

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

KOKULAR KİTABI - IV

LEZZETLER

3. BASKI



VEDAT OZAN



Ücretsiz PDF Kitap Arsivi - <https://rantey.org>

WINNER

GOURMAND

WORLD CHAMPION 2013

VEDAT OZAN

1959 İstanbul doğumlu. Kadıköy Maarif Koleji ve Boğaziçi Üniversitesi mezunu olan Vedat Ozan, Açık Radyo'da 150 küsur hafta boyunca süren “Koku” programının yapımcısı ve sunucusudur. İFSAK'ta fotoğraf üzerine aldığı eğitimlerin ardından proje koordinatörlüğü ve fotoğraf eğitmenliği yaptı. Bunun yanısıra *İFSAK* dergisi yayın kurulunda da yer aldı. Profesyonel bağımsız parfümörlüğünün yanısıra duyular (ve özellikle koku duyusu) konusunda çalışmalar yapan, yurtiçi ve yurtdışında muhtelif akademik ve/ya popüler dergide koku algısı üzerine makaleleri yayımlanan, “koku” ve “lezzet algısı içinde koku” kavramları üzerine uzmanlığıyla bilinen Ozan, halen parfümörlük yapmanın yanısıra koku algısının işlendiği Uygulamalı Koku Atölyeleri yürütmekte, kurumlara yönelik koku eğitim danışmanlığı yapmakta ve İ. Bilgi Üniversitesi Kültürel İncelemeler YL Programı'nda “Koku ve Duyuların Kültürel Tarihi” dersini vermektedir.

Kitapları:

Kokular Kitabı, Everest, 2014.

Kokular Kitabı - II Parfümler, Everest, 2015.

Kokular Kitabı - III Kültürler, Everest, 2016.

KOKULAR KİTABI - IV

LEZZETLER



VEDAT OZAN



Yayın No 1859

İnceleme 81

Kokular Kitabı IV - Lezzetler

Vedat Ozan

Editör: Mesut Varlık

Kapak görseli: Rönesans döneminin ünlü şefi Bartolomeo Scappi'nin *Opera dell'Arte del Cucinare* kitabından bir çizim.

Kapak tasarımı: Emir Tali

Sayfa tasarımı: M. Aslıhan Özçelik

© 2019, Vedat Ozan

© 2019, bu kitabın tüm yayın hakları

Everest Yayınları'na aittir.

1. Basım: Haziran 2019

2. Basım: Temmuz 2019

3. Basım: Temmuz 2020

ISBN: 978 - 605 - 185 - 403 - 8

Sertifika No: 43949

Baskı ve Cilt: Melisa Matbaacılık

Matbaa Sertifika No: 12088

Çifttehavuzlar Yolu Acar Sanayi Sitesi No: 8

Bayrampaşa/İstanbul

Tel: (0212) 674 97 23 Faks: (0212) 674 97 29

EVERESTYAYINLARI

Alemdar Mahallesi Ticarethane Sokak No: 15 34110

Fatih-İstanbul

Tel: (212) 513 34 20-21 Faks: (212) 512 33 76

e-posta: info@everestyayinlari.com

www.everestyayinlari.com

www.twitter.com/everestkitap

facebook.com/everestyayinlari

Everest, Alfa Yayınları'nın tescilli markasıdır.

İçindekiler

Teşekkürler	7
Önsöz Mektubu	13
Örl mü, Örli mi?	27
Bazı Yapısal Değişiklikler	45
Camellia Sinensis	65
Karalar Bağladım.....	89
Kısa Bir Giriş veya Uzun Bir Hatırlatma.....	113
İşlerin Tadı Kaçmaya Başlıyor	125
Şemsiyenin Altı Çember Çember	141
Mendilimin Ucuna Sakız Bağladım	155
Dadından Yinmez Vallahi!	175
Ave Kokumi! Ave Oleogustus!.....	193
“Gel Bana Çukulata Sevgilim, Ben Seni Sevdikçe Severim” ...	207
Bu Kadar Katı Olmaya Gerek Var mıydı Canım?.....	233
Yağından da Biraz Rica Edeceğim Lütfen	259
Kırk Yıl Hatır Boşa Değil	271
Bu Akşam Yemeği Roma’da mı Yesek?.....	307
Vanilya Bahane, Bütün ve Parçaları Şahane	325
Nerelerden Nerelere	349
Prensip Meselesi Efendim.....	375
Menekşe Gözlüm	391
Bir Yol Hikâyesi	403
Dalga Geçme; Mikrosu Var, Makrosu Var	427
“O Bez, Bu Bez” Derken	449

Lezzette “Soyut” Bir Koku Profili	461
Yeraltı Zenginliklerimiz.....	481
Koe-Chiap.....	493
İki Şef: Carême ve Escoffier.....	515
Şefin Nasıl Koku ya da Tat Aldığı Önemli mi?	541
Portakalı Soydum, Başucuma Koydum.....	551
Beş Usta	565
Aromatik Bir Muamma	583
Sınır Tanımayan Malzemeler	597
Kokulu Maddeler Ticaretinden Bir Dev Doğuyor	609
Goededaaaag! V.O.C. Geliyooooor!	631
Okuma Listesi.....	659
Dizin	689

Teşekkürler

Tabii ki teşekkürlere önce en yakınımdaykilerle, ailemle başlıyorum. En yakın çevre, en büyük destek. Oğlum Burak, başka bir ülkede olmasına rağmen ona gerek e-posta gerekse anlık iletişim uygulamaları üzerinden kontrol etmesi için gönderdiğim metinleri vakit geçirmeden okudu; düzeltme gerekiyorsa yaptı. Hatta bazen ona biçtiğim “bilim danışmanı Ozan kişisi” kimliğinin dışına çıkarak sayısal alandan sözel alana zıpladı; bazı yerlerde metnin daha iyi anlaşılması için cümle yapısı önermelerinde bulunarak müdâhil dahi oldu. Eşim Sibel, özellikle son altı aylık dönemde pek çok geceyi evde değil atölyemde sabahlayarak geçirmeme, akşam yemeğini tek başına yemek zorunda kalmasına rağmen, Allah için, hiç ses çıkarmadı. Bilakis, kendi işinden yorgun argın gelmesine rağmen atölyede kuru gıdalara kalmayayım diye kaplara yemekler hazırladı, muntazaman yanıma verdi. Akşam yemeği deyip geçmeyin, bizim evde çok önemli bir sosyal olaydır. Uzatmayayım; Burak’a da Sibel’e de her türlü destekleri için çok teşekkür ediyorum.

Bazı akademisyen ve yazarlar var ve ilk kitabımdan beri isimlerini teşekkür sayfasında zikrediyorum. Sonuçta bu kitap da bir duyu üzerine oturan farklı bir alana dair türev sayılabilir. Dolayısıyla işin alfabesini bilmeden kelimeler kurmak imkânsız. Bu nedenle direkt bu ciltle ilgili olmasa da temellerin inşası,

yani “kaba inşaat” evresinde yazdıklarından çokça faydalandığım Rachel Herz, Avery Gilbert, Trygg Engen, Alan Hirsch’e; editörlüğünü yaptıkları derlemelerle zengin bilgi aktarımını mümkün kılan Jim Drobnick, Constance Classen, David Howes, Anthony Synnot’a; ayrıca temel koku algısı dışında lezzetler başlığı altında faydalandığım Barb Stuckey, Paul Freedman, Charles Spence, Herve This, Carolyn Purnell, Eric Schlosser’a ve editörlüğünü yaptığı derleme ile Carolyn Korsmeyer’e müteşekkirim. Bu insanların bazıları ile tanıştım, bir kısmı ile hiç karşılaşmadım, birkaçı ise göçtü gitti bu dünyadan. Bu, elbette müteşekkiri olma halimi ortadan kaldırmıyor. Hatta belki de bu nedenle işin çok başlarında duyular üzerinden dünyayı farklı bir açıdan okumanın mümkün olabileceğine işaret etmesi, bunun da beni “gaza getirmesi” nedeniyle müteveffa Karl Marx Bey’e de teşekkür etmeliyim.

Bu kitap fikri, diğer üç kitap gibi aslında daha önce Açık Radyo’da gerçekleştirdiğim radyo programlarının iskeletleri üzerine inşa edilmişti. Sesten yazıya doğru genişleyerek gelişen bu dönüşüm sürecini tetikleyen, beni heveslendiren ve teşvik eden çok kişi oldu; ilk kitapta bunlardan bahsettim, hepsine müteşekkirim. Bu tetikleyicilerden, daha doğrusu sırt iticilerinden birisi, bütün bu süreç boyunca sadece itmek için arkamda değil, destek olmak için yanımda da yer aldı, editörlüğümü yaptı. Satır aralarında pek çok kez “laf geçirdiğim”, huzurunuzda tatlı tatlı kavgaya ettiğimiz Mesut Varlık’a hem desteği, hem de ara ara latifeye karışık kendisini size şikâyet etmeme gösterdiği hoşgörü için çok teşekkür ediyorum.

Bu işler hop! diye olmuyor. Kafanda bir metin kuruyorsun, kâğıda döküyorsun ama esas beslenilen, metni organikleştirerek esnemesine, can bulmasına imkân veren o metnin kamuya açıldığı alanlar oluyor. Bu kitap içeriğinin bir kısmını kâğıt üzerinde değil, konuşarak paylaşmama, tepkileri görmeme, geri bildirimlerden beslenmeme vesile olan isimler var, mutlaka zikretmek istiyorum müsaadeniz olursa onları da.

Koku-parfüm iŒikisi herkes için kolay kurulabilir bir zihinsel iŒikiydi ama beni onun için değil, koku-lezzet iŒikisi üzerine konuŒmak üzere davet eden, dolayısıyla kendimi bu konuda daha fazla  alıŒmaya mecbur edenlerin ilki Kuzguncuk'taki Kuzine34 giriŒimi ile Petek  ırpılı'ydı. Sonrasında Birg l Ulucan  zt rk ve Gamze Ulucan, yani La D esse ile lezzet-koku iŒikisine parfüm de eklendi ve sistemleŒerek kendi içinde bir formata d n Œt . Bitmedi; onlarla beraberken bu kez yanlarına alkollü içecekler geldi. Son gelinen bu aŒamaya, itiraf edeyim, pek taraftar değildim. Ancak inatçılık etmemekte fayda varmıŒ; bu dönemde birbirinden değerli pek çok gerçek Œefle tanıŒma, özellikle hazırlık ve deneme aŒamalarında da farklı y n ve fikirleri tartma, dolayısıyla kendimi esnetme imkânı buldum. Buna vesile olan da IWSA (International Wine and Spirits Academy) yöneticisi Ayça Budak Hanım'dı. Hülâsa, bu paragrafta ismini zikrettiğim hanımefendilere kendimi geliŒtirme imkânı verdikleri, sınırları esnetmek gibi baha biçilemez bir olguya sebep oldukları için m teŒekkirim.

Lezzet algısı içinde koku duyusunun rolünü çizen, üstelik bunu başka bir etkinlik veya bağlamın parçası değil, bizzat kendisi olarak, üstelik düzenli periyodlar içinde yazmamı sağlayan, hatta ilk başta buna direnmeme rağmen bütün diren lerimi kıırarak tatlı diliyle beni buna ikna eden Nilhan Aras Hanımefendi'ye de ayrıca m teŒekkirim. Onun editörlüğünde çıkan *Metro Gastro* dergisinde bana ayrılan “BeŒinci Duyu: Koku” k Œesi sayesinde gene çok farklı alanların kapılarını açmak, harika insanlarla tanıŒmak imkânını buldum. Nilhan Hanım ve *Metro Gastro*, sağ olsunlar, ge miŒte o dergiye yazdığım bazı yazıları çok az deęiŒikliklerle bu kitaba almama da müsaade ederek büyük incelik gösterdiler.

Bitmez tükenmez bir son okuma dönemi oldu elinizde tutuğunuz kitabın. Neden? Çünkü pat! diye bitti kitap ve ben ne zaman biteceğine dair kimseye bir iŒaret vermemiŒtim daha önce. Dolayısıyla son okumayı yapacak olanlar, kendi olağan program ve yoğunluklarının akıŒı içindeyken birden bu kadar sayfayı l nk! diye kucaklarında buluverdiler. Bu da son okumaların hep parça parça

yapılmasına neden oldu. İlk kitabımın imza gününde fuar alanındaki sohbette tanıştığım ve o günkü okur-yazar buluşması dostane bir ilişkiye evrilen, ne ara bir düzeltme veya kontrol desteğine ihtiyacım olsa yanımda olan Bülent Ay Bey bir ucundan tuttu, bir TV programı sonrası beni izleyerek attığı mesaj sayesinde tanıştığım, önceki kitapların yeni baskılarında düzeltme önerileriyle bana hep ve karşılıksız destek olan Müge Coşkun Hanımefendi diğer ucundan. İFSAK zamanında fotoğraf komiserliği yapan ve geçen cildin teşekkür kısmından da ismini hatırlayabileceğiniz lise arkadaşım sevgili Orhan Kartal da bu cilde her zaman olduğu gibi, üstelik sorunlu bir döneminde vakit ayırarak destek verdi, kitap komiserliği yaptı. Hatta daha kitap kucağına düşmeden önce ne zaman görüşsek diğer meşguliyetlerimden ziyade kitabıma odaklanmam için teşvik ve ısrar etti. Bu kıymetli insanların hepsine çok teşekkür ediyorum.

Hiçbir zaman hiçbir cildin sonundaki okuma listesini akademik formata uygun hale ben getiremedim. Tembellikten değil; buna hiç vaktim olamadı ve sıralamaları hep başkasından rica etmek zorunda kaldım. Bir önceki kitapta bunu sevgili Ufuk Kolsuz yapmıştı, bu kitapta da Esra Karadaş yaptı. Ufuk Bey Bilgi Üniversitesi'ndeki lisansüstü derslerime konuk olarak katılmıştı, Esra Hanım ise geçen yıl öğrencimdi. Bunu onlardan talep etme mesafesini bana tanıdıkları, gönderdiğim yüzlerce makale ve kitabın künyelerini yüksünmeden vakit ayırarak kâğıda döküp sıraladıkları için ikisinin de emeklerine müteşekkirim. “Mutfak Tugayı” tablosunu Türkçeleştirdiği için de Özge Kalvo'ya çok teşekkür ederim.

