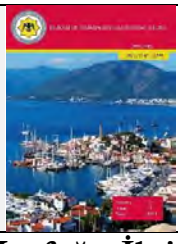
JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

ISSN: 2147 – 8775

Journal homepage: www.jotags.org



MasterChef Türkiye TV Yemek Programının Yemek Alışkanlıklarına ve Mutfağa İlgi Düzeyine Etkisi (The Effect of MasterChef Turkey TV Cooking Program on Food Habits and Interest in Kitchen)

*** Aykut ŞİMŞEK** [a], **Demet GÜNER** [a]

[a] Kastamonu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Kastamonu/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:02.07.2021

Kabul Tarihi:13.08.2021

Anahtar Kelimeler

Yemek programları

Yemek alışkanlıkları

Mutfak

MasterChef Türkiye

Öz

Dünya genelinde benzer formatta hazırlanan yemek programları izleyiciler tarafından oldukça büyük ilgi görmektedir. Günümüzde yemek pişirme yarışmaları, seyahat yemek programları, yemek bölümleri içeren eğlence programları gibi çok çeşitli yemek programları bulunmaktadır. Bu çalışmada da Türkiye'de büyük ilgi ile izlenen MasterChef Türkiye programının tüketicilerin yemek alışkanlıklarına ve mutfağa olan ilgi düzeylerine yönelik etkisinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca programın gastronomi turizmine katılım niyetine etkisinin belirlenmesi de çalışmaların amaçları arasında yer almaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılarak 6 Kasım-30 Kasım 2020 tarihleri arasında 27 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonuçlarında programın katılımcıları iyi yemek yapmaya özendirdiği, gastronomiye yönelik farkındalık oluşturduğu, onlarda yemeklerde doğru ürün seçimi yapılarak tasarruf yapılmasına yardımcı olduğu ve yemek yapmayı fiziksel bir ihtiyacı karşılamaktan çıkarıp hobiye dönüştürdüğü tespit edilmiştir. Ayrıca yöresel yiyeceklere yönelik araştırma yapmaya yönlendirdiği ve gastronomisi ile ön plana çıkan destinasyonları ziyaret etmek için motivasyon sağladığı görülmüştür. Söz konusu programın ön yargılı olunan gıda ürünlerine yönelik olumlu etkisinin olduğu ve yiyemedikleri ürünleri farklı formatlarda deneyerek tükettikleri sonucuna varılmıştır.

Keywords

Cooking programs

Food habits

Cuisine

MasterChef Turkey

Abstract

Cooking programs which prepared in similar formats around the world attract a great deal of attention from the audience. Today, there is a wide variety of cooking programs such as cooking competitions, travel cooking shows, entertainment programs with cooking parts. In this study, it is aimed to measure the effect of the MasterChef Turkey program, which is followed with great interest in Turkey, on the food habits of consumers and their level of interest in the kitchen. In addition, determining the effect of the program on the intention to participate in gastronomic tourism is among the aims of the studies. Using the semi-structured interview technique, interviews were held with 27 participants between 6 November and 30 November 2020. In the results of the study, it has been determined that the program encourages the participants to cook well, creates awareness about gastronomy, helps them to save by choosing the right product in meals, and turns cooking into a hobby rather than meeting a physical need. In addition, it has been seen that it led to research on local foods and provides motivation to visit destinations which come to the fore with gastronomy. It was concluded that on the program in question had a positive effect on prejudiced food products and consumed the products which they could not eat by trying them in different formats.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

** Sorumlu Yazar*

E-posta: asimsek@kastamonu.edu.trtr (A. Şimşek)

DOI:10.21325/jotags.2021.862

GİRİŞ

Teknolojinin insanlığa sunduğu en önemli araçlardan bir tanesi olan televizyon (TV) özellikle son yıllarda insanların en fazla vakit ayırdığı eğlence araçlarından biri olmuştur. Dizi, magazin, yarışma gibi TV programları da insanların önemli ölçüde zaman ayırdıkları programlardır (Baran & Baran, 2014, s. 171). TV kanalları da izleyicinin dikkatini çekebilecek ve izlenme oranlarını arttırabilecek farklı format ve içeriklerin bulunduğu programlar oluşturma ve sunma konusunda kıyasıya bir rekabet içindelerdir. Bu kapsamda yemek temalı programlar izleyiciler tarafından oldukça büyük ilgi görmektedir (Görkem & Ertopçu, 2019, s. 1503). Söz konusu programlar, dünya genelindeki yaşanan gelişmelere bağlı olarak çeşitlilik göstermekte ve beraberinde ülkeler için yerel izler de taşımaktadır (Umunç, 2020, s. 1265).

Küreselleşme ile birlikte dünya genelinde yaşam biçimleri benzerlik gösteren insanların artması sonucunda benzer formatta hazırlanan yemek programları popülerlik kazanmaktadır. Popülerleşmeyi sağlayanlar arasında yemek yapmayı bilmeyenler ya da yeni başlayanlar, işletme sahipleri, erkekler, anneler vb. yer almaktadır. Şefliğin değer kazanmasıyla birlikte, şeflerin hazırladıkları yemekler sanatsal bir etkinlik olarak algılanmaya başlanmış ve yemek programlarını daha değerli hale getirmiştir (Kanık, 2016, s. 247). Günümüzde yemek pişirme yarışmaları (MasterChef, Top Chef), seyahat yemek programları (Gordon Ramsey: Uncharted), yemek bölümleri içeren eğlence programları (The Rachael Ray Show) gibi çok çeşitli yemek programları bulunmaktadır (Alblas, Mollen, Fransen & Van Den Putte, 2021, s. 1). Türkiye'de de yayın yapan TV kanallarında yemek programları ile sıklıkla karşılaşılmaktadır. Söz konusu programlardaki artışta reyting beklentilerinin yanı sıra gastronomi kavramının sektörel gelişiminin de etkilerinin olduğu düşünülmektedir (Aldemir, Işkın & Şengel, 2020, s. 973).

Son zamanlarda TV yemek programlarına yönelik gerçekleştirilen akademik çalışmaların sayısındaki artış dikkat çekmektedir. Bu kapsamda TV programlarının ve reklamların, hem yetişkinlerin hem de çocukların yiyecek tercihine etkisine (Bodenlos and Wormuth, 2013; Norman, Kelly, Boyland and McMahon, 2016; Neyens and Smits, 2017; Alblas vd., 2021), gıda güvenliğine (Borda vd., 2014; Geppert vd., 2019), gastronomi turizmi faaliyetlerine katılım düzeylerinin etkisinin belirlenmesine (Taşpınar and Temeloğlu, 2018), eğitim-meslek seçimlerine etkisine (Aldemir vd., 2020) yönelik olduğu görülmektedir. Ayrıca MasterChef programına yönelik çalışmalar ise programda hazırlanan yemeklerin besin değerlerinin (Coffey vd., 2019), gündelik yaşam içerisindeki tüketim kültürüne etkisinin (Tutar and Durukan, 2020) belirlenmesine yöneliktir. Bu çalışmada ise Türkiye'de de büyük ilgi ile izlenen MasterChef Türkiye programının tüketicilerin yemek alışkanlıklarına ve mutfağa olan ilgi düzeylerine yönelik etkisinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca programın gastronomi turizmine katılım niyetine etkisinin belirlenmesi de çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır. Araştırma, MasterChef Türkiye programının 2018-2020 yılları arasındaki üç sezonluk dönemi kapsamaktadır. Görüşme yapılan bireylerin görüşlerine başvurulma süresi ise Kasım, 2020 tarihi ile sınırlandırılmıştır. Çalışma, söz konusu programın mutfağa olan ilgi düzeyine ve mutfak alışkanlıklarına yönelik etkisinin belirlenmesi açısından önem taşımaktadır.

