

## Diyarbakır Mutfağı: Yerel Kimlik, Hafıza ve Gastronomik Anlatılar Üzerine Netnografik Bir İnceleme

**Ramazan KARAMAN**

Dicle Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi,

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ramazan.karaman@dicle.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3801-2651

**Geliş tarihi / Received: 09.12.2025**

**Kabul tarihi / Accepted: 21.02.2026**

### Öz

Dijital çağda sosyal medya platformları, yemek kültürünün üretildiği, paylaşıldığı ve yeniden anlamlandırıldığı başlıca temsil alanlarından biri hâline gelmiştir. Bu çalışma, Diyarbakır mutfağının Instagram’da nasıl temsil edildiğini inceleyerek yerel kimlik, kültürel hafıza ve dijital gastronomik anlatıların kesişiminde ortaya çıkan çok katmanlı bir yapıyı analiz etmeyi amaçlamaktadır. Netnografik yöntemle yürütülen araştırmada 75 Instagram hesabından derlenen 840 içerik tematik analize tabi tutulmuş, 312 açık koddan 7 ana tema oluşturulmuştur. Bulgular, Diyarbakır mutfağının dijital temsillerinin üç temel ekseninde yoğunlaştığını göstermiştir. Bunlardan ilki, geleneksel mutfak kimliğinin otantiklik, ritüel ve kolektif hafıza üzerinden yeniden üretilmesi; ikincisi, modern sunum teknikleri, estetikleşme ve dijital gastronomik performanslarla yerel mutfağın yeni bir görsel dil kazandığı estetik dönüşüm; üçüncüsü ise hikâyeleştirme, nostaljik çağrışımlar, mekânsal atmosfer ve kullanıcı etkileşimi yoluyla yemek imgelerinin kültürel aidiyet ve toplumsal bellek taşıyıcısına dönüşmesidir. Çalışma, Diyarbakır mutfağının Instagram’da hibrit bir kültürel kimlik olarak temsil edildiğini, geleneksel ve modern öğelerin iç içe geçtiği dijital bir gastronomi alanı yarattığını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, dijital platformlarda yerel gastronomi temsillerini anlamada kültürel çalışmalar, hafıza teorileri ve dijital performans yaklaşımlarının önemine işaret etmekte, gastronomi turizmi, yerel kimlik politikaları ve dijital kültür araştırmaları açısından yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Yerel mutfak temsili, dijital gastronomi, sosyal medya, görsel anlatı

## **Diyarbakır Cuisine: A Netnographic Study on Local Identity, Memory and Gastronomic Narratives**

### **Abstract**

In the digital age, social media platforms have become prominent spaces in which food culture is produced, circulated, and reinterpreted. This study examines how Diyarbakır cuisine is represented on Instagram, aiming to analyze the multilayered structure emerging at the intersection of local identity, cultural memory, and digital gastronomic storytelling. Using a netnographic approach, 840 posts collected from 75 Instagram accounts were subjected to thematic analysis, resulting in seven main themes derived from 312 open codes. The findings reveal that the digital representations of Diyarbakır cuisine cluster around three central axes. First, traditional culinary identity is reproduced through notions of authenticity, ritual, and collective memory. Second, contemporary visual practices such as modern plating techniques, aestheticization, and digital gastronomic performances construct a new visual language for local cuisine. Third, through storytelling, nostalgic evocations, spatial atmospheres, and user engagement, food images become carriers of cultural belonging and social memory. Overall, the study demonstrates that Diyarbakır cuisine is represented on Instagram as a hybrid cultural identity, shaped by the interplay of traditional and modern elements within a digital gastronomic sphere. These findings underscore the significance of cultural studies, memory theories, and digital performance frameworks for understanding local gastronomic representations in digital environments, offering new insights for research in gastronomic tourism, local identity politics, and digital culture.

**Keywords:** *Representation of local cuisine, digital gastronomy, social medya, visual narrative*

### **Giriş**

Dijital kültürün gündelik hayat pratiklerini belirleyici hâle gelmesiyle birlikte yemek, yalnızca biyolojik bir gereklilik ya da sofraya etrafında örülen bir toplumsal ritüel olmaktan çıkarak, çevrim içi platformlarda yeniden temsil edilen, dolaşıma giren ve kültürel kimliğin görünür kılındığı bir iletişim nesnesine dönüşmüştür (Çaycı, 2019). Bu dönüşümün merkezinde yer alan Instagram, görsel odaklı yapısı, etkileşim mekanizmaları ve gastronomik içeriklerin hızlı yayılım kapasitesi sayesinde yerel mutfakların temsili açısından kritik bir mecra hâline gelmiştir (Budak, 2021). Yemek fotoğrafları, kısa videolar, hikâye paylaşımları, mekân tanıtımları ve kullanıcı üretilmiş içerikler aracılığıyla gastronomik kültür, dijital platformlarda yeniden inşa edilmekte ve böylece yerel kimlik unsurları hem içeriden hem dışarıdan kurgulanan yeni bir

görünürlük kazanmakta, kimi zaman da yeniden anlamlandırılmaktadır (Wang, 2011).

Bu bağlamda Diyarbakır mutfağı, Türkiye'nin gastronomik çeşitliliği içinde hem tarihsel derinliği hem de kültürel katmanlarıyla öne çıkan güçlü bir mutfak mirasına sahiptir. Mezopotamya'nın en eski yerleşimlerinden biri olarak Diyarbakır, çok kültürlülük, gastronomik süreklilik, toplumsal hafıza ve ritüel yemek pratikleri ile karakterize edilen bir mutfak yapısına sahiptir. Kaburga dolması, ciğer kebabı, meftune, kuru dolma, kahvaltı kültürü, tandır ekmeği ve taş fırın geleneği gibi unsurlar, kentin gastronomik kimliğini oluşturan temel bileşenlerdir. Ancak bu zengin mutfak belleği, yalnızca yerel bağlamda değil, günümüzde Instagram gibi dijital mecralar aracılığıyla küresel ölçekte yeniden anlatisallaştırılmakta, estetikleştirilmekte

ve tüketici algısında yeni anlam katmanlarıyla konumlanmaktadır (Arslantaş ve İnce Karaçeper, 2023; Solmaz, 2024).

Instagram'daki bu gastronomik temsil pratikleri, yalnızca yemeklerin gösterilmesine değil aynı zamanda yerel kimlik inşasına, kültürel hafızanın aktarımına, mekân ve aidiyet duygusunun performatif olarak sunulmasına aracılık etmektedir (Çaycı, 2019). Dijital ortamlarda paylaşılan görseller, Diyarbakır'ın kültürel mirasını yeniden üreterek hem nostaljik bir hafıza alanı yaratmakta hem de modern tüketim pratikleriyle yeni bir gastronomik anlatı oluşturmaktadır. Böylelikle Instagram, bir tür dijital sahneye dönüşmekte ve kullanıcılar bu sahnenin hem izleyicisi hem üreticisi hâline gelmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Diyarbakır mutfağının Instagram'daki temsillerini netnografik bir yaklaşımla inceleyerek, dijital gastronomik anlatıların yerel kimlik, kolektif hafıza ve kültürel göstergeler üzerinden nasıl kurgulandığını ortaya koymaktır. Netnografi, çevrim içi toplulukların kültürel pratiklerini anlamaya yönelik bir yöntem olduğu için, özellikle dijital gastronomi çalışmalarında etkili bir analitik çerçeve sunmaktadır (Karahan ve Nergiz, 2021; Kozinets, 1998; Uzun ve Karahan, 2024; Ülker Demirel, 2020). Bu araştırma yemek fotoğrafları, metin açıklamaları, etkileşimler, kullanıcı yorumları ve sayfa kimlikleri üzerinden Diyarbakır mutfağının Instagram'da nasıl temsil edildiğini derinlemesine okumayı hedeflemektedir. Bu yönüyle çalışma, gastronomi alanında dijital kültür yerel kimlik kesişimini incelemesi açısından hem kuramsal hem de yöntemsel olarak önem taşımaktadır. Diyarbakır mutfağının Instagram'daki görünürlüğü, sadece yemeklerin estetik birer nesne olarak sunulmasını değil, aynı zamanda toplumsal belleğin, kültürel sürekliliğin ve yerel kimliğin çevrim içi yeniden performe edilmesini kapsayan çok katmanlı bir süreçtir. İlgili alanyazında dijital gastronomi ve netnografi temelli çalışmalar (Süzer, 2025; Ta-