Kitapların en zor sayfaları, bu teşekkür sayfaları aslında. İlla ki unutulmuş bir isim, unutmuş olmanın hüznü ve suçluluğuyla beraber yazarın hayatının ayrılmaz bir parçası haline geliveriyor. Ne var ki yapılacak da fazla bir şey yok; hep dediğimiz gibi “hafıza-i beşer nisyan ile malûl”. Emin olunuz ki, eğer olduysa, unutmalarım kasıtlı değil. Varsa teşekkür etmeyi unuttuğum, peşinen özür diliyorum.

Bu teşekkür yazılarının sonunda hep, hiç atlamadığım bir kişi daha var. Aslında yazının sonunda yer alıyor ama bütün samimiyetimle söylüyorum ki kitaba başladığım andan beri hiç aklımdan çıkmıyor. Hep onunla sohbet ediyor, kitabı da aslında yazmıyor, ona anlatıyorum. “O” dediğim de, tahmin ettiniz zaten, sizsiniz sevgili okur. Bu kitabın yayına hazırlanmasının bittiği şu günlerde, ülkenin ekonomik koşulları hiç de parlak değil. Belki ileride, yıllar sonra bu satırlar okunduğunda komik gelecek ama şu an için (2019 baharı) çokça tüketilen patates veya soğan gibi yiyecek maddeleri bile sabit ve düşük gelirliler için neredeyse “lüks” sayılabilecek hale gelmiş durumda. Çocukluğumuzun atıştırmalıkları olan ve bazen bir malın çok da pahalı sayılmayacağını ifade etmek için örnek olarak kullanılan “findık fıstık parası” tâbirine temel olan kuruyemiş fiyatları bile uçuyor.

Kısacası, eskiden kitap fiyatları için “Ne olacak canım, findık fıstık parası sonuçta” denilirken, artık maalesef hiç de öyle degiller. Bu tarif ettiğim durum ve ortamda elinizdeki kitaba bütçe ayırdığınız, sadece bütçe ayırmakla kalmayıp okumak için paradan kıymetli sınırlı sayıdaki olgudan biri olan vakti verdiğiniz için size çok teşekkür ediyorum. Bu kitabı satın almayı tercih ederek bir fedakârlık yaptınız, umarım az sonra okumaya başlayacağınız içeriği bunu yapma amacınıza uygun bulursunuz. Sağ olunuz, var olunuz.

Önsöz Mektubu

Sevgili okur,

Eğer sizinle ilk kez bu kitapta karşılaşıyorsak, merhaba, tanıştığımıza memnun oldum. Yok, eğer daha önce de sayfaların arasında sohbet etmişsek, çok zaman oldu; emin olun özledim. İnşallah her şey yolundadır, keyifler yerindedir?

Efendim, aramıza yeni katılanlara kısa bilgi notu: Elinizdeki, birbirinden bağımsız okunabilen dört kitaplık bir seçkinin son kitabı. Diğer kitaplarda burnumuzu kullanarak aldığımız kokuya dair algının nasıl oluştuğunu, bir ürün olarak parfümü ve kültürler içinde kokunun temas ettiği yerleri dilim döndüğünce anlatmaya çalıştım. Bu kitap ise tamamen farklı bir dünyanın kapısını açıyor. İlk üç kitapta ele alınan tek duyu olan koku duyusunun yanına burada başta tat duyusu olmak üzere diğer duyular da geliyorlar. Bu da haliyle işleri biraz daha karmaşık, çok değişkenli bir hale getiriyor. Hepimizin yaşadığı bir alana dair, burada söylenenler. Ben örneğin, kilomdan da bellidir, bayılıyorum ne bulursam yemeye, ne bulursam içmeye. Yok “gurme” falan değilim, bilakis “gurman” sayılırım. İki kelime arasındaki fark ne mi? Onu ileride okuyacağız, bu kitabı zaten bunları etraflıca görelim diye yazdık.

Takip eden sürekli okurlar fark etmişlerdir, bir önceki kitap ile arası bayağı açıldı bunun. Pek çok sebebi var tabii bu “gecikme”nin, üstelik bazıları sebep gibi bile gelmeyebilirler ilk bakışta.

Diğerlerinden farklı olarak bu kitabın konu ettiği alanda belki ilk bakışta daha çok ses çıkıyor ama bilgi kirliliği çok daha fazla. Ben neyi, nasıl ifade edecektim ki doğru kabul edilen yanlış bilgilerin yerine yenilerini koyabilecek; zihinlerde en azından bazı soru işaretlerinin belirmesine vesile olabilecektim. Açıkçası en çok süreyi bu konuda kendimi ikna edebilmem aldı. Biraz soyut kaçmış olabilir söylediklerim; aslında şunu kastediyorum: Neleri anlatmalıydım ki lezzet mekanizmaları doğru anlaşılsın. Üstelik neleri, nasıl anlatmalıydım ki bu anlatılar beslenmeyi ve devamında lezzet kavramını toplumsal bir çerçeveden kopartmasın, bilakis, en temel işlevlerimizden birisi olarak tam da toplumsallığın göbeğine yerleştirsın.

Bunlar, hele benim gibi takıntılı bir insansanız, kolay üstesinden gelinebilecek sorunlar değildiler. Sonuçta kitap elinizde olduğuna göre elbette elimden geleni yaptım ama hâlâ da bu sorunların bir kısmını çözmeden bıraktığımı, yani belki bekletilse daha lezzetli olabilecek, tam olgunlaşmamış bir metin sunduğumu düşünüyorum. “E, o zaman niye yapıyorsun bunu? Silah mı dayıyorlar kafana kardeşim?” diyebilirsiniz. Evet, bir anlamda dayıyorlar. O kadar bilgi kirliliğine maruz kalıp hâlâ bir şey yokmuş gibi davranmak ya da sessizce sabır gösterebilmek çok mümkün olamıyor zira.

Bu nedenle de ben, diğer kitaplarımda yaptığımı benzer şekilde, sadece görebildiğim kadarıyla bu alanın genişliğini sizinle paylaşmakla yetinip gerisini siz sevgili okurlara bırakıyorum. Buyurun, içerikte işaret edilen konulardan siz istediğinizin üzerine gidip derinleştirin. Yetmedi, alanı genişletin; hatta benim bütün söylemlerimi bozun ve yeniden yapılandırın.

Kitabın sonunda göreceğiniz okuma listesi zaten bunun için yer alıyor. Onlar, benim buradaki metinleri üretirken bahsedilen konuları kavramamda yardımcı olan kitap ve makaleler. Elbette daha da fazlası vardır ama bunlar elinizdeki kitabın ilk sayfası ile son sayfası arasında çizilen çerçevenin en yakın besleyicileri. Bazısından okuduğum bir cümle bir başkasındaki bir paragrafla beraber düşünüldüğünde o zamana kadar akla gelmemiş bir sebep-sonuç ilişkisinin üzerindeki perde kalkabiliyor. Eh, daha ne isteriz ki zaten?

Gecikmenin sebepleri elbette sadece bu anlattıklarım değil. Her ne kadar benim geciktirmemin yanında devede kulak gibi kalsa da, özellikle son iki aylık uzatmada elbette bütün kitapların geciktirme kahramanı, sempatik editörüm, #sukitaplarbitsedekurtulsam Mesut Varlık'ın katkısı inkâr edilemez. “Neden geciktirdi?” dersiniz, aklınıza gelmeyecek bir sebepten. Evini böcek basmış beyefendinin ve iki küsur aydır onunla uğraşıyor. Hı-hı, doğrudur canım, doğrudur! Böcek, evet ya, böcek!¹

Şaka bir yana, bu girizgâhtan sonra birazdan okumaya başlayacağınız (inşallah!) bu kitapla ilgili üç küçük ama önemli konuyu açığa kavuşturmak istiyorum, müsaadeniz olursa.

İlk olarak; kitap içinde bazı marka veya kurum isimleri göreceksiniz. Vallahi hiçbir şirket veya markayla organik bir bağım yok, isimlerini geçirmek için para falan almadım. Tanıyan bilir, alıp da övmem, keza alıp da yermem. Kırmızı çizgilerimi çektiğim hattın içine ayak basıyor ve kanıtlanmış bilgiye aykırı söylem talep ediyor diye ekonomik çıkar sağlayabileceğim kimi reklamları reddetmişliğim vardır, bilenler biliyor. Böyle bir seçenek bu kitapların varlık sebebine ters zaten. Kısacası, konunun gelişi o ismi zikretmemi gerektirdiyse ben de hiç yüksünmeden o ürün veya markalardan bahsettim. Hiç bahsetmediğim olduysa o da belki aşıkârdı ya da konu başlığı bağlamında isminden bahis önemsizdi ki yazmadım.

İkinci olarak; diğer kitapları okuyanların da bildiği gibi yapay-doğal gibi dikotomik ayrımlarla hiç işim olmaz. Özellikle moleküler seviyeye inmiş madde tartışmalarında miktar, kullanım şekli, saklama yöntemleri, tüketiminin gerekliliği gibi olguların kaynağın yapısından daha önemli olduğuna inanıyorum. Hatta inanç değil, bilgi bu. Elmada *amigdalın*, armutta *formaldehit*, patatesin yeşillenmişinde *solanin* var. Bunlar bizim için zehir niteliğinde malzemeler ama zehir olma halleri koşullu; yani ancak fazla miktarda alınırlarsa zehir gibi işlev görebiliyor, bizi öldürebiliyorlar. Saydıklarımın hepsi de doğal malzeme farkındaysanız, hatta günlük olarak tükettiğimiz şeyler. Diyeceğim şu: Bu konulara

1 Özel hayat diye bir şey vardı, o da kalmadı artık! (e.n.)

iyice araştırmadan, önyargıyla dalmakta fayda yok; ters bir cevapla donup kalabilirsiniz. Haklı olduğunuz ve muhalefet edebileceğiniz konulardaki söylemlerinizi de bu dikotomik yaklaşımınız yüzünden daha baştan ters ayağa düşerler. Kısacası, bu minvaldeki her türlü tartışmayı bu nedenle kitabın dışında bıraktım. Beni sadece doğal olduğu için bir gıdayı veya içeriği savunurken okuyamayacaksınız, üzgünüm; buna mukabil kaynağın yapısına bağlı kalmadan tüketimi eleştirirken görebileceksiniz.

Üçüncü olarak; bazı bölümlerde özyağ veya çiçek suyu kullanımı önerdiğimi göreceksiniz. Bu öneriler sadece fantastik hoşluklar yaratması, tutuculuk sınırlarımızı gevşetmesi içindir, doğanın rep-likası ile farklı yönlendirmeler yapıp bizi kandırarak cebimizden parayı almaya vesile olsun diye değil. Her şey kendi yerinde ve kulvarında hoş; ne birini ötekine dayatalım, ne ötekini birine lütfen. Olguları oldukları gibi kabullenmemiz halinde belki iki değil daha çok sayıda kutbun varlığını görebileceğiz. Bu olduğunda da kutuplar zaten, kutup olmaktan çıkacaklar. Daha önce yazdığım diğer kitapların kokunun ürüne dönüştüğü farklı alanlarda bazı tezgâhların önünü açtığının farkındayım. Belki bu kitapla fazlasıyla meşgul olmam, belki de söz konusu olanların opsiyonel ürünler olmalarından sebep, o zaman sesim fazla çıkmamış olabilir. Burada ama direkt yenilen ve içilenden bahsediyoruz, suiistimale sessiz kalmam (Brrr! Kendimden korktum!?).

Üç dedim ama dört yapalım mı? Bence yapalım: Bazı konu ve söylemlerin, örneğin koku alma patikalarımızın farklılık ve isimlerini pek çok bölümde, özellikle giriş kısımlarında tekrar tekrar okuyacak, “Yahu bu adam bunu daha önce yazdığını mı unutmuş? Peki editörü de mi görmemiş?” diye soracaksınız. Hayır, unutmadım. Henüz belleğim işlevlerini sorunsuz olarak yerine getirebiliyor, çok şükür. Bu yinlemelerin sebebi, sıkıcı olmak ve tekrarcı durumuna düşmek pahasına o söylemlerin altını çizme isteğim, başka bir şey değil. Böyle yaparak rahatsız ettiysem, peşinen özür dilerim. Benzer bir durumu temel koku algısını özetleyerek anlatan bölümlerde veya daha önce iki kitabımda bahsettiğim vanilya başlığının bu kitapta

yinelenmesinde de görebilirsiniz. İlki olmadan lezzeti anlatmaya başlamam mümkün değildi; ikincisini, yani vanilyanın öyküsünü de salt bu kitabı okuyanların kaçırmasını göze alamadım.

İki üstteki paragrafta “Daha önce yazdığım diğer kitapların” demişken, unutmadan, üçüncü kitabın okurlarını ilgilendiren küçük bir bilgi notum var. Hatırlarsınız, *Kokular Kitabı III-Kültürler*’de neden bir yıldız takımına Roma ve devamında “Via Lactea” denilip bizde bunun karşılığının “Samanyolu” olduğunu sormuş, sizlerden yardım istemiştım. Tabii ki sevgili Özcan Geçer gene yardım elini uzatmaktan geri kalmadı ve aşağıdaki bilgiyi benimle paylaştı. Aktarıyorum:

Samanyolu’nun Doğu’daki adı: Gümüşnehir. Uzakdoğu’da, yani Çin, Kore ve Japonya’da Samanyolu’na “Gümüş Nehir” deniliyor. Bizim kullandığımız Samanyolu terimi ise İran mitolojisinden geliyor. İranlılar bu yola “Kahkeşân”, yani “Saman çeken” diyorlardı. Bu söz Osmanlıca’ya da “Kehkeşân” şeklinde girmiş.