Yemek Programları ve MasterChef

Kitle iletişim araçlarında yemeğin önemli bir imge olarak kullanılması, tüketicilere çeşitli yeme içme alternatifleri sağlamaktadır. Bu alternatiflerin farklı kültürlerle buluşmaya olanak sağladığını söylemek mümkündür. Günümüzde TV'den radyo programlarına, yemek kitaplarına, yarışmalara, filmlere kadar yemek kültürünü küreselleştirmeye yönelik programlara rastlanmaktadır (Çinay & Yılmaz, 2019, s. 439). Gastronomiye verilen önemin ve gastronomi

konulu ürünlerin son 20 yıl içerisinde artmasıyla birlikte de gastronomi konulu TV programlarının sayısında giderek artış yaşanmaktadır (Yılmaz & Şenel, 2017, s. 522). Ayrıca dünya genelindeki çoğu ülkede sadece yemek ve yemek pişirmeye yönelik yayın yapan TV kanalları da bulunmaktadır (Matwick & Matwick, 2014, s. 151).

Yemek programları, yarışma, realite şovları ve seyahatlerden izleyicilere geleneksel tarifler, yiyecekleri nasıl satın alacakları, hazırlayacakları ve tüketecekleri hakkında bilgiler vermeye kadar çeşitlilik göstermektedir (Matwick & Matwick, 2014, s. 151). Söz konusu programların sunucusu ünlü bir şef olabildiği gibi farklı alanlarda tanınmış kişiler de olabilmektedir. Program yemek hazırlama üzerine ise sunucular tarafından izleyicilere, yemeğin nasıl hazırlanacağı konusunda bilgi aktarılmaktadır. Ayrıca yemek programları yemek yapmayı öğretmenin yanında programın gerçekleştirildiği bölgenin kültürüne uygun özellikler taşıyarak seyircinin birçok farklı duyguyu hissetmesini sağlamakta (Kanık, 2016) ve hijyen ve iş güvenliği gibi temel noktalar konusunda da bilgilendirici olduğu düşünülmektedir (Görkem & Ertopçu, 2019).

Türkiye'de TV yemek programları doksanlı yıllarda başlamıştır ve ilk yemek programı "A La Luna" olmuştur. Günümüzde yemek temalı program ve tür sayılarında önemli artışlar olmuştur (Görkem & Ertopçu, 2019, s. 1504). Söz konusu programlardan biri de MasterChef'tir. MasterChef, ilk defa 1990 yılında İngiltere'de yayınlanmıştır. İlerleyen yıllarla birlikte farklı ülkelere ihraç edilen popüler bir yemek yarışma programı olmuştur. Programın formatı 2005'de yenilenmiş, farklı çeşitlerde yayınlanmaya devam etmiştir. Ancak 2010 yılında Gordon Ramsey'nin sunumuyla daha popüler hale gelmiş, hem Amerika versiyonu uluslararası gösterime girmiş hem de yerel MasterChef yarışmalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Şu an dünyadaki en başarılı yemek yarışma programı olarak gösterilmektedir. MasterChef Türkiye ise 2011 yılında Türkiye televizyonlarında yer almaya başlamıştır. Bu program Türkiye'de şef olmanın değerini ve popülaritesini arttırmıştır (Kanık, 2016). Ancak program bir sezon sürmüştür ve 2018 yılında tekrar yayınlanmaya başlamıştır. Işık, ses, ve dekor düzenlemesiyle program çekimleri oldukça modern özellik göstermektedir. Stüdyo düzenlemesi ise dünyadaki diğer versiyonlar ile benzerlik göstermektedir. Yarışmacılar tek kişilik şekilde birbirleriyle yarışabildikleri gibi takım halinde de yarışabilmektedir. Bu durumda yarışmacılar iki gruba ayrılarak mavi takım ve kırmızı takım olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca program ekibi belediyeler tarafından bazı haftalarda konuk edilmekte ve kendilerine tahsis edilen bir platform stüdyoya dönüştürülmektedir (Hekimoğlu, 2021, s. 3508). MasterChef Türkiye jüri üyelerinin de her birinin farklı kişilik özellikleri bulunmaktadır. Mehmet Yalçınkaya daha otoriter bir figürken Somer Sivrioğlu daha olumludur. Danilo Zanna ise jüri üyeleri içerisindeki en sempatik ve yapıcı kişilik olarak yarışmacıların karşısına çıkmaktadır (Tutar & Durukan, 2020, s. 356).

Yöntem

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın deseni ifade edilerek evren, örneklem, veri toplama yöntemi ve aracı hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca verilerin analizleriyle birlikte bulgular yorumlanarak ifade edilmiştir.

Araştırmanın Deseni

Çalışmada araştırmanın doğası gereği, durum çalışma deseni benimsenmiştir. Durum çalışma deseninde, gerçek yaşam içerisinde yer alan durumlar sistematik olarak çok yönlü bir şekilde birden fazla veri kaynağı ile incelenip, organize edilerek yorumlanmaktadır (Aytaçlı, 2012; Yıldırım & Şimşek, 2016). Bu çalışma kapsamında önce alan

yazın taranmış ve yemek programlarının özellikleri üzerinde durulmuştur. Daha sonra ise görüşme formları uygulanarak çalışma verileri zenginleştirilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Türkiye'de yayınlanan MasterChef Türkiye programını yakından izleyen geniş bir izleyici kitlesi oluşturmaktadır. Ancak evrenin tamamına ulaşma noktasında zaman, maliyet ve işgücü açısından var olan sınırlılıklar göz önünde bulundurulduğunda örneklemin kolay ulaşılabilir bireylerden seçilmesinin daha uygun olacağı düşünülmüş ve olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden rastgele örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Rastgele örnekleme, kısa zamanda az maliyetlerle veri toplanmasını sağlamaktadır (Kazan, 2016). Bu kapsamda farklı yaş gruplarından 27 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, araştırmacının belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmesini sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016). Ayrıca bu bilginin elde edilmesi görüşme tekniği dışındaki yöntemlerle daha zor olabilmektedir (Arpacı, Zengin & Batman, 2012; Yıldırım & Şimşek, 2016). Görüşme formu konu ile ilgili literatür taraması yapılarak ve doküman incelemesi gerçekleştirilerek oluşturulmuştur. Ayrıca yiyecek-içecek ve gastronomi alanında çalışmaları bulunan uzman kişilerle iletişime geçilerek yapılan eleştiriler ve öneriler doğrultusunda formun son hali verilmiştir. Söz konusu form (Ek 1) iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde "Televizyona Olan İlgi Düzeyi, Televizyonda Yayınlanan Yemek Programlarına Yönelik Tutum, Yemek Pişirme İlgisi ve MasterChef Türkiye Etkisi" ne yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise, katılımcıların demografik bilgilerine yönelik altı soru yer almaktadır.

