutfağı kültürel bir zenginlik olduğu gibi kültür de küreselleşmenin boyutlarından biridir. Birbirleri ile bağlantılı bu kavramlar incelenirken kültürel uyum daha da önemli bir hale gelmektedir.

Küreselleşmenin olumlu sonuçlarından biri kültürel uyumdur (Halis, 2015: 1200). Birbirlerine bölgesel olarak yakın, ortak dili kullanan, ortak hedefleri, sistemleri ve kültürel zenginlikleri olan ülkeler arasındaki her türlü alış veriş daha kolay olabilmektedir (Schwartz, 2011). Bu bağlamda kültürel uyum yeteneğinin Türk mutfağının küreselleşme algısına etki edebileceği düşünülmüş ve Türk mutfağının küreselleşme algısının alt faktörleri de göz önüne alınarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının bilinirliğe dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir.

H2: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının toplumsal yapıya dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir.

H3: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının siyasal gelişmelere dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir.

H4: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının göç ve tanıtıma dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir.

Araştırma nicel desendir ve katılımcıların fikirlerinin alınabilmesi için anket tekniği uygulanmıştır. Likert tipi anket kullanılan araştırmada elde edilen veriler Jamovi programında analiz edilmiştir. Demografik özelliklerin de sorulduğu ankette kültürel uyum yeteneği ölçeği ve Türk mutfağının küreselleşme algısı ölçekleri kullanılmıştır. Daha önce Halis (2015) tarafından kullanılan kültürel uyum yeteneği ölçeği tek boyuta zorlanarak tek boyutlu bir faktör olarak analize dâhil edilmiştir. Ölçekler düzenlendikten sonra Balıkesir Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Komisyonu'na etik açıdan uygun bulunmuştur.

Tablo 1. Kültürel Uyum Yeteneği Ölçeği

Farklı kültürden insanlarla etkileşimde bulunmaktan hoşlanırım.
Farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bilgilerimi kontrol ederim
Yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabilirim
Farklı kültürlerle etkileşimde kullanacağım bilginin farkındayım
Diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini biliyorum
Farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum.
Diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum
Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim için kendimi değiştiririm.
Farklı kültürle iletişim kurarken gerekirse davranışlarımı değiştiririm.

Kaynak: Halis, M. (2015): 1197

Araştırmanın evrenini İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistler oluşturmaktadır. İstanbul'un tüm ülkelerden turistleri ağırlaması ve gastronomi açısından zengin aynı zamanda Türk mutfağı menülerine sahip restoranlara ev sahipliği yapması İstanbul'un evren olarak seçilmesinde etkili olmuştur. Örneklem büyüklüğüne ilişkin daha iyi sonuçlar elde edebilmek amacıyla 420 anket uygulanmış, ancak hatalı anketlerin çıkarılmasıyla 397 anket analiz kapsamına alınmıştır. Araştırmanın katılımcıları İstanbul'u ziyaret eden Alman, Fransız, Hollandalı, Avusturyalı ve Yunan turistlerden oluşmaktadır.

Bulgular

Tablo 2. Güvenilirlik Analizleri

Ölçekler	Cronbach's Alpha (α)	McDonalds Omega- ω
Kültürel Uyum Yeteneği (KUY)	0,718	0,735
Türk Mutfağının Küreselleşme Algısı (TMKA)	0,937	0,943

Halis'in (2015) araştırmasında kullandığı kültürel uyum yeteneği ölçeğinin güvenilirlik (α) değeri 0,70'in üzerindedir. Daha önceki araştırmada güvenli bulunan ölçek, uygulanan güvenilirlik analizinde de güvenli bulunmuştur. Yapılan analizlerde "Kültürel uyum yeteneği ($\alpha:0,718$, $\omega:0,735$)" ölçeğinin orta derecede

güvenilirliğe sahip olduğu ortaya çıkmıştır. “Türk mutfağının küreselleşme algısı ($\alpha:0,937$, $\omega:0,943$)” ölçeği değeri ise 0,80 üzerinde çıkarak yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Yapılan güvenilirlik analizlerinde her iki ölçeğin de Cronbach’s Alpha ve McDonalds Omega değerleri 0,60 değerinin üzerinde çıktığı ve ölçeklerin analiz için güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 3. Ölçeğe İlişkin KMO ve Bartlett Testleri

