



Yerel Beslenme Hareketi ve Bir Kitle İletişim Anlatısı Dizaynı: Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Örneği

(Local Food Movement and a Narrative Design for Mass Communication: The U.S. Case)

*İlkay KANIK^a

^aThe New School (Research Scholar, TÜBİTAK), Food Studies, New York / USA

Beykent University, School of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul /Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:19.09.2014

Kabul Tarihi:08.11.2014

Anahtar Kelimeler

Yerel Beslenme Hareketi
Gastronomi
Belgesel
Yemek ve Dizayn
Sürdürülebilirlik

Öz

Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde yerel beslenme hareketi, özellikle son 25 yıldan bu yana gelişim göstermektedir. Çevre sorunları ve sürdürülebilirlik konusunda kaygı taşıyan yeni çiftçiler ve yeni tüketiciler, hem üretirken hem de tüketirken daha aktif olmak istemektedirler. ABD'ndeki "yeni tüketiciler", yedikleri ürünlerin malzemelerinin nereden geldiğini ve tükettikleri endüstriyel ürünlerin neden olduğu istenmeyen sağlık etkilerini bilmeyi tercih etmektedirler. Ne tükettikleri konusunda haklarını bilmek isteyen tüketiciler şimdilerde, daha önce olduklarından çok daha aktiftirler. Bu kapsamda yerel beslenme hareketinin parçası olmak konusunda birçok neden sıralanabilir. Bunlardan bazıları, sağlıklı besinlerle beslenme, yerel çiftçiyi destekleme, yeni iş fırsatlarını artırma ve aynı zamanda toplumun haklarını iyi gıdaya ulaşma konusunda desteklemektir. Kitle iletişim araçları, toplumun yerel beslenme hareketi bilincinin artmasına yardımcı olmaktadır. Bu hareketin savunucularının sayısını artırmak için İçindekiler (Ingredients, 2009) belgeseli hazırlanmıştır.

Keywords

Local Food Movement
Gastronomy
Documentary
Food and Desing
Sustainability

Abstract

The local food movement in the United States has evolved over the past 25 years. New farmers and new consumers' movements who are concerned about the environment and the sustainability issues want to be active regarding what they produce and consume. At the same time, new consumers in the U.S want to get informed about the ingredients in their food. They are more active now than ever before and are asking for their consumer rights. Furthermore, they want to know the undesirable health effects of industrial farming and industrial food. There are many reasons to become involved in local food movement. Among such reasons are eating healthy food, supporting local farmer, increasing job opportunity and also advocating community rights to access good food. Mass media helps to increase community consciousness about local food movement. In order to increase the number of supporters of the local food movement, a documentary, Ingredients (2009) is produced.

*Sorumlu Yazar

ilkaykanik8@gmail.com (İ. Kanık)

GİRİŞ

Yerel beslenme hareketi; ABD’de parklarda kurulan pazarlardan, restoranlardaki yenilen-içilen ürünlere kadar, şehirli insanın hayatında beslenmeye dair yeni bir tercihin ekonomik, sosyal ve politik olarak benimsenmesini ve yaygınlaşmasını tanımlar. Beslenmeye dair üretim ve tüketim etkileşimlerini yeniden belirleyen bu sosyal hareket, bölgeye has üretim, tüketim ilişkisi ve iletişimi olarak da nitelendirilebilir. Bu hareket, organik beslenme hareketinin gerekçeleri ve çevreye duyarlı, sürdürülebilir tarım faaliyetleri ile birleşerek, insanların yedikleri konusunda pasif bağımlı olmaktan çıkarıp, aktifleşip söz söylediği ve tavır aldığı bir durumun tarifi olarak da adlandırılabilir. Yerel beslenme hareketi, beslenmenin içeriğini yeniden düzenlerken aynı zamanda, üreticiyi de görünür kılmakta, diğer taraftan yarattığı yeni çiftçiler ile ekonomik olarak önemli iş olanaklarını da yaratmaktadır. Aynı zamanda bu toplumsal hareket, şehir hayatı içinde, şehirli insanın doğaya, tüketilenin üretim sürecine yabancılaşmasını görünür hale getirerek bu süreci değiştirmeyi vaad eder.

ABD’de yerel ürünlerle beslenme kültürü, özellikle son 15 yılda yeme içme kültürü akımlarını belirleyecek şekilde bir değişim geçirmektedir. Bu araştırma, üretim kültürünün değişiminin tüketici tercihlerinin dönüşümüne neden olduğuna dikkat çeken, dolayısıyla gastronomi kültürünün de değişimini gösteren bir çalışmadır. Bu çalışmada, değişimde etkin olan bir kitle iletişim ürününün anlatı içeriğinin nasıl dizayn edildiği irdelenerek aktarılabilecektir. İletişim araçlarında sunulan anlatılarda ele alınan konuların içerik dizaynları, yerel beslenme hareketini kitleselleştirerek güçlendirmektedir. Bu konuyu aktaran *İçindekiler (Ingredients, 2009)* belgeseli, bu hareketin katılımcılarının ortak sesinin ifadesi bir medya ürünü olarak değerlendirilecektir.

Yerel Kavramı ve Yerel Üretim

Üretim ve tüketim ilişkileri çerçevesinde “yerel” kavramına bakıldığında; yerel üretim, yerel beslenme hareketinin merkezindedir. Yerel beslenme hareketi, üretim ve tüketim alanı arasındaki en kısa mesafeyi ifade eder. ABD gibi büyük bir coğrafyadan bahsedildiği için; özellikle, bir başka eyaletten gelen ürünleri değil, o bölgenin, yani her eyaletin kendi ürettiği ürünleri tüketmesini hedefler. Diğer taraftan, eyalet sınırlandırmasının, yerelin tanımlanmasında geniş bir alanı ifade ettiği, bunun sınırlarının daha da daraltılması gerektiği yerel kavramının çerçevesinde tartışılmaktadır. Gittikçe bu mesafe, eyaletin içindeki şehirleri kapsayacak şekilde daha da küçülmektedir (Local & Regional Food Systems, 2014). Başka ülkelerden ithal edilen ürünler de, yerel olmayı tanımlayan, en bilinen bir başka ölçüttür. Son yıllarda şekillenen, duyarlı ve duyarlılıkları çerçevesinde harekete geçen yeni üreticilerin ve yeni tüketicilerin hayatında, yerel olmayan ürünlerin, gelmesi için kilometrelerce yol katetmesi ve bunun sonucunda çevreye verdiği geri dönüşüm zararları, değiştirilmesi gereken kaygı duyulan konular haline dönüşmüştür. Bu yüzden bu hareketin ürettiği farkındalık ve harekete geçme kültürü gün geçtikçe daha da popülerleşmektedir. Özellikle son on yıldır ABD’de, yerel

çiftçilerin ürünlerini sergiledikleri pazarlardan alışveriş yapmak, yeni bir akım haline dönüşmüştür. Michigan State Üniversitesi Bölgesel Beslenme Sistemleri Merkezi’nin aktardığı (2014), ABD’deki tarım marketi verilerine göre (Agricultural Marketing Service, 2013), ABD’deki çiftçi pazarlarının sayısı 1994’de, 1.755 iken; 2013’e kadar dört katından fazlasına çıkıp, çiftçi pazarlarının sayısı 8,144’e yükselmiştir (Pirog, 2014). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), 2014 yılını Uluslararası Aile Çiftçiliği yılı ilan ederek, aile çiftçiliğinin dünyadaki açlığa son verebilecek bir önemi olduğuna dikkat çekmiş ve dünyada da bu farkındalığı artırmayı hedeflemiştir (FAO).