Araştırma kapsamına alınan 27 katılımcı ile 6 Kasım-30 Kasım 2020 tarihleri arasında, pandemi dolayısı ile akıllı uygulamalar aracılığı ile yüz yüze ya da doğrudan telefon görüşmeleri yapılarak görüşmeler gerçekleştirilmiş ve ortalama 15-20 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında da katılımcıların izinleri alınarak ses/görüntü kayıtları alınmıştır. Ayrıca araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Kastamonu Üniversitesi Etik Kurulu 25.12.2020 tarihi ve 49 numaralı karar numarası ile alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analiz programı ile çözümlenip, hiyerarşik kod alt kod modeli ile yorumlanmıştır. Toplanan verileri yorumlayabilmek adına, ilk olarak görüşme formları MAXQDA nitel veri analiz programına aktarılmıştır. Verileri çözümlerken önce bir soru kodu belirlenmiş, daha sonra bu soru kodunun altına cevap kodları oluşturulmuştur. Cevap kodları katılımcılardan alınan uzun cevapların sadeleştirilmiş, öz halini ortaya koymaktadır. Her katılımcının vermiş olduğu cevap, en yakın cevap kodunun içine yerleştirilmiştir. Cevap kodlarının yanında yer alan sayısal ifadeler o soruya verilen cevapların sıklığını ifade etmektedir.

Bulgular

"Demografik Veriler ve Araştırmadan Elde Edilen Veriler" olmak üzere iki başlıkta ele alınan bulgular katılımcı yorumlarıyla desteklenmiştir. Demografik veriler kısmında katılımcıların cinsiyet, meslek, eğitim durumu, gelir durumu, yaş durumu ve medeni durumlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırmadan elde edilen veriler kısmında

ise yemek programlarına yönelik tutuma ilişkin bulgular, MasterChef Türkiye programının izleyici kitlesinde oluşturduğu görüş ve etkiye yönelik bulgular şeklinde incelenmiştir.

Demografik Veriler

Katılımcılara yönelik demografik bilgilere ait veriler Tablo 1'de yer almaktadır. Katılımcıların çoğunluğu kadın ve evlilerden oluşurken yaklaşık yarısının çalışmadığı ve herhangi bir gelire sahip olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca katılımcı grubunun büyük çoğunluğunu 26-35 yaş aralığındaki bireyler oluştururken, yaklaşık yarısının lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Eğitim Durumu	**n**	**%**	**Gelir Durumu**	**n**	**%**	**Yaş Durumu**	**n**	**%**
Okur Yazar	1	3,7	0	12	44,5	18-25	6	22,2
İlkokul	3	11,1	1-2324 TL	7	25,9	26-35	15	55,5
Lise	3	11,1	2325-5000 TL	7	25,9	36-45	1	3,7
Ön Lisans	4	14,8	5001-10000 TL	1	3,7	46-55	3	11,1
Lisans	12	44,5	10001 TL ve üstü			56-65	2	7,5
Lisansüstü	4	14,8				66-Üstü		
Cinsiyet	**n**	**%**	**Meslek**	**n**	**%**	**Medeni Durum**	**n**	**%**
Kadın	20	74,1	Çalışmıyor	11	40,8	Bekar	10	37,1
Erkek	7	25,9	Kamu	8	29,6	Evli	17	62,9
			Özel Sektör	8	29,6			
			Emekli					

Araştırmadan Elde Edilen Veriler

Yemek Yarışması Programlarına Yönelik Tutuma İlişkin Bulgular

Bu bölümde, araştırma kapsamına dahil edilen tüm katılımcıların yemek yarışması programlarına yönelik düşünceleri tespit edilmiş ve yorumlanmıştır. Katılımcıların televizyon izleme ve yemek pişirme sıklığına ilişkin veriler Tablo 2'de yer almaktadır. Söz konusu tablo incelendiğinde katılımcıların yarısına yakın bir kısmının genellikle günde en az bir iki saatini televizyon önünde geçirdiği görülmektedir. Genellikle haber, dizi ve yemek programlarının seyredildiğini ifade eden katılımcılar, pandemi nedeniyle televizyon izleme sıklığında artış olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcıların büyük çoğunluğu haftanın neredeyse her gününü mutfakta geçirdiğini ifade ederken, özellikle yemek programlarında öğrendikleri yeni uygulama ve tariflerin, mutfakta geçirdikleri süreyi arttırdığını vurgulamıştır. Ayrıca programın gece yemek yeme alışkanlığını tetiklediği, buna bağlı olarak mutfakta geçirilen sürenin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2. Televizyon İzleme Sıklığı ve Yemek Pişirme Sıklığına İlişkin Veriler

Televizyon İzleme Sıklığı	**n**		**%**	**Yemek pişirme sıklığı**	**n**	**%**
Günde 1-2 saat	11		%40,8	Haftada 1 defa	5	18,5
Günde 3-4 saat	8		29,6	Haftada 2-3 defa	8	29,6
Günde 5 saat ve üzeri	8		29,6	Haftada 4-5 ve üzeri	14	51,8

Katılımcıların yemek yarışması programlarının toplumsal olarak sağladığı fayda ve sorunlara yönelik vermiş oldukları yanıtlara ilişkin bilgiler Şekil 1'de yer almaktadır. Katılımcılar yemek yarışması programlarını "iyi yemek yapmaya özendirme, gıdaların doğru kullanımını sağlayarak tasarruf sağlama, gastronomi terimine yönelik farkındalık oluşturma ve sosyal yardımlaşma vurgusu" açısından faydalı bulduklarını ifade etmişlerdir. Ancak, bu yarışma programlarında genellikle pahalı ürün kullanılıp, zaman zaman kavga/kaos ve israf sahnelerine yer verildiği

için topluma olumsuz yansımalarının olabildiği ifade edilmiştir. Programın toplumda olumlu bir etki bıraktığını vurgulayan K1 düşüncelerini şöyle dile getirmiştir:

"İnsanların mutfakta geçirdiği zamanını arttırdı bir kere. Daha özenli bir şekilde yemek yapılmasını sağladı. Yemeklere daha fazla özen gösterilmesini teşvik etti. Mesela gastronomi eğitimi alan bir kuzenim vardı. Ben bu kavramı ilk ondan duymuştum, çok bir bilgim yoktu. Ancak daha sonrasında bu tarz programlar ile gastronomi terimine olan farkındalık düzeyim arttı."



Şekil 1. Yemek Yarışması Programlarının Toplumsal Olarak Sağladığı Fayda ve Sorunlar

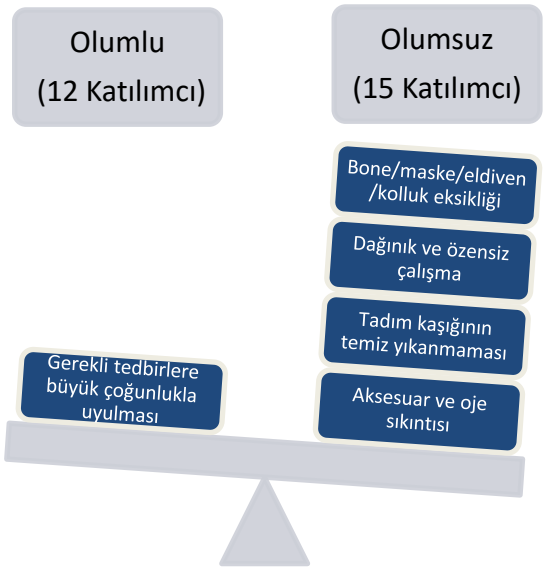
MasterChef Türkiye Programının Oluşturduğu Görüş ve Etkiye Yönelik Bulgular

Bu bölümde MasterChef Türkiye programının izleyici kitlesinde oluşturduğu görüş ve etki çeşitli başlıklar altında incelenerek değerlendirilmiştir. Bu kapsamda geliştirilen başlıklar aşağıda belirtildiği gibidir;

- Gıda güvenliğine yönelik alınan tedbirler ve uygulanma durumları,
- Yemek yapma amacına etkisi,
- Mutfak alışverişine ve bütçesine etkisi,
- Programda öğrenilerek yapılan yemeklere ev halkının tutumu,
- Programın gastronomi turizmine yönelik teşvik edici etkisi,
- Ön yargılı yaklaşılan yiyeceklere yönelik programın etkisi.