Ölçekler	KMO	Bartlett Testi
Küreselleşme Kültürel Uyum Yeteneği (KUY)	0,622	$X^2=2543$, df:36, $p<,000$
Türk Mutfağının Küreselleşme Algısı (TMKA)	0,884	$X^2=7842$, df:105, $p<,000$

Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için faktör analizi kullanılmıştır. Bu amaçla, ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek için, Kayser-Meyer-Olkin (KMO) değerine ve küresellik (Bartlett’s Test) derecesine bakılmıştır. Kayser-Meyer-Olkin (KMO), bir faktör analizi öncesinde veri setinin faktör analizi için uygunluğunu değerlendirmek amacıyla kullanılan bir istatistiksel ölçüttür. Bu ölçüt, faktör analizinin veri setindeki değişkenlerin birbirleriyle ilişkili olduğu ve faktörlerin uygun bir şekilde çıkarılabileceği bir yapıda gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceğini belirlemeye yardımcı olur. KMO değeri, 0 ile 1 arasında bir değer alır. 1’e yaklaştıkça, veri seti faktör analizi için daha uygun kabul edilir. Genellikle 0.60 veya daha yüksek bir KMO değeri kabul edilebilir bir düzey olarak kabul edilir. (Kaiser, 1974, s. 31).

Çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için başvuru faktör analizinde “Küreselleşmede Kültürel Uyum Yeteneği” ölçeği tek faktörlü olmaya zorlanmış ve KMO=0,622 olarak bulunmuştur. “Türk Mutfağının Küreselleşmesi Algısı” ölçeğinin KMO=0,884’dür. Tablo 3’deki değerler, araştırmada kullanılan her iki ölçeğin KMO değerinin 0.50’den büyük olduğunu ve küresellik derecelerinin de tüm ölçeklerin örneklem yeterliliğine sahip olduğunu göstermektedir. Bu değerler, araştırmada elde edilen verilerden istatistiksel olarak anlamlı faktörler elde edilebileceğini işaret etmektedir. Çalışmada elde edilen bulgular, küreselleşmede kültürel uyum yeteneği ile Türk mutfağının küreselleşmesi boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Kültürel Uyum Yeteneği

Faktör	Kareler Toplamı	Varyans %	Kümülatif %
KUY	2.95	32.8	32.8

Kültürel Uyum Yeteneği ölçeği Halis’in (2015) Küreselleşmenin kimlik algısı üzerindeki etkisi: Kırgızistan üniversite öğrencilerinden bulgular adlı çalışmasından alınmıştır. Kullanılan ölçeğe yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde ölçek 1 faktör altında toplanmaktadır ve ölçeğin %32,8’ini açıklamaktadır.

Türk mutfağının küreselleşme algısı ölçeği Lee’nin (2016) Kore mutfağının küreselleşmesi ile ilgili yaptığı çalışmasından alınmış ve Türk mutfağına uyarlanmıştır. Başvuru açıklayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 5’de görülmektedir. Ölçekler, ankette beş farklı dile (İngilizce, Almanca, Fransızca, Hollandaca ve Yunanca) çevrilmiş olarak turistlerin konuştukları dile göre uygulanmıştır.

Tablo 5. Türk Mutfağının Küreselleşme Algısı

Faktör ve Maddeler	Kareler Toplamı	Varyans %	Kümülatif %
Bilinirlik	3.63	27.9	27.9

Dünya mutfakları arasında Türk mutfağının küreselleşen bir mutfak olduğunu düşünüyorum.

Türk yemeklerinin dünya gastronomi kültürüne katkı sağladığını düşünüyorum.

Türk yemeklerinin dünya genelindeki popülaritesinin yeterli olduğunu düşünüyorum.