Beslenme kültürü, her dönemde ve tanımlandığı coğrafyada üretim ve tüketim arasındaki ilişkisini ve kültürünü yeniden yaratır. Robin William (1985), “cultivation” ve “cultivated” kelimelerinden üretilen “culture” (kültür) kelimesinin, doğan, büyüyen etkileşimlerle varlığını yeniden tanımlayan ve sürdüren özelliği olduğunu vurgular. İnsanların üretimlerinin ve paylaşımlarının, hayatın içinde estetik bir boyuta dönüşmesi ile kültür biçimlenmekte, sahiplenilmekte ve yaygınlaşarak varlığını sürdürmektedir (Williams, 1985, s. 87-92). “Yerel” kavramının toplum tarafından içselleştirilmiş ifadesi, belli coğrafi tanımlamayı içerirken, aynı zamanda o coğrafyanın paylaştığı kültürün de tanımıdır. Beslenme sistemi ve yerel arasındaki ilişkiyi sorgulayan Philip Ackerman-Leist (2013), beslenme sistemini “bölgesel” ve “yerel” kelimelerine odaklanarak açıklar. Yerel olanın coğrafi bir karşılığı olsa da, topluluk temelli bir tanıma olduğuna vurgu yapar. Yereli tanımlayan ölçüt, mesafeden öte, , çiftçilerin kendi geçmişleri ile kurdukları bağ, bu bağ sayesinde taşıdıkları değerler ve sahip olunan bilgilerin beslenme ilişkileri içerisinde insanlara akışıdır. Tüketiciler için ise yaşadıkları bölgelerle kurdukları bağ, yerelin bir değer olmasının tüketiciler arasında ortak paylaşımı ve neden olduğu kişisel, sosyal ilişkiler bütünüdür. Böylece yerel yapılan gönderme, aslında endüstriyel tarımsal faaliyetlerinin karşısında, sağlıklı beslenme hakkının egemenliğinin savunulması olarak da ifade edilebilir (Ackerman-Leist, 2013, s.5-6).

Yerel olanı tanıma ve tüketme isteği, bir kültür olarak sayıları hızla artan takipçileri ile ABD eyaletlerinde yaygınlaşmaktadır. Bu yerel beslenme kültürü aynı zamanda, kendi kelime dağarcığını, yeni kelimelerle zenginleştiren bir kültürdür. Örneğin “Locavores (*Yerel Beslenen*)” adlı bir kelime üretilmiştir. Bu kelime kendi bölgesinde üretilen ürünleri tüketen kişiyi tanımlar. Bu kişi, *yerel beslenen*, özellikle ve bilinçli olarak yereli tercih eden tüketicidir. Katherine Gustafson (2012), Montana’ya giderek bölgesel üreticiler ve tüketicileri tanıttığı ve bölgesel besin üretim ve tüketim ekonomisine tanıklık ettiği çalışmasında, yerel beslenenlere “Locavores” vurgu yapar. Gustafson’un gözlemlerinden çıkardığı sonuç ise, ABD’deki yerel üretim alanlarında faaliyet gösterenler her geçen gün güçlerinin daha çok farkına varmaktadırlar ve kendilerini üretim için fabrika tarzı büyük üretim işletmelerinin karşısında bir alternatif olarak görmektedirler (Gustafson, 2012, s.32-49). Bu söylemlerden yola çıkarak yerel üretici ve tüketicilerin gücü elinde bulunduran endüstriyel tarımın karşısında sosyal, ekonomik ve siyasi olarak varlığının farkında olan bir karşı kültür oluşturdukları iddia edilebilir. Gustafson (2012),

tarihsel olarak değerlendirildiğinde, ABD'de sağlık, beslenme ve yerel ilişkisini kuran ilk karşı kültürü, hippilerin oluşturduğunu da ilave eder. Sağlık ve yiyecekler konusunda hippiler genel üretim ve tüketim ilişkileri içerisinde kendi tercihlerini aktif bir şekilde dönemsel ana akımdan ayrılarak ifade etmişlerdir ve uygulamışlardır (Belasco, 2006, s.16). Günümüzdeki popüler bir karşı beslenme kültürü söylemi ise, iyi, sağlıklı, nereden geldiği bilinen, üreticinin emeğinin farkındalığıyla, üreticiye minnettarlık duyularak tüketilen bir “üretim ve tüketim” ilişkisini anlatır.

Yerel ve Organik

Yerel üretim ve tüketim, ABD devlet başkanlarının yaşadığı yer olan Beyaz Saray'ın arka bahçesinin ekilen-biçilen üretim alanına çevrilmesindeki temsilini de kendisine dahil ederek, ABD'de hızla destekçisi artan bir hareket olarak yayılmaktadır. Yerel beslenme ve üretim hareketleri ile, bir başka alternatif üretim ağı olan organik üretim ve beslenme ilişkisi sık sık karıştırılır. Yerel üretim ile organik üretim arasında direkt bir ilişki yoktur. Yerel ürünler organik olan veya olmayan yöntemlerle üretilebilmektedir. Organik üretim, sertifikalı, bu kapsamda belli şartlara uyulmayı gerektiren bir üretim şeklidir. Böcek ilacı, hormon gibi müdahaleler konusunda belli standartları karşılaması gereklidir. Yerel üretimlerde ise belli bir standardı yerine getirme zorunluluğu yoktur. Diğer taraftan, yerel tarım faaliyetleri ile üretim yapanlar ve organik tarım faaliyetlerinde bulunanların, güvenli ve sürdürülebilir beslenmeye dair taşıdığı kaygılar arasında yakın ilişki vardır. (Martinez, 2010, Online Report: Local Food Systems).

Beslenme Biçiminin Zaman İçerisinde Değişimi ve Sonuçları

Yerel üretim ve tüketim tercihinin bilinçli bir tercih haline gelmesi sürecini anlamak için, özellikle ABD'de zaman içinde değişen üretim biçiminin anlaşılması gerekmektedir. Üretimin değişimi, tüketimin değişimi ile beraber şekillenmiştir. Federal Çiftçi politikalarının neden olduğu değişim, eski tarım bakanlığı sekreteri Earl Butz'un 1970'lerdeki tarım politikalarını destekleyen ve özetleyen “*adapt or die (ya adapte ol, ya da yok ol)*” sözü ile ilişkilendirilen tarım politikaları, küçük çiftçileri direkt olarak etkilemiştir (Wyant, 2014). Küçük çiftçilere desteğin artık verilmemesi, yiyecek satış fiyatlarının aşağıya çekilmesi için büyük üretim işletmelerinin desteklenmeye başlanması, küçük üreticilerin tek tek borçları yüzünden üretim alanlarını elden çıkarmaya başlamaları, endüstriyel tarımı günden güne güçlendirmiştir. Bu durum küçük çiftçinin sonunun gelmesini daha da hızlandırmıştır. Üretim sınırları hızla büyüyen çiftçiler, iki ürünü, soya ve mısır ön plana çıkarmıştır. Bu iki ürün zaman içinde, bütün tüketim ürünlerini de biçimlendirecektir. Soya ve mısır üretimi, en önemli değişimin yaşandığı ve destek gören iki üretim alanı olmuştur. Bu iki ürün, birçok ürünün önemli katkı maddesi olarak karşımıza çıkmakta, şeker üretiminden, yakıt üretimine kadar birçok alanda kullanılan bir ham madde olarak, modern gıda üretiminin vazgeçilmezlerinden olmuşlardır. Aynı zamanda, besinlerden alınan kalori miktarının daha önceki dönemlerle karşılaştırılamayacak şekilde arttığı yeni bir döneme geçilmiştir. İşlenmiş gıdalar,

daha da tatlılaştırılmış ürünler, günlük hayatın beslenmesinin vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Bu yeni üretim biçimi, insan sağlığından, çevre kirliliğine kadar birçok alanda değişimleri de beraberinde getirmiştir (Lin, 2010).