İran efsanelerine göre, “Samanyolu, gökte saman çekilirken, yere düşen saman tozlarından ve saman parçalarından meydana gelmiş.”

Samanyolu’nun Türklerdeki adı: Saman Ogrisi. Türkler ise bu efsaneleri alarak, kendi kültürlerine evriltilmişler. Türklere göre Samanyolu, “Bir saman hırsızının bıraktıkları izler”di. Bu sebeple eski Türkler bu yola, “Saman Ogrisi” ya da “Saman Ugrusu” yani “Saman Hırsızı” derlerdi.

Teşekkür bölümünde değiliz, biliyorum ama gene de affınıza sığınarak bu bilgi paylaşımı için Özcan Bey’e teşekkür ediyorum.

* * *

Tavaya yumurtanın sarısını patlatmadan düşürebilen neredeyse herkes, kendini yemek konusunda yetenekli bir uzman addediyor;

oyşa pek çoğunun lezzet algısının çalışma prensipleri konusunda bir fikri yok. Herkes bu kadar iddialı olur, ortalık kendini “şef” diye tanımlayanlardan geçilmezse sanki bu şeflere de idare edilecek ekip kalmıyor. Tam bir “Herkes şef, kızılderili yok” (*all chief, no indian*) durumu yani. Aslında kendilerine bu unvanı uygun görenlerin pek çoğunun şef mevkisinin salt gıda tasarımı değil, yani onu da kapsayan ama ondan ibaret olmayan, idari görevleri de içine alan bir mevkiiyi tanımladığını bildiklerinden de pek emin değilim. Bu da, hem yemek tasarımı, hem mutfak ve mekânın her boyutta idaresi, hem de yanına yeni yetenekler yetiştirme sorumluluğunu yerine getiren, yani işini hakkıyla yapan, bunu yaparken de çoklu bir ekip adına riskleri tek başına göğüsleyen meslek erbabına büyük haksızlık oluyor.

Bırakalım işin mutfak ve sunum tarafını bir kenara, mutfaklarda pişeni tüketen bizler, hepimiz, bu konu üzerine konuşabiliyor, fikir beyan edebiliyor, onun “tadı”nı, bunun “tadı”nı eleştirebiliyoruz. Yanımızda taşıdığımız ve “telefon” adını verdiğimiz iletişim platformları aracılığıyla sosyal medyanın yaşamlarımıza nüfuz etmesi, bu eleştirilerin görünür kılınmasını da kolaylaştırdı. Elbette buna hakkımız var, her konuda konuşabiliriz, eleştirebiliriz de. Ama bunu kamuya açık alanda, nesnellik ve öznelliği birbirine karıştırarak ve yanlış bilgi aktararak yaptığımızda, işte o zaman kardeşim, olayın “tadı” kaçıyor.

Tatlılara dair bir eleştiri yapacaksanız mesela, en azından “şeker” kelimesinin şemsiye bir kavram olduğunu bilmenizde fayda var. Bu bilgiye sahip olup, bizlerle de paylaşırsanız hele, o zaman yapılan paylaşımları okumanın keyfine doyum olmuyor. Ayrıca bu tip paylaşımlarla aktarılan bilgi zaten ön planda mevcut olan bir hikâyenin içine gömüldüğü için anlaşılması ve akılda kalması da daha kolay oluyor. Aksi, besin üzerinden bir nevi pornografik imgelem ve söylem yaratıyor, öteye geçemiyor.

Bahsettiğim sorunlar, tabiidir ki her ülkede olan şeyler. Oluyorlar, ama bu kadar yaygın değil. Ülkemizde gastronomi alanında ciddi eğitim veren kuruluşların, öncelikle akademik yapıların nicelik ve

niteliğinin artması, kurulmuş olanların müfredatlarının derinleştirilmesi, disiplinlerarası ve çokluduyu (*multisensory*) yaklaşımlarının yaygınlaşmasıyla beraber hepsinin üstesinden gelinebileceğine inanıyorum. Çok kıymetli insanlar var bu alanda, çok kıymetli fikir ve metin üretimleri yapıyorlar. Galiba mesele biraz da onları kırmamak, kaçırmamak, görünür kılabilmek, takip ettirebilmekten geçiyor. Kıymetli editörüm #sukitaplarbitsedekurtulsam Mesut Varlık'ın sohbetlerimizde sık sık dile getirdiği gibi sanki öncelikle bir giriş kapısı niteliğinde “popülist olmadan popüler olabilen” gastronomik aktarımların sayısını arttırmamız lazım. Açık söylüyorum sevgili okur, aynı duyuya hitap eden bir diğer ürün gamı, yani parfüm alanında bu denli çok yönlü bir kültürel yaklaşım, araştırma ve metin üretimi görebilmek mesela, maalesef mümkün değil.

İşin ilginç, lezzeti tanımlamak için kullandığımız ve bir önceki paragrafta bir metafor olarak seçtiğim “tat” kelimesi dahi maalesef yanlış bir kullanıma işaret ediyor. Neden? Az sabır; sayfaları çevirmeye başlayınca göreceksiniz.

Beslenmek hepimiz için elzem. “Hepimiz” derken bizim dışımızdaki canlıları da kapsayan küresel bir “biz” olma halini kastediyorum. Biz insanlar, pek çok diğer konuda olduğu gibi bu konuda da diğer canlılardan ayrılıyoruz. Bizim için yemek yemek, beslenmenin ötesine geçmiş bir sosyal olay. Düşünsenize, diğer canlılar bulduğunu “hop” diye lüpletirken biz sofrayı kuruyor, hazırlık falan yapıyoruz. Hatta bazen açsak bile sofraya oturup yemeye başlamıyor, önce misafirimizin ya da “hiyerarşik üstümüzün” hamlesini bekliyoruz. Ölesiye açken ve önünde yiyecek varken beklemek?

Tek farkımız bu değil, sindirim aksımız da diğer türlerdeki dünyadaşlarımıza benzemiyor. Bütün canlılar ilerleme akslarında sindirim yaparken, yani yatay sindirip yatay ilerlerken, biz dikey sindirip yatay ilerleyerek ne kadar “cins” olduğumuzu bir kez daha ortaya koyuyoruz. Tamam, bu *bipedal* olmaya evrilmemizle ilgili bir durum. Hatta *bipedal* olmamızla ilgili tek durum da değil. Ama ne olursa olsun, itiraf edelim ki sindirme ve yürüme akslarımız

arasındaki doğaya rağmen oluşmuş o 90 derecelik açı bile kendi başına ilginç bir olgu.

Dahası, bizler pişirerek beslenen tek türüz. Pişirme dediğimiz olay da modern insana evrilmemizde çok önemli bir kırılma noktasına işaret ediyor; çünkü pişirme sadece beslenme değil, iletişimimizde de farklı kapıları aralıyor. Pişmişin kolayca çiğnenebilmesi fiziksel yapımızda yapısal değişikliklere yol açıyor ve zaman içinde alt çenenin küçülerek geriye çekilmesine neden oluyor. Bu, çok şeyi değiştiriyor. Mesela benim ismimin ilk harfini bu sayede telaffuz edebiliyoruz. İsterseniz insansı atalarımızı taklit edip alt çenenizi ileri uzatarak “Vedat” demeyi bir deneyin? Evet, “V”yi söyleyemiyorsunuz, biliyorum. Ben de onu diyorum zaten.

Eh, bütün bunların toplamına baktığımızda, eğer azıcık meraklı bir insansanız, bu beslenme yolculuğunda nereden nereye geldiğimizi; geldiğimiz yerde neyi, nasıl algıladığımızı anlamaya çalışmak da üzerinde uğraşılacak tatlı bir dert oluyor. Herkesin olmasa da en azından kişisel olarak benim, ayrıca bu kitap elinizde olduğuna göre benimle beraber sizlerin merakını uyandırıyor.

Kendim için konuşayım; bu kişisel meraklanma olayı belki biraz da profesyonel bir gerek diyebiliriz. Sürülebilir koku tasarlayan neredeyse bütün parfümörler bir ucundan lezzet dünyasına da dokunuyorlar. Rastgele elimi uzatıp raftan çektiğim, Guerlain ailesinin halen hayattaki son üyesi olan Jean-Paul Guerlain’ın hayatını ve seyahatlerini anlattığı biyografik kitaba bakıyorum mesela, neredeyse yarısını mutfakta yaptıklarına ayırmış. Yok onu nasıl seçiyor, bunu nasıl pişiriyor falan. Sanki mübarek parfümör değil, aşçıbaşı!

Neden oluyor bu dersiniz acaba? Söyleyeyim; çünkü endüstri devrimine, yani organik kimya alanındaki değişimlere kadar olan süreçte sürülebilir olan ile yenilebilir olan aynı ortak hammadde tabanından besleniyorlar. Her tür baharat, aromatik otlar, hatta misk, amber gibi hayvansal koku kaynakları hem yemek tabaklarının, hem içecek kadehlerinin hem de sürülebilir parfüm formüllerinin içeriğini oluşturuyorlar.

Organik kimyanın koku dünyasının içine girmesiyle beraber farklı görünen bu iki alanın ortaklığı moleküler bir platforma taşıyor. Artık yiyecek / yiyecek veya yiyecek / içecek eşleştirmelerinde bile bu moleküler platformdan öneriler yapılıyor. Çünkü biliyoruz ki kokular somut moleküllerden oluşuyorlar; moleküllerin sayıları sınırsız değil, yani pek çok farklı malzemenin içinde aynı moleküle rastlayabiliyoruz. Onun için zaten, anason ile rezene, meyankökü veya tarhun benzer kokuyorlar. Dolayısıyla elimizde aslında 29 harf var ama bu harfleri kullanarak binlerce kelime yazabiliyoruz. Bunun için Vedat ve Sedat ses olarak birbirlerine çok benziyorlar.

Parfümörler de o 29 harfi kullanıyor, yiyecek ve içeceklerle ilgilenenler de. O harflerde de en belirgin yön; koku. Yani ortaklık sadece malzemede değil; hitap edilen algısal düzlemde başrole kurulan duyu da ortak. Aynı hammaddeleri kullanıp aynı duyuyu hedefleyen farklı disiplinlerin birbirlerinin alanlarına ilgili olmaları, geçişkenlikler yaşamaları da son derece doğal değil mi? Her ikisi de kokudan geliyor ve kokuya gitmiyorlar mı?

Kıscacası sevgili okur, koku yoksa, gastronomi de yok. Efendim? Tat mı dediniz? Hayır, şu an ismini anmadım diye onu yok saymıyorum. Ne onu ne diğer lezzet algısı bileşenlerini yok sayıyorum elbette ama, önsözün dışına, kitabın içine bırakıyorum ayrıntılı anlatımlarını.

“Organik kimya” lafını kullanmış olmam, özellikle “kimya” kelimesinden rahatsız olanlara itici gelebilir. Ne var ki bu rahatsızlık anlamlı değil; zira hayatın kendisi, soluduğumuz havadan içtiğimiz suya kadar her veçhesiyle kimyayı içeriyor. Ancak bu yönde oluşturulan ve iyi niyetli insanların kitleler halinde peşine takıldığı bir kısım popülist muhalif söylemler, maalesef zararlı olabilecek içerikten de fazla hasar veriyorlar bizlere. Evet, kapitalizm ve kapitalizmin kural tanımaz kâr hırsı insanı öldürür ama özellikle son yıllarda, bu söylemi de içeren bir retorik dil kullanan doğa yeşiline boyanmış bir kapitalizmin, çoğu kez de boyasız / makyajsız şirketlerin yan markaları veya ürünleri olarak ortaya çıktığı, insanların sadece duygularını değil isyan etme enerjilerini sömürdüğü de bir gerçek.

Henüz organik olanın tanımı tam yerine oturamamışken, her sokak başında yerel-organik-köy ürünleri satılıyor. Ne hikmetse bunların bir kısmı sadece doyurmuyor, sadece keyif vermiyor, aynı zamanda tedavi de ediyor rahatsızlıklarımızı. Tabii bu varsayılan tedavi işlevlerini yerine getirmeleri de “tedavi” kelimesinin kendisiyle değil, çok farklı olgularla ilişkilendirilebilecek “şifa” kelimesiyle isimlendiriliyor. Kim tarafından? Herkes. Bir maddeyi “şifalı” tanımlayabilmeniz için tıp tahsil etmiş olmanız, somut kanıt sunmanız gerekmiyor; sorulduğunda “öyle duydum / okudum” demeniz yeterli. Ha, “sokak başı” lafın gelişiymiş, siz onu market rafları olarak da anlayın lütfen. Oysa köye rastlamak için en azından İstanbul özelinde onlarca kilometre yol kat etmeniz gerekiyor.

Ne demek istiyorum bunları söyleyerek? Bizi ihtiyacımızın ötesinde tüketime sevk eden, bunu da temel biyolojik gereksinimlerimizin suiistimali, hatta yaşamımızı riske atmak pahasına gerçekleştirmeye çalışan bu ekonomik ve sosyal sisteme, kapitalizme, ilkesel olarak karşıyım. En uç noktasında bir başkasının kısa veya uzun dönem sağlığı pahasına zenginleşebilmeyi anlayabilmem ve kabullenebilmem mümkün değil. Karşıyım ama salt tam karşımda duran, gözle görünen ve kolay hedef olabilen haline değil, yanımda duruyor gibi görünen kimliklerle beliren haline de karşıyım.

Sadece paranızı değil, eylemci tepkilere dönüşebilecek samimi ve iyiniyetli isyan duygularınızı da sömüren yeşil makyajlı kapitalizme de aynı mesafedeyim. Aksi halde 70’lerin, 80’lerin siyasal akımlarının düştüğü hatalara düşeceğimize, sistemi etrafıca irdelleyip onunla savaşacak yerde bizden kabaca az daha cesametli ama gene de küçük diğer oyuncularıyla vuruşarak, prodüktör yerine aktörlerle boğuşarak düzeni değiştirme ihtimali olan isyanlarımızı heba edeceğimizi düşünüyorum.