Türk yemeklerinin dünya genelinde rekabetçi olduğunu düşünüyorum.

Toplumsal Etki	3.23	24.8	52.8
-----------------------	------	------	------

Turizm dünya genelinde Türk yemeklerinin küreselleşmesini kolaylaştırmaktadır.

Türk mutfağının küreselleşmesini, yurtdışındaki Türk vatandaşları sağlamaktadır.

Türk yemeklerinin küreselleşmesini sosyal medya sağlamaktadır.

Türk yemeklerinin küreselleşmesini Türk restoranları sağlamaktadır.

Faktör ve Maddeler	Kareler Toplamı	Varyans %	Kümülatif %
Siyasal Gelişmeler	2.81	21.6	74.4
<i>Politik ve siyasi gelişmelerin Türk mutfağının küreselleşmesine katkı sağladığını düşünüyorum. Türk tarihi ve kültürünün Türk mutfağının küreselleşmesine katkı sağladığını düşünüyorum. Türk mutfağının küreselleşmesinde Türk mutfağı paydaşları “aşçılar, servis elemanları, gastronomi uzmanları, akademisyenler, etkili insanlar vs.” etkili olmaktadır.</i>			
Göç ve Tanıtım	1.92	14.8	89.1
<i>Son yüzyılda karşılaşılan göç hareketlerinin Türk Mutfağının küreselleşmesine katkı sağladığını düşünüyorum. Tanıtım faaliyetleri Türk mutfağının küreselleşmesine katkı sağlamaktadır.</i>			

Tablo 5’de görülen Türk mutfağının küreselleşmesi algısı ölçeğine yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde ölçeğin 4 faktör altında toplandığı ve bu faktörlerin toplam ölçeğin %89,1’ini açıkladığı ortaya çıkmıştır. Ölçekte dört maddeden oluşan “bilinirlik” adı verilen faktör Türk mutfağının küreselleşme algısı ölçeğinin %27.9’unu açıklamaktadır. Dört maddeden oluşan “toplumsal etki” faktörü toplam ölçeğin %24,8’ini, üç maddeden oluşan siyasi gelişmeler faktörü %21,6’sını ve son olarak iki maddeden oluşan “göç ve tanıtım” faktörü ise toplam ölçeğin %17,8’ini açıklamaktadır.

Tablo 6. Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Cinsiyet	N	%
Kadın	264	66.5
Erkek	133	33.5
Toplam	397	100,0
Yaş	N	%
30 ve altı	18	4.5
31-40	43	10.8
41-50	226	56.9
51-60	50	12.6
61 ve üzeri	60	15.1
Eğitim	N	%
Lise	113	28.5
Ön lisans	27	6.8
Lisans	251	63.2
Lisans Üstü	6	1.5
Ülke	N	%
Alman	150	37.8
Avusturyalı	30	7.6
Yunan	36	9.1
Fransız	100	25.2
Hollandalı	81	20.4

Demografik bulguları elde etme amacıyla betimsel analiz yapılmıştır. Betimsel istatistik sayısal verilerin toplanması, derlenmesi, özetlenmesi ve analiz edilmesiyle ilgilenen bir istatistik dalıdır (Spiegel ve Stephens, 2013). Tablo 6 incelendiğinde katılımcılardan %66,5’i kadın, %33,5’i erkektir. Katılımcıların %56,9’u 41-50 yaş aralığındadır. Bu yaş grubunu %15,1 oranla 61 yaş ve üzeri katılımcılar izlemektedir. 51-60 yaş aralığındaki katılımcıların oranı %12,6, 31-40 yaş grubundakiler ise %10,8’dir. En az katılımcı yaş grubu ise %4,5 oranla 30 yaş ve altındaki yabancı turistlerdir. Araştırmaya katılan yabancı turistler arasında lisans mezunu olanlarının oranı %63,2’dir. Lisans mezunlarını %28,5 ile lise mezunları, %6,8 oranla ön lisans mezunları ve %1,5 oranla lisansüstü mezunlar izlemektedir.