vakoli ve Ling, 2022; Uzun ve Karahan, 2024) bulunmakla birlikte, yerel mutfakların sosyal medya temsillerini yerel kimlik ve kolektif hafıza bağlamında ele alan çalışmalar sınırlıdır. Özellikle Diyarbakır mutfağının Instagram'daki temsillerini netnografik bir yaklaşımla inceleyen ampirik araştırmalara rastlanmamaktadır. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı; gastronomi yazınında giderek önem kazanan dijital temsil ve netnografi odaklı çalışmalara katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Dijital platformlar gastronomik deneyimlerin paylaşımında temel bir alan haline gelmesine rağmen, Diyarbakır mutfağının bu mecralarda yerel kimlik, kültürel hafıza ve anlatı pratikleri üzerinden nasıl inşa edildiğini ele alan netnografik bir çalışmaya ilgili alanyazında rastlanmamaktadır. Bu durum, Diyarbakır mutfağının dijital kültür içerisindeki temsiline ilişkin önemli bir araştırma boşluğu oluşturmaktadır. Bu durum araştırmanın problemini ifade etmektedir. Çalışmanın amacına uygun 4 temel araştırma sorusu ise şu şekildedir:

1. Diyarbakır mutfağı Instagramda nasıl temsil edilmektedir?
2. Diyarbakır mutfağına ilişkin Instagram paylaşımlarında hangi temasal örüntüler ortaya çıkmaktadır?
3. Diyarbakır mutfağına ilişkin paylaşımlarda kültürel hafıza ve nostalji nasıl temsil edilmektedir?
4. Instagram kullanıcıları Diyarbakır mutfağını mekân, atmosfer ve deneyim bağlamında nasıl sunmaktadır?

### **Kavramsal Çerçeve**

Dijital teknolojilerin toplumsal yaşamın tüm alanlarına nüfuz etmesiyle birlikte yemek, salt biyolojik bir gereksinimi karşılayan bir pratik olmaktan çıkarak kültürel kimliklerin, hafıza biçimlerinin, mekânsal temsillerin ve dijital performansların kesiştiği çok katmanlı bir gösterge sistemine dönüşmüştür (Counihan ve Van

Esterik, 2013). Günümüz toplumlarında gastronomi, tüketim kültürü, kimlik inşası, kültürel sermaye, toplumsal hafıza ve duygusal pratiklerin birbiriyle temas ettiği geniş bir sosyokültürel alan oluşturmaktadır. Özellikle Instagram gibi görselliğin merkezde olduğu dijital platformlar, yemek imgelerinin yalnızca tüketildiği değil, aynı zamanda yeniden üretildiği, estetikleştirildiği, hikâyeleştirildiği ve dolaşıma sokulduğu yeni kültürel sahneler yaratmaktadır (Abidin, 2016; Manovich, 2017).

Mutfak kültürü, bir toplumun beslenme pratikleri etrafında şekillenen ve tarihsel, toplumsal, ekonomik, çevresel dinamiklerle etkileşim içinde gelişen çok katmanlı bir kültürel alandır. Yalnızca yemeklerin hazırlanma ve tüketilme biçimlerini değil, kullanılan malzemeleri, pişirme tekniklerini, sofraya düzenini, yemeğe eşlik eden ritüelleri, sembolik anlamları ve kuşaktan kuşağa aktarılan bilgiyi de kapsamaktadır (Gürhan vd., 2022). Bu yönüyle mutfak kültürü, toplumsal belleğin ve yerel kimliğin önemli bir taşıyıcısı olarak gündelik yaşam pratikleri üzerinden kültürel sürekliliği görünür kılmaktadır. Yemek kültürünün sosyolojik açıdan ele alınması, yemeğin biyolojik bir gereksinim olmanın ötesine geçerek kültüre, toplumsal ilişkilere, sınıfsal konumlanışlara, sembolik anlamlara ve kimliklere dair çok katmanlı bir gösterge hâline geldiğini ortaya koymaktadır (Macit ve Kıran, 2022). Alanyazında yemeğin kültürel sınıflandırmalara göre anlam kazanan bir sembolik sistem olarak tanımlayan çalışmalar yer almaktadır (Akyürek vd., 2022; Lévi-Strauss, 2012). Bourdieu (1984) ise yemek pratiklerini habitus ve kültürel sermaye ekseninde değerlendirek, yemeğin toplumsal sınıfla iç içe geçmiş bir ifade biçimi olduğunu belirtmektedir. Bu perspektiften bakıldığında Diyarbakır mutfağı, tarihsel ve kültürel birikimiyle yalnızca bir tat birikimi değil, aynı zamanda toplumsal belleğin, kültürel ritüellerin ve kimliksel aidiyet biçimlerinin bir yansımasıdır. Kaburga dolması, ciğer kebabı, meftune, sembusek, kibe mumbar

gibi yemekler, Mezopotamya'nın binlerce yıllık kültürel etkileşim süreçlerinden beslenen, ritüelleşmiş pişirme teknikleri, aile içi aktarımlar, mevsimsel döngüler ve toplumsal pratiklerle örülü derin bir kültürel hafızanın taşıyıcılarıdır (Poulain, 2017; Solmaz, 2024).

Yerel mutfakların kimlik oluşturma süreçlerindeki rolü, kültürel çalışmalar alanında önemli yere sahiptir. Hall (2015), kültürel kimliğin sabit bir öz değil, söylemsel ve performatif süreçler aracılığıyla sürekli yeniden üretildiğini ileri sürmektedir. Barth'ın (1998) "kültürel sınırlar" yaklaşımı ise kimliğin sınırlarını belirleyen şeyin kültürel öğelerin kendisinden ziyade bu öğelerin sosyal etkileşim içinde nasıl temsil edildiği olduğunu vurgulamaktadır. Bu teorik çerçeveden bakıldığında Diyarbakır mutfağı, yerel kimliğin hem gündelik yaşamda hem de dijital ortamda yeniden üretildiği güçlü bir sembolik evren sunmaktadır. Yemek imgeleri, "yerlilik", "otantiklik", "kültürel miras" ve "memlekete aidiyet" gibi söylemlerle birleştiğinde kimlik performansının görsel bir parçasına dönüşebilmektedir. Dolayısıyla Diyarbakır mutfağının Instagram'da temsil edilmesi, yalnızca yemek paylaşımı değil kimliğin, aidiyetin ve kültürel belleğin sayısal olarak dolaşıma sokulması anlamına gelmektedir.

Dijital kültür çalışmaları Instagram'ı, bireylerin kimlik performanslarını görsel biçimde sergiledikleri bir sahne olarak ele almaktadır (Boyd, 2014; Marwick, 2015; Papacharissi, 2014). Goffman'ın (2023) dramaturjik (toplumsal etkileşimleri bir sahne performansı gibi ele alan) yaklaşımı, bireylerin sosyal yaşamda kendilerini sahnelediklerini ve etkileşimlerin bu sahneler üzerinden gerçekleştiğini belirtmektedir. Dijital kültür bağlamında bu sahne Instagram üzerinden kurulmaktadır. Butler'ın (1990) tekrar yoluyla kimlik inşası kuramı, Instagram'da sürekli olarak yeniden üretilen yerel yemek imgelerinin Diyarbakır kimliğinin dijital performatif alanını güçlendirdiğini desteklemektedir.