* * *

Kitabın “İçindekiler” sayfasını açıp içinde kendi ilgi alanlarına işaret eden konu başlığı arayanların bir kısmını bir ihtimal hayal

kırıklığına uğratacağım için üzgünüm. Mesela ekmek yok, peynir yok, alkollü içeceklerle ilgilenenler de şarap dışında fazla içki bahsi bulamayacaklar. Hatta şarap da satır arasında birkaç kere geçiyor: ayrı bir konu başlığı oluşturmadı bu kitap içinde. Keza kahve ve çay anlatımları uzun bölümler olmalarına rağmen alanın meraklılarını tatmin edecek derinlikte olmayabilirler. Bunun iki sebebi var:

Öncelikle bazı alanlarda benim üzerine konuşulacak veya sözüne itibar edilecek kadar bilgim yok. Evet, ayıp değil bunu söylemek, bazı konuları bilmiyorum. Veya şöyle diyeyim; bu konularda benden daha bilgili, yetkin, anlatımı da keyifli insanlar var. Bu güzel insanlar kitaplar da yazmışlar. Üstelik bazısı Türkçe yazılmış olan bu kitapların yabancı dilde olanlarının da bir kısmı tercüme edilmiş. Alınıp okunabilirler. Daha önce söylemiştim; kitabın sonunda bu nedenle bir “okuma listesi” yer alıyor. Hatta metnin akışkanlığını bozmaması için ilk çıkan kitabımdan, *Kokular Kitabı*’ndan beri dipnot kullanmamamın sebebi de bu okuma listesine olan güvenim, onu teşvik etme amacım. Benim yaygın ve cazip olanın peşine takılıp her konuda ahkâm kesme hevesiyle oradaki kitap ya da makalelerin içeriklerini başka kelimelerle dahi olsa tekrar etmem, sadece sayfa sayısını arttırır.

İkinci olarak, ilk başta söylediğim gibi konuları, toplumsallığın göbeğine yakın oldukları oranda bu kitaba dâhil etmeye çalıştım. Kahve kendi yapısı kadar sunulduğu alanların toplumsal değeri, hatta bu alanların toplumsal dönüşüme sağladığı katkılar nedeniyle elbette kapsam dışında kalamazdı. Bu kulvarın içine oturtamadığım malzemeler, hele bir de üstteki paragrafta söylenenlerle birleşiyorlarsa, tereddütsüz kitabın dışına çıkarıldılar. İlk aklıma gelen örnek olarak viski mesela, bunun için yer almıyor bu kitapta. Şahsen çok keyif aldığım bir içecek, ancak kitaba girenlerden örnek olarak verebileceğim çayın Çin’den alenen çalınıp Hindistan’a ekilmesi benim için keyfin ötesinde sosyolojik olarak da, ekonomik ve politik olarak da son derece anlamlı.

Bunun karşılığında, bugünküne yakın hali ilk olarak (damıtma teknolojisinin icadından bağımsız olarak) kıta Avrupa’sının kuzeybatı

ucundaki adada ortaya çıkan viskinin son 20-30 yıl içinde Japonya'da (aslında orada bile 100 küsur yıllık bir tarihi olmasına rağmen) neredeyse yeniden doğması / parlaması ise hazzı, keyfi ve şaşkınlığımızı besleyen bir olgu. Kitap bin sayfa olabilse, belki o konunun da içine girip toplumsal ilişkileri ve etkileşimlerini, hatta çürütülmüş tahlıların ya da damıtılmış biranın nasıl olup da mevcut pazar ve gelir segmentlerinde konumlandırılabilirdiğini ele almak mümkün olabilirdi. Gelin görün ki bu kitap bin sayfa değil. O zaman haliyle bazı konulara öncelik vermem gerekiyordu ki, ben de onu yaptım zaten. “Kitapta yer almayan bu konular ne olacak?” dersiniz, benim açımdan onlar da inşallah artık merak edenlerle karşılaştığımızda birlikte keyifle edeceğimiz sohbetlere, bilgi alışverişlerine kaldı.

Bir eksiklik daha varmış gibi gelebilir belki bazılarımıza, o da muhtelif mutfak disiplinlerinin eksikliği. Yani “Neden bu kitabın içinde kültürel bir yaklaşım olarak mesela Asya mutfağı ayrı ve etraflıca ele alınmamış, ya da mutfakta füzyon kavramından ve moleküler gastronomiden hiç bahsedilmemiştir?” diye sorulabilir. Evet, anlatılmadı ve bahsedilmedi, çünkü sığdırmaya çalışmak, yazık etmenin ötesinde ayıp olurdu. Sokak lezzetlerine dair bir örnek vereyim, sadece Nejat Yentürk'ün bu bağlamda kaleme aldığı *Ayaküstü İzmir – Sokak ve Fırın Lezzetleri*, 480 sayfa, düşünün. Ümidim odur ki inşallah günün birinde, tercüme değil yerli bir derleme olarak muhtelif mutfak disiplinlerinin gastronomiye yaklaşımlarını toplumsal boyutlarıyla ele alan, üstelik sadece ulus veya etnisite değil, cinsiyet çalışmaları açısından değerlendirmelere de yer veren bir kitabın hazırlanması, hepimizin de o kitabı keyifle okumamız mümkün olur.

Bunları söylememle beraber aman bir hata yapıp şu bariz gerçeği unutmayalım: Favori yiyecek veya içeceğimizin ya da akımların kitapta ismen yer almaması onu defalarca ve tekrar tekrar anlatılan besin ve lezzet algısı mekanizmalarından bağımsız hale getirmiyor. Bilakis, bu açıdan bakıldığında, bazen tam da sahnenin ortasına konulmuş bir koltukta karşımıza çıkabiliyorlar.

Evet, sonuçta bu kitap cüssesi kadar yük kaldırabiliyor. Hatta istiap haddini aşmış (Google> Arama çubuğu> “İstiap ne demek?”) bile sayılabilir. İlk üç kitap gibi birden fazla tematik başlığa bölünmüş, bağımsız ciltler halinde genişletilmiş olabilir miydi? Olmaz diye bir şey yok, elbette olabilirdi. Benim üretme kapasitem, sizlerin çok şey borçlu olduğum bütün moral desteğine rağmen, elinizde tutup sayfalarını çevirdiğiniz bu kitaba yetti. Peki, devamı gelecek mi? Sanmıyorum. Yazmayı en az okumayı sevdiğim kadar seviyorum ama benim daha yolun başındayken çizdiğim çerçeve bu kitapla beraber sonlanıyor. Bu minvalde yazmayı muhtemelen artık periyodik yayınlarda sürdürürüm. Ötesi, alanı derinliğine ele alacak veya kesişen başka alanlar yaratabilecek olanların işi. Böylesi gençlere, hep söylüyorum, kapım sonuna kadar açık. Yeter ki “hemen sonuç alma” hevesiyle yola çıkılmış olmasın, okumak vakit kaybı sayılmasın, sabırlı ve inatçı olunsun.

Şu anda koltuğunuzda, haklı olarak kıpırdanmanızı anlıyorum sevgili okur; gene kararını bilemedim, uzattıkça uzattım bu yazıyı. Hoş, ne zaman iki sayfada bitirebildim ki zaten yazdığım önsözleri? Herkesin çenesi düşer, benim de klavyem! Zaten artık bu metin önsöz mü oldu, eleştiri yazısı mı oldu, ben de şaşırdım! Bu satırların muhteviyatıyla bazı kalpleri kırdıysam, lütfen kusuruma bakmayınız. Artık daha da uzatmakta ısrar etmeyeyim, zira hep söylediğim gibi, kitapları önsöz okumak için almıyorsunuz. O zaman müsaadenizle kendime ayırdığım bu benmerkezci alandan uzaklaşayım, kapıyı açarak içeriye sayfaların gerçek sahibi olan içeriği buyur edeyim, sizi de onun tam karşısındaki koltuğa alayım; başlayalım.

Buyurunuz efendim, keyifli okumalarınız olsun.

Vedat Ozan
Mart, 2019, Salacak.

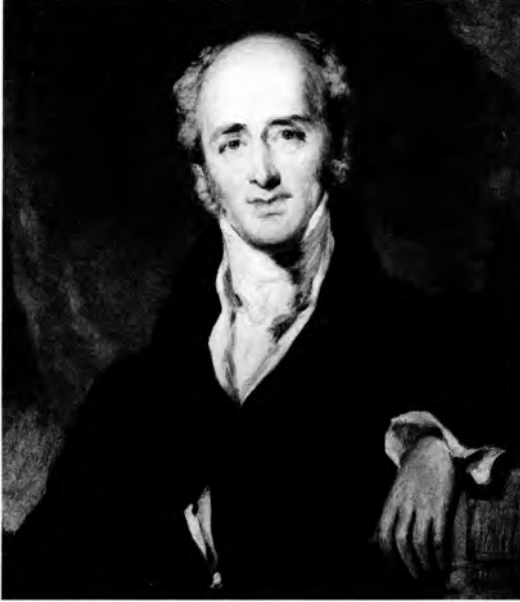
Örl mü, Örli mi?

Charles Grey, seçkin bir İngiliz ailesinden gelen, unvan sahibi, yakışıklı, mahzun yüzlü bir genç. Siyasete gönül verip taraftarı olduğu partinin destekçi ve yöneticilerinden oluşan sosyal çevrelere girmeye başladığında, uğrak yerlerinden biri de kaçınılmaz olarak Piccadilly’de (Londra) yer alan Devonshire Malikanesi oluyor. Sık sık, sadece gösterişli bir konut değil aynı zamanda parti ve baloların düzenlendiği bir etkinlik mekânı olarak tasarlanmış malikanede verilen partilere, düzenlenen muhtelif balolara katılan Charles, ev sahibi V. Devonshire Dükü William Cavendish’in kendisinden yedi yaş büyük ve üç çocuk annesi eşi Georgiana’ya da ayrı bir muhabbet besliyor.

Georgiana da az ilginç bir tip değil hani; lafını sakınmayan, gayet akıllı, bulunduğu ortamlarda ilgiyi üzerine çekmekten hoşlanan, kumara ziyadesiyle düşkün, çevresindeki erkeklere (hatta bazen kadınlara da) karşı flörtöz algılanabilecek davranışlarda bulunmaktan çekinmeyen, karizmatik, dikbaşlı ve Allah için, çok da güzel bir hanımefendi. Kılığı, kıyafeti, saç tasarımıyla moda alanında dönem itibariyle bir kanaat önderi konumunda, dolayısıyla cemiyet hayatının önde gelen yıldızlarından, bir nevi “ikoncan”.

Genç Charles, Georgiana Hanım’ın çevresindeki hemen herkese yönelik davetkâr algılanabilecek davranış tarzını “hemen

herkese” kısmını hariç tutarak sadece kendisine özel bir yaklaşım olarak algılıyor. Eh, serde gençlik, enerji ve inat da var, gönlü mey-
lediyor, bir gölge gibi yapıyor hanımefendinin peşine. Bastırdıkça
bastırıyor, güncel tabirle yürüdükçe yürüyor ve “sabreden derviş
muradına ermiş” misâli, sonunda Georgiana’nın direnci kırılıyor,
yasak bir ilişki yaşamaya başlıyorlar.



Politik yaşamı
ve başbakanlığı
döneminde
yaptıklarıyla İngiliz
tarihinde önemli
bir yer teşkil eden,
ancak dünyanın
diğer ülkelerinde bir
aromalı çay türüne
verdiği isimle bilinen
Charles Grey.

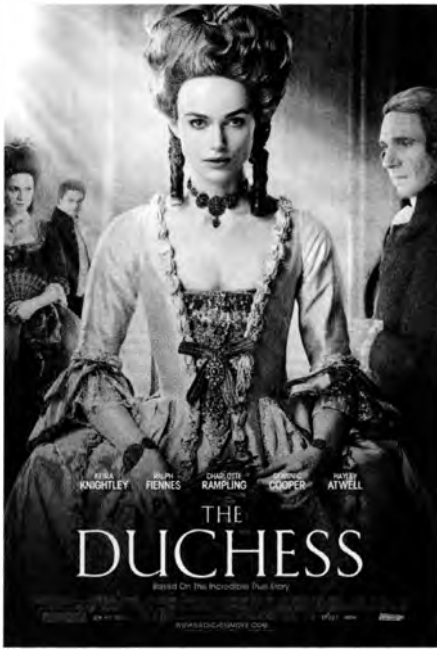
Aşk ateşi bu ilişki süresince hiç soğumuyor, bilakis, konuyu
bilen yakın dostları tarafları riskler konusunda uyardıkça daha
da alevleniyor. “Söylesene, tam şu anda ne düşünüyorsun?” veya
“Neden ben? Neyimi sevdin önce?” gibilerinden bildiğiniz ergen
âşık nağmeleri falan da yapıyorlar birbirlerine. Georgiana bir süre
eşinden uzak Bath’da vakit geçirmeye karar verdiğinde ise işler
kontrolden çıkıyor. Düşes Hanım’ın yalnız kaldığı bu dönemde
eve sık sık Charles Grey’in uğradığı, hatta gece de hanımefendiyle
beraber kaldığına dair dedikodular cemiyet çevrelerinde konu-
şulmaya başlıyor. Bu söylentiler, bir ihtimal zamanında müdahale
etse pek çok şeyi engelleyebilecek bir figür olan Georgiana’nın

annesinin kulağına gittiğindeyse çok geç kalınmış oluyor. Evet, geç kalınıyor zira ŞOK! ŞOK! ŞOK!, Georgiana tam o sırada yasak aşkından hamile kalmış durumda.