Tablo 7. Küreselleşmede Kültürel Uyum Yeteneği Faktörü ile Türk Mutfağın Küreselleşme Algısı Faktörleri Arasındaki İlişki

Model	R	R ²	F	df1	df2	p
KUY/Bilinirlik	0.588	0.346	22.7	9	387	0.001
KUY/Toplumsal Etki	0.697	0.486	40.7	9	387	0.001
KUY/Siyasal Gelişmeler	0.644	0.414	30.4	9	387	0.001
KUY/Göç ve Tanıtım	0.454	0.206	11.2	9	387	0.001

Tablo 7 incelendiğinde doğrusal regresyon analizi sonucunda ($p:0,001<0,05$) kültürel uyum yeteneği faktörü ile bilinirlik faktörü arasında istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Bilinirlik değişkeninin açıkladığı varyans oranı %34,6'dır. R: 0,588 değeri ise değişkenler arasındaki güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, turistlerin küreselleşmeye ilişkin bireysel kültürel uyum yeteneğinin yüksek olması, Türk mutfağının bilinirliğini artırarak Türk mutfağının küreselleşme algısına aracılık etmektedir. Turistlerin küreselleşmeye ilişkin bireysel kültürel uyum yeteneği, toplumsal etki faktörü aracılığı ile Türk mutfağının küreselleşme algısını da pozitif yönde etkilemektedir. Toplumsal etki bağımsız değişkenin açıkladığı varyans oranı %48,6'dır. R: 0,697 değeri ise değişkenler arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Yine turistlerin küreselleşmeye ilişkin kültürel uyum yeteneği ile siyasal gelişmeler faktörü arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağımsız değişkenin açıkladığı varyans oranı ise %41,4'tür. R: 0,644 değeri ise değişkenler arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Son olarak kültürel uyum yeteneği faktörü ile göç ve tanıtım faktörü arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bağımsız değişkenin açıkladığı varyans oranı %20,6'dır. R: 0,454 değeri ise değişkenler arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, turistlerin küreselleşmeye ilişkin yüksek uyum yeteneği, göç ve tanıtım aracılığı ile Türk mutfağının küreselleşme algısını olumlu yönde etkilemektedir.

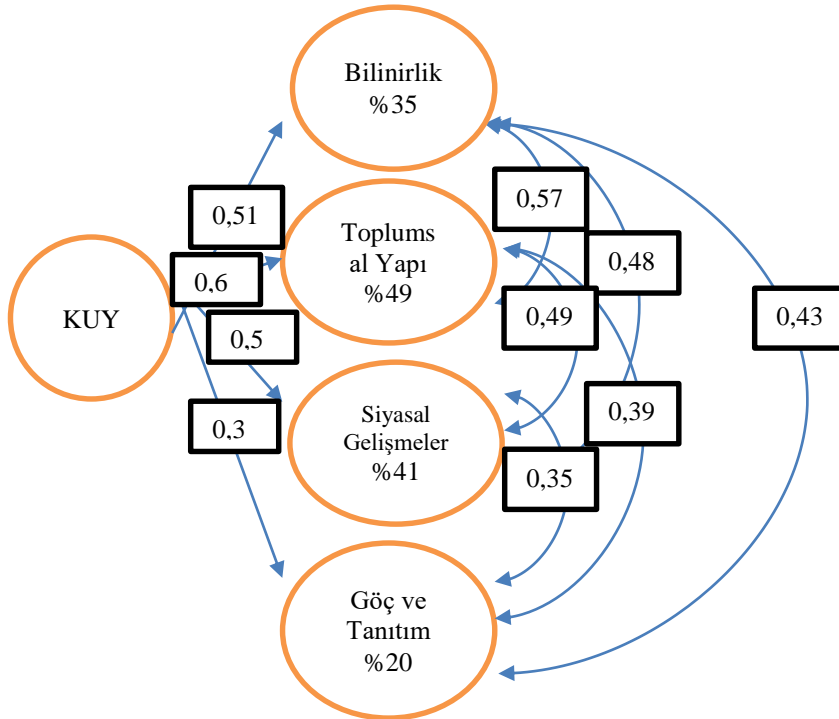
Tablo 8. Kültürel Uyum Yeteneği Ölçek Maddeleri ile Türk Mutfağının Küreselleşme Algısı Faktörleri Arasındaki İlişki