Katılımcıların program sürecinde gıda güvenliğine yönelik alınan tedbirler ve uygulama durumlarına ilişkin verdikleri yanıtlar Şekil 2'de yer almaktadır. Katılımcılar arasında ilgili tedbirlere uyulduğunu ifade edenler bulunurken (10 katılımcı), katılımcıların büyük çoğunluğu, programda gerekli görülen kural ve tedbirlere uyulmadığını gözlemlemiştir. Özelikle şov amaçlı hareketlerin olması ve buna bağlı olarak mutfakta olmaması gereken aşırı makyaj ve saç modelleri izleyicinin dikkatini çekmiştir. Yine şeflerin özellikle hassas konusu olarak gösterilen tadım kaşığının, sünger ya da sabun kullanmadan sadece 'göstermelik' olarak yıkanması katılımcıların dikkatinden kaçmamıştır. Programın stüdyo dışı çekimlerinde, yarışmacıların aşırı dağınık ve kirli çalışmaları yine

dikkat çeken bir diğer ayrıntı olmuştur. Ayrıca pandemi dönemindeki çekimlerde eldiven, maske ve bone gibi koruyucu ekipmanların kullanımına yeterince dikkat edilmediği tespit edilmiştir.



Şekil 2. Gıda Güvenliğine Yönelik Gerekli Tedbirlerin Uygulanma Durumu

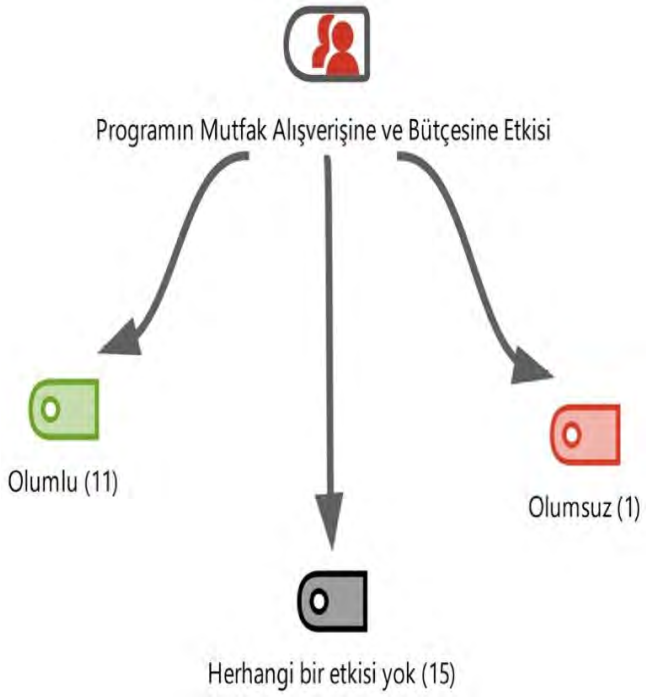
Katılımcıların, yemek yapma amacına ilişkin programın etkisine yönelik vermiş oldukları yanıtlar Şekil 3'de yer almaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%66,6), MasterChef Türkiye programı ile yemek yapmayı artık ihtiyaç olarak görmeyip hobiye dönüştürdüklerini ifade etmişlerdir. Stres atmak için öğrendikleri yeni teknik ve tarifleri uyguladıklarını ifade eden katılımcılar programın eğitici yönünün çok verimli olduğunu vurgulamışlardır. Ancak MasterChef Türkiye programında yapılan tariflerin doğrudan reçetesi verilmediği için tariflere sonradan internet aracılığı ile ulaştıklarını, bu sebeple zaman zaman zorluk yaşadıklarını ifade etmişlerdir.



Şekil 3. Programın Yemek Yapma Amacına Yönelik Etkisi

Programın mutfak alışverişine ve bütçesine nasıl bir etkisi olduğuna yönelik görüş istendiğinde, katılımcıların yaklaşık yarısı (%40,7) verimli malzeme ve doğru teknik kullanımı kazanımı sağladığı ve tasarruf yapabildiklerini belirterek programla ilgili olumlu görüş belirtmişlerdir. Katılımcıların %55,5'i programın mutfak alışverişi ve

bütçesine herhangi bir etkisi olmadığını düşünürken, sadece bir katılımcı mutfakta yeni denemeler yaptıkça daha fazla giderinin olduğunu belirterek olumsuz görüş bildirmiştir (Şekil 4).

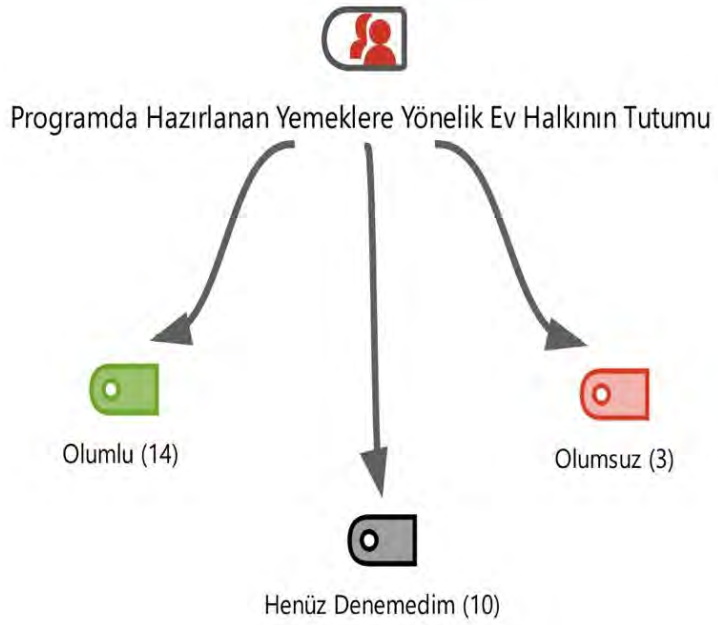


Şekil 4. Programın Mutfak Alışverişi ve Bütçesine Etkisi

Programın mutfak alışverişi ve bütçesine etkisini, aile bireylerinin sayısı ile ilişkilendiren K1 düşüncelerini şöyle ifade etmiştir:

"Herhangi bir zorluk yaşamadım ama kişi sayısına göre zamansal ve maliyet açısından sorun yaşıyorum. Örneğin programdan öğrendiğim bir tarif genelde 2-3 kişilik yapılıyor. Ancak ben bunu evde yapmak istediğimde kişi sayısını arttırmak zorunda kalıyorum. Böyle olunca malzemelerin miktarını ayarlarken sorun yaşıyorum."