Yerel Üretim ve Tüketim Karşısında, Endüstriyel Tarım ve Sonuçlarının Sağlığa Dair Olumsuz Etkileri

Küreselleşme ve tarım alanında üretimdeki bu muazzam değişim bir araya geldiğinde, hammadde ve ürünlerin dolaşımı ülke ve coğrafi sınırları tanımayan, yeni ekonomik sınırlar inşa etmiştir. Mevsimlik ürünler tanımlaması ortadan kalkmaya başlamış ve her mevsimde, her ürüne ulaşılabilme oldukça yaygınlaşmıştır. Diğer taraftan, fiyat olarak uygun, ürün olarak çeşitli ve miktar olarak bol, işlenmiş gıdalar hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Ucuz, çeşitli ve miktar olarak fazla, işlenmiş gıdalar, ürettiği pazarlama değeri ile, tüketimin cazibesini artırırken, neden oldukları bedensel ve çevresel tahribatlar zaman içinde kendini göstermeye başlamıştır. Beslenen gıdaların niteliğinin değişimi ile birlikte, ortaya çıkan en önemli sorunlardan bir tanesi, obezitedir. ABD'de obezite oranlarının halk sağlığını tehdit edecek boyutlara çıkması, aynı zamanda başka hastalıklara da neden olmasından dolayı, obezite karşıtı politikalar, sosyal ve politik hareketlenmeler şekillenmeye başlamıştır. ABD başkanının eşi Michelle Obama, Beyaz Saray'ın arka bahçesini ekip biçerken, özellikle çocuklarda hızla artan obezite ve diyabet hastalıklarının oranına dikkat çekmiş, aynı zamanda obezite ve yerel üretim arasındaki sorun ve çözüm odaklı sembolik bağı göstermiştir (Burros, 2009). New York Üniversitesi'nde, beslenme ilişkilerini sosyal, ekonomik ve siyasi boyutları ile inceleyen, beslenme ve politika konularında çalışan akademisyen Marion Nestle, Beyaz Saray'ın arka bahçesinde kurulan sebze bahçesinin, yerel üretime ve tüketime dair hızla güçlenmeye devam eden yeni beslenme reformuna katkısının sembolik değerine ve önemine dikkat çeker (Nestle ve McIntosh, 2010, s.164).

ABD'deki, özellikle son 20 yılı kapsayan obezite verileri beslenme hareketinin ne kadar önemli olduğunu vurgulamıştır. Obezite düzeyinin istatistikî verileri, yeni sosyal beslenme hareketlerinin nedenini daha da anlamlı kılmaktadır. ABD'de bir devlet kurumu olan Centers of Disease Control and Prevention değerlendirmeleri ve Journal of American Medicine (JAMA) verilerine göre her üç Amerikalının bir tanesi aşırı kilolu, obez olarak teşhis edilmiştir. Bu sayı 78.9 milyondur. Çocukluk çağı obezite oranı bir önceki nesil ile karşılaştırıldığında yaklaşık üç katı oranında artmıştır. Bu raporda aynı zamanda obezitenin neden olduğu diğer rahatsızlıklarda aktarılmaktadır; diyabet hastalığı, kanser vakaları ve bazı önlenebilir ölüm vakaları, obezitenin neden olduğu olumsuz sağlık sonuçlarıdır. Sırf obezitenin neden olduğu rahatsızlıklardan dolayı 2008'de, 147 milyar dolar sağlık harcaması yapılmıştır. ABD nüfusu genel olarak düşünüldüğünde sağlıklı ve doğru besine ulaşma ve obezite rahatsızlıkları arasında yakın bir ilişkinin olduğu bu verilerle ortaya çıkmıştır. Genel olarak dağılıma bakıldığında; Hispanik olmayan siyahilerin obezite oranları %47,8 ile en yüksek orandadır. Hispaniklerin oranı ise % 43.5 ile ikinci sırada yer alır. Hispanik olmayan beyazlarda obezite oranı %32,5'tir . Asya kökenlilerde ise bu

oran %10,8 olarak ifade edilmiştir (Centers for Disease Control and Prevention). Bu veriler, ABD nüfusunun ekonomik gelir dağılımı ile sağlıklı besinlere ulaşma, satın alabilme ve endüstriyel ürünlerden uzaklaşma ile obezite arasında yakın ilişki olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda genel olarak besin değeri düşük ve yoğun kalorili ürünlerin, raf ömürlerini uzatmak için yapılan hormon ve antibiyotik katkıları nedeniyle kanser vakaları, alerjik durumların çeşitliliği ve artışı, gluten hassasiyeti gibi sağlık sorunlarının artmaya başlaması, beslenme ilişkilerinin tekrar düşünülmesi gereken bir konu haline gelmesine neden olmuştur (Martinez, 2010). Halk sağlığını tehdit eden, deli dana, coli virüsü gibi hastalıklara neden olan, gözden uzak, üretim miktarını artırıcı birçok müdahalenin yapıldığı çiftliklerin karşısında, yerel olarak konumlanmış alternatif çiftlikler modern şehir insanı tarafından şevkle ve ilgiyle desteklenmektedir (Local & Regional Food Systems).

Yerel Beslenme Hareketinin Sosyal, Ekonomik ve Politik Şekillenmesi

ABD’de insanların benzer nedenlerle yerel üretime ve tüketime dair gösterdikleri hassasiyet ve bu hassasiyetin hayatlarında bilinçli bir seçim haline dönüşmesi yerel beslenme hareketinin sosyal, ekonomik ve politik etkilerinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Yerel beslenme hareketinin özellikle ekonomik ve aynı zamanda politik temelli kendine has bir kültür üretmesi, bu hareketi gün geçtikçe kişi sayısı hızla artan bir hareket haline dönüştürmüştür. *Food Marketing Institute*’in 2009’ da açıkladığı rapora göre ise, genel anlamda bakıldığında, özellikle üç neden öne çıkarak, yerel beslenme hareketinin güçlenmesini sağlamıştır. Birincisi, tüketiciyi taze ürüne ulaştırması, ikincisi ürünün nereden geldiğinin bilinmesini sağlaması, üçüncüsü ise bu üretim-tüketim ilişkilerinin sayesinde yerel ekonominin destekleniyor olmasıdır (Brain, 2012). Pasif değil, sayıları hızla artan, aktif, tükettiğinin ne olduğu hakkında söz sahibi tüketici profili, bu üç neden kapsamında neyi tüketeyeceğine kendisi karar vermektedir. Aktif olarak ne ile ve nasıl besleneceğinin seçim gücünü elinde bulundurmanın anlamını tartışan Marianne Elisabeth Lien (Lien ve Nerlich, 2004), beslenme faaliyetlerinin, üretimden tüketime kadar birçok güç ilişkisini merkezinde olduğunu bu yüzden politik bir konu olduğunu vurgular. Çünkü beslenme faaliyetleri sosyal ve hayati aktivitelerdir. Ayrıca, ekonomik ve siyasi kapasitesinden dolayı sürekli gündemde olan güç ilişkilerini barındıran yönleri vardır (Lien ve Nerlich, 2004, s.9).