Faktör ve Maddeler	RMS	F	p
KUY Maddeleri/Bilinirlik			
Farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum	43.9099	10.9979	0.001
Diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum	50.6283	12.6806	0.001
KUY Maddeleri/Toplumsal Yapı			
Farklı kültürlerle etkileşimde kullanacağım bilginin farkındayım	16.56019	12.2751	0.001
Diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini biliyorum	12.72458	9.43202	0.002
Farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum.	34.82375	25.8129	0.001
Diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum	9.47574	7.02384	0.008
KUY Maddeleri/Siyasal Gelişmeler			
Farklı kültürlerle etkileşimde kullanacağım bilginin farkındayım	27.917	8.8084	0.003
Farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum	20.130	6.3514	0.012
KUY Maddeleri/Göç Ve Tanıtım			

Tablo 8. Kültürel Uyum Yeteneği Ölçek Maddeleri ile Türk Mutfağının Küreselleşme Algısı Faktörleri Arasındaki İlişki

Faktör ve Maddeler	RMS	F	p
Farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bilgilerimi kontrol ederim	6.0294	6.5464	0.011
Yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabilirim	13.1918	14.3229	0.001
Diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum	6.6193	7.1868	0.008

Tablo 8 incelendiğinde “Farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum, diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum” maddeleri bilinirlik değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p:0,001<0,05$). “Farklı kültürlerle etkileşimde kullanacağım bilginin farkındayım ($p:0,001<0,05$), diğer kültürlerin yasal ve ekonomik sistemlerini biliyorum ($p:0,002<0,05$), farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum ($p:0,001<0,05$), diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum ($p:0,008<0,05$)” maddeleri ile toplumsal yapı değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır. “Farklı kültürlerle etkileşimde kullanacağım bilginin farkındayım ($p:0,003<0,05$) ve farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri ve dini inançları biliyorum ($p:0,012<0,05$)” maddeleri ile siyasal gelişmeler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır. Son olarak, “ farklı kültürlerden insanlarla etkileşimde bilgilerimi kontrol ederim ($p:0,011<0,05$), yeni bir kültüre uyum sağlama stresiyle kolayca başa çıkabilirim ($p:0,001<0,05$), diğer dillerin (kelime bilgisi, dilbilgisi) gibi kurallarını biliyorum ($p:0,008<0,05$)” maddeleri ile göç ve tanıtım değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1’deki araştırma modeli kültürel uyum yeteneğinin bilinirlik, toplumsal yapı, siyasal gelişmeler ve göç ve tanıtım faktörleri ile ilişkisini göstermektedir. Kültürel uyum yeteneği tüm faktörleri pozitif yönde etkilerken, bilinirlik, toplumsal yapı, siyasal gelişmeler ve göç ve tanıtım faktörleri de birbirlerini

pozitif yönde etkilemektedir. Kültürel uyum yeteneği $\beta=0,60$ değeri ile en yüksek toplumsal yapı faktörünü etkilemektedir. Toplumsal yapı faktörü de $\beta=0,49$ değer ile en yüksek siyasal gelişmeler faktörünü etkilemektedir. Kültürel uyum yeteneği $\beta=0,54$ değer ile siyasal gelişmeler faktörünü, $\beta=0,51$ ile bilinirlik faktörünü ve $\beta=36$ değer ile göç ve tanıtım faktörünü pozitif olarak etkilemektedir. Bu bulgulara göre kültürel uyum yeteneği arttıkça Türk mutfağının küreselleşme algısı da pozitif yönde etkileşim göstererek artacaktır.