Programda hazırlanan yemeklerin evde hazırlanması durumunda katılımcı ev halkının tutumuna yönelik bulgular Şekil 5'te yer almaktadır. Katılımcıların %51,9'u programda hazırlanan yemekler evde denendiğinde, ev halkının olumlu tutum sergilediğini ifade etmiştir. Farklı sunum ve doğrama yöntemlerinin ev halkı tarafından hemen farkına varıldığını ifade eden K6, bu konuda daha fazla deneme yapması konusunda ailesinden destek gördüğünü ifade etmiştir. Katılımcıların %37'si programdaki yemekleri henüz denemediklerini ifade ederken, %11,1'i evde yaptıkları denemelerde başarısız olduklarını ve ev halkının olumsuz görüşleri ile karşılaştıklarını ifade etmiştir. Özellikle orta ve ileri yaş grubuna sahip katılımcıların yaptıkları yemekleri, geleneksel yemek yeme alışkanlığına sahip eşlerine beğendirmekte zorluk çektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ev halkının yeniliklere açık olduğunu, yaptıkları ürünleri severek tükettiklerini ifade eden katılımcıların ise yaş seviyesinin genç düzeyde olması sofra alışkanlıklarındaki değişikliklere genç neslin daha çabuk adapte olabildiğini göstermiştir.



Şekil 5. Programında Hazırlanan Yemeklere Yönelik Ev Halkının Tutumu

Programın gastronomi turizmine katılımı teşvik edici etkisine yönelik verilen katılımcı yanıtları Şekil 6'da yer almaktadır. MasterChef Türkiye programı çekimleri, format gereği haftanın bir günü stüdyo dışında gerçekleşmektedir. Çekimler bazen çikolata ya da araba fabrikasında gerçekleşirken, bazen de yöresel yemekleri ile ön plana çıkan şehirler ziyaret edilmektedir. Programın da etkisi ile birlikte katılımcıların %63'ü programda yapılan yöresel yiyecekleri araştırma ihtiyacı duyduklarını belirterek gastronomisi ile ön plana çıkan Hatay, Gaziantep, Adana ve Nevşehir illerini ziyaret etmek istediklerini ifade etmiştir. Katılımcıların %37'si ise programın gastronomi turizmine katılımı teşvik edici herhangi bir etkisinin olmadığını belirtmiştir.



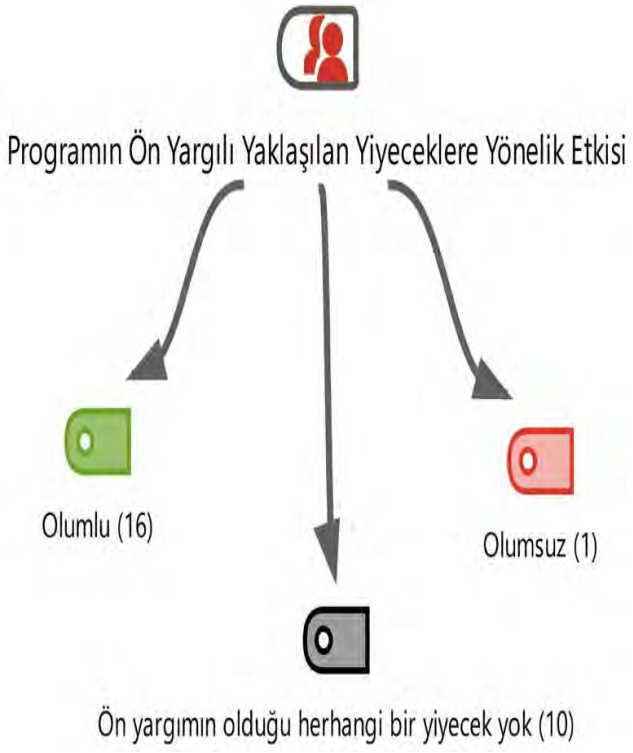
Şekil 6. Programın Gastronomi Turizmine Katılımı Teşvik Edici Etkisi

Programın ön yargılı yaklaşılan yiyeceklere yönelik etkisini belirlemek amacıyla ilk olarak katılımcılara ön yargılı oldukları bir ürün olup olmadığı sorulmuş ve verilen yanıtlar kelime bulutu olarak Şekil 7'de verilmiştir.



Şekil 7. Katılımcılar Tarafından Ön Yargılı Yaklaşılan Ürünler

Katılımcılar tarafından en çok ön yargı ile yaklaşılan ürünün 'Karides' olduğu belirlenmiştir. Ön yargılı ürünlere yönelik ifade edilen tüm cevapların çoğunun deniz mahsulleri olduğu sonucu dikkat çekmektedir. Deniz mahsullerinden sonra ise katılımcılar tarafından en çok brokoli ve kerevize ön yargı ile yaklaşıldığı tespit edilmiştir. Programın ön yargı ile yaklaşılan yiyeceklere yönelik etkisine ilişkin yanıtlar ise Şekil 8'de yer almaktadır.



Şekil 8. Programın Ön yargılı Yaklaşılan Yiyeceklere Yönelik Etkisi

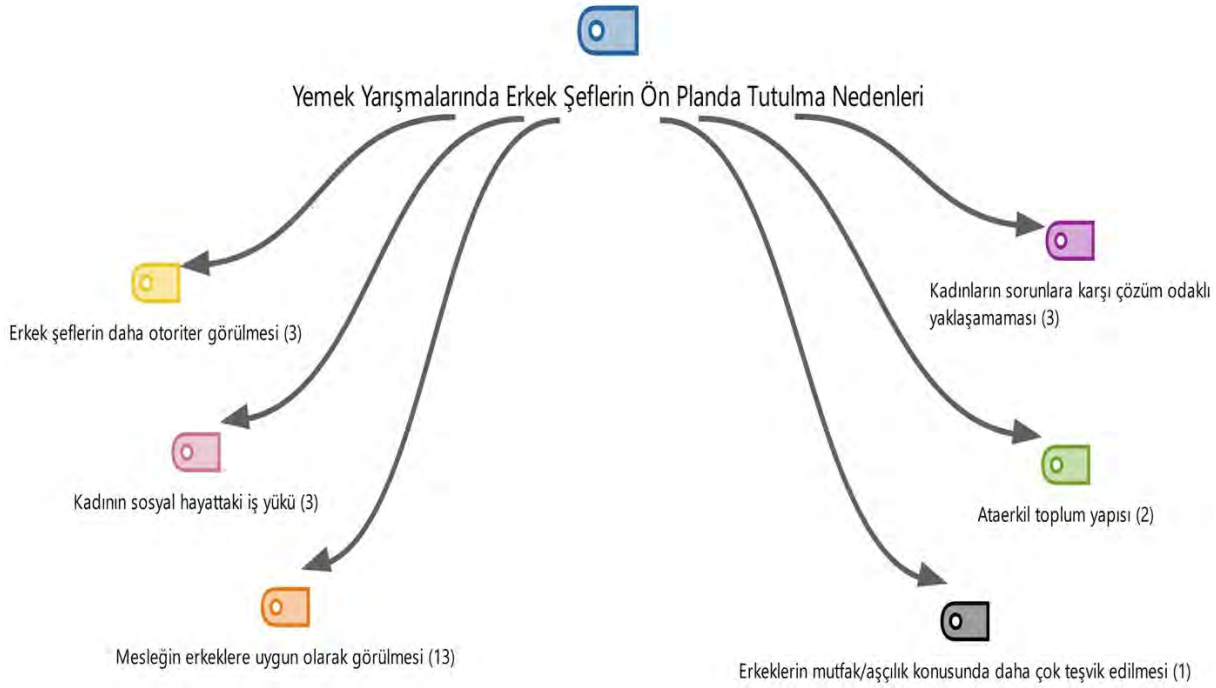
Katılımcıların büyük çoğunluğu, ön yargılı oldukları ürünlere karşı programın olumlu etki yarattığını ifade etmiştir. Yiyemedikleri ürünleri farklı formatlarda deneyerek tüketmeyi denediklerini ve büyük oranda olumlu sonuçla karşılaştıklarını vurgulayan katılımcılar, programın bu anlamda çok faydalı olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılardan K24 ise programdan önce midye dolma yiyebildiğini, ancak programdan sonra yemeyi bıraktığını ifade etmiş ve bu sebeple olumsuz cevap vermiştir. Katılımcılardan K1, K10 ve K20'nin ön yargılı oldukları ürünlere yönelik programın sağladığı yarar şöyle ifade edilmiştir;