Söylentiler kaçınılmaz olarak sonunda Devonshire Dükü'nün kulağına da gidiyor. Londra'dan arabaya atlayıp Bath'a geldiğinde, incecik bir fizikle bıraktığı sevgili karısını karnı burnunda hamile olarak buluyor. Çıldırıyor, feryat figan ortalığı inletiyor. O sırada evde bulunan kız kardeşi Harriet bile Dük'ün öfke ve gazabı karşısında nereye kaçacağını şaşırıyor, yatağın altına saklanıyor. "Hemen bu evi terk edeceksin!" diyor Dük karısına. "İki seçeneğin var: ya doğuracağın çocuğu evlatlık verir ve Charles Grey denilen bu ırz düşmanı deyyusu çevrenden uzaklaştırırsın ya da seni boşarım ve bir daha da üç çocuğunu görmene izin vermem!"

Georgiana boşa koyuyor dolmuyor, doluya koyuyor almıyor; ne yapsın, çaresiz üç çocuğunu feda etmemek için doğacak gayrimeşru çocuğuna annelik vazifelerini yapmaktan feragat ediyor. Doğumun hemen ertesinde bebeğini âşığının ailesinin yanına yol-luyor, yaşadığı sürece asla annesi olduğunu belli etmemek kaydıyla. Her ne halt ettiyse etsin, ne kabahat işlediyse işlesin, bir kadının annelik etme hakkının elinden alınması hoş bir durum değil elbet-te. Gelin görün ki kederli öyküler maalesef sanki bir tür genetik aktarım gibi Georgiana'nın sülalesini de etkisi altına alıyor. Neden mi? Çünkü Georgiana, bazı çevrelerde hâlâ tartışılan bir trafik kazası sonucu hayatını kaybeden Galler Prensesi Lady Diana'nın da büyük büyük halası oluyor. Bu arada Charles Grey'e ne oluyor peki? Hiç. Hayat devam ediyor. Üç yıl sonra Mary Ponsonby ile evleniyor. Bu evlilikten onu oğlan, beşi kız olmak üzere toplam on beş(!) çocuğu oluyor.

Şimdi sevgili okur, muhtemelen iki şeyi merak ediyorsunuz: İlki, koku duyusu bağlamında lezzeti ele alma iddiasıyla ortaya çıkan bir kitap ile böyle skandal dolu bir magazin hikâyesinin ne işinin olabileceği; ikincisiyse Charles Grey nam muhteremin âhir ömründe yatak dışı faaliyetlere vakit ayırıp ayıramadığı. Her iki muhtemel sorunuz da cevaplayacağım, hem de bu bölüm bitme-



2008 yapımı *Düşes* filmi, gerek sosyal gerekse politik hayatta etkili bir kadın olan Devonshire Düşesi Georgiana Cavendish'in odak noktası olduğu bir bakış açısıyla, dönemi, eşiyle ilişkilerini ve Charles ile olan aşkını anlatıyor. Başrollerinde Keira Knightley ve Ralph Fiennes'in yer aldığı, "En İyi Kostüm Tasarımı" ödüllü ve izleyicilerden genelde olumlu eleştiriler alan filmi, hiçbir şey için değilse bile oyuncuların performansı için izlemenizi öneririm.

den. Ama önce biraz dağılım, ilgisiz gibi görünen konulara dala-
lım, döneceğiz gene buralara.

Şu bir gerçek ki, misafirlğe gittiğimizde bize ilk önce "Çay alır mısınız?" diye soruluyor. Bu soru uzun yıllar önce "Kahve alır mısınız?" şeklindeydi. Kahve ithal bir ürün olduğundan zaman içinde ülkenin ekonomik koşullarının kötüleşmesi nedeniyle kahveden çok çay tüketen bir toplum olduk. Bu gerçek kendine dair alışkanlıklar oluşturdu ve ekonomik yeterlilikten bağımsız olarak çayı içmeye ve ikram etmeye de alıştık. Bundan şikayetçi miyiz? Hayır. Çay da en az kahve kadar derin ve zengin bir kültüre sahip. Gerçi bir fincan kahvenin içim ritüeli, aromasının doygun ve karmaşık yapısı yanında çay, belki de aromatik bileşenler arasındaki sayısal fark nedeniyle daha farklı bir düzlemde kalıyor ve bunu dediğim anda da elbette o hazır çözülebilir kahve çeşitlerini, *instant coffee*'leri bu zengin kahve tanımının kapsamının dışında bırakıyorum.

Çay, cinsine göre hem dışarıdan gelen hem de ağız içinden yükselen kokusuyla ayrışan farklı çeşitlere sahip. Bunların içinde koku-

sal farklılığı en belirgin olanlarından biri, yerli olarak “tomurcuk”, küresel olarak da *Earl Grey* tabir ettiğimiz bergamot aromalı çay. Bu bölümde, müsaadeniz olursa, küresel ismine itibar ederek *Earl Grey* diye bahsedeceğim bu çaydan. Önce isminden, yani *Earl Grey*’in anlamından başlamak en doğrusu elbette ama ismi anlayabilmek için de İngiliz asâlet unvanlarına kısaca bir bakmamız gerekiyor.

Pek çok kez yanlış dillendirildiği üzere İngilizce “erken” anlamına gelen *early* kelimesiyle ilgisiz bir tanım *Earl*. Yani erken kalkanların bergamot aromalı çay içme zorunluluğu hiçbir yerde, hiçbir zaman olmadı. *Earl*, kıta Avrupa’sındaki “kont” unvanına eşdeğer bir İngiliz asâlet unvanı aslında. Kökünün uzandığı düşünülen proto-Norsk dilindeki *erlaz* veya onun evrildiği eski-Norsk dilindeki *jarl* gibi, “cesur adam, savaşçı, önder” benzeri, birbirine yakın anlamlar barındırıyor. 1018 yılı ile Norman istilasının gerçekleştiği 1066 yılları arasında İngiltere ve İskandinav topraklarına hükmeden Danimarkalı *Knýtlinga* hanedanıyla girdiği İngiliz topraklarında 1066’dan itibaren anlamlarının ötesine taşıyor ve bir asâlet unvanına dönüşüyor. Dönem itibariyle “savaşçı”lığın, cesaretin ve önderliğin nasıl algılandığını düşünürseniz, kelimenin son derece eril bir anlam barındırdığını da görebilirsiniz. Hâlâ bu unvana sahip bir *earl*’ün eşine, *earl* kelimesinin dişi bir karşılığı olmadığından, “kontes” deniliyor. Çünkü sevgili okur, çok iyi biliyoruz ki kadınlar önder ve cesur olamaz, savaşamazlar.

İngiliz asâlet sisteminin veya kendi dillerindeki ifadesiyle *peerage system*’ın iki farklı kolu var. Biri, yaşam boyu olmak kaydıyla verilen unvanlar (*life peer*), ki bunlara örnek olarak mesela Sir Elton John ya da Sir Paul McCartney gibi kolayca hatırlayabileceğimiz popüler müzik insanlarını veya bir tür üst meclis olarak kabul edilen *Lordlar Kamarası* üyelerinin bir kısmını sayabiliriz. Bu tip unvanlar Birleşik Krallık’la ilintili olarak ülkeye veya kraliyet ailesine menfaat sağlayanlara katkıları nedeniyle sadece hayatta oldukları sürece taşınması kaydıyla veriliyor. Unvanın sahibi öldüğünde varisi o asâlet unvanını taşımayı devam ettiremiyor ve sıradan İngiliz vatandaşı olarak yaşamını sürdürüyor.

İngiliz asâlet sisteminin sıralamalarından bazıları, gündelik konuşma dilinin içinde farklı anlamlara evrilebiliyorlar. Çok yaygın olarak kullandığımız “centilmen” kelimesi de bu bağlamda aslında İngiliz asâlet sisteminin alt sıralarında yer alan bir unvan ve o çok bağdaştırdığımız nezaket olgusuyla ilgisi çok sonraları kuruluyor. *Gentle* kelimesini az zorlarsak, dünyanın en çok konuşulan 20 dilinden 12’sinin altında sınıflandırıldığı Hint-Avrupa dil ailesine kadar gidebilir, oradan doğum yapmak anlamına gelen *gen* sözcüğüyle irtibatlandırıp *genetik* ile *nezaket* arasındaki bağın üzerine atılmış o fark edilmeyen örtüyü kaldırabiliriz.

Peerage sisteminin bir de diğer ve daha esaslı kolu olan kalıtsal unvanlar (*hereditary peer*) var ki, bunlar sadece unvan sahibinin hayatıyla sınırlı olmayıp, sonraki nesillere de devredilebilen –aşağıdan yukarı sırasıyla– baron, vikont, earl, marki ve dük unvanları. Bu unvanlar sadece ailenin en büyük çocuğuna devredilebiliyor, alınıp satılamıyor, hibe edilemiyor.

Gerek yaşam boyu gerek kalıtsal unvan sahipleri müracaat ederek bu unvandan aflarını talep edebiliyorlar. “Allah, Allah, neden yapsınlar ki böyle bir şey?” diye düşünebilirsiniz; anlatayım: Krallıkta biri Lordlar (*House of Lords*) diğeri Avam (*House of Commons*) olmak üzere iki meclisli bir parlamento var. 793 üyeli (2018 için, sayı sabit değil) Lordlar Kamarası üst meclis, ama seçimsiz, kraliçe ya da atama komisyonu tarafından atanarak veya verâseten giriliyor. 650 üyeli olan diğeri ise daha “alt” kabul edilmesine rağmen seçmen iradesiyle dâhil olunabilen, “temsil” olgusunun içini üstündekine oranla çok daha fazla doldurabilen bir yer. Eğer seçimle meclise girmek istiyorsanız ve bir de asâlet unvanınız varsa, o unvanı terk etmek durumundasınız, çünkü hem asâlet unvanına sahip olup hem de Avam Kamarası üyesi olamıyorsunuz.

Peki, bir lord olarak zaten bu kamaralardan birindeyseniz, neden alttakine geçmek isteyesiniz? Çünkü alt ve üst, görüldüğü gibi değil. Bütün yasalar mesela, her iki kamaradan onaylanmak durumunda ama vergiyle ilgili olanların karar mercii daha “aşağıda” diye bilinen Avam Kamarası. Keza, Avam Kamarası 1911 Parlamento Yasası’na dayanarak Lordlar Kamarası’nın kararlarını

reddedebiliyor. Bir de şu küçük fark var; Lordlar Kamarası üyeleri zaten zengin sayıldıklarından yol harcırahı dışında bir maaş veya ödeme almıyorlar. Avam Kamarası'nın seçilmiş üyelerine ise personel gideri, ofis ve konut kirası, seyahat masrafları falan hariç, yıllık net 77.379 (2018 için) Sterlin ödeme yapılıyor ve eğer komisyon üyeliği, şu başkanlığı, bu raportörlüğü falan varsa bu rakam yükseliyor. Bu muhteremlerin sigortaları da tamdan gösteriliyor sevgili okur, onu da söyleyeyim! Bütün bunları biraraya getirdiğinizde, bir asalet unvanı taşımaya rağmen Lordlar değil Avam kamarasında görev yapmak isteyenlere rastlamak elbette mümkün olabiliyor.

Royal titles for sale. Buy your German Titles

Choose your Royal Title

Lord or Lady of Pomerania & Lusatia
Baron or Baroness of Pomerania & Lusatia
Viscount or Viscountess of Pomerania & Lusatia
Count or Countess of Pomerania & Lusatia
Marquess or Marchioness of Pomerania & Lusatia
Duke or Duchess of Pomerania & Lusatia
Prince or Princess of Pomerania & Lusatia
Grand Prince or Grand Princess of Pomerania & Lusatia
Archbishop or Archbishopess of Pomerania & Lusatia
Prince Elector & Electress (Markgraf and Markgräfin)

BUY NOW **More details**

Principality of Sealand
REGISTRATION DEED OF INDIVIDUAL NOBLE TITLE

This Individual Noble Title Award is conferred and granted by Our Sovereign, the Head of State, and the Royal Family of Sealand, according to Principality law. This Award is given in recognition of your financial support towards the welfare and development of Sealand.

The Principality of Sealand officially declares that

Lady Jennifer Lyn Field

has been awarded this Individual Noble Title from the Royal Family.

This award is part of a new worldwide initiative from the Government of Sealand to create awareness for our determination to continue our fight for freedom and independence. As our motto states: "From The Sea, Freedom"

Your Unique Principality Registration Reference:
-831458186

Date of Entry in to the Sealand Royal Register:
17 December 2018

There is only one Official Government Website: www.sealandgov.org

In accepting this Individual Noble Title Award, the named person on this deed agrees to accept the Terms and Conditions of this Award. This person will also accept and sign our Sovereign's Seal and will always endeavour to promote the principles and values of Sealand.

İnternette arayıp bulabileceğiniz ve böbreğinizi satmaya gerek kalmadan satın alabileceğiniz pek çok asalet unvanı mevcut. Bunların bir kısmı gerçek ülkelerin yalan unvanları, bir kısmı ise gerçek olmayan ülkelerin doğal olarak gerçek olamayacak unvanları. Sealand Prenslığı'ndan satın alabileceğiniz unvanlar bu iki kategorinin hangisinde yer alıyor, onun takdiri size kalmış.

Eğlenmek isterseniz, bir boş vaktinizde Google'a girip ve İngilizce "satılık unvan" (*peerages for sale*) yazarak aratabilirsiniz. Pek çok üçkâğıtçının 195 Sterlinden başlayan rakamlarla, belgeli, tasdikli ve arazi tapulu unvan pazarladığını göreceksiniz. Arazi derken, bu araziler aslında Birleşik Krallık içinde işe yaramaz bir yerdeki topu topu bir metrekareye denk, çorak bir arazi parçasığının tapusundan ibaret elbette ve bu satın alınan unvanların hiçbir geçerliliği yok. Hatta şu ara ara haberlere konu olan deniz ortasındaki kıymeti kendinden menkul Sealand Prenslığı zaten, geçimini bu tip unvan ve hediyeelik eşya satarak karşılıyor. Ne var ki gündelik hayat içinde kimse bu unvanların temeline bakmıyor ve bazen kart adresinizde yazan 195 Sterlinlik bir "lord" veya "kont" unvanı, uzun mesafeli uçuşta koltuğunuzun ekonomi sınıfından *first class* veya *business class* sınıfına bedel ödmeden yükseltilmesine sebep olabiliyor. Konuyu bilmeyen bir muhatap karşısında "eşitler arasında birinci" (*primus inter pares*) olabiliyorsunuz yani.