Ross Haenfler, Brett Johnson ve Ellis Jones’ın (2012) yeni hayat tarzları ve sosyal hareketlerin ilişkilerini sorguladıkları makalelerinde, kamusal alanda sosyal değişim amacıyla üretilen ve paylaşılan kolektif kimliğin ve bu kimliği anlamlandıran sembolik anlamların öneminden bahsederler. Genel olarak hayat tarzları hareketlerinin içerik olarak farklı şekillenmelerinin tanımlamalarını yaparlar. (Haenfler, Johnson ve Jones, 2012, s.1-20). Yerel beslenme hareketini bu tanımlama içinde düşündüğümüzde, aynı zamanda modern şehir hayatının sosyal dayanışması sayesinde, aynı kaygıyı paylaşan insanları biraraya getiren etken bir form yaratmıştır denilebilir. Bu konuda önemli

çalışmalar ortaya koyan, “*global düşünün ki, sonucunda yerel beslenin*” diyen aktivist ve akademisyen Michael Pollan’ın belirttiği gibi yerel beslenme hareketi, çevresel, ekonomik ve halk sağlığı gözetken kaygılarıyla, yeni bir ekonomik ve sosyal alanı biçimlendirmiştir (Weinraub, 2006). Bu alanda zaman içinde sayıları hızla artan insan sayısı, beslenme, endişe ve yediğine güvenmeme arasında nasıl bir yakın ilişki olduğunu da gösterir. Üreticinin ve tüketicinin biraraya geldiği oluşumlar, büyük şirketlerin çıkarlarından uzaktır. Yerel çiftçilerin ürünlerini sergiledikleri şehirlerdeki pazar yerleri, konuya duyarlı insanları toplayan alanlar olarak hızla yaygınlaşmaya başlamıştır. Şehir pazarları, kendine dayatılan seçeneklerden öte, beslenmeleri konusunda politik, ekonomik ve sosyal bir tercih yapmayı tercih eden şehir sakinlerinin bir araya geldikleri ve zaman geçirdikleri alanlar haline dönüşmeye başlamıştır. Bu pazarlar aracılığıyla ortadan kaldırarak, üretici ile nihai tüketiciyi biraraya getirirken, modern dünyada yediklerimize dair hissettiğimiz yabancılaşmanın da aşılmasını sağlarlar. Aynı zamanda tüketicinin tükettiklerine dair hissettiği endişeyi azaltan, çok özel alanlar haline dönüşmüşlerdir. Beslenmede yaşanan, toplumsal hareket haline evrilen değişimin, aynı zamanda toplumsal yapının sürdürülebilir güçlü bir yapıya dönüşümüne de neden olacağı iddia edilmektedir. G. W. Feenstra (1997)’in makalesinde farklı boyutlarıyla belirttiği gibi, üretici ve tüketiciyi biraraya getirme toplumsal iletişimi de, içerik ve biçim olarak yenilemiş ve güçlendirmiştir (Feenstra, 1997, s.28-36). Kişisel, sosyal, ekonomik, çevresel sağlığın olumlu etkilendiği yerel beslenme hareketi sayesinde, üretim yapanın emeği ile bu emeği ürün olarak satın alanın arasındaki bağ anlamlı bir şekilde kurulabilmektedir. Bu hareketin destekçileri için, uzak olanı, bilinmeyen tüketmek, bedenimize dair bilinmeyen etkileri de tüketmek olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda tükettiğine dair, üreten ile bir bağ kurmak, tüketilen besin olarak değerini de kişi için artıracaktır. Üreten ve tüketenin biraraya geldiği bu özel buluşma alanları, aynı zamanda üretene duyulan minnettarlığın da gösterildiği yerlerdir (Lin, 2010). ABD’de, yerel beslenme hareketi artık küçük kendi halinde bir hareket olmaktan çıkıp, hızla yayılan ve gündem güne popülerliği artan bir beslenme hareketine dönüşmüştür. Sosyal, kültürel ve ekonomik değeri hızla artan bu hareket, pazar yerlerindeki görünürlüğü sayesinde kurulan farkındalık bilinci ile şehirlere ve diğer yerleşim alanlarına da yayılmıştır. Örneğin şehir sakinlerinin ve ziyaretçilerin bilinçli bir şekilde, restoranlarında tükettikleri yemeklerin, içeceklerin malzemelerinin üretimlerinin yerel olmasını tercih etmeleri sağlanmıştır. Üreten ve tüketen arasındaki minnettarlık, beslenmenin olduğu her yere hızla yayılmaya devam etmektedir. Yerele atfedilen bu anlam ve çekicilik, yerel çiftliklere ziyareti birey için şehir hayatı içerisinde gerçekleştirilebileceği modern turizm faaliyetleri haline dönüştürmüştür.

Yerel Beslenme ve Yerelin Hedef Alındığı Beslenme Turizm İlişkisi

Yerel beslenme kültürüne talep arttıkça, aynı zamanda üreticiler ve restoranların yerel ürünleri sunuşlarına attıkları önem tüketiciler için turizm faaliyetlerinin alanını

da geliştirmekte ve zenginleştirmektedir. Claudio Visentin (2011) yemek turizmi, gastronomi ve tarım arasındaki ilişkiye özellikle vurgu yapar. Bu üç unsurun Őimdi ve gelecekte, bütün dünyada nasıl birbirlerini belirleyeceğinden bahseder. Aynı zamanda, her bir unsurun turizm faaliyetlerinde sahip oldukları kapasitelerine vurgular (Sidali, Spiller, Achulze, 2011). İnsanlar yediklerinin ve içtiklerinin geldiği coğrafya ve ürünlerin özellikleri ile eskisinden çok daha fazla ilgilenmektedirler. Yeni tüketicisi profili, artık tüketicisi, üretimden başlayarak değerlendirmektedir. Tabaağındaki yiyeceğin malzemelerinin nereden geldiği, nasıl retilendiği ve işlendiği onun için tketicimde önemli kriterlerden bir tanesi haline gelmiştir. Bu kriterleri önemseyen yeni çiftçiler ortaya çıkmaya başlamış ve ifti olmanın anlamı değişmiştir. Artık iftilik, yerel üretim ve turizm ilişkisi çok daha güçlü bir Şekilde kurulmaya başlanmıştır (Sidali, Spiller, Achulze, 2011,s.XIII). Clare Weeden, *etik turizm* (ethical tourism) kavramını tanımlarken, etik bakış açısına sahip tüketicilerin özellikle küresel kaygılar ile turizm ve tüketicisi faaliyetlerini dzenlediklerinden bahseder. Tüketicinin gün geçtikçe iletişim araçları vasıtası ile de tüketicisi davranışlarına etik boyutu dahil ettiklerini vurgular. Etik turizm, aynı zamanda yerel olana saygı ve onu desteklemeyi de beraberinde getirmektedir (Novelli, 2005, 234-235). Michael Hall ve Richard Mitchell'in (2012) makalelerinde ülke, bölge ve yerelin nememesinin, özellikle yemek kültürünün de dahil edilmesi ile sürdürülebilir bir turizm sistemi yarattığını iddia ederler. (Haenfler, Johnson veJones, 2012, s.204) .

Yerel Beslenme Hareketinin Dizayn Edilmesi ve İletişim Faaliyetleri ile Yaygınlaşması

Alternatif söylemlerin medyada, kamusal alanda ifade edilmesi, Haberbas'ın 18.yüzyıldaki entellektüel elitlerin Londra'daki kahvahanelerde dşuncelerini paylaşmalarına yaptığı atıfta olduğu gibi, paylaşılan dşuncelerin gnlenmesini ve zenginleşmesini sağlar. Kamusal alanda alternatif söylemlerin ifade edilmesi demokratik yapılanmaların da bir göstergesidir (Downing, 2000, s.33-40). Bir sosyal hareketin Şekillenmesi, bu sosyal hareketin içeriğinin misyonunun ifade edilmesi, paylaşılması ve bu misyona inanan insan sayısının artması ile olmaktadır. Sosyal hareketlerin genel olarak nasıl yaygınlaştığı günümüzde değerlendirildiğinde, aslında birbirine benzer yapılanmaların olduğunu görülür.