Tartışma ve Sonuç

Turistlerin kültürel uyum yeteneğinin, Türk mutfağının küreselleşme algısı üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada, katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans ve lisansüstü eğitim almış kişilerden oluştuğu ve 41-50 yaş aralığındaki katılımcı oranının daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada başvurulan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, Türk mutfağının küreselleşme algısının; bilinirlik, toplumsal yapı, siyasal gelişmeler, göç ve tanıtım olmak üzere dört faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, Türk mutfağının küreselleşme algısı faktörlerinden her biri ile turistlerin kültürel uyum yeteneği arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir. Türk mutfağının bilinirlik faktörü ile turistlerin küreselleşmeye ilişkin kültürel uyum yetenekleri arasında pozitif yönlü ilişki olup, her iki değişkende Türk mutfağının küreselleşme algısını pozitif yönde etkilemektedir. Turistlerin kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının toplumsal yapıya dayalı küreselleşme algısını da pozitif yönde etkilemektedir. Türk mutfağının siyasal gelişmeler ile göç ve tanıtım faktörünün, turistlerin kültürel uyum yeteneğine dayalı Türk mutfağının küreselleşme algısı üzerindeki etkisi de pozitif yöndedir. Sonuçlar, turistlerin bireysel kültürel uyum yeteneğinin, Türk mutfağının küreselleşme algısını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada, turistlerin küreselleşmeye ilişkin yüksek kültürel uyum yeteneğinin, Türk mutfağının bilinirliğini artırarak Türk mutfağının küreselleşme algısını olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktadan hareketle, Türkiye'ye ziyaret edecek olan potansiyel turistlerin küresel uyum yeteneklerini tespit etmeye yönelik araştırmalar yapılması, bu doğrultuda Türk mutfağı ile Türk yemeklerinin özelliklerini ve farklılıklarını vurgulayan tanıtımların yapılması önerilebilir. Heldke (2003) çalışmasında kültürel uyum yeteneği, yemeklerin tanıtılması ve yayılmasında da etkilidir. Farklı kültürlerden gelen bireyler, kendi mutfak kültürlerini yeni topluluklara tanıtarak bu yemeklerin küresel ölçekte bilinirliğini artırır sonucuyla örtüşmektedir. Bu doğrultuda “H1: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının bilinirliğe dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir” desteklenmiştir.

Araştırma sonuçları, turistlerin küreselleşmeye ilişkin yüksek kültürel uyum yeteneğinin, Türk toplumunun yapısına ilişkin merakı da arttırdığını göstermektedir. Bu doğrultuda sosyal medya tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi ön plana çıkmaktadır. Devlet destekli sosyal medya tanıtım faaliyetleri Türk kültürünü farklı kültürlerle tanıtarak kültürel uyum sürecinin kolaylaşmasına katkı sağlayabilir. Bu sonuçla birlikte “H2: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının toplumsal yapıya dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir” desteklenmiştir.

Yine turistlerin küreselleşmeye ilişkin kültürel uyum yeteneği ile siyasal gelişmeler faktörü arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağımsız değişkenin açıkladığı varyans oranı ise %41,4'tür. R: 0,644 değeri ise değişkenler arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Yurtdışındaki Türk mutfağı paydaşlarına yapılacak devlet destekleri olumlu sonuçlar ortaya çıkaracaktır. Özellikle geçici görevle farklı ülkelerde bulunan Türk mutfağı paydaşlarına kültürel uyumun Türk mutfağına olan etkilerinin güçlendirmek adına eğitimler verilebilir. Buna göre “H3: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının siyasal gelişmelere dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir” desteklenmiştir.