Estetikleşme kavramı, Instagram'daki gastronomik içeriklerin analizinde temel bir kavramdır. Featherstone (1991), postmodern tüketim kültürünün estetize edildiğini ve bireylerin gündelik yaşam pratiklerini bile estetik bir performans hâline getirdiğini savunmaktadır. Instagram'da yemek yalnızca bir beslenme nesnesi değil, aynı zamanda bir görsel zevk, bir imge ve bir estetik düzenleme nesnesidir. Manovich (2017), Instagram estetiğini modern kültürün belirleyici faktörlerinden biri olarak sınıflandırarak, platformda üretilen görsel estetik düzenlemelerin kültürel anlam üretiminde belirleyici olduğunu ileri sürmektedir. Hafıza çalışmaları ise Diyarbakır mutfağının dijital temsillerini anlamak için bir diğer temel teorik eksen oluşturmaktadır. Assmann (2011), kültürel belleğin nesnelere, ritüellere ve imgelere aracılığıyla taşındığını ve her kuşakta yeniden üretildiğini belirtmektedir. Yemek, bu kültürel hafızanın en güçlü taşıyıcılarından biridir. Hoskins'ın (2018) dijital belleğe ilişkin görüşü, dijital platformların geçmişle kurulan ilişkiyi dönüştürdüğünü ve bellek pratiklerini görsel olarak yeniden düzenlediğini belirtmektedir. Diyarbakır mutfağına dair nostaljik imgeler bu açıdan hem geçmişin canlandırılmasında hem de yerel kültürü dijital bellekte yeniden üretmektedir.

Mekânın toplumsal olarak üretildiğini savunan Lefebvre (1991), mekânsal temsillerin kültürel pratikleri anlamada kritik olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda yemek, mekândan bağımsız bir temsil değildir, aksine mekân, yemeğin duygusal, kültürel ve estetik anlamını pekiştiren bir bağlam oluşturmaktadır. Dijital mekânsal temsiller, gastronominin kültürel kimlikle ilişkisini güçlendirmektedir (Gürhan vd., 2022). Dijital gastronomik anlatılar, sosyal medya kullanıcılarının yemekle ilişkilerini yeniden kuran söylemsel yapılardır. Hashtag'lerin oluşturduğu dijital topluluklar (boyut olarak mikro-kültürel halkalar), yemeğin estetik, sosyal ve kültürel anlamlarla zenginleşmesini sağlamaktadır (Leaver vd., 2020).

Günümüzde sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin tükettikleri yiyecekleri fotoğraflayıp çevrim içi ortamlarda paylaşması küresel ölçekte gözlemlenen bir sosyo-kültürel pratik hâline gelmiştir. Kullanıcılar, yemek deneyimlerini sözel anlatımlardan ziyade görsel içeriklerle aktarmayı tercih etmekte; böylelikle kısa, hızlı ve dikkat çekici mesajlar oluşturabilmektedir. Bu dönüşüm, literatürde "foodstagramming" olarak adlandırılan yeni bir kavramın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Foodstagramming, tüketicilerin tükettikleri yemekleri fotoğraflayarak sosyal medya platformlarında paylaşmaları yoluyla "yemeğin dijitalleştirilmiş bir temsile dönüşmesi" süreci olarak tanımlanmaktadır (Fathy vd., 2025; Lin vd., 2024). Foodstagramming, yalnızca bireysel paylaşım motivasyonlarıyla sınırlı olmayan, aynı zamanda ticari ve destinasyon temsilleri açısından da işlevsel bir iletişim biçimi yaratmaktadır. Bu süreçte tüketiciler, herhangi bir ücret ödemeksizin gastronomi mekânlarının tanıtımına katkıda bulunmakta, paylaşımları aracılığıyla henüz ziyaret edilmemiş restoranlar, yemekler ve atmosferler hakkında izlenim aktarabilmektedir. Paylaşılan görseller, uzaktaki kullanıcıların mekânın estetiğini, sunum biçimlerini ve menü yapısını görsel olarak deneyimlemesine olanak tanımaktadır. Yiyecek-içecek görüntülerinin erişilebilirliği ve yüksek dolaşım hızı, tüketicilerin tercihlerini etkileyebilecek bir dijital teşvik mekanizması oluşturmakta, bu nedenle işletmeler de hazırladıkları yemek sunumlarını ve menülerini görünür kılmak için foodstagramming pratiklerinden stratejik biçimde yararlanmaktadır (Chen vd., 2024).

Foodstagrammer olarak adlandırılan içerik üreticileri, dışarıda yemek yeme deneyimlerini sosyal bir prestij unsuru olarak sunmakta ve paylaşımları aracılığıyla belirli bir beğeni, övgü veya takipçi etkileşimi elde etmeyi amaçlamaktadır (Can ve Avcu, 2023). Bu kullanıcılar için yemek görselleri, hem kişisel bir imaj oluşturma aracı hem de sosyal medyada görünür ol-

manın bir yolu niteliği taşır. Araştırmalar, yemek paylaşımlarının çevrim içi imaj yönetimi açısından etkili bir strateji olduğunu, kullanıcıların bu paylaşımlar yoluyla gastronomik beğenilerini, yaşam tarzlarını ve sosyal konumlarını perforce ettiklerini göstermektedir (Fox vd., 2018; Lo ve McKercher, 2015; Peng, 2019). Dolayısıyla foodstagramming, yalnızca dijital bir fotoğraf paylaşımı değil, tüketici davranışlarını etkileyen, sosyal ilişkileri biçimlendiren ve gastronomi alanında yeni tüketim kültürleri üreten bir görsel iletişim pratiği olarak değerlendirilebilir.

Bu kuramsal tartışmalar ışığında Diyarbakır mutfağının Instagram'daki temsili, yerel kimlik performansları, kültürel hafızanın dijitalleşmesi, mekânsal atmosferlerin görsel olarak yeniden inşası, postmodern estetikleşme süreçleri ve dijital topluluk etkileşimleri ekseninde çok boyutlu bir fenomen olarak değerlendirilebilir. Bu temsiller bir yandan geleneksel gastronomik kimliğin dijitalde yeniden üretilmesini sağlarken, diğer yandan tüketim kültürünün estetik kodlarıyla harmanlanmış postmodern bir gastronomik kimlik ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla Diyarbakır mutfağı, Instagram'da hem geçmişin kültürel izlerini taşıyan hem de dijital çağın estetik pratikleriyle yeniden biçimlenen hibrit bir kültürel alan olarak görünür hale gelebilmektedir.

### **Yöntem**

Bu çalışma, Diyarbakır mutfağının Instagram'daki temsillerini anlamak amacıyla nitel bir netnografi tasarımıyla yürütülmüştür. Kozinets (2015) tarafından geliştirilen netnografi, çevrim içi toplulukların kültürel pratiklerini sistematik bir biçimde incelemeye olanak sağlayan etnografi temelli bir yöntemdir. Çalışmada Instagram platformunun seçilmesinin sebebi 2025 Temmuz ayında 2 milyarı aşkın kullanıcı sayısı ile dünya genelinde sosyal medya platformları arasında ilk 5'te yer almasıdır (Kara, 2024). Ayrıca Instagram'ın görsel yoğun yapısı,

kullanıcı üretilmiş içeriklerin çeşitliliği ve gastronomik kimliğin temsili açısından zengin bir veri alanı sunması (Çetinkaya, 2025) nedeniyle bu metodoloji tercih edilmiştir.

Araştırma gözlem, içerik incelemesi, kullanıcı etkileşimi analizi ve dijital alan notlarından oluşan dört aşamalı bir süreç çerçevesinde yürütülmüştür. İlk aşamada alan seçimi yapılmış ve örneklem amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu kapsamda, gastronomi, yerel yemek kültürü ve mekân tanıtımı kategorilerinde doğrulanmış görünürlüğe ve yüksek etkileşim düzeyine sahip Instagram hesapları tercih edilmiştir. Doğrulanmış görünürlük; dijital platformlarda Diyarbakır mutfağına ilişkin içerik üreten hesapların belirli ölçütler doğrultusunda seçilmesiyle tanımlanmaktadır. Bu kapsamda hesapların platform tarafından doğrulanmış rozetine sahip olması veya en az 10.000 takipçiye ulaşmış olması, içerik başına ortalama etkileşim oranının %2'nin üzerinde olması ve son altı ay içerisinde düzenli olarak gastronomi içerikleri paylaşması temel ölçütler olarak belirlenmiştir. İkinci aşamada sistematik çevrim içi gözlem gerçekleştirilmiş, üçüncü aşamada ise içerikler ile kullanıcı etkileşimleri dijital ortamda arşivlenmiştir. Son aşamada toplanan veriler kodlanmış ve içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Tüm süreç boyunca araştırmacı, pasif gözlemci konumunu koruyarak veri üretimini ya da kullanıcı davranışlarını etkileyebilecek herhangi bir müdahaleden kaçınmıştır. Netnografik alan, Instagram'da Diyarbakır mutfağına odaklanan sayfa ve kullanıcılar olarak tanımlanmış, örnekleme dahil edilen hesap türleri arasında yerel yemek mekânlarının resmi hesapları, Diyarbakır yemek kültürünü tanıtan influencer ve food blogger profilleri, kullanıcı üretilmiş gastronomi içerikleri, geleneksel yemek hazırlama videoları paylaşan sayfalar ile turizm ve şehir tanıtım hesapları yer almıştır.