Tarım ve beslenmenin etrafında Şekillenen sosyal değişim hareketleri incelendiğinde, neoliberal yapılanmanın tarımın içeriğine yaptığı müdahaleler ve sonuçları sosyal hareketlerin temel anlaşmazlıklarının nedenini oluşturduğu anlaşılır. Kendini bu sonuçların karşısında konumlandıran sosyal hareketin parçası olanların, çıkış noktası olarak yerel üretim ve tüketicisi yönelmeleri, sosyal hareketi biçimlendirmiştir. Endüstriyel tarımın kontrol gücünün yarattığı baskı, sosyal hareketlerin bölgesel olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur (Dutta, 2011, s.96-122).

Kitle iletişim araçları, neoliberal ekonominin üretimlerinin küresel pazarda yer bulması ve tutundurulmasında etkili bir ortamdır. Halkla ilişkiler faaliyetlerinden reklam faaliyetlerine kadar birçok iletişim

faaliyeti, küresel tüketicisi araçları olmuştur. Bu araçların ürettiği içerik dünyanın her bir bölgesinde kültürel olarak farklılıklara uğrasa da, nihai amaç karı maksimum düzeye çıkaracak daha çok tüketicisi gerçekleşmesini sağlamaktır. Bunun karşısındaki aktivist ağın yerel beslenmeye dair ürettiği medya içerikleri temel olarak, sosyal, ekonomik ve politik olarak karşısında durulan yaygın ve güçlü endüstriyel üretim ve tüketicisi yapılanmalarının sorguya çekilmesi ve yeni alternatiflerin sunulması Őeklinde dizayn edilmiştir. Aynı zamanda karşı sosyal hareketlerin alternatif dşuncelerinin ve seslerinin ana akım dışında, medya araçlarında yer bulması, bu akımın temsilcilerinin tanıklıklarının dinlenmesi, söz konusu alternatif duruşun kitleler tarafından tanınması ve benimsenmesini sağlamaktadır (Dutta, 2011, s.286).

Kitle İletişimi rneği: Ingredients (2009) Belgeseli

Yerel beslenme hareketini anlatan bir medya ürünün değerlendirilmesi, bu hareketi konu seçmiş bir belgesel ürünü ile yapılacaktır. "*İçindekiler* (Ingredients, 2009)" Robert Bates'in 2009 yılında yönettiği bir belgeseldir (Bates, 2009). ABD'deki endüstriyel üretim ve beslenme sisteminin karşısında, yerel üretim beslenme ilişkilerinin varlığını gözler önüne seren bu çalışmayı yönetmen, ABD'deki yerel beslenme hareketini dört mevsime ayırarak (ilkbahar, yaz, sonbahar, kış) aktarır. Belgesel anlatısının aktörlerinden yemeklerin malzemelerini kullanan Şefler, yerel beslenme hareketini desteklemektedirler. Belgeselde aynı zamanda, yerel ürünlerin retilendiği çeşitli çiftlikler gösterilir ve çiftlik sahipleri, yaptıkları çalışmaları ve katkıları paylaşırlar, Oregon sürdürülebilir tarım alanları, belgeseldeki, gerçek hayattan aktarılan çiftliklerden bazılarıdır. Aynı zamanda, New York Őehrinde, Harlem gibi beslenme kıtlığı yaşanan blgeelerde yerel üretilen ürünlerin ulaştığı alanlar olarak gösterilmektedir. Bunun yanı sıra, organik tarım ve biyodinamik üretim hakkında da bilgiler verilmektedir.

Tablo 1: Malzemeler Belgeselindeki Yerel Beslenme Hareketinin Temsilcileri Tablosu (Bates, 2009)

Greg Higgins Higgins Restaurant and Bar	Alice Waters Chez Panisse
Peter Hoffman Savoy and Back Forty Restaurants	Gary Paul Nabhan Renewing America's Food Traditions
Joan Dye Gussow Columbia University	Cathy Whims Nostrana
Deb Accuardi Gino's	Anthony and Carol Boutard Ayers Creek Farm
Cory Schreiber Chef and Oregon Department of Ag.	John Neumeister Cattail Creek Lamb
Jean-Paul Courtens Roxbury Farms	John Eveland Gathering Together Farm
Frank Morton Wild Garden Seed	Lee and Bob Jones The Chefs Garden
Scott Dolich Park Kitchen	Laura Masterson 47th Ave. Farm
Will Newman Oregon Sustainable Agriculture Land Trust	Pascal Sauton Carafe
Josh Bergstrom Bergstrom Winery	Sheldon Marcovitz and Carole Laity Your Kitchen Garden
Alan Sprints Hair of the Dog Brewery	Larry Lev Oregon State University
Shari Sirkin Dancing Roots Farm	Judie Hammerstad Lake Oswego Mayor
Linda Colwell Slow Food Portland	Katie Boeh Sauvie Island Center

Bu çalışmada, *İçindekiler* (2009) belgeselinin içerik dizaynı ile yerel beslenme hareketini nasıl aktardığını, Andrew Shea'nın kullandığı, sosyal hareketlerin dizayn ile toplumsallaştırılması strateji basamakları takip ederek değerlendirilecektir. Andrew Shea (Shea, 2012), *Designing for Social Change* adlı çalışmasında, toplumsal hareketler ve dizayn ilişkisini örneklendirir ve sorgular. Sosyal değişimler için üretilen dizaynları ve sosyal değişimin dizayn ile kurduğu ilişkiyi basamaklandırarak aktarır (Shea, 2012).

“İlk önce dizayn edilecek ve insanlar tarafından takip edilecek sosyal hareketin içine kendin dahil ol. Sonrasında güven oluştur. İlk önce kendinin yapacağı katkı için söz ver ve umut ver. Sosyal hareketin kitleselleşmesinin aşamalarını belirle. Var olan tartışma ve anlaşmazlıklarla yüzleş. Harekete geçirmek istediğin topluluğun güçlü yanlarını onlara göster. Bu güçlü yanları toplumsal hareketin şekillenmesinde kullan ve yararlan. Topluluğun sesini dizayn et. Topluluğun bu ortak sese sahip olmasını sağla. Topluluğun varlığının sorumluluğunu hissettirerek bu dinamizmi sürekli hale getir” (Shea, 2012).

Shea, dizayn ve grafik boyutu ile toplumsal hareketleri incelemiştir. Bu çalışma da ise, *İçindekiler* (2009) belgeselinde aktarılan yerel beslenme hareketi anlatısının içeriğinin dizaynı, Shea'nın dizaynlarını biçimlendirirken ön gördüğü, sosyal değişim basamakları ile değerlendirilecektir.

1. “İlk önce dizayn edilecek ve insanlar tarafından takip edilecek sosyal hareketin içine kendin dahil ol.”

Yerel beslenme sosyal hareketinin içine dahil olanlar belgeselde tek tek tanıtılır. Coğrafi bölgelere göre hareketin temsilcileri sunulur. Oregon veya New York şehri gibi şehir yapısı ve yoğunlukları farklı olan bölgelerde, hareketin içine dahil olanlar bu hareketin yapısını anlatırlar. Neden hareketin parçası olduklarını ve katkılarını aktarırlar. Belgeselde, anlatının içine serpiştirilmiş olan, çiftçiler, lokanta sahipleri, şefler, tüketiciler, yerel ürünleri satın alan şehir sakinleri ve restoranlarda bu ürünleri tüketen tüketiciler, dahil oldukları hareketin içinde kendi güçlerinin önemini vurgulayarak, bölgesel beslenmenin hayatlarında kapladığı yeri gösterirler.