"K1: Mesela ön yargılıydım karidese karşı, ama MasterChef Türkiye'nin bir bölümünde tereyağında pişirdiler böyle. Çok hoşuma gitti. Sonra bende denemek istedim ama dini olarak, sakıncalı olduğunu duyunca yemekten vazgeçtim."

"K10: Çanakkale bölümünde bir yemek vardı, kalamarlı bir ürün yapılmıştı. Kalamara karşı bir ön yargım vardı. Ancak programdan sonra denemeyi düşündüm. Ön yargımı kırdım diyebilirim bu ürün için."

"K20: Brokoliyi yemezdim ama programı izledikten sonra brokoliyi soslu denemeye başladım ve artık severek tüketiyorum."

Katılımcılara son olarak yemek yarışmaları formatlarında eğitmen olarak neden erkek şeflerin ön planda tutulduklarına yönelik görüş bildirmeleri istenmiş ve alınan cevaplar Şekil 9'da gösterilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu mesleğin erkek mesleği olarak görülmesinden dolayı kadınların arka planda tutulduğunu ifade etmiştir. Erkek şeflerin daha otoriter görülmesi, kadının sosyal hayattaki iş yükünün fazla olması, kadınların sorunlara karşı çözüm odaklı yaklaşamaması, ataerkil bir toplum olunması ve erkeklerin aşçılık eğitimi konusunda daha çok teşvik edilmesi, sayılan diğer nedenler arasında yer almaktadır.



Şekil 9. Yemek Yarışmalarında Erkek Şeflerin Ön Planda Tutulma Nedenleri

Sonuç ve Öneriler

Çalışma, Türkiye'de büyük ilgi ile izlenen MasterChef Türkiye programının tüketicilerin yemek alışkanlıklarına ve mutfağa olan ilgi düzeylerine yönelik etkisini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Ayrıca programın gastronomi turizmine katılım niyetine etkisinin belirlenmesi de çalışmaların amaçları arasında yer almaktadır. Çalışma, söz konusu programın 2018-2020 yılları arasındaki üç sezonluk dönemi kapsamaktadır ve çalışma kapsamına alınan 27 katılımcı ile 6 Kasım-30 Kasım 2020 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Yapılan görüşmeler sonucunda MasterChef Türkiye programının katılımcıları iyi yemek yapmaya özendirdiği, gastronomiye yönelik farkındalık oluşturduğu ve onlarda yemeklerde doğru ürün seçimi yapılarak tasarruf yapılmasına yardımcı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca programda yapılan yemekleri katılımcıların evlerinde de

denedikleri ve tükettikleri görülmüştür. Demir ve Kızılırmak (2019) da çalışmanın sonuçlarına paralel olarak katılımcıların yemek programında hazırlanan yemekleri evlerinde denediklerini ifade etmişlerdir. De Backer ve Hudders (2019) ise izlenen TV yemek programı ile evde yemek hazırlama ve yiyecek satın alma davranışı arasında ilişki olduğunu belirtmiştir. Ayrıca programın yemek yapmayı fiziksel bir ihtiyacı karşılamaktan çıkarıp hobiye dönüştürdüğü tespit edilmiştir.

Katılımcıları yöresel yiyeceklere yönelik araştırma yapmaya yönlendirdiği ve gastronomisi ile ön plana çıkan destinasyonları ziyaret etmek için motivasyon sağladığı görülmüştür. Aydın, Duğan ve Gürbüz (2017) de çalışmalarında gastronomi ile ilgili TV programlarının seyahat kararlarını olumlu yönde etkilediğini ve bu programları izleme sıklığı arttıkça söz konusu etkinin de arttığını ifade etmişlerdir. Görkem ve Ertopçu (2019) ve Aldemir, Işkın ve Şengel (2020) ise TV yemek programlarının gastronomi kapsamındaki mesleki eğitim ve motivasyon üzerinde önemli katkılarının olduğunu belirtmiştir. Ayrıca söz konusu programın ön yargılı olunan gıda ürünlerine yönelik olumlu etkisinin olduğu ve yiyemedikleri ürünleri farklı formatlarda deneyerek tükettikleri sonucuna varılmıştır.

Araştırma sonuçlarında katılımcıların program ile ilgili olarak israfa ve hijyen uygulamalarına yönelik olumsuz görüş bildirdikleri görülmüştür. Görkem ve Ertopçu (2019) ve Geppert vd., (2019) da çalışmalarında gıda ve personel hijyeni, iş güvenliği gibi konulara yeterince dikkat gösterilmediğini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda değerlendirilebilecek Umunç (2020) çalışmasında, magazin formatlı yemek yarışma programlarının bilimsel formatlı programlara göre daha fazla ilgi çektiğini belirtmiştir. Dolayısıyla yemek programlarında israftan kaçınılmasına yönelik bilgiler verilmeli ve yönlendirmeler yapılmalıdır. Ayrıca yemek programlarının içeriklerine toplumsal yarar sağlaması amacıyla eğitici, öğretici ve bilgilendirici mesajlar dahil edilebilir. Gelecekteki araştırmalarda da yemek programlarındaki uygulanan hijyen ve gıda güvenliğini ölçmeye yönelik araştırmalar gerçekleştirilebilir. Bu çalışma, MasterChef Türkiye programını izleyen, genel bir izleyici kitlesiyle görüşme yapılarak sınırlandırılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda spesifik bir örneklem grubu (gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri vb.) ve farklı araştırma yöntemi tercih edilerek çalışmalar yapılabilir. Ayrıca benzer formatta hazırlanan farklı yemek programları izleyicileri üzerine araştırmalar yapılarak sonuçlar kıyaslanabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Kastamonu Üniversitesi Etik Kurulu 25.12.2020 tarihi ve 49 numaralı karar numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

Alblas, M. C., Mollen, S., Fransen, M. L., & van den Putte, B. (2021). See the cake and have it too? Investigating the effect of watching a TV cooking show on unhealthy food choices. *Physiology & Behavior*, 236, 1-8.

Aldemir, T., Işkın, M., & Şengel, Ü. (2020). TV yemek programlarının popüler kültür algısı ve gençlerin eğitim-meslek seçimlerine etkileri. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(12), 971-986.

Arpacı, Ö., Zengin, B., & Batman, O. (2012). Karaman'ın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.

Aydın, B. O., Duğan, Ö., & Gürbüz, S. (2018). Gastronomi TV programı kaynaklı turizm: Gaziantep örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 33-48.

Aytaçlı, B. (2012). Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi,* 3(1), 1-9.