Veri toplama 01.07.2025 - 01.09.2025 tarihleri arasında sistematik olarak yürütülmüştür. Araş-

tırmacı, Instagram üzerinde günlük gözlemler yapmış, dikkate alınan içerikler iki temel ölçüt üzerinden seçilmiştir. Bu ölçütler, Diyarbakır mutfak ögesi içermesi (Yemek adı, yemek yapım süreci, sofraya düzeni, malzeme kullanımı, mekân kimliği, tandır/fırın geleneği, sokak lezzetleri vb.). Görsel ve metinsel anlatı içermesi (Açıklama metinleri, etiketler, kullanıcı yorumları, konum bilgisi) olarak belirlenmiştir. İçerikler, içerik analizi yöntemi ve 4K Stogram veri madenciliği programı kullanılarak incelenmiştir.

Araştırmada kullanılan veri türleri iki ana kategori altında toplanmıştır. Bunlar görsel veriler ve metinsel verilerdir. Görsel veriler; yemek, mekân, sofraya düzeni ve üretim sürecine ilişkin fotoğrafların yanı sıra video ve reels kayıtlarını, ayrıca yapım aşamalarını gösteren kısa videoları kapsamaktadır. Bu veriler, araştırmacının kültürel pratikleri ve temsilleri görsel açıdan çözümlemesine olanak sağlamıştır. Metinsel veriler ise gönderi açıklamaları, kullanıcı yorumları, ilgili hashtag'ler (#diyarbakırmutfacı, #kaburgadolması vb.) ile mekân tanıtım metinlerinden oluşmaktadır. Bu içerikler, dijital etkileşim biçimlerinin, söylemlerin ve çevrim içi kültürel anlatıların incelenmesine katkı sunmuştur.

Bu araştırmada analiz birimi "gönderi" olarak belirlenmiştir. Gönderi kavramı; fotoğraf, video ve reels içeriklerini kapsayacak biçimde tanımlanmış olup her paylaşım tek bir analiz birimi olarak değerlendirilmiştir. Hikâye (story) içerikleri geçici yapısı nedeniyle analiz kapsamına dahil edilmemiştir. Instagram'da yer alan toplam 840 gönderi bu çerçevede incelenmiş, içerikler belirlenen tema ve alt temalar doğrultusunda sınıflandırılarak bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Diyarbakır mutfağına özgü gastronomik unsurları ortaya koymak amacıyla önce ana temalar literatürden yararlanılarak belirlenmiş (Çorman ve Duman, 2025; Uca vd., 2016), ardından fotoğraf analizleri sırasında ortaya çıkan yeni bulgular alt tema olarak eklenecek cetvel genişletilmiştir. Kodlama sürecinde

her madde kodlayıcılar tarafından "uygun/uygun değil" şeklinde işaretlenmiş, görüş ayrılığı bulunan noktalar üzerinde gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için kodlayıcılar arası benzerlik ve farklılıklar Cohen'in Kappa Katsayısı ile hesaplanmıştır. Kappa, iki değerlendiricinin kategorik veriler üzerindeki uyumunu ölçen bir istatistiksel göstergedir (Kılıç, 2015). Hesaplanan 0,68'lik değer, Landis ve Koch'un (1977) 0,61–0,80 aralığını "iyi uyum" kategorisinde değerlendirmesi nedeniyle, kodlayıcılar arasındaki uyumun yeterli ve çalışmanın güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışma, netnografik araştırmalar için önerilen etik ilkeler doğrultusunda yürütülmüştür. İncelenen hesapların tamamı halka açık olduğundan doğrudan izin alma gerekliliği bulunmamaktadır. Buna karşın kullanıcı adları, profil fotoğrafları ve diğer tanımlayıcı bilgiler anonimleştirilmiş, paylaşımlar yalnızca araştırma amacıyla değerlendirilmiştir. Verilerin saklanması sürecinde dijital güvenlik ilkelerine titizlikle uyulmuş ve araştırma boyunca hiçbir kullanıcıyla etkileşime girilmemiş, yorum yapılmamış veya yönlendirici bir iletişim kurulmamıştır. Bu yaklaşım, çalışmanın etik bütünlüğünün korunmasını ve çevrim içi topluluklara müdahalenin en aza indirilmesini sağlamıştır.

## Bulgular

Bulgular bölümünde, netnografik analiz sonucunda elde edilen veriler tematik bir çerçevede sınıflandırılarak sunulmaktadır. Analizin sistematik biçimde anlaşılması amacıyla, belirlenen temalar ve alt temalar öncelikle çizelgeler aracılığıyla özetlenmiştir. Bu sunum biçimi, verilerin karşılaştırmalı ve bütüncül şekilde değerlendirilmesini amaçlamaktadır.

Çizelge 1'deki veriler, toplam 840 içeriğin 7 tema altında dağıldığını göstermektedir. En yüksek pay %25,5 ile geleneksel yemek kimliği temasına (214) aittir. Bunu %17,6 ile modern

sunum ve estetikleşme (148), %14,5 ile dijital gastronomik anlatılar (122) ve %14,0 ile hafıza ve nostalji (118) takip etmektedir. Orta düzeyde bir yoğunlukla mekân temsilleri %12,4 (104 kod) oranında yer alırken, kimlik ve aidiyet %9,9 (83) ile daha düşük bir paya sahiptir. En düşük oran ise %6,1 ile tüketici deneyimi temasında (51) görülmektedir. Bu dağılımla 840 içerik (%100) tema bazında dağıtılmıştır. Temalar toplam 72 açık koddan oluşmaktadır.

Çizelge 1’de sunulan temalar, netnografik analiz sürecinde belirlenen kodların bir araya gelmesiyle oluşturulmuştur. “Geleneksel yemek kimliği teması” yöresel yemek isimleri, geleneksel pişirme teknikleri, yerel malzeme kullanımı, ev mutfağı vurgusu ve kuşaklararası aktarım gibi kodlardan oluşmaktadır. “Modern

sunum ve estetikleşme teması” tabak sunumu, görsel estetik, stilize çekimler, mekânsal düzenleme ve gastronomik görselleştirme kodlarını içermektedir. “Dijital gastronomik anlatılar teması” hikâye anlatımı, hashtag kullanımı, anlatı dili, etkileşim çağrıları ve dijital kimlik inşası gibi kodlarla şekillenmiştir. “Hafıza ve nostalji teması” geçmişe gönderme, çocukluk anıları, aile sofraları ve geleneksel ritüeller kodlarından oluşurken, “mekân temsilleri teması” ev, sokak, restoran, tarihi mekân ve yerel çevre vurgularını kapsamaktadır. “Kimlik ve aidiyet teması” yerel aidiyet söylemi, Diyarbakır’lılık vurgusu, kültürel sahiplenme ve biz duygusu kodlarını içermektedir. Son olarak “tüketici deneyimi teması” tat deneyimi, memnuniyet ifadeleri, öneriler ve kullanıcı geri bildirimleri kodları üzerinden yapılandırılmıştır.