2. “Sonrasında güven oluştur.”

Belgeselde yerel beslenmeye dair güven ortamı, özellikle benzer istek ve beklentiler içinde olan hareket savunucularının toplumun aynı zamanda doğanın sürekliliği, sağlığı, bugüne ve geleceğe kaygılarını, umutlarını, deneyimlerini paylaşmaları ile oluşturulur. Bunlar şu başlıklar altında sıralanır. “Yediğim yemeğin malzemesinin nereden geldiğini bilmek istiyorum.” “Ben bir şey tüketirken dünyaya en az zarar verilsin istiyorum.” “Enerji kaybının daha az olmasını istiyorum.” “Daha kaliteli yemekler tüketmek istiyorum.” “Daha fazla iş gücünün ve yerel üretimin yani çiftçiliğin desteklerle yaygınlaştırılmasını istiyorum.” Bu taleplerle, yerel beslenme hareketinin parçası olanlar, harekete dair güvenlerini, benzer beklentiler içindeki insanlarla etkileşimlerde bulunarak şekillendirirler. Belgeselde, katılımcıların, deneyimlerini ve beklentilerini paylaşmaları güven ağını biçimlendirmiştir.

3. “İlk önce kendinin yapacağı katkı için söz ver ve umut ver.”

Belgeselde, New York’lu çiftçi, karşılaştığı her türlü zorluğa rağmen, kentin beslenmesine yaptığı katkıdan dolayı nasıl gurur duyduğunu anlatır. Aynı zamanda diğer çiftçiler yaşadıkları zorluklara rağmen, topluma sağladıkları faydanın farkındadırlar. Örneğin, çocuklara sağlıklı besinler götürme, insanların yedikleri ile daha mutlu ve daha az kaygılı olmalarını sağlama, daha lezzetli yemekler yemelerine dair katkılarından dolayı bu çiftçiler büyük bir gurur duymaktadırlar. Çiftçilerin harekete katkılarının farkındalığı belgesel içinde, farklı mevsimlerin aktarımında çiftçiler tarafından sık sık dile getirilir. Bir çiftçinin aktardığı gibi, ekonomik zorluklar ve buna rağmen ayakta kalmak, her mevsim tekrar kendilerine ve yaptıkları işe güven duyarak yola devam etmeleri ile sağlanabilmektedir. İnanırları yolda her ne pahasına olursa olsun yürüyeceklerdir. Tüketiciler açısından da, daha pahalı olan yerel üretilen ürünleri satın almayı tercih etmenin, uzun vadede nüfusun hızla arttığı ABD’de önemli bir adım olduğu belgeselde, hikâyeleri aktarılan bütün katılımcılar tarafından, harekete yaptıkları katkı ve bu katkının kendi varlıkları ile daha da büyüyeceğine dair güvenleri eşliğinde aktarılır. Örneğin şefler ve restoran sahipleri nasıl bir misyona sahip olduklarını, hareketin içinde bu misyonun önemini vurgularlar. İyi, kaliteli malzemenin ne anlama geldiği, bu malzeme ile pişirelen yemeklerin nasıl farklı yemekler haline dönüştüğü, şefler ve restoran sahipleri tarafından müşterilere aktarılmaktadır. Şefler ve restoran sahiplerine göre, yedikleri yemeklerin malzemelerini, hangi çiftlikten satın aldıklarını müşterilerine söylemenin bile yerel beslenme hareketine katkısı olacaktır. Böylece hareket güçlenecektir. Hem üreticilerin, hem yemek hazırlayan ve sunanların, hem de tüketicilerin, sayılarının hızla artmakta olduğunu belgesel de sık sık dile getirirler. Değişik eyaletlerde yerel beslenmeyi savunanların ortak sesinin aktardığı gibi, her bir katılımcının hareket içindeki varlığının farkındalığı ile sağladığı kişisel katkısı aynı zamanda umut veren bir katkıdır.

4. “Sosyal hareketin kitleselleşmesinin aşamalarını belirle.”

Belgeselde, yerel beslenme sosyal hareketinin kitleselleşmesi, “önce kendin, kendi çiftçini edinerek onu güçlendir” sonra, “yerel ürünlerle hazırlanan yemekleri tüketmek için özen göster”, “bu önemi diğerlerine anlat”, “hareketi değerli hale dönüştür” gibi aşamaları içerir. Bu hareketin bireysel ve toplumsal katkılarına inananların bu aşamalara dahil oldukları belgesel de sık sık aktarılır. Yerel beslenme hareketinin değerli olduğunu düşününler, benzer düşüncede olanlar ile özellikle, çiftlikler, çiftçi pazarları, restoranlar gibi etkileşimlerde buldukları mekanlarda biraraya gelerek, bu hareketin harekete güvenin artmasını ve kitleselleşmesini sağlarlar.

5. “Var olan tartışma ve anlaşmazlıklarla yüzleş”

Bu harekete güven kaybına dair tartışmalı önemli iki konu, belgesel de dolaylı olarak işlenir. Birincisi, yerel beslenme hareketinin vaat ettiği sağlıklı besinlerin miktar olarak toplum için yeterli olup olmayacağı ve ikincisi ise bu

ürünlerin daha pahalı olmasıdır. Bu iki zayıf yöne dair tartışma ve anlaşmazlıklar, savunmacı bir dille değil, ama mutlaka yüzleşilerek, belgeselin içinde serpiştirilmiş halde cevaplandırılır. Böylece belgeselin savunmacı bir dili olmaz. Örneğin, yerel çiftçiler devlet tarafından desteklendiklerinde, sayılarının artacağı, çünkü talebin gün geçtikçe arttığına vurgu yapılır. “Yeterli olabilmek bizim elimizdedir” sözü verilerek, tartışma alanı netleştirilir. Fiyat konusunda ise, vücut için zararlı değil faydalı ürünler tüketmenin bedeli olduğunun altı çizilerek, daha fazla bedel ödemenin kabul edilebilirliği vurgulanır.

6. *“Harekete geçirmek istediğin topluluğun güçlü yanlarını onlara göster”*

Topluluğun güçlü yönü; neyi ve nasıl üretecekleri ve tüketecekleri konusunda ne kadar aktif olabilecekleri, kendi farkındalıklarının sağlanması ile harekete geçecekleri, belgesel de aktarılır. İnsanların ellerinde karar verme gücü vardır. Aynı zamanda sağlık ve beslenme arasındaki ilişki onların aktif yönlerini daha da ortaya çıkarmıştır. Anlatının içinde aktarıldığı gibi, 15 dakikada hazırlanıp tüketilen yiyecekler birçok sağlık problemlerine neden olmaktadır. İnsanların endüstriyel gıdalarla beslenmeleri ile bedenlerinin çok daha güçsüz ve savunmasız olması, belgeseldeki hareketin aktif savunucuları tarafından belirtilir. Yerel beslenme hareketinin içinde sorgulanan, ucuzluk, bolluk ve çeşitliliğin insan hayatına ve çevreye bedeli, bu hareketin gücünü artırmaya devam etmektedir. Bir diğer etken ise doğayla kurulan bağın daha da güçlenmesi özellikle sürdürülebilirlik konusunda daha bilinçli bir toplum dinamiğinin yaratılmasını sağlamakta olduğu belgesel anlatısında gösterilir.