Baran, T., & Baran, S. (2014). Televizyon programları, sembolik tüketim ve toplumsal yansımaları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (Özel Sayı I), 171-175.

Bodenlos, J. S., & Wormuth, B. M. (2013). Watching a food-related television show and caloric intake. A laboratory study. *Appetite*, 61, 8-12.

Borda, D., Thomas, M. R., Langsrud, S., Rychli, K., Jordan, K., Van Der Roest, J., & Nicolau, A. I. (2014). Food safety practices in European TV cooking shows. *British Food Journal*, 116(10), 1652-1666.

Coffey, J., Raubenheimer, D., Rangan, A., Allman-Farinelli, M., Simpson, S. J., & O'Leary, F. (2019). MasterChef Türkiye recipes and takeaway foods: How do they compare? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 1-8.

Çinay, H. H., & Yılmaz, H. (2019). Televizyon yemek programcılığından sosyal medyada yemek paylaşımlarına dönüşüm: Tasty örneği. *IV. International Gastronomy Tourism Studies Congress*, 19-21 September, Nevşehir.

De Backer, C. J., & Hudders, L. (2016). Look who's cooking. Investigating the relationship between watching educational and edutainment TV cooking shows, eating habits and everyday cooking practices among men and women in Belgium. *Appetite*, 96, 494-501.

Demir, Y., & Kızılırmak, İ. (2019). İzleyicilerin televizyon yemek programları ve ünlü şeflerle ilgili inanç ve tutumlarını değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (3), 1852-1866.

Geppert, J., Struchtrup, S. S., Stamminger, R., Haarhoff, C., Ebert, V., Koch, S., Lochmann, M., & Böl, G. F. (2019). Food safety behavior observed in German TV cooking shows. *Food Control*, 96, 205-211.

Görkem, O., & Ertopcu, İ. (2019). TV Yemek programlarının gastronomi eğitimine yansımaları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1501-1513.

Kanık, İ. (2016). Küreselleşme sürecinde kültürel melezleşme örneği olarak yemek kanalları ve programları. *Folklor/Edebiyat*, 22(86), 237-258.

Kazan, H. (2016). *Bilimsel araştırma teknikleri.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

Matwick, K., & Matwick, K. (2014). Storytelling and synthetic personalization in television cooking shows. *Journal of Pragmatics*, 71, 151-159.

Neyens, E., & Smits, T. (2017). Seeing is doing. The implicit effect of TV cooking shows on children's use of ingredients. *Appetite*, 116, 559–567. https://doi.org/10.1016/j. appet.2017.05.048.

Norman, J., Kelly, B., Boyland, E., & McMahon, A. T. (2016). The impact of marketing and advertising on food behaviours: Evaluating the evidence for a causal relationship. *Current Nutrition Reports,* 5(3), 139-149.

Taşpınar, O., & Temeloğlu, E. (2018). Influence of Tv cooking shows on the behavioral ıntention of participating in gastronomic tourism. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 24-40.

Tutar, C., & Durukan, D. (2020). Gastronomi kültürünün inşası ve dönüşümünde televizyon: MasterChef Türkiye ve The Taste Türkiye programları örneği. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40, 339–364. https://doi.org/10.26650/SJ.2020.40.1.0032.

Umunç, C. (2020). Yemek ve sağlık programlarında katılımcı ve takipçi yorumlarının sağlıklı beslenme farkındalığı açısından incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1263-1284.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık

Yılmaz, H., & Şenel, P. (2017). Televizyonda yayınlanan gastronomi konulu gezi programlarının davranışsal tatma niyetine etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(38), 521-544.

The Effect of MasterChef Turkey TV Cooking Programs on Food Habits and Interest in Kitchen

Aykut ŞİMŞEK

Kastamonu University, Faculty of Tourism, Kastamonu /Turkey

Demet GÜNER

Kastamonu University, Faculty of Tourism, Kastamonu /Turkey

Extensive Summary

As a result of the increase of people with similar lifestyles around the world with globalization, food programs prepared in similar formats are gaining popularity. Among those who made it popular are those who do not know how to cook or those who are just starting out, business owners, men, mothers, etc. is located. With the appreciation of the chef, the dishes prepared by the chefs began to be perceived as an artistic activity and made the cooking programs more valuable. Today, there is a wide variety of cooking programs such as cooking competitions, travel cooking shows, entertainment programs with cooking parts. Food programs are frequently encountered on TV channels broadcasting in Turkey. It is thought that the sectoral development of the concept of gastronomy has an impact on the increase in the said programs as well as the rating expectations.

TV cooking programs in Turkey started in the nineties and the first cooking program was “A La Luna”. Today, there has been a significant increase in the number of food-themed programs. One of these programs is MasterChef. MasterChef was first televise in the UK in 1990. In the following years, it became a popular food competition program that was exported to different countries. The format of the program was renewed in 2005 and continued to be broadcast in different varieties. However, it became more popular with the presentation of Gordon Ramsey in 2010, the American version was released internationally and gave rise to local MasterChef competitions. It is currently ranked as the most successful cooking game show in the world. MasterChef Turkey began to appear on Turkish television in 2011. This program has increased the value and popularity of being a chef in Turkey.

In this study, it is aimed to measure the effect of the MasterChef Turkey program, which is followed with great interest in Turkey, on the food habits of consumers and their level of interest in the kitchen. In addition, determining the effect of the program on the intention to participate in gastronomic tourism is among the aims of the studies. Using the semi-structured interview technique, interviews were held with 27 participants between 6 November and 30 November 2020.

The findings, which were discussed under two headings, "Demographic Data and Data Obtained from the Research", were supported by participant comments. In the demographic data section, there is information about the gender, occupation, educational status, income status, age status and marital status of the participants. In the part of the data obtained from the research, the findings related to the attitude towards the food programs were examined in the form of the findings regarding the view and impact of the MasterChef Turkey program on the audience. The majority of the participants are women and married. It has been determined that nearly half of them do not work and do not have any income. In addition, while the majority of the participant group consisted of individuals between the ages of 26-35, it was observed that approximately half of them had an undergraduate education level.

It is seen that nearly half of the participants generally spend at least one or two hours a day in front of the television. The participants, who stated that they usually watch news, TV series and food programs, emphasized that the frequency of watching television has increased due to the pandemic. While the majority of the participants stated that they spent almost every day of the week in the kitchen, they emphasized that the new applications and recipes they learned especially in cooking programs increased the time they spent in the kitchen. In addition, it was concluded that the program triggered the habit of eating at night, and accordingly, the time spent in the kitchen increased.

Participants stated that they found the cooking competition programs useful in terms of "encouraging good cooking, saving money by ensuring the correct use of food, raising awareness about the term gastronomy and emphasizing social assistance". While there were some (10 participants) among the participants who stated that the relevant measures were followed, the majority of the participants observed that the rules and measures deemed necessary in the program were not followed. The majority of the participants (66.6%) stated that they no longer see cooking as a necessity with the MasterChef Turkey program and turn it into a hobby. Nearly half of the participants (40.7%) expressed a positive opinion about the program, stating that it provides gains in the use of efficient materials and correct technique and that they can save money. While 55.5% of the participants thought that the program did not have any effect on the kitchen shopping and budget, only one participant stated that they had more expenses as they made new experiments in the kitchen.