### Çizelge 1

#### Tema bazlı kod frekansları

	Kod Sayısı	İçerik Frekansı (n)	Yoğunluk (%)
Geleneksel yemek kimliği	14	214	25.5
Modern Sunum ve Estetikleşme	12	148	17.6
Dijital gastronomik anlatılar	10	122	14.5
Hafıza ve nostalji	9	118	14.0
Mekân temsilleri	9	104	12.4
Kimlik ve aidiyet	9	83	9.9
Tüketici deneyimi	9	51	6.1
<b>Toplam</b>	<b>72</b>	<b>840</b>	<b>%100</b>

Çizelge 2’deki dağılımlar, her grubun gastronomik temaları farklı odaklarla ön plana çıkardığını göstermektedir. Restoran paylaşımlarında en yüksek oran %41 ile geleneksel yemek kimliği olup, restoranların kendilerini daha çok yerel ve otantik mutfak üzerinden konumlandığı görülmektedir, mekân temsilleri de %24 ile ikinci sıradadır. Blogger içeriklerinde %52 ile modern sunum ve estetikleşme açık ara öndedir. Bu grup özellikle görsellik, sunum ve trend odaklı gastronomik anlatıları tercih etmektedir.

Turizm içeriklerinde en baskın tema %39 ile mekân temsilleridir. Bu durum turizm odaklı anlatıların destinasyon sunumu ve mekânsal deneyimle ilişkilendiğini göstermektedir. Kullanıcı içeriklerinde ise duygusal ve deneyimsel temalar belirgindir. %67 ile tüketici deneyimi ve %61 ile hafıza ve nostalji kullanıcıların paylaşım motivasyonlarında baş rol oynamaktadır. Ayrıca %52 ile kimlik ve aidiyet teması da kişisel bağ kurma eğilimini göstermektedir. Genel olarak tablo, gastronomik anlamların profesyo-

nel aktörlerde daha temsil-odaklı, kullanıcı tarafında ise daha deneyimsel ve duygusal hale geldiğini ortaya koymaktadır.

## Çizelge 2

*Kod-hesap türü yoğunluk matrisi*

	Restoran (%)	Blogger (%)	Turizm (%)	Kullanıcı (%)
Geleneksel yemek kimliği	41	23	19	17
Modern sunum ve estetikleşme	11	52	21	16
Dijital gastronomik anlatılar	18	29	22	31
Hafıza ve nostalji	9	22	8	61
Mekân temsilleri	24	27	39	10
Kimlik ve aidiyet	13	21	14	52
Tüketici deneyimi	6	18	9	67

Çizelge 3'teki alt temalar, Diyarbakır mutfak kültürünün anlatılarda nasıl somutlaştığını gösteren örüntüler sunmaktadır. Kaburga dolması geleneğinde otantiklik, ata mirası ve tandır kokusu gibi kavramlar, ritüel hazırlık ve sunum töreni alt kodlarıyla birleşerek yemeğin kültürel bir miras ve tören niteliği taşıdığını ortaya koymaktadır. Ciğer kebabı kültürü sabah ciğeri, usta eli ve duman efektleriyle tanımlanırken, ustalık gösterisi ve sokak ortamı alt kodları bu yemeği hem ustalık hem de kentsel ritimle iliş-

kilendirmektedir. Meftune ve ev yemekleri alt temasında anne yemeği, ev sıcaklığı ve tencere geleneği ön plana çıkmakta, aile tarifi ve evde pişirme ritüeli alt kodları, bu yemeklerin daha çok duygusal ve ailevi bir bağ üzerinden anlam kazandığını göstermektedir. Tandır/fırın pratiklerinde ise ocak kültürü, kömür ateşi ve kadın emeği vurguları, ekmeğin çıkarılması ve çömlek kullanımı gibi alt kodlarla birleşerek üretim sürecinin emek, gelenek ve mekânsal pratikler üzerinden temsil edildiğini ortaya koymaktadır.

## Çizelge 3

*Geleneksel yemek kimliği temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt tema	Kodlar	Alt kodlar	Temsili içerik ifadeleri
Kaburga dolması geleneği	Otantiklik, ata mirası, tandır kokusu	Ritüel hazırlık, fırın öncesi bekleme, sunum töreni	Ata mirası kaburga dolması, tandır kokusu beni çocukluğuma götürdü.
Ciğer kebabı kültürü	Sabah ciğeri, usta eli, duman efekti	Ustalık gösterisi, hızlı servis, sokak dumanı	Sabah ciğerinin dumanı Diyarbakır'a özgüdür arkadaşlar.
Meftune ve ev yemekleri	Anne yemeği, ev sıcaklığı, tencere geleneği	Aile tarifi, evde pişirme ritüeli	Ana yemeği gibi kokan meftune.
Tandır/fırın pratikleri	Ocak kültürü, kömür ateşi, kadın emeği	Yakma hazırlığı, ekmeğin çıkarılması, çömlek kullanımı	Tandır başında kadın emeği.

Çizelge 4, gastronominin modern sunum ve estetikleşme boyutunda öne çıkan görsel ve stil odaklı alt temaları ortaya koymaktadır. Minimalist plating alt temasında beyaz tabak, sade porsiyon ve boşluk kullanımı gibi unsurlar, tek odaklı kadraj ile birleşerek yemeklerin modern, temiz ve çağdaş bir estetikte sunulduğunu göstermektedir. Renk/ışık stilizasyonu temasında flat-lay çekimler, renk doygunluğu ve soğuk ton tercihleri öne çıkmakta, dijital filtreler ve gölge kontrolü gibi alt kodlar bu içeriğin yoğun

biçimde dijital estetik tarafından şekillendiğini göstermektedir. Food styling alt temasında gastro-modern, kadraj düzeni ve renk kontrastı gibi kodlar, üstten çekim veya yan ışık kullanımının eşlik ettiği profesyonelleşmiş bir görsel gastronomi anlayışını işaret etmektedir. Son olarak Yeni-Diyarbakır Mutfağı alt temasında füzyon dokunuşlar, modernize tarifler ve batı stili plating öne çıkmakta, yerel lezzetlerin modern gastronomik tekniklerle yeniden yorumlandığını gösteren içerikler dikkat çekmektedir.

#### Çizelge 4

*Modern sunum ve estetikleşme temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt Tema	Kodlar	Alt Kodlar	Temsili İçerik İfadeleri
Minimalist plating	Beyaz tabak, minimal porsiyon	Tek odaklı kadraj, boşluk kullanımı	Modernize edilmiş kaburga sunumu.
Renk/ışık stilizasyonu	Flat-lay, renk doygunluğu, soğuk ton	Gölge kontrolü, dijital filtre, ışık hüzmesi	Flat-lay ile çekilmiş serpme kahvaltı.
Food styling	Gastro-kompozisyon, kadraj düzeni	Üstten çekim, yan ışık, renk kontrastı	Gastro-modern bir ciğer yorumu.
Yeni-Diyarbakır mutfağı	Füzyon dokunuş, modernize yorum	Yenilikçi tarif, batı stili plating, lokal-füzyon	Meftune artık modern sunumla karşımızda.

Çizelge 5, dijital gastronomik anlatıların üç temel alt tema etrafında nasıl biçimlendiğini göstermektedir. Hikâye anlatımı alt temasında anı paylaşımı, çocukluk tadı ve kuşaklar arası aktarımı çağrıştıran ifadeler öne çıkmakta, kişisel anlatı, duygusal geri çağırma ve nostaljik fotoğraf gibi alt kodlar, kullanıcıların yemek deneyimini bireysel hafıza üzerinden kurduğunu göstermektedir. Konum ve mekân söylemi

temasında Suriçi, Hevsel ve tarihi sokaklar gibi güçlü mekânsal referanslar yer almakta, yerinde deneyim ve yöresel rota alt kodları, gastronominin mekânla bütünleşen bir deneyim olarak sunulduğunu göstermektedir. Hashtag kültürü alt temasında ise #diyarbakırmutfagi, #kaburgadolması gibi etiketler aracılığıyla içeriklerin görünürlük, algoritmik yayılım ve topluluk oluşturma amaçlı paylaşıldığı görülmektedir.