Sealand Prenslığı'nde Neler Oluyor?

II. Dünya Savaşı sırasında İngilizler, olası bir Alman saldırısına karşı kıyı açıklarında bugünkü petrol platformlarına benzer yapılar kuruyorlar. Bu savunma platformlarının bir kısmı İngiliz sularının az dışında, uluslararası sularda yer alıyor ve savaştan sonra da unutulup gidiyor.

60'ların başında Roy Bates (1921-2012) isimli albay emekli bir DJ, o zamanki radyoculuk yasaklarından kaçabilmek, BBC tarafından yapılmayan pop müzik yayınlarını da içeren geniş kapsamlı popüler ama korsan bir radyo yayını rahatça yapabilmek için platformlardan birine yerleşiyor. Yerleştiği, karasularının yedi deniz mili açığında, dolayısıyla hukuken hükümrانlık alanının dışında kalan; Fort Roughs Tower. Yerleşince de radyo fikri başka bir şeye dönüşüyor ve Roy, avukatlarına da danıştıktan sonra eşi, oğlu, kızı ve birkaç arkadaşıyla beraber "kimsenin olmayan alan" da (*terra nullius*) Sealand isimli bağımsız bir devlet, bir prenslik kurmaya karar veriyor.

Burnunun dibinde bir Küba örneği yaşamaktan korkan hükümet, hemen bütün deniz platformlarının yıkımına girişiyor. Bu arada helikopterler ve deniz botları da Sealand'ın çevresinde tehditkâr turlar atmaya başlıyor. Roy'un oğlu Michael ve kız kardeşi, yaklaşıp mermiyi basıp uyarı atışı yapıyorlar. Bunun üzerine İngilizler halen vatandaşları olan Roy'u kıyıdaki bir ânında tutuklayıp mahkemeye çıkarıyorlar. Ne var ki mahkemede işler karışıyor. XVII. yüzyıldan hükümler havada uçuşuyor; hâkim olayın gerçekleştiği bölgeye İngiliz hukukunun karışamayacağına karar veriyor.

Durun, bitmedi: 1978 yılında prensliğin anayasasını kaleme alan Alman, Alexander Achenbach darbe girişimi yapıp Roy'un oğlunu rehin alıyor! Roy, Hollywood'da dublörlik yapan bir helikopter pilotuyla beraber adaya iniyor, darbecileri dövüp girişimi bertaraf ettikten sonra elebaşını hapsediyor.

Almanya panikliyor, vatandaşlarını kurtarmak için Prens'le temasa geçiyor; mecburen de kesilen cezayı, yani 70 bin DM'yi ödüyor. Prens'e göre bu ceza ödeme anlaşmasıyla Almanya tarafından *de facto* tanınma olayı gerçekleşiyor, bu da Sealand'in egemen ülkelik iddiasına destek oluyor. (Bu arada, serbest kalan darbeci de ayrı bir sürgün hükümeti kuruyor.)

Prenslik başlarda hatıra para ve posta pulu, sonra teknolojik gelişmeyi takiben hosting, e-posta adresi, prens imzalı (veya bütçeye göre imzasız) asâlet unvanı belgesi, 30 cm² toprak sahipliği, pasaport falan gibi şeyler satarak geçiniyor; bir şekilde platformdaki çorbayı kaynatıyor.



Meşhur Sealand Prensliği. Güverte birazcık paslandı tabii bu kadar yıl sonra.



Sealand çevresinde tur atmaya başlayan teknelere babası Prens Roy ile beraber ateş açan Penelope Bates.



Sealand'in maceraperest kurucusu Prens Roy (Patrick Roy Bates, 1921-2012) ve eşi Prensess Joan (Joan Bates, 1929-2016).

Evet, dönelim mi artık konumuza? Efendim, *earl* unvanını taşıyanlar da, bahsetmiş olduğum Lordlar Kamarası'na girme hakkı olan kişiler. En meşhur *earl* ise 1764 Northumberland doğumlu Charles Grey. Az önce ilginç bir aşk macerasına dahlinden bahsettiğimiz Charles, Grey ailesinin dokuz çocuğundan biri ve babası I. Earl Grey'den sonra *earl* olarak aileden asâlet unvanını taşıyan ikinci üye. Dönemin pek çok aristokratı gibi o da önce Eton'da lise tahsilini tamamlıyor, ardından da Cambridge Üniversitesi Trinity College'a devam ediyor. Her iki okulun da dönemleri itibariyle ve hâlâ parmak ısırtacak derecede seçkin okullar olduğunu söyleyebiliriz. II. Earl Grey, Trinity College'dan herhangi bir mezuniyet derecesi almamasına rağmen büyük bir kazançla, yani olağanüstü bir konuşma yeteneğiyle ayrılıyor ve ardından büyük bir tura çıkıp    yılını kıta Avrupa'sındaki çeşitli ülkelerde geçiriyor. Edindiği konuşma ve söylev yeteneği, zekası ve biraz da düzgün fiziğinin etkisiyle 23 yaşında parlamentoya giriyor.

O dönemde Krallık parlamentosunda muhafazak r Tory'ler ve reformist Whig'ler olmak üzere iki grup veya parti var. Hırslı bir genç olan II. Grey Earl'  Charles, 1792'de "Halkın Dostları" grubunu kurarak daha ilerici konumda olan Whig'lerin yanında yer alıyor. Politik yaşamını birtakım reform yasalarını parlamentodan geçirmek üzerine odaklıyor ki, bu yasalar genel olarak seçimlerin daha sık yapılmasını ve halkın daha fazla temsil edilmesini amaçlayan reform niteliğindeki yasalar. Ancak muhalefetteki Whig'lerin bir  yesi olarak o dönem içinde bu yasaları parlamentodan geçiremiyor. Muhafazak r Tory'leri tercih eden III. George'un krallığı sona erip yerine Whig'lere sempati duyan IV. William geçince, sonunda hep muhalefette kalmakta olan Whig Partisi'ne iktidar yolu açılıyor ve 1830 yılında iktidara gelen Whig Partisi hükümetinin başbakanı da bizim II. Earl Grey oluyor.

Başbakanlığı döneminde Earl Grey, daha önceleri yasalaştıramadığı teklifleri parlamentodan geçirmeye muvaffak oluyor. Mesela 1832 Reform Yasası da denilen yasayla beraber, köle ve esir ticaretinin sonlandırılması, seçimlerde daha çok insanın (kadınlar

hariç) oy verebilme hakkı, gizli oy kullanılabilmesi, imalathanelerin daha güvenli hale getirilmesi, işçilerin yaşam koşullarının görece düzeltilmesi gibi pek çok reform hayat buluyor. Dört yıllık ve oldukça yoğun başbakanlık döneminin sonunda da kendi toprağı olan Northumberland'daki Hawick Hall isimli malikanesine çekilerek emekli oluyor.

Girişte bahsetmiştim, gençliğinde kendinden yedi yaş büyük bir dönem ünlükişisi (*celebrity*) olan Devonshire düşesi Georgiana Cavendish ile evlilik dışı bir ilişkisi ve bu ilişkiden de bir kızı oluyor II. Earl Grey'in. Kocasının tepkisi üzerine düşes Fransa'ya gidip doğurduğu çocuğu mecburen babaya, yani Charles Grey'e, daha doğrusu kendisine değil ama ailesine "iteliyor". Grey'in ailesi tarafından gayrimeşrû olduğu bilinerek ve ona göre davranılarak "ezik" denilebilecek bir büyüme dönemi geçiren yasak aşk meyvesi çocuk, yani Eliza Courtney de gerçek annesinin kim olduğunu ölene kadar bilemiyor. Ancak Georgiana öldükten sonra o zamana kadar vaftiz annesi sandığı kadının aslında özbeöz annesi olduğunu öğrenen Eliza, daha sonraları evlenip çocuk sahibi olduğunda ilk çocuğuna annesinin adı olan Georgiana'yı uygun görüyor.

HEDİYEDEN MARKA: *EARL GREY*

Bu fırtınalı hayatın içinden küçük bir bölüm, belki de İngiliz tarihinin bu safhalarından habersiz olarak bizlerin Earl Grey'i, yani Charles'ı hâlâ tanıyor olmamızın sebebi oluyor. Rivayete göre Çinli bir mandarin, oğlunun hayatını kurtardığı için Earl Grey'e teşekkür borçlu ve bu borcun sembolik bir ifadesi olarak ona küçük bir sandık çay gönderiyor. Çay, bildiğimiz gibi bir çay değil; daha sandığın kapağını açar açmaz nefis bir bergamot kokusu yükseliyor içinden.

Bir kısım kaynakta bu oğul kurtarılması olayının bir deniz kazasından kurtarılması, ona rakip bir diğer kısmında ise bir kaplanın saldırısından kurtarılması olduğu rivayet olunuyor. İlki doğruysa Charles Grey tarafından değil, onun adamları tarafından kurtarıldığını söylemek belki çok daha doğru olacak, çünkü II.

Earl Grey'in kendisi yaşamı boyunca Çin topraklarına ayak basmış değil. Gene bu deniz kazasından kurtarılma efsanesi doğruysa yeşil çay + bergamot aromasına, yani Çin versiyonuna, kaplan efsanesi doğruysa da siyah çay + bergamotla Hint versiyonuna itibar etmek gerekiyor. Hint versiyonuna itibar edersek Çinli mandarin yerine de tabii bir Hintli mihrace beyefendiyi oturtmamız gerekiyor. Bugün için daha genel kabul göreni, bu ikisinin karışımı olan hibrit bir efsane, yani hem hikâyesi Çin kökenli hem de siyah çaydan yapılıp bergamotla aromalandırılıyor.

Bu çay, o güne kadar alışıldık lezzetlerin ötesinde bir çay ve hem Earl Grey, hem de çayı paylaştığı dostları bu eşsiz lezzetten çok etkileniyorlar. Mandarin sadece çayı değil, beğenildiğinin belirtilmesi üzerine nasıl yapıldığının tarifini de Earl Grey'e gönderiyor. Başbakan olan Earl Grey de bu çay harmanının tarifini dönemin önde gelen çay tüccarları olan *Twinings in the Strand*'a veriyor ve aynısından hazırlamalarını rica ediyor. Koca başbakanı kırabilirler mi? Tabii ki Twinings de kendilerine verilen örneğe çok yakın bir formülle çayı harmanlayıp aromalandırıyor. Böylece de ilk *Earl Grey* çayı piyasada yerini alıyor.

Bu arada, sevgili okur, farkındasınızdır, değilseniz de laf arasındayken kaynamasın; köleliği kaldırmak gibi çok önemli birtakım sosyal değişimleri sağlamış olmak her şeye yetmiyor. Eğer ki çöldeki bahtsız bedeviyse, sokaktaki insan sizi "İngiltere'de köleliği kaldıran adam" olarak değil, "çay" olarak hatırlıyor.

Twinings'in hazırladığı bu yeni çay ilk harmanlandığında siyah Çin çayı, Hint Darjeeling çayı, Seylan çayı ve isli kokusuyla muhteşem lapsang *souchong* çaylarının bir harmanı ve bergamot kabuklarıyla kokulandırılıyor. Daha sonra bu harman içeriği bulunabilirlik ve pahalılık kısıtlarına göre yeniden elden geçirilmiş olsa da, hem Seylan hem de siyah Hint çayı uzun süre harmanda yer alıyorlar. Ancak, ilk zamanlarda harman içinde yer aldığı var sayılan bu kaliteli nadide çaylara fazla da kanmamak lazım; zira *Earl Grey*'e karakterini veren, tabanını oluşturan çaylar değil, başkın aroması ile bergamot. Bugün için piyasadaki alternatiflerin

pek çoğunun düşük ya da en fazla orta kalite çayların bergamot (bergamot kabuğu değil, ya kabuktan soğuk sıkım bergamot yağı ya da kompoze bergamot aroması) ile aromalandırılmasından oluştuğunu söylersek çok da yanılmış olmayız.

Pek çok üründe olduğu gibi kuvvetli aromalar, aslında çıplak ürünün düşük kalitedeki tadını maskeleyerek için kullanılıyor. Her ne kadar İngilizlerin çayı sütle içmek gibi bir alışkanlığı varsa da, *Earl Grey* için bunun fazla tercih edilmediğini, olduğu gibi, sütsüz, hatta limonsuz içildiğini söyleyebiliriz. Ancak, bundan yaklaşık 30 yıl kadar önce *Earl Grey* çayının bazı kuzey ülkeleri tüketicilerine “sert” gelmesi nedeniyle bergamot aromasına limon ve portakal kabukları ilave edilmiş bir versiyonu, yani *Lady Grey* çayı icat edilip piyasaya sürülüyor.

Herhangi başka bir katkı içermeyen sade *Earl Grey*’in orta sertlikte bir çay olduğu ve bu orta sertlikteki çay lezzetine de kuvvetli narenciye notalarının eşlik ettiği göze –veya dile/damağa– çarpıyor. Pek çok farklı markanın *Earl Grey*’i olmasına rağmen bunlar arasındaki fark ancak süt, limon, şeker vesair aromalar katılmadığında ortaya çıkıyor ve işin doğrusu, hangisinin damak zevkinize daha uygun olduğunu anlamak için de katışıksız halde deneyerek mukayese etmeniz öneriliyor.