Son olarak kültürel uyum yeteneği faktörü ile göç ve tanıtım faktörü arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bağımsız değişkenin açıkladığı varyans oranı %20,6'dır. R: 0,454 değeri ise değişkenler arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, turistlerin küreselleşmeye ilişkin yüksek uyum yeteneği, göç ve tanıtım aracılığı ile Türk mutfağının küreselleşme algısını olumlu yönde etkilemektedir. Devlet destekli tanıtım faaliyetlerinde Türk mutfağı vurgusunun daha fazla ön plana çıkarılması önemli olacaktır. Bu sonuç Gupta'nın (2020) araştırmasında elde ettiği Hindistan'a göç eden Arap vatandaşların kültürel uyum yetenekleri ile Hindistan mutfağını beğenip tercih etmelerinin arasındaki pozitif ilişki vardır sonucu ile örtüşmektedir. Yine Kittler, Sucher ve Nelms (2011) kitaplarında; kültürel uyum yeteneğinin, farklı kültürel gruplar arasındaki etkileşimi arttırdığını, bu etkileşimler, mutfak kültürlerinin karşılıklı olarak zenginleşmesini sağladığını özellikle de göçmen toplulukların, geldikleri ülkenin mutfak kültürünü kendi mutfaklarıyla harmanlayarak yeni ve yenilikçi yemekler ürettiklerini söylemişlerdir.

Sonuçlar göz önüne alındığında “H4: Kültürel uyum yeteneği, Türk mutfağının göç ve tanıtıma dayalı küreselleşme algısını etkilemektedir” desteklenmiştir.

Araştırma sonuçları, Hajrullahu'nun (2022) çalışmasında elde ettiği kültürlerarası uyumun küresel ortamlarda önemli olduğu ve yine kültürel uyumun çok kültürlü ortamlarda adaptasyonu ve gelişimi hızlandığı sonuçlarıyla paralel sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Aynı zamanda Halis'in (2015) kültürel uyum yeteneği ile küreselleşme arasında istatistiksel olarak pozitif bir ilgisinin olduğu sonucuyla da uyumludur. Bu sonuçlarla birlikte kültürel uyum yeteneği Türk mutfağının küreselleşmesine pozitif yönde bir etki sağlayacaktır. Araştırma sonuçlarının daha önceki araştırma sonuçlarıyla da örtüştüğü görülmektedir. Böylece oluşturulan hipotezlerin tümü desteklenmiştir.

Araştırmaya katılan İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlerin, farklı kültürlerle ilişkin kültürel değerleri, dil bilgilerini ve ekonomik sistemlerini bilmeleri, farklı kültürlerle karşılaştıklarında bilgilerini nasıl kullanmaları gerektiğini kontrol edebilmeleri ve kültürel uyum süreciyle başa çıkabilme yetenekleri Türk mutfağının küreselleşme algısına pozitif yönde etki etmektedir. Kültürel uyum yeteneği arttıkça Türk mutfağının küreselleşme algısı da artacaktır.

Kaynakça

- Appadurai, A. (2001). *Globalization*. Durham: Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv111jhn>
- Aslanoğlu, A.R. (1998). *Kent, kimlik ve küreselleşme*. Bursa: Asa Yayınevi.
- Berger. (1997). Four faces of global culture. *The National Interest*, 49(49), 23–29.
- Boratav, K. (2001). 2000/2011 krizinde sermaye hareketleri. *Mülkiye Dergisi*, 25(230), 207-220.
- Cerny, G. P. (1995). Globalization and the changing logic of collective action. *International Organization*, 49, 595-625. <https://doi.org/10.1017/S0020818300028459>
- Coştu, Y. (2005). Küreselleşme üzerine bazı düşünceler. *Gazi Üniversitesi Çorum İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4(7-8), 90-105.
- Dicken, P. (1992). *Global shift: The internationalization of economic activity*. Newyork: Guilford Press.
- Fox, J. (2002). *Chomsky ve küreselleşme*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Friedman L. T. (2000). *The lexus olive tree: Understanding globalization*. New York: Picardo.
- Gezgin, S. (2005). Küreselleşmenin medya ve toplum üzerindeki etkileri, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 9-12.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden kaçıp giden dünya*. İstanbul: Alfa Basım Yayınları.
- Gökalp, Z. (1975). *Türkçülüğün esasları*, İstanbul: Sebil Matbaacılık.
- Greider, W. (1995). *One world ready or not*. Newyork: Touchstone Press.
- Gupta, S. (2020). Cultural adaptation and exploring the cuisine. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJGRT)*, 8(8), 2523-2530. ISSN: 2320-2882.
- Güvenç, B. (1994). *İnsan ve kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hajrullahu, V. (2022). *Kültürel zekâ ve kültürlerarası uyumluluk ilişkisi üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Halis, M. (2015). The effects of globalization on identity perception: A study on university students in Kyrgyzstan. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(3), 1185-1202.
- Harris, R. (1993). Globalization, trade and income. *Canadian Journal of Economics*, 22(4), 1-22.
- Hebdige, D. (2004). *Alt kültür-tarzın anlamı*. İstanbul: Babil Kitabevi.
- Held, D. (2001). Globalization, cosmopolitanism and democracy: An interview. *Constellations*, 8(4), 427-441.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt D. and Perraton, J. (1999). *Global transformations: Global transformations-politics, economics and culture*. Cambridge: Polity Press.
- Heldke, L. (2003). *Exotic appetites: Ruminations of a food adventurer (1st ed.)*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315822068>