#### Çizelge 5

*Dijital gastronomik anlatılar temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt tema	Kodlar	Alt kodlar	Temsili içerik ifadeleri
Hikâye anlatımı	Anı paylaşımı, çocukluk tadı, Ninem böyle yapardı	Kişisel anlatı, duygusal geri çağırma, nostaljik fotoğraf	Ninemde böyle yapardı, tam olarak aynı tat.
Konum ve mekân söylemi	Suriçi, hevsel, Tarihi sokak	Yerinde deneyim, yöresel rota, mekânsal vurgu	Suriçi'nde sabah ciğeri keyfi.
Hashtag kültürü	#Diyarbakırmutfagi, #Kaburgadolması, #Ciğer	Algoritma odaklı etiket, topluluk etiketi	#diyarbakırmutfagi ile keşfedin!

Çizelge 6'da alt temalar, hafıza ve nostalji ekseninde şekillenen anlatıların hangi unsurlarla kurulduğunu göstermektedir. Aile hafızası alt temasında anneanne, eski ev ve avlu gibi kodlar, çocukluk anısı, aile sofrası ve evde pişirme geleneği ile birleşerek yemeklerin kuşaklar arası hatıralarla ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Tarihsellik temasında kadim şehir, bin yıllık tat ve eski usul gibi ifadeler, tarihi anlatı ve kültürel süreklilik alt kodlarıyla desteklene-

rek gastronominin geçmişle bağ kuran kültürel bir süreklilik alanı olarak temsil edildiğini göstermektedir. Duygusal söylemler ise nostalji, özlem ve memlekete dönüş gibi kodlarla, duygusal yük ve zaman yolculuğu alt kodları üzerinden yemeğin güçlü bir duygusal geri çağırma unsuru olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Genel olarak tablo, gastronomik içeriklerin hafıza, geçmiş ve duygusal bağlam üzerinden anlam kazandığını göstermektedir.

### Çizelge 6

*Hafıza ve nostalji temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt tema	Kodlar	Alt kodlar	Temsili içerik ifadeleri
Aile hafızası	Anneanne, eski ev, avlu	Çocukluk anısı, aile sofrası, evde pişirme geleneği	Anneannemin avlusunda yemek.
Tarihsellik	Kadim şehir, bin yıllık tat, eski usul	Tarihi anlatı, kültürel süreklilik	Bin yıllık yaşayan tatlar.
Duygusal söylemler	Nostalji, özlem, memlekete dönüş	Duygusal yük, zaman yolculuğu	Memlekete dönüşün tadı başka.

Çizelge 7'deki alt temalar, mekân temsillerinin gastronomik içeriklerde nasıl görselleştirildiğini ve hangi unsurlarla karakterize edildiğini ortaya koymaktadır. Sokak lezzetleri alt temasında tezgâh, usta hareketi ve duman yükselişi gibi kodlar, sokak atmosferi, ayaküstü yemek ve hareketli çekim alt kodlarıyla birleşerek dinamik, canlı ve doğrudan deneyimlenen bir gastronomi sahnesi sunmaktadır. Taş fırın atmosferi temasında fırın içi, kızaran hamur ve fırın ustası gibi

unsurlar, fırın ritmi, kolektif üretim ve ekmek çıkışı alt kodlarıyla desteklenerek geleneksel üretim mekânlarının ritüel benzeri yapısını görünür kılmaktadır. Kahvaltı kültürü alt temasında serpm bolluk, han dokusu ve zengin masa gibi kodlar, mekânsal ambiyans, zengin sunum ve turistik kahvaltı alt kodlarıyla birleşerek mekân merkezli, gösterişli ve deneyim odaklı bir sabah kültürünün temsil edildiğini göstermektedir.

### Çizelge 7

*Mekan temsilleri temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt tema	Kodlar	Alt kodlar	Temsili içerik ifadeleri
Sokak lezzetleri	Tezgâh, usta hareketi, duman yükselişi	Sokak atmosferi, ayaküstü yemek, hareketli çekim	Ustanın elinden taze ciğer.
Taş fırın atmosferi	Fırın içi, kızaran hamur, fırın ustası	Fırın ritmi, kolektif üretim, ekmek çıkışı	Taş fırından ekmek.
Kahvaltı kültürü	Serpme kahvaltı, han dokusu, zengin masa	Zengin sunum, mekânsal ambiyans, turistik kahvaltı	Hasanpaşa dokusunda serpm kahvaltı deneyimi.

Çizelge 8'deki alt temalar, yemek paylaşımlarında kimlik ve aidiyetin nasıl kurulduğunu göstermektedir. Yerel kimlik söylemi alt temasında bizim yemek, yerli kültür ve Diyarbakır ruhu gibi kodlar, yerlilik vurgusu ve kültürel sahiplenme alt kodlarıyla birleşerek yemeklerin güçlü bir topluluk aidiyeti aracı olarak sunulduğunu göstermektedir. Kültürel performans temasında geleneği yaşatma, kültür aktarımı

ve gösterim gibi ifadeler, sosyal performans ve görsel temsil alt kodlarıyla desteklenerek gastronominin bir kültürel gösteri ve temsil biçimi haline geldiğini ortaya koymaktadır. Toplumsal bellek alt temasında hatırlama ve kültürel devamlılık kodları, ortak hafıza ve yeniden üretim alt kodlarıyla birleşerek yemeklerin kolektif hafızayı yeniden üreten sembolik unsurlar olarak konumlandığını göstermektedir.

### Çizelge 8

*Kimlik ve aidiyet temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt Tema	Kodlar	Alt Kodlar	Temsili İçerik İfadeleri
Yerel kimlik söylemi	Bizim yemek, yerli kültür, Diyarbakır ruhu	Yerlilik vurgusu, kültürel sahiplenme	Bizim kültürümüzün yemeği.
Kültürel performans	Geleneği yaşatma, kültür aktarımı, gösterim	Sosyal performans, görsel temsil	Geleneğimizi yaşıyoruz.
Toplumsal bellek	Hatırlama, kültürel devamlılık	Ortak hafıza, yeniden üretim	Toplumsal hafızanın tadı.

Çizelge 9'da alt temalar, tüketici deneyiminin dijital ortamda nasıl görünür hale geldiğini ve kullanıcıların gastronomi içerikleriyle nasıl etkileşim kurduğunu göstermektedir. Etkileşim ritüelleri alt temasında beğeni artışı, kaydetme ve viral içerik gibi kodlar, algoritma etkileşimi ve trendleşme alt kodlarıyla birleşerek yemek paylaşımlarının sosyal medya dinamikleri üzerinden değer kazandığını ortaya koymaktadır. Yorum deneyimleri temasında mutlaka

deneyin, tavsiye, yol üstü uğranır gibi ifadeler, kullanıcı önerisi ve hakiki deneyim paylaşımı alt kodlarıyla desteklenerek içeriklerin bir tür dijital ağızdan ağıza iletişim işlevi gördüğünü göstermektedir. Paylaşım kültürü alt temasında arkadaş etiketleme, story atma ve grup önerisi gibi davranışlar, topluluk paylaşımı ve sosyal ilişki kurma alt kodlarıyla birleşerek gastronomik deneyimin kolektif bir sosyal etkinlik olarak kurgulandığını ortaya koymaktadır.

### Çizelge 9

*Tüketici deneyimi temasına ait alt tema kod-alt kod matrisi*

Alt tema	Kodlar	Alt kodlar	Temsili içerik ifadeleri
Etkileşim ritüelleri	Beğeni artışı, kaydetme, viral içerik	Algoritma etkileşimi, trendleşme	1m izlenmeye ulaştık!
Yorum deneyimleri	Mutlaka deneyin, tavsiye, yol üstü uğranır	Kullanıcı önerisi, hakiki deneyim paylaşımı	Kesin uğrayın, pişman olmazsınız.
Paylaşım kültürü	Arkadaş etiketleme, story atma, grup önerisi	Topluluk paylaşımı, sosyal ilişki kurma	Arkadaşını etiketle, beraber gidelim!