EARL GREY’İN ARKASINDAKİ GERÇEKLER

Sevgili okur, muhtemelen siz de benim gibi *Uzay Yolu* dizisinin ikinci jenerasyonunda Kaptan Kirk’ün yerini alan Kaptan Picard’ın da dizideki çay tercihi olan *Earl Grey*’de kullanılan çay çeşitlerinin nasıl olup da yerlerinden, Çin’den, hatta Hint’ten kalkıp Londra limanlarına ulaştığını merak ediyorsunuzdur. Soruyu sormamdan da anlamışsınızdır ki anlatacaklarıma zemin olsun diye bu cümleyi sarf ediyorum. Doğrudur, niyetim biraz çay yolculuğu anlatmak ama öncesinde müsaadeniz olursa *Earl Grey*’le ilgili yüzlerce yıldır anlatılan ve abartılı bir şekilde romantize edilen bu hoş hikâyelere inananları mutsuz edecek bir küçük bilgi vereceğim.

Efendim, ay Şirketlerinin hediye çay sandığındaki çayın aynı-
sını yapma iddialarının karşısına bir başka iddia daha çıkıyor. Bu
farklı, pek, hatta hiç romantik olmayan, son derece basit iddianın
sahibiye bu kez daha “damardan” bir kaynak: Grey ailesinin
son kuşak fertleri! Aileye göre Grey Earl’ünün memleketi olan
Northumberland bölgesinde yerel sular çok sert ve çok kireçli. Bu
nedenle Leydi Grey yani muhterem beyefendinin 15 çocuk annesi
müteveffa eşı Mary Ponsonby, kirecin çayın lezzetini bozmasının
önüne geçmek, suyun sertliğini bir nebze olsun yumuşatmak için
ay harmanının içine birkaç parça bergamot kabuğu atıyor. Eh,
eşı başbakan olunca tabii eve gelen giden de bayağı fazla; ayrıca
her gelene de illa aydı, kurabiyeydi falan bir ikramda bulunuluyor
kuşkusuz.

Sadece Northumberland’de değil, Londra’daki evde de yapı-
yor bu ikramlar, dolayısıyla memlekette hazırlanan/harmanlanan
ay Londra’ya da götürülüyor. Değişik lezzetiyle pek beğeniliyor,
hem çok övülüyor, hem de “Acaba bunun formülünü verebilir
misiniz bize?” diye talepte bulunuluyor. Rivayete göre Twinings’in
Earl Grey isimli bir çay pazarlamaya başlaması da aslında Çin’den
gelen hediyeye-mediye değil, kireçli suyun lezzeti arpıtmasıyla
mücadele için çaya bergamot katılmasına dayanıyor.

Dönelim sorumuza: Evet, nasıl oluyor da, ta o zamanlarda
bu aylar Çin gibi, Hindistan gibi uzak coğrafyalardan kalkıp
Londra’daki earllerin, düklerin veya sokaktaki avamın fincanlarına
ulaşıyor? Bu sorunun cevabı bir Şirkette yatıyor: British East India
Company (İngiliz Doğu Hindistan Şirketi) veya kısa adıyla East
India Company, EIC. Evet, doğru okudunuz sevgili okur, bire bir
kelime anlamıyla “aylar Şirketten”!

1600 yılının son gününde, Londra’nın sisli havası daha henüz
kararmaya başlayıp gün akşama dönmeye yüz tutmuşken İngiltere
Kraliçesi I. Elizabeth’in önüne bir kâğıt uzatılıyor imzalaması için.
45 yıllık hükümdarlığıyla İngiltere tahtında en uzun süre kalan
isimler arasında yer alan ve tahta geçişindeki olaylardan başlayıp
ülkenin resmî dinini Protestanlık yapmasına kadar hayatı türlü

ilginçliklere sahne olan Kraliçe Hanımefendi de, zaten konu hakkında bilgisi olduğundan, hafifçe bir göz gezdiriyor, sonra mürekkebe bandığı tüylü kalemi cızırdatarak kâğıdın altına imza niyetine ismini çiziktiriyor.

Tabiidir ki kalemın ucu kâğıdın üzerinde gezinirken hanımefendinin aklında da şirketin ticaretinden sebep tahtın toplayacağı muhtemel vergiler canlanıyor. O çiziktirmeyle beraber dünyanın çehresini değiştirecek bir şirketin, bilindik adıyla Doğu Hindistan Şirketi, hiç kullanılmayan resmî adıyla da “Doğu Hintle Ticaret Yapan Londra’nın Tüccarları Şirketi”nin (Company of Merchants of London Trading into the East Indies) hikâyesi başlıyor.

Pardon, aslında hikâye çok daha önceden başlıyor ve tarihsel süreçte bu noktaya gelene kadar bazı kilometre taşları var atlamamız gereken. İsminden Doğu Hindistan Şirketi, İngiliz Doğu Hindistan Şirketi veya kısaca Saygın Şirket (Honorable Company) diye bahsedilen ve İngilizce’de de tıpkı bayrağında yer alan harfler gibi “EIC (East India Company)” olarak kısaltılan şirketin kuruluşuna gelebilmek için Tordesillas Antlaşması’yla dünyanın “yeni topraklarının” İspanya ve Portekiz arasında ikiye bölünmesi, zaman içinde İspanyolların antlaşmaların da üzerine çıkarak küresel tahakkümlerini kurmaları ve dönemin yenilmez savaş makinesi İspanyol donanmasının (*Armada*) İngilizler tarafından yenilgiye uğratılması gibi olayları da göz önüne almak gerekiyor.

Bu kilometre taşlarından direkt olarak olmasa da dolaylı olarak kitabımızın muhtelif bölümlerinde bahsedeceğiz. Ancak şu an bu satırları okurken bilmemiz gereken şu gerçek var ki, Elizabeth Hanımefendi imzayı attığında az önce önemli olaylardan bahsederken son sıraya yerleştirdiğim deniz zaferiyle beraber İngiliz tüccarları sularda artık daha bir rahat hareket edebilmeye başlıyorlar. Bunun üzerine bir de İspanya Kralı (ayrıca Hollanda, Belçika, Napoli, Sicilya, Portekiz, İspanyol Amerikası ve sömürgeleri ve Portekiz Kralı olmakla kalmayıp aynı zamanda Milano, Malta ve Güney İtalya Dükü, hatta geçmişte bir dönem eş durumundan, yani *jure uxoris* İngiltere Kralı) olan II. Felipe’nin ölümüyle oluşan

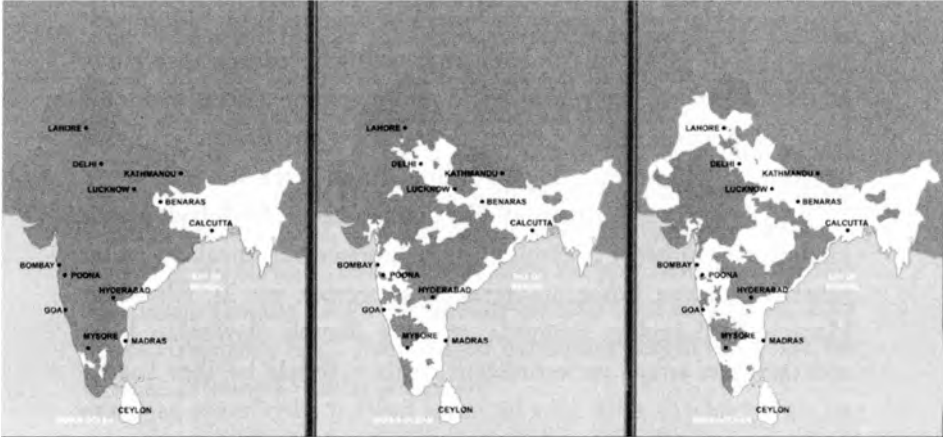
devasa politik karadeliği de eklersek, İngiliz ticaret gemileri için eskisine göre çok daha güvenli dolaşabilecekleri bir zeminin ortaya çıktığını görebiliyoruz.



Doğu Hindistan Şirketi'nin, daha sonra ABD bayrağına model olan bayrağı. Yatay çizgiler kırmızı ve beyaz renkte.



Şirketin zaman zaman bayrak olarak da kullanılan logosu. Bu logoyu Tom Hardy'nin başrolde yer aldığı 2017 yapımı *Taboo* dizisinde bol bol görebilirsiniz.



Açık renkli alanları takip ederek soldan sağa doğru ilk 100 yıllık dönem içinde şirketin ve İngiliz egemenliğinin Hindistan alt kıtasındaki yayılımını kronolojik olarak takip edebilirsiniz.



Şirket tarafından basılan
Hint madenî parası.

Ancak pasta büyük, çok büyük. Peşine düşülecek, servetlere servet katacak türlü emtianın bulunduğu bölgeler ise ancak güçlü gemilere binilerek, zorlu denizler aşılarak ulaşılabilecek mesafelerdeler. Dolayısıyla birkaç ufak tüccarın altından kalkabileceği işler değil bunlar. O zaman ne olacak? Tabii ki küçük tüccarlar büyük tüccarlar falan, hepsi biraraya gelecek, hep beraber tek bir dev yapı oluşturacak, o ortaklık yapısı da kraliçe hazretlerinden belli ülkelere getirilen ürünleri ülkeye sadece kendilerinin sokabilmesi ayrıcalığını talep edecek.

Aslında daha önce de bir İngiliz ticari ortaklığı olan Venedik ve Türkiye (Osmanlı) şirketlerinin birleşmesiyle kurulan Levant Şirketi doğudan, yani güneşin yükseldiği topraklardan (*levant* > *levare*) araçlar vasıtasıyla da olsa mal getiriyor. Ancak savaş döneminde İspanyollara karşı İngilizlerin yanında yer alan zengin ve becerikli Hollandalıların artık dünya sahnesine kendi başlarına çıkıp türküler tutturan söylemeleri, hem de oldukça gür sesle söylemeleri, aracından mal alan küçük sermayeli şirketlerin yerine daha güçlü bir yapıya ihtiyaç olduğunu ortaya çıkarıyor. Ticaretin yapısının hem felsefe hem de yöntem ve işleyiş bakımından reforma ihtiyacı olduğu artık aşîkar.

Bazı Yapısal Değişiklikler

Doğu Hindistan Şirketi, “şirketokrasi” veya “şirketçilik” (*corporatocracy*) diyebileceğimiz, şirket veya şirketler tarafından yönetilen ekonomik ve siyasi sistemin ilkel anlamdaki ilk örneklerinden. Bir ticari ortaklık düşünün ki ülkede hem piyasaya, hem politik yaşama, hem de askeriye hâkim; geliri tebası olduğu krallığın ülke gelirinden daha yüksek, kontrolü altındaki insan sayısı bugünkü ABD’den daha kalabalık ve bu cesamete sebep olan işlemleri günümüzdeki gibi kapalı kapılar ardında değil, alenen ve yasal olarak gerçekleştiriyor. Bir koca ülke, tahtta oturanından vasıfsız vatandaşına, bu şirketin geliriyle yaşıyor neredeyse. En ihtişamlı olduğu dönemde şirketin kendi maaşlı ordusunun mevcudu 260 bin kişinin üzerinde, ki bu da Birleşik Krallık’ın resmî ordu asker sayısının iki mislinden fazla. O gün için dünya ticaretinin yüzde 50’sini tek başına gerçekleştiriyor, ciroysa bugünün rakamıyla iki milyar Dolar civarında.

Bu rakam, bugünkü uluslararası ticaretin boyutu düşünülünce az gibi gelebilir ama rakamı uluslararası ticaretin o dönemdeki toplam hacmini düşünerek değerlendirmeniz gerektiğini hatırlatmak isterim. Şirket bir yandan ayak bastığı ülkelerdeki fabrikalarda işlediği baharat, kumaş, ne varsa yok pahasına alıyor; bir yandan da o ülkenin sultanları adına vergileri toplayarak ama bunlardan sadece küçük bir yüzdeyi sultana vererek kısmi azamisini kendi

bilançosuna katıyor, diğer yandan da kendi ticari menfaatleri için hâkim olduğu herhangi bir bölgede çatışma veya savaş finanse edebiliyor, ordu kuruyor ve savaştırabiliyor.

Bu dev ve ilginç kâr makinesi ilk uzun deniz seferinde, tecrübesizlikten olsa gerek, yüzde yüzün çok az altında bir kâr sağlıyor yatırımcılarına ama devam eden yıllarda bu oranın katlandığı birden fazla sefer gerçekleşiyor. Yatırımcılar derken, bu isimler de gökten zenbille inmiyorlar. İlk kurulduğunda 200'ün üzerinde küçük veya büyük tüccar var ortaklık yapısının içinde ve hepsi farklı miktarlarda yatırım yapıyorlar şirkete. Mesela aşağıdaki seçkide görülebileceği gibi belediye başkanıyla bakkalın aynı ortaklık yapısında buluşabildiği ilginç bir sosyal yapısı var şirketin:

Nicholas Barnsley, bakkal, 150 Sterlin

Henry Bridgman, derici, 200 Sterlin

James Deane, tuhafiyeci, 300 Sterlin

Thomas Farrington, şarap tüccarı, 200 Sterlin

Leonard Halliday, belediye meclisi üyesi, 1000 Sterlin

Ralph Hamer, tüccar terzi, 200 Sterlin

Edmond Nicholson, bakkal, 200 Sterlin

Sir Stephen Seame, Londra belediye başkanı, 1000 Sterlin

Richard Wiseman, kuyumcu, 200 Sterlin

Gökten Zenbille İnmek

Doğru yazılışı “zembil” değil, “zenbil”.

Ne anlama geliyor? Örülmüş sepet.

Zenbilli Ali Efendi nam bir şeyhülislam var. Kendisine sorusu olanlar bir kâğıda yazarak evinin ikinci kat penceresinden sarkıttığı zenbille koyarak yukarı gönderiyorlar. Hoca da bakıyor, fetvayı veriyor, bir kâğıda yazıp gene zenbille koyuyor ve yukarıdan aşağıya gönderiyor.

Tam ismi Ali Cemali olan ve üç padişah (II. Bayezid, Yavuz Selim ve Kanûnî) döneminde görev yapan muhteremin yukarıdan aşağıya hüküm indirmesi de zaman içinde halk arasında “Nereden çıktı bu?” sorusunun devamında gelen “Gökten zenbille mi indi?” söyleyişine kaynak oluyor.