51.9% of the participants stated that the households had a positive attitude when the meals prepared in the program were tried at home. With the effect of the program, 63% of the participants stated that they needed to research the local foods made in the program and stated that they wanted to visit the provinces of Hatay, Gaziantep, Adana and Nevşehir, which stand out with their gastronomy. On the other hand, 37% of the participants stated that the program did not have any effect on encouraging participation in gastronomic tourism.

In order to determine the effect of the program on the prejudiced foods, the participants were first asked whether there was a product they were prejudiced against. It was determined that the product that was most prejudiced by the participants was 'Shrimp'. It is noteworthy that most of the answers expressed for biased products are seafood. After seafood, it was determined that the participants mostly approached broccoli and celery with prejudice. The majority of the participants stated that the program had a positive effect on the products they were prejudiced against. Emphasizing that they tried to consume the products they could not eat by trying them in different formats and that they had mostly positive results, the participants stated that the program was very useful in this sense.

Finally, the participants were asked to express their opinions on why male chefs are prioritized as trainers in cooking competition formats. The majority of the participants stated that women are kept in the background because the profession is seen as a male profession. Other reasons include male chefs being seen as more authoritarian, women's workload in social life being high, women's inability to approach problems with a solution-oriented approach, being a patriarchal society, and more encouragement of men in culinary education.

In the meal programs, information should be given and directions should be given to avoid waste. In addition, educational, instructive and informative messages can be included in the contents of the cooking programs in order to provide social benefit. In future research, research can be carried out to measure the hygiene and food safety applied in meal programs. This study was limited by interviewing a general audience watching the MasterChef Turkey program. In future studies, a specific sample group (gastronomy and culinary arts department students, etc.)

and different research methods can be preferred. In addition, the results can be compared by conducting research on the audience of different food programs prepared in a similar format.

EK-1

YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

Sayın Katılımcı,

MasterChef yemek programının izleyici üzerinde oluşturduğu etkinin belirlenmesi amacıyla hazırlanan bu anket, bilimsel bir çalışma dışında kullanılmayacaktır. Araştırma sonucunun güvenilirliği, soruları dikkatli bir şekilde okuyup cevaplandırmanıza bağlıdır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

‘‘Araştırma kapsamında yaptığım değerlendirmelerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını, gizlilik kurallarına uyulmak kaydıyla sunulmasını ve yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama altında kalmaksızın, kendi özgür irademle kabul ettiğimi beyan ederim.’’

Onaylıyorum ( ) Onaylamıyorum( )

Dr. Öğretim Üyesi Aykut ŞİMŞEK Arş. Gör. Demet TAŞ

I. BÖLÜM

Televizyona Olan İlgi Düzeyi

1- Televizyon izleme sıklığınız nedir?
   Günde 1-2 saat ( )
   Günde 3 -4 saat ( )
   Günde 5 saat ve üzeri ( )
2- Daha çok hangi tür yayınlar ilginizi çekmektedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)
   Haber ( ) Dizi () Güldürü Programları ( ) Açık oturum tartışmaları ()
   Belgesel ( ) Spor Programları ( ) Dini programlar ( ) Kadın kuşağı Programları ( )
   Yemek Programları ()

Televizyonda Yayınlanan Yemek Programlarına Yönelik Tutum

3- Özellikle sıklıkla takip ettiğiniz bir yemek programı var mı? İsimleri nelerdir?
4- Yemek programlarını ve ünlü şefleri takip etme nedeniniz nedir?
5- Herhangi bir yemek programındaki yemeği evinizde deneme şansınız oldu mu?
6- Sizce televizyonlarda yayınlanan yemek programlarının kişisel ya da toplumsal olarak bir faydası var mı?
7- Sizce televizyonlarda yayınlanan yemek programlarında etik (ahlaki) bakımdan bir problem var mı?
8- Yemek programlarında daha çok erkek cheflerin ön planda olmasını nasıl karşılıyorsunuz? Bu durumun nedeni sizce ne olabilir?
9- Sizce yemek programlarında gıda güvenliğine yönelik gerekli tedbirler alınıyor mu? (Pişirmeye başlamadan önce eller yıkandı mı?, Şef üniforması veya benzeri herhangi bir koruyucu ekipman giyildi mi? Aksesuar ve / veya saat takıldı mı? Uzun tırnaklar var mıydı?)

Yemek Pişirme İlgisi

10- Ne sıklıkla yemek yaparsınız?

Haftada 1 defa ( )

Haftada 2-4 defa ( )

Haftada 5-7 defa ( )

Haftada 8 defa ve üzeri ( )

11- Pişirdiğiniz yemeklerde hangi kaynağa daha çok bağlı kalırsınız?

Tarif kitapları ( )

İnternet ( )

Gazete yayınları ( )

TV ( )

MasterChef Etkisi

12- Tv yemek programlarından biri olan ve üç yıldır geniş bir izleyici kitlesine sahip olan MasterChef programını kaç yıldır izliyorsunuz?

13- MasterChef programındaki bilmediğiniz yemekleri evinizde deneme fırsatınız oldu mu? Olduysa hangi yemeği/yemekleri denediniz?

14- Bu tarifleri uygularken zorluk çektiniz mi? (Malzeme ya da ekipman temini, pişme süresi, maliyet vb.)

15- Bu tarifleri denediğinizde ev halkının tutumu ne oldu?

16- Masterchef programı, mutfakta geçirdiğiniz süreyi arttırdı mı ya da azalttı mı?

Evet ( ) Hayır ( )

17- MasterChef programında uygulanan tarifler sizin ve ev halkının beslenme alışkanlığını etkiledi mi? Cevabınız evet ise nasıl bir farklılık oldu?

18- MasterChef programını izledikten sonra kendi yöreniz ya da diğer yöre mutfaklarını araştırma ihtiyacı duydunuz mu?

Evet ( ) Hayır ( )

19- MasterChef programında yapılan yöresel yiyeceklerin aslını yaşattığını düşünüyor musunuz?

Evet ( ) Hayır ( )

20- MasterChef programını izledikten sonra, gastronomi amaçlı seyahat etmeyi düşündünüz mü?

Evet ( ) Hayır ( )

21- MasterChef programını izledikten sonra mutfak alışverişinizde bir değişiklik oldu mu?

Evet ( ) Hayır ( )

22- MasterChef programını izledikten sonra mutfak için ayırdığınız bütçede bir değişiklik oldu mu?

Evet ( ) Hayır ( )

23- MasterChef programını izlemeden önce yemediğiniz bir ürün ya da yemek var mıydı? Varsa bu programı izledikten sonra yeme alışkanlığınız değişti mi?

Evet ( ) Hayır ( )

24- MasterChef programını izledikten sonra yemek yapmak sizin için ihtiyaçtan çıkıp, dinlendirici bir aktivite ya da hobiye dönüştü mü?

Evet ( ) Hayır ( )

II. BÖLÜM - DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyet	Kadın ( ) Erkek( )
Yaş	18-25 ( ) 26-35( ) 36-45 ( ) 46-55( ) 56-65( ) 66 ve üstü( )
Medeni Durum	Bekar( ) Evli ( )
Gelir Düzeyi	0 TL ( ) 1-2324 TL ( ) 2325-5000 TL ( ) 5001-10000 TL ( ) 10001 TL ve üzeri ( )
Eğitim Durumunuz	Okur-Yazar ( ) İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü ( )
Meslek	Çalışmıyor( ) Kamu ( ) Özel Sektör ( ) Emekli ( )
( ) Araştırma sonuçlarının tarafıma bildirilmesini talep ediyorum. Telefon: Mail:	