7. *“Bu güçlü yanları toplumsal hareketin şekillenmesinde kullan ve yararlan.”*

Üreticinin ve tüketicinin aktif, etken ve kendisinin farkında olan gücü, belgeselde aktarılır. Sağlıklı besini tüketmek ve yerel üretim arasındaki güçlü bağ belgeselin her bir katılımcısının vurguladığı ortak sestir. Kendi güçlerinin farkına varan üretici ve tüketiciler, sağlığa, çevreye ekonomiye, işgücüne sağladıkları katkıları belirtirler. Aynı zamanda, daha fazla kişiyi bu harekete ortak ederek, çocukları, restoran müşterilerini, hatta turistleri dahil ederek, doğru yolda olduklarını gösterirler. Hareket güçlü yönleri ile her geçen gün daha da kitleselleşmekte ve kişi sayısı arttıkça daha da çekici ve içine dahil olunmak istenen bir akım haline gelmekte olduğu belgeselde aktarılır.

8. *“Topluluğun sesini dizayn et.”*

Topluluğun sesi, tükettikleri besinlere karşı kaygı duyan ve bu konuda bir şeyleri değiştirmeye çalışan insanların ortak sesi olarak belgeselde aktarılmıştır. Bu seste özellikle, harekete dair destek ve umut hisleri; beraber eğlenme ve doğru bir şeyler yapıyor olmadan kaynaklanan hoşnut olma duyguları ile aktarılmıştır. Örneğin, bölgesel ürünlerle yaptığı yemeklerin ne kadar lezzetli olduğunu vurgulayan çiftçi, diğer taraftan yerel çiftçiden bu ürünleri satın alan ve tüketen tüketici, dahil oldukları etkileşimin ürettiği yeni ve etik beslenme ilişkilerinden oldukça memnundurlar. Yerel çiftlikleri ziyaret edenler, adeta gizli, keşfedilmemiş bir

dünyayı ziyaret etmektedirler. Nihai tüketici, yerele dair yaptığı seçim ile bölgesine, sağlığına yaptığı katkının farkındalığıyla bu ortak seste kendi önemini belirtir. Bütün farklılıkları ve zenginliğiyle ile topluluğun sesi ahenkli bir şekilde belgeselin içine yerleştirilmiştir.

9. *“Topluluğun bu ortak sese sahip olmasını sağla”*

Belgeselde, çiftçi pazarlarında birbiriyle, domates, kabak ve diğer sebzeler hakkında konuşan insanlar, bunları çiftliklerde tadan çocuklar, bu tatları yemeklerinde kullanan şefler artık ortak bir sese sahiptir. “Yediğim malzemeyi tanımak ve nereden geldiğini bilmek istiyorum” diyen yerel beslenme hareketinin parçası olanlar, belgeselin genel anlatısında bu sese hep beraber sahip çıkarlar. Belgeselin anlatısında, kamusal ve özel alanlarda örneğin pazarlarda, çiftliklerde, restoranlarda, mutfaklarda, evlerde yemek masalarında kendi katkıları ile bu sesi paylaşarak sahip çıktıkları ürünlerin katkıları ile hoşça zaman geçirerek topluluğun ortak sesinin parçası olurlar.

10. *“Topluluğun varlığının sorumluluğunu hissettirerek, bu dinamizmini sürekli hale getir”*

Belgesel, sorumluluk ve yaratılan dinamizmin süreklilik ilişkisini kurgular. İlkbahar, yaz, sonbahar ve kış diye bölümlere ayrılan belgeselde, doğanın bu devingenliğinde ürünlerin çeşitliliğinin insanları beslenmelerini sağlayacak kapasiteye sahip olduğu bahsedilirken, eğer yerel üreticiler güçlenirse ve yeterli devlet desteği de alırsa, bunun sonucunda çiftçilerin sayılarının artacağına vurgu yapılır. Bu çiftçiler, bu olanaklar sağlandığı takdirde, artan güçleri ile beraber, bölgelerindeki insanları doyurmaya talip olduklarını vurgularlar. Bu açıklama, global gücü elinde bulunduran ve başka alternatifleri yok saydıran endüstriyel tarımın karşısında önemli bir açıklamadır. Belgeselin sonunda insanları harekete geçiren o önemli soru sorulur: “Sizin bölgenizde çiftçiniz kim?” Çünkü çiftçiyi desteklemek, aslında bütün hareketi desteklemek olduğuna özellikle vurgu yapılır. Hareketin dinamizmi üreticinin varlığını sürdürmesi ile sağlanacaktır.

SONUÇ

Waren James Belasco (Belasco, 2006) toplumsal karşı kültürü tanımlarken, beslenmenin, yemeğin toplumun içinde olma ve dışında olmanın tanımını nasıl yaptığından bahseder. Belasco'ya göre toplumun kendini tanımladığı ve ifade ettiği uygun yemeği yemek ve yememek içeriden ve dışarıdan olmanın bir göstergesidir. Aynı dil gibi belirleyici kimlik göstergesidir (Belasco, 2006, s.44). Bu durumda şöyle bir sonuç çıkartılabilir; yerel beslenme hareketi, çiftlikten masaya (farm to table) hareketi gibi sosyal hareketlerin parçası olanların sayısı gün geçtikçe artmaktadır ve bu durumda yerel ürünleri tüketmek, o toplumun içerisinde olmanın bir göstergesi haline dönüşmeye başlamıştır. Alan Warde ve Lydia Martens, dışarıda yemek yemenin sosyolojisi tanımlarken ilk önce yemek yemenin ne kadar eve, kendi alanına dair bir aktivite olduğunu vurgular (Warde ve Martens, 2000, s.1-5). Aynı zamanda yemek yemenin dışarda olması durumunda ise tanıdıklık ve dolayısıyla kabul edilebilirlik bu zorunlu ve özel ihtiyacın gerçekleşmesini kolaylaştıracaktır. Diğer taraftan sanayileşme ile birlikte