## Tartışma

Diyarbakır mutfağının Instagram'daki temsiline yönelik bu çalışma, yerel gastronomik kültürün dijital ortamda hem korunarak hem de yeniden anlamlandırılarak dolaşıma girdiğini ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, yemeğin yalnızca bir tüketim nesnesi değil, kimlik, hafıza, mekân ve toplumsal ilişkilerin dijital düzlemde ifade edildiği güçlü bir kültürel sembol olduğunu doğrulamaktadır. Sosyal medyanın, özellikle de Instagram'ın görsel odaklı yapısı, Diyarbakır'ın köklü mutfak kültürünü yalnızca görünür kılmakla kalmamakta, aynı zamanda estetikleşmiş bir gastronomik kimlik üretme alanı olarak işlev görmektedir. Bu durum, Manovich'in (2017) Instagram'ı çağdaş görsel kültürün estetik çerçevesi olarak tanımlayan yaklaşımıyla örtüşmektedir.

Çalışmanın bulguları, Diyarbakır mutfağının Instagram'da en belirgin biçimde geleneksel kimlik, nostalji ve kültürel hafıza üzerinden temsil edildiğini göstermektedir. Kaburga dolması, ciğer kebabı, tandır ekmeği ve meftune gibi yemeklerin "ata mirası", "otantik", "anne yemeği", "eski usul" gibi söylemlerle sunulması, Assmann'ın (2011) kültürel bellek kavramının dijital gastronomi alanında nasıl karşılık bulunduğunu göstermektedir. Bu durum, yemeğin bir hafıza nesnesi olarak işlev gördüğünü ve dijital ortamın geçmişi yeniden çağırarak için bir arşiv mekânı oluşturduğunu düşündürmektedir. Öte yandan, bu tür imgelerin en çok kullanıcı üretimli içeriklerde yoğunlaşması, bireysel hafıza anlatılarının geniş bir dijital toplulukla paylaşılarak kolektif bir anlam kazandığını göstermektedir.

Dijital platformlarda paylaşılan Diyarbakır yemeklerinin modern estetik kodlarla yeniden düzenlenmesi ise gastronomik kültürün dönüşümüne işaret etmektedir. Minimalist plating, flat-lay çekimler, renk doygunluğu, ışık manipülasyonu ve food styling gibi pratikler, Featherstone'un (1991) postmodern tüketim estetiği

yaklaşımıyla uyumlu bir biçimde, yemeği görsel bir haz nesnesine dönüştürmektedir. Bulgular, restoranların ve yemek bloggerlarının bu estetikleşme sürecine daha fazla dahil olduğunu göstermekte, böylece geleneksel mutfak modern sunum teknikleriyle yeniden çerçevelenerek yeni bir "dijital gastronomik kimlik" yaratılmaktadır. Bu durum, geleneksel ile modern arasındaki sınırın sosyal medya sayesinde geçiren hâle geldiğine işaret etmektedir.

Yerel kimlik ve kültürel temsil bağlamında elde edilen veriler, Diyarbakır mutfağının Instagram'da güçlü bir aidiyet sembolü olarak yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu bağlamda yemek, Barth'ın (1998) kimlik sınırlarının günlük pratiklerle kurulduğu yönündeki görüşünü destekler biçimde, dijital ortamda kimlik performanslarının önemli bir aracı hâline gelmektedir. Diyarbakır'lılık vurgusu taşıyan paylaşımlar, kültürel sembollerin tekrar yoluyla pekiştirildiğini savunan Butler'ın (1990) kavramsallaştırmasıyla da uyumludur. Yemeklerin sürekli olarak belirli görsel ve söylemsel biçimlerle paylaşılması, yerel kimliğin dijital ortamda tekrar tekrar üretilmesine ve görünür hâle gelmesine katkı sağlamaktadır.

Diyarbakır mutfağının Instagram'da mekân üzerinden temsil edilme biçimi de çalışmanın önemli bulgularından biridir. Suriçi, hanlar, sokak tezgâhları, taş fırınlar ve kahvaltı mekânlarının görsellerde öne çıkması, Lefebvre'in (1991) mekânın toplumsal olarak üretildiğine dair kavramsallaştırmasını dijital gastronomi bağlamında doğrulamaktadır. Burada yemek yalnızca bir tat değil, mekânla bütünleşmiş bir deneyim olarak temsil edilmekte, böylece gastronomi ile şehir kimliği arasında dijital bir bağ kurulmaktadır. Turizm hesaplarının özellikle bu mekânsal temsilleri yoğun biçimde kullanması, gastronomik mekânların şehir markalaşmasında ne kadar önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Tüketici deneyimlerinin Instagram'daki etkileşim ritüelleri üzerinden şekillendiği görülmektedir. Beğeni, kaydetme, story paylaşımı, arkadaş etiketleme gibi pratiklerin yemek içeriklerinin görünürlüğünü artırdığı, böylece gastronomik kültürün dijital dolaşımını hızlandırdığı bulunmuştur. Bu durum, Kozinets'in (2015) netnografi çerçevesinde tanımladığı dijital topluluk oluşumu ve kültürel katılım dinamikleriyle uyumludur. Kullanıcılar yemek imgeleriyle yalnızca içerik tüketmemekte, aynı zamanda dijital bir topluluk içinde kültürel üretime de katkıda bulunmaktadır. Böylece Diyarbakır mutfağı sadece pasif biçimde görüntülenmez, etkileşimler yoluyla yeniden anlamlandırılır ve sosyal bir sermayeye dönüşebilir.

Bütün bulgular bir arada ele alındığında Diyarbakır mutfağının Instagram'da hem kültürel bir miras hem de dijital bir performans alanı olarak temsil edildiği görülmektedir. Geleneksel yemek kimliği ve nostalji söylemleri kültürel sürekliliğe işaret ederken, modern estetik pratikler mutfağın dijital çağın görsel kodlarına uyum sağladığını göstermektedir. Mekân temsilleri gastronomiyi coğrafi kimliklerle ilişkilendirirken, kullanıcı etkileşimleri gastronomik içeriği sosyal bir dolaşım nesnesi hâline getirmektedir. Bu çok katmanlı yapı, Diyarbakır mutfağının dijital ortamda hem korunarak hem dönüştürülerek yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır.

### **Sonuç**

Elde edilen bulgular, yerel mutfak kültürlerinin dijital platformlarda yalnızca aktarılmadığını, aynı zamanda yeni estetik, kültürel ve sosyal bağlamlar içinde yeniden kurulduğunu göstermektedir. Diyarbakır mutfağı örneği üzerinden yapılan değerlendirmeler, sosyal medyanın gastronomik kültürlerin görünürlüğünü artıran, kimlik performanslarını destekleyen, hafızayı görselleştiren ve kolektif dijital anlatılara zemin hazırlayan bir alan olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Instagram, Diyarbakır'ın gastronomik kimliğini hem geçmişin

izleriyle hem de dijital çağın estetik pratikleriyle harmanlayan önemli bir kültürel sahneye dönüşmektedir. Bu araştırma bazı sınırlılıklar içermektedir. Çalışma, Diyarbakır mutfağının temsillerini yalnızca Instagram platformu üzerinden incelemesi nedeniyle diğer sosyal medya mecralarındaki gastronomik anlatıları kapsamamaktadır. Analiz, belirli bir zaman aralığında paylaşılan içeriklerle sınırlı olup, dijital temsillerin zamansal dönüşümünü bütünüyle yansıtmayı amaçlamamaktadır. Ayrıca netnografik yaklaşım gereği yorumlar ve etkileşimler nitel olarak ele alınmış, kullanıcıların niyet ve motivasyonlarına doğrudan ulaşılmamıştır.