- Hirst, P. and Thompson, G. (2007). *Küreselleşme sorgulanıyor*. (Çev: Çağla Erdem ve Elif Yücel). Ankara: Dost Kitabevi.
- İlgar, C.S. ve İlgar, M.Z. (2013). Küreselleşme ve kültür. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 23-36.
- Jessop, B. (1998). The rise of governance and the risks of failure: the case of economic development, *International Social Science Journal*, 155, 29-45.
- Kaiser, H.F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Karabıçak, M. (2002). Küreselleşme sürecinde gelişmekte olan ülke ekonomilerinde ortaya çıkan yönelim ve tepkiler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 7(12002), 113-116.
- Kaygusuz, İ. (2011). *Küreselleşme sürecinin yerel kültürler üzerindeki etkisi: Konya örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kepenek, Y. (1990). *Türkiye ekonomisi*, Ankara: Verso Yayınları.
- Kittler, P.G., Sucher, K.P. and Nelms, M. (2011). *Food and culture Ed.6 (6)*. Canada: Cengage Learning.
- Lee, Y. (2010). The effects of korean food globalization on foreigners' perception of wellbeing value and experience with korean food. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 23(2), 487-498.
- Oman, C. (1994). Globalization and regionalisation: The challenge for developing countries: Paris OECD development center studies, *Millennium*, 24(3), 583-585.
- Reyes, G. E. (2001). Four main theories of development: Modernization, dependency, world -systems, and globalization, *Nomadas*, (4), 1-12.
- Rzayeva, S. (2019). *Küreselleşme ve somut olmayan kültürel miras ilişkisi: Azerbaycan örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Schwartz, S. H. (2011). Values: cultural and individual. In F. J. R. van de Vijver, A. Chasiotis, & S. M. Breugelmans (Eds.), *Fundamental Questions in Cross-Cultural Psychology* (pp. 463–493). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.
- Spiegel, M.R. and Stephens, L.J. (2013). *İstatistik*, (Çev: Salih Çelebioğlu) İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN 9786051337043
- Usal, A. ve Aslan, Z. (1995). *Davranış bilimleri: Sosyal psikoloji*. İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitapevi.
- Ward, C. and Kennedy, A. (1993). Psychological and sociocultural adjustment during crosscultural transitions: A comparison of secondary students at home and abroad. *International Journal of Psychology*, 28, 129-147.
- Waters, M. (1995). *Globalization*, London: Routledge.
- Watson, J.L. (2024). Cultural globalization. *Encyclopedia Britannica*. Erişim tarihi: 02.01.2024, <https://www.britannica.com/science/cultural-globalization>
- Winham, R. (1996). International trade policy in a globalizing economy. *International Journal*, 51(4), 638-650.
- Yeldan, E. (2003), Neoliberalizmin ideolojik bir söylemi olarak küreselleşme. A.H.Köse; F. Şenses; E. Yeldan (Der) *İktisat üzerine yazılar 1-küresel düzen: Birikim, devlet ve sınıflar içinde* (ss.429-455). İstanbul: İletişim Yayınları.