tükettiklerimize dair hissedilen yabancılaşma, yenilene karşı kaygı ve endişeyi de artırmıştır. Yerel beslenme hareketi ise, ABD örneğinde olduğu gibi, birçok insan tarafından, bu yabancılaşmanın karşısında bir alternatif olarak değerlendirilmektedir. Bu hareketin en önemli dönüm noktası, destekçilerinin sayısının gün geçtikçe artıyor olmasıdır. Kitle iletişim araçlarında aktarılan yerel beslenme hareketine dair anlatıların, hareketin periferiden, merkeze doğru çekilmesinde işlevselliği göz ardı edilemez. Bu çalışmada ele alınan, *İçindekiler* (2009) belgeselinin konunun aktarımına yönelik içerik dizaynı, bu işlevselliğini başarılı bir şekilde sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Ackerman-Leist, P. (2013). *Rebuilding the Foodshed: How to Create Local, Sustainable, and Secure Food Systems (Community Resilience Guides)* Vermont: Chelsea Green Publishing
- Bates, R. (2009), Senaryo (Bebe Neuwirth), *Ingredient (İçindekiler)*, U.S: Optic Nerve Productions, http://www.ingredientsfilm.com/cast_and_crew/the_people.php
- Belasco, W. J. (2006). *Appetite for Change: How the Counterculture Took on the Food Industry* (2.Baskı), New York: Cornell University Press
- Brain, R. (2012), The Local Food Movement: Definitions, Benefits&Resources, Extension Sustainability, Utah State University, https://extension.usu.edu/files/publications/publication/Sustainability_2012-09pr.pdf
- Burros, M. (2009, 19 mart) Obamas to Plant Vegetable Garden at White House, New York Times, <http://www.nytimes.com/2009/03/20/dining/20garden.html>
- Centers for Disease Control and Prevention, <http://www.cdc.gov/obesity/data/adult.html>. Erişim Tarihi: 8 Aralık 2014.
- Downing, J. D. H., (2000), *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements* (1. Baskı), California: SAGE Publications.
- Dutta, M. J. (2011) *Communicating Social Change: Structure, Culture, and Agency*, New York: Routledge Communication Series
- Feenstra, G. W. (1997), Local Food Systems and Sustainable Communities, *American Journal of Alternative Agriculture*, Volume 12 / Issue 01 / March 1997, pp 28-36, New York: Cambridge University Press, DOI: 10.1017/S0889189300007165, http://greenconsensus.com/education/food/materials/08_due_october31/7%20Feenstra%20community.pdf.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) Birleşmiş Milletler tarafından 2014 yılı, *Aile Çiççiliği Yılı* olarak ilan edilmiştir. <http://www.fao.org/family-farming-2014/en/> Erişim Tarihi: 8 Aralık 2014
- Gustafson, K. (2012). *Change Comes to Dinner: How Vertical Farmers, Urban Growers, and Other Innovators Are Revolutionizing How America Eats*, Elektronik Kitap: St. Martin's Griffin, ISBN: 0312577370.
- Haenfler, R., Johnson, B. & Jones, E. (2012) Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements, *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 11:1, 1-20 DOI: 10.1080/14742837.2012.640535, London: Routledge.
- Hjalager, A-M. (Edit.). Richards, G. (Edit.). (2002). *Tourism and Gastronomy*, Advances in Tourism, London: Routledge
- Local & Regional Food Systems, Grace Communication Foundation, <http://www.sustainable.org/254/local-regional-food-systems>, Erişim Tarihi: 8 Aralık 2014
- Lien, M. E. and Nerlich, B. (edit). (2004). *The Politics of Food*, New York: Bloomsbury
- Lin, R. (2010, 10 Eylül) The Local Food Movement, Earth Friends, <http://www.earthfriends.com/local-food-movement>, Erişim Tarihi: 8 Aralık 2014.
- Martinez, S., v.d (2010). Online Report: Local food systems: Concepts, impacts, and issues. United States Department of Agriculture: *Economic Research Report*, Number 97, <http://www.ers.usda.gov/media/122868>
- Nestle, M., McIntosh, A. W. (2010) Writing The Food Studies Movement, *Food Culture And Society*, Vol.13, No:2, New York: Bloomsbury
- Novelli, M. (Edit). (2005), *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, UK: Routledge Oxford
- Shea, A. (Author), Lupton, E. (Illustrator), Drenttel, W. (Foreword), (2012). *Designing For Social Change: Strategies for Community-Based Graphic Design (Design Briefs)*, New York: Princeton Architectural Press; Andrew Shea'nın etkilendiği çalışmalar: Ideo Human Centered Design Toolkit, http://www.ideo.com/images/uploads/hcd_toolkit/IDEO_HCD_ToolKit.pdf, Eriş.Tarih: 8, Aralık, 2014 Ideo, Design For Social Impact: How-To Guide, http://www.ideo.com/images/uploads/news/pdfs/IDEO_RF_Guide.pdf, Eriş.Tarih: 8, Aralık, 2014 Emily Pilloton Design Revolution The Toolkit, https://burlington.edu/files/pdf/design_revolution_toolkit.pdf, Eriş.Tarih: 8, Aralık, 2014
- Sidali, K. L., Spiller, A., Achulze, B. (2011). *Food, Agriculture and Tourism*, Berlin: Springer Heidelberg Dordrech, DOI 10.1007/978-3-642-11361-1

- Warde, A. and Martens, L. (2000). *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*, Cambridge: Cambridge University Press
- Weinraub, J.(2006, 28 Haziran) Q&A with Michael Pollan: Think Global, Eat Local, *The Washington Post*, <http://michaelpollan.com/interviews/qa-with-michael-pollan-think-global-eat-local/>
- Williams, R.(1985). *Keywords: A Vocabulary Of Culture And Society*, New York: Oxford University Press.
- Pirog, R., Miller, C., Way, L., Hazekamp, C., & Kim, E. (2014). *The Local Food Movement: Setting The Stage For Good Food*. MSU Center for Regional Food Systems.
- Wyant, S., *Memories of Agriculture Secretary Earl Butz*, <http://www.agripulse.com/uploaded/021008.pdf> Erişim Tarihi: 8 Aralık 2014.

Extensive Summary

Local Food Movement And A Narrative Design For Mass Communication: The U.S. Case

The local food movement started as a reaction to the Federal Farm Policy in the 1970s. The followers of the local food movement have risen especially after observing the undesired effects of industrial farming on human health and the environment. New consumers in the U.S. have also been part of this popular new social movement. The word “local” carries two meanings which are related to the location where food is produced and sold. Furthermore, the word “local” is associated with sustainable food consumption. In addition, organic food and local food are not identical. The reason is that while organic food should have some standards designated by the government, local food does not have any legal definitions. However, organic and local food have the same concern regarding healthy food consumption and a sustainable environment.

Social change for good food generates this new movement which aims to create the environment for eating healthy food, supporting local farmers, increasing job opportunities and also advocating community rights to access to good food. With this process, food production, consumption and distribution has been reorganized by local food movement in order to sustain good agricultural practices and a sustainable society. New consumers desire their foods to be grown locally close to where they live. New consumers are aware of the distinction between the sustainable production and industrial production in agriculture. Factory farming products threaten the life quality since what we eat have changed after the industrial revolution. Food safety, health issues and nutrition values are controversial topics among sustainable and industrial food systems. Local food movement supporters have been increasing recently since this movement supports local economies through local farmers. Growing, processing and

distributing the local foods have generated local job opportunities. As a result, local economies have been stronger and bigger than before. In addition, the farmer markets generate strong community relationships and communication. Consumers can disclose the satisfaction of their preferences to farmers through the farmer markets.

On the other hand, “ethical tourism” cares about environmental and cultural protection as local food movement does. Farmlands are designed for good food and they became the new local tourism destinations. Local production is associated with economic prosperity by locavores, people who mainly consume locally grown food and dedicated to eating food grown close to home. Consequently, the popularity of visiting local farms increases.

Mass media narrative design helps to develop community consciousness about local food movement. In order to raise the number of supporters of this social change movement, Andrew Shea uses 10 steps to design effectiveness for social change in his book named “Designing for Social Change: Strategies for Community-Based Graphic Design” (Shea, 2012). Those steps are: immerse yourself, build trust, promise only what you can deliver, prioritize process, confront controversy, identify the community’s strengths, utilize local resources, design with the community’s voice, give communities ownership, sustained engagement, engagement strategies and funding social design. I used those steps to analyze narrative design of food documentary titled “Ingredients”. This documentary is directed by Robert Bates in 2009 (Bates, 2009) to examine the local food movement in the United States. The documentary intends to create social change. A close look at Shea’s steps in the documentary *Ingredients* (2009) showcases the emergence of local food movement in the U.S recently. Local food movement shows the community that sustainable food production and consumption is a good choice for sustainable life. Farmers, chefs, restaurateurs, customers and other community members want to be a part of local food movement since they do not want to put up with industrialized food systems which have undesirable effects on human health and on natural resources. As a result, this study looks at a documentary which examines the meaning of the local food movement in the U.S. Furthermore, this study shows that the documentary titled “Ingredients” has increased the popularity of local food movement in the U.S.