Bu çalışma, Diyarbakır mutfağını yerel kimlik, hafıza ve gastronomik anlatılar bağlamında ele alarak dijital gastronomi literatürüne teorik katkı sunmaktadır. Araştırma, mutfak kültürünün dijital ortamlarda yalnızca görsel bir sunum nesnesi olarak değil, yerel kimliğin ve kültürel belleğin dramaturjik biçimde yeniden kurgulandığı bir anlatı alanı olarak işlediğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, gastronomik anlatıların sosyal medya üzerinden nasıl anlam üretildiğini netnografik bir çerçevede açıklayarak yerel mutfak çalışmalarına kavramsal bir derinlik kazandırmaktadır. Pratik açıdan ise araştırma, Diyarbakır mutfağının Instagram'daki temsillerinin kültürel hafızanın dijital aktarımı ve yerel kimliğin görünür kılınmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, gastronomi turizmi, kültürel miras yönetimi ve dijital içerik üretimi alanlarında faaliyet gösteren aktörler için sosyal medyanın stratejik bir kültürel anlatı alanı olarak değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu bağlamda çalışma, yerel mutfağın dijital temsillerinde estetik sunumun ötesinde kültürel bağlam ve anlatı bütünlüğünün önemini vurgulamaktadır. Gelecek çalışmalar, Diyarbakır mutfağının dijital temsillerini farklı sosyal medya platformlarıyla karşılaştırmalı olarak inceleyerek gastronomik anlatıların platformlara göre nasıl dönüştüğünü ortaya koyabilir. Ayrıca nicel yöntemlerle des-

teklenecek analizler, kullanıcı etkileşimleri ve dijital hafıza inşası arasındaki ilişkilerin daha kapsamlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayabilir.

### Kaynakça

**Abidin, C. (2016).** Visibility labour: engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*. 161 (1), 86–100.

**Akyürek, S., Özdemir, Ö., Kutukız, D. (2022).** Yemek sosyolojisi kapsamında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi: Türkiye örneği. Ç. Özer, T. Dalgın, Z. Bingöl (Ed.), *IV. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi bildiri kitabı* içinde. (s. 24–34). [https://utkm.kongresi.org/Belgeler/29/29/4\\_%20UTKM%20Bildiri%20Kitap%202022x\(1\).pdf](https://utkm.kongresi.org/Belgeler/29/29/4_%20UTKM%20Bildiri%20Kitap%202022x(1).pdf)

**Arslantaş, E., İnce Karaçeper, E. (2023).** Eski mezopotamya mutfak kültürünün günümüz Diyarbakır mutfağı üzerine etkileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2), 1163–1174.

**Assmann, J. (2011).** *Cultural memory and early civilization. writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.

**Barth, F. (1998).** *Ethnic groups and boundaries: The social organization of culture difference*. Waveland Press.

**Bourdieu, P. (1984).** *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.

**Boyd, D. (2014).** *It's complicated: the social lives of networked teens*. Yale University Press

**Budak, E. (2021).** *Gaziantep iline özgü gastronomi kültürünün pazarlanmasında Instagram'ın rolü* (Tez no. 385861) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi

**Butler, J. (1990).** *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.

**Can, M., Avcu, İ. (2023).** Foodstagrammerların restoran tercihleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(4), 2505–2515.

**Chen, Y. V., Wong, I. A., Leong, A. M. W., Huang, G. I. (2024).** Having fun in micro-celebrity restaurants: The role of social interaction, foodstagramming, and sharing satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 120, 103768. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103768>

**Counihan C.M., Van Esterik P. (1997).** *Food and culture: a reader*. Routledge.

**Çaycı, A. E. (2019).** *Küreselleşen yemek kültürünün dönüşümünde sosyal medyanın rolü: instagram gurmeleri* (Tez no. 543231). [Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

**Çetinkaya, T. (2025).** Instagram'da vegan gastronomi:# veganfood etiketi ile gastronomik kimliklerin yansıtılması. *Journal of New Tourism Trends*, 6(1), 19–30.

**Çorman, G., Duman, H. (2025).** Go Batman'ı keşfet: turizm tanıtımında Instagram'ın dokuşu. *Turizm Akademik Dergisi*, 12(1), 17–34.

**Dirks, R., Hunter, G. (2013).** The anthropology of food. K. Albala, (Ed.), *Routledge international handbook of food studies* içinde (s. 3-13). Routledge.

**Fathy, E. A., Salem, I. E., Zidan, H. A. K. Y., Abdien, M. K. (2025).** From plate to post: how foodstagramming enriches tourist satisfaction and creates memorable experiences in culinary tourism. *Current Issues in Tourism*, 28(20), 3373–3392.

**Featherstone, M. (1991).** *Consumer culture and postmodernism*. Sage Publications.

**Fox, A.K., Bacile, T.J., Nakhata, C., Weible, A., (2018).** Selfie-marketing: exploring narcissism and self-concept in visual user-generated content on social media, *Journal of Consumer Marketing*, 35(1), 11–21.

- Goffman, E. (2023).** *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Gürhan, N., Haznedaroğlu, R., Demir, A. E. (2022).** Kent ve yemek kültürü. M.F. Duman, (Ed.). *Kentsel prizma ve toplumsal spektrum* içinde (s. 357-383). Nobel Bilimsel Yayınları.
- Hall, S. (2015).** Cultural identity and diaspora. J. Rutherford (Ed.), *Colonial discourse and post-colonial theory* içinde (s. 392-403). Routledge.
- Hoskins, A. (2018).** *Digital memory studies: media pasts in transition*. Routledge.
- Johnston, J., Baumann, S. (2014).** *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape*. Routledge.
- Kara, O. (2024).** *We are social dijital 2024 global raporu yayınlandı!*. <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2024-global-raporu-yayinlandi>
- Karahan, S., Nergiz, H. G. (2021).** P2P turizm faaliyetlerinde etik değerler: Airbnb örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 305–325.
- Kılıç, S. (2015).** Kappa testi. *Journal of Mood Disorders*, 5(3), 142–144.
- Kozinets, R. V. (1998).** On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberspace. *ACR North American Advances*, 25(1), 366–371.
- Kozinets, R. V. (2015).** *Netnography: redefined*. Sage.
- Landis, J. R., Koch, G. G. (1977).** The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1) 159–174.
- Leaver, T., Highfield, T., Abidin, C. (2020).** *Instagram: Visual social media cultures*. Polity Press.
- Lefebvre, H. (1991).** *The production of space*. Blackwell.
- Lévi-Strauss, C. (2012).** The culinary triangle. C. Counihan., P. Esterik (Ed.), *Food and culture* içinde (s. 54–61). Routledge.
- Lin, B., Fu, X., Murphy, K. (2024).** Investigating the foodstagramming mechanism: A customer-dominant logic perspective of customer engagement. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 371–380.
- Lo, I. S., McKercher, B. (2015).** Ideal image in process: Online tourist photography and impression management, *Annals of Tourism Research*, 52, 104–116.
- Macit, N., Kıran, Ö. (2024).** Yemek ve toplum: kültür, kimlik ve eşitsizlikler. *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 3(2), 97–106.
- Manovich, L. (2017).** *Instagram and contemporary image*. University of Chicago Press.
- Marwick, A. E. (2015).** Instafame: luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- Papacharissi, Z. (2014).** *Affective publics: sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Peng, Y. (2019).** Sharing food photographs on social media: Performative Xiaozhi lifestyle in young, middle-class chinese urbanites' wechat 'moments'. *Social Identities*, 25(2), 269–287.
- Poulain, J. P. (2017).** *The sociology of food: eating and the place of food in society*. Bloomsbury Publishing.
- Solmaz, F. (2022).** *Gastronomi turizmi kapsamında Diyarbakır'ı ziyaret eden turistlerin yerel yemek deneyimlerinin memnuniyete etkisi* (Tez no. 486127) [Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Süzer, Ö. (2025).** Bolu'daki restoran işletmelerinin dijital izleri: Tripadvisor yorumlarının netnografik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 2497–2509.

**Tavakoli, R., Ling, T. A. (2022).** A Netnographic study on the perceptions of consuming virtual food. *Asia-pacific Journal of Innovation in Hospitality & Tourism*, 11(3), 97-116.

**Uzun, M., Karahan, S. (2024).** Çevrim içi gastronomi deneyimlerinin turizme yönelik etkileri. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (13), 43–53.

**Ülker Demirel, E. (2020).** Yabancı turistlerin unutulmaz turizm deneyimleri üzerine netnografik bir araştırma: Gelibolu yarımadası örneği. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 9(1), 67–90. <https://izlik.org/JA89YJ64NJ>

**Wang, H.-Y. (2011).** Exploring the factors of gastronomy blogs influencing readers' intention to taste. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3)503–514.