Bu yapıyı bilindik anonim şirketler gibi zannetmeyin lütfen. Sermayedarlar, sefer sona erdiğinde yatırdıkları sermayenin toplama oranında bir kâr payı ve yatırmış oldukları anaparayı alıyorlar, bir dahaki sefere kadar. Yatırılan paranın her ticari işlemde geri alınamayacağı bilindik anonim şirket yapısına varmak için şu an bahsetmekte olduğumuz İngiliz şirketinin en büyük rakibi olan Hollanda şirketinin kuruluşunu beklemek gerekecek.

Londra ağırlıklı bu irili ufaklı tüccar grubu, eğer ki kendilerine ait gemileri varsa, uzak ve bilinmedik diyarlara yapılacak seferler için o tekneleri riske atmak istemiyorlar. Dolayısıyla yukarıdaki gibi hisseler toplanarak beş gemi satın alınıyor ve bu gemilerin ambarları ulaşılan yerlerde yeni ve kârlı egzotik mallar alabilmek için satılacak (takas edilecek) emtiayla dolduruluyor. Bu takas edilecek mal seçiminde de tecrübesizlikten (ilk sefere mahsus olmak üzere) yapılan hatalar oldukça fazla oluyor. Karabiberlerine heveslenen Sumatralılar'ın mesela, İngilizler'in getirdiği dökümhanelerde işlenmiş dövme demirlere, East Anglia işi yün ceket ve yeleklere veya Devon'da dikilmiş pantolonlara en ufak bir ihtiyaçları dahi yok. Bunların pek çoğu kafadan elde kalıyor.

Neyse efendim, sonuçta en büyüğü *Red Dragon* (600 tonluk, 200 mürettebatlı ve 3.700 Pounda mal olmuş) olmak üzere *Hector*, *Susan* ve *Ascension* isimli gemiler ve onları takip edecek olan ikmâl gemisi *Guest* satın alınıyor, donatılıyor, erzak ve malla dolduruluyor. Bu hazırlanma işlemi sırasında limanda çalışan ilgili personele de fiçıyla bira servis ediliyor ki acıktıkça birahanelere gidip işgücü ve zaman kaybına sebep olmasınlar. İş bitip yelken açmaya hazır hale gelindiğinde, hani olur da geride bekleyenlerine bırakacak paraya ihtiyaçları vardır falan diyerek mürettebatın iki aylık maaşı da peşinen takdim ediliyor. Çok şeker yani şirket ilk seferlerde, bildiğiniz gibi değil sevgili okur. Bir çilekli makaron dağıtmadıkları kalıyor mübareklerin. Zaman geçtikçe hem şirketin alt kademe çalışanları hem de yabancı coğrafyalarda muhatap olduğu “çözüm ortakları”, mumla arayacaklar bu durumları, mumla!

Bu arada, aman o dönemlerdeki İngiliz algısını bugünküyle karıştırmayınız. Diğer Avrupalıların yanında oldukça düşük bir şöhretleri var. Kaba, yol yordam bilmez kişiler olarak telâkki ediliyorlar, hele ki Fransız veya İspanyol aristokrasisiyle mukayese edilince. Kıyafetleri, temizlikleri falan da beğenilmiyor. Bu tip “ince”likleri geçelim, ticari zekalarının Hollandalı rakiplerinin yanına bile varamayacağından bahsediliyor. Kabul edilen ve hakkı teslim edilen tek özellikleri gemicilik ve seyrüsefer (navigasyon) yetenekleri, başka pek bir şey yok ortada, 1600’lü yıllarda. Kıta Avrupa’sından dar bir boğazla ayrılıyorlar ama bu ayrılıktan kıtada yaşayanlar asla şikâyetçi değiller.

Her şeyi değiştiren ve bugünkü “şık, nazik, seçkin, paralı, kurnaz İngiliz” kimlik ve algısına dönüşümü sağlayan Doğu Hindistan Şirketi ve onun sağladığı ekonomik imkânlar oluyor. Eğer bir Viktoryen dönem İngiliz mucizesinden bahsedilebiliyorsa yani, bu şirketi hikâyeden çıkardığınızda, geriye elde kuru bir tahttan başka pek bir şey kalmıyor. Gerçekten, 300 yıllık küresel bir hikâyenin başlangıcına şahit olmaktadır 1600’lü yıllarda, Manş’ın kuzeyine doğru göz attığımızda.

Bu şirketin bir başka özelliğinden bahsetmezsek olmaz. XV. yüzyıldan başlayarak “imtiyazlı”, yani ayrıcalık tanınmış şirketler



Red Dragon gemisinin başı çektiği filoyla yeni kurulmuş olan Doğu Hindistan Şirketi adına ilk Hint seferine çıkan ve dönüşünde “şövalyelik”le ödüllendirilen James Lancaster.

olarak tanımlayabileceğimiz, İngilizce’de *chartered company* olarak geçen bir şirket türünün ortaya çıktığını görüyoruz. İngiltere, Hollanda veya Fransa gibi emperyal ülkelerde bu tür şirketler, önceden tanımlanmış yabancı topraklardan belirlenmiş birtakım ürünler getirmek için tekel konumunda hak sahibi oluyorlar. Bu ticareti sürdürebilmek ve rekabet edebilmek için de ithalat yaptıkları ülkede kendilerine ait düzen kurabilecekleri ayrıcalıklı haklara sahipler. Keza gidilen yerde bağlı oldukları ülkenin muktediri tarafından verilmiş birtakım görevleri (icra veya temsil) yerine getirmek durumundalar. Kısaca belli bir bölgeyle, bazen her mal, bazen belli bir mal cinsi üzerinden yapılacak ticaret için tekelleşme izni verilen şirketler, diye özetleyebiliriz. Bir başka bakış açısıyla sömürgeciliğin maddi tabanlarını oluşturan şirketler diye de tanımlarsak, hiç yanlış yapmamış oluruz. İngiliz Doğu Hindistan Şirketi de bunun tarihteki en büyük ve önemli örneklerinden. Çok var böyle; Muscovy Şirketi, Hudson Körfezi Şirketi, Massachusetts Şirketi, Eastland Şirketi, Türkiye Şirketi falan, sadece İngilizlere ait şirketlerden sayabileceklerim. Bunun daha Fransızı var, Hollandalısı var, var oğlu var, var kızı var...

Şirketin sefer için satın alıp donattığı dört gemi ve bir refakatçi ikmal teknesi 1601 yılının puslu ve soğuk bir Ocak gününde emekli bir denizci olan James Lancaster komutasında Woolwich’ten (Londra’nın güneydoğusu) açılıp Thames Nehri’ni takiben açık denizlere yol alarak ilk seferi başlatıyor. Neden emekli bir denizci komuta etmekte filoya? Eh, çünkü muhteremin daha önce, 1591’de gemiyle doğu Hindistan tecrübesi (Zanzibar, Penang, Seylan) var; hatta o suları en iyi bilen İngiliz denizcisi diye bahsediliyor kendisinden. Düzeni sağlayıp aksamaların önüne geçmesi ve seferi kârlı tamamlaması için özel bir belgeyle bizzat Kraliçe hazretleri tarafından yetkilendirilmiş durumda ve toplam 460 mürettebat üzerinde neredeyse her türlü yaptırıma yetkisi var, infaz dâhil. İnfaz-minfaz dedim diye ful askeri sefer sanmayın bu ilk seferleri. Filodaki her gemide bir de şirketi temsilen tüccar yer alıyor. Bu tüccarlar, bazı dönem filmlerinde geminin arka tarafında görebile-

ceğiniz dört başı direkli ve perdeli yatak bulunan şık kamaralarda ikamet ediyorlar ve karaya ulaşıldığında pazarlık falan gibi ticari konularda söz hakkı kaptandan ziyade onlarda oluyor.

Ticari hedeflerine ulaşabilmek için yapması gereken en önemli şeylerden birisinin Hollandalıların doğu Hint adalarındaki baha-rat ticareti tekeli kırmağa olan şirketin ilk gemi filosu, Woolich'i terk ettikten 18 ay sonra Sumatra'nın kuzeyindeki Açe'ye vâsıl oluyor. Bingo! Karada onları karşılayanlar arasında iki Hollandalı tüccar var. Neyse, dostluk gösterileri, beyaz adam kardeşliği falan ayaklarına yerel liderle görüşmeyi başarıyorlar. Kraliçe tarafından gönderilen mektup ve hediyeler (gümüş bir kupa, bir büyüteç, bir kılıç kemeri ve kuş tüyünden bir yelpaze, vs.) Sultan Alaaddin ibn Firman Şah'a takdim ediliyor.

Sıcak bir buluşma gerçekleşiyor, zira yerlilerin önde gelenleri İspanyol armadasını yenebilen bu insanları zaten merak etmekte, ayrıca o dönemlerde o limanlar civarında sık dolaşan Portekizlilerin bölgedeki Müslüman ülkelerde hiç sevilmediğini de unutmamak gerekiyor. Sultan da bayağı meraklı bir tip bu arada, Elizabeth'in neden evlenmediğini, kaç yıldır tahtta olduğunu falan soruyor. Lancaster da bir kısmı mahrem bu kadar soruyu duyunca "Lan, bu sultan bizim kraliçeye mi yürüyor, nedir? Yok ya, ikisi de kaç yaşında insanlar, yuf artık" diye düşünmüyor değil.

Neyse efendim, hoş beş güzel ama iş ticarete gelince bu görüşmenin çok da başarılı olduğunu söyleyemiyoruz. Daha önce belirttiğim gibi takasta kullanılmak üzere yüklenen yün yelek veya pantolon Sumatra'da hiç itibar görmüyor. Kaptan da bu durum karşısında, hele ki o dönem İngiliz gemicilerinin en yetenekli oldukları alan düşünülürse, yapılabilecek en mantıklı şeyi yapıyor ve az açılıp pusuya yatıyor. İngilizlerden habersiz oralara ticaret yapma niyetiyle gelen bir Portekiz kalyonuna saldırıp bütün malına el koyuyor. Mücevher, gümüş ve tabak-çanak gibi kıymetli eşya dolu ambarları kendi gemilerine aktardıktan sonra bu kez yağmaladıklarını kullanarak kârlı takaslar (biber) yapmak üzere vuruyor gemileri Java tarafına doğru.

Uzun lafın kisası, Eylül 1603'te, gemiler yola çıktıkları Thames Nehri sularına dönüyorlar. Dönenlerin sayısı üç yıl önce yola çıkanlardan az, zira sefer boyunca 460 denizciden 182'sini muhtelif nedenlerle, çoğunlukla da iskorbütten sebep hayatını kaybediyor. İskorbütten ölümlerin en az olduğu gemi, kaptan James Lancaster'ın da içinde bulunduğu *Red Dragon*. Neden? Çünkü gemide limon var ve kaptan her gün tayfalara üçer kaşık limon suyunu elleriyle içiriyor. Ne var ki limon ve iskorbütle sebep-sonuç ilişkisi henüz kurulamadığından muhtelif narenciye'nin gemilere yüklenme mecburiyeti için bir yüz yıl daha geçmesini beklemek gerekecek.

İskorbüt ve Narenciye Etkisi

"İskorbüt"ü; askorbik asit eksikliği hastalığı diye tanımlayabiliriz. Askorbik asit de, biliyorsunuz, C vitamini dediğimiz şey. İlk Haçlı Seferleri'nde rastlanıyor ama yoğunlaşması tabii ki uzun gemi yolculuklarının başlamasıyla beraber oluyor.

Zayıflık, halsizlik ilk belirtileri. Devamında alyuvarların azalmaya devam etmesiyle beraber dişetlerinde çekilme, kanamalar, eklem şişmeleri falan derken herhangi bir taze meyve veya sebzeye erişimi olmayan teknedeki denizcilerin, sırf kuru gıdayla beslenmelerinin bedeli ağır oluyor ve ölümler sonlanabiliyor. "Keşifler Çağı" denen ve Avrupa ile Hint diyarı arasında deniz yoluyla baharat köprüsü kurmaya çalışılan dönemde henüz sebep sonuç ilişkisi kurulabilmiş değil ve yaklaşık iki milyon denizcinin hayatını kaybettiği sanılıyor.

Hoş, standart uygulama olmasa da narenciye'nin gözlenen semptomlara iyi geldiği bilgisi bir kısım gemicide mevcut. Portekizliler mesela, hastalanan denizcileri rotaları üzerinde yer alan ve muhtelif narenciye ektikleri adalara bırakıyorlar. Burada bir süre limon, portakal, misket limonu, artık Allah ne veriyse beslenerek düzelmeye başlayan gemici de bir sonra gelen gemiye binerek ülkesine dönüyor.

1747 yılında iskorbüt konusunda ilk kontrollü deney, Kraliyet donanmasında denizcilik hijyeni üzerine çalışan İskoç doktor James Lind tarafından gerçekleştiriliyor. Ancak çalışma, kitaba da dönüşmesine rağmen çok yankı bulmuyor. Fransızlar mesela, bulgulara itibar etmeyip hastalığa tek çarenin taze kesilmiş at etinden pişirilecek yemekler olduğunu söylüyorlar. Bu da ülkelerinde bir at eti yeme modasını başlatıyor. İngilizler ise deneyden epey sonra, yani 1867 yılında seferdeki tüm denizcilere günlük misket limonu tayını verilmesini yasalaştırıyorlar.

İngilizcesi *lime* olan misket limonundan sebep, önce İngiliz denizcilerine, sonra da kuzey Amerika'ya, Yeni Zelanda'ya ve Güney Afrika'ya yerleşen İngiliz kökenlilere *limey* lakabı yakıştırılıyor.

Gemilerin dönüşü tabii ki Londra'da büyük olay oluyor. Uhrevî olmasa da ticarî bir cennetin rotasını öğrenmiş durumda artık genç şirket. Gemilerin limana yaklaştığı haberini Londra'ya getiren atlı haberciye beş Sterlin mükafat/bahşiş veriliyor. "Yuh, cimri! Beş Sterlin de ne ya?" demeyin lütfen, o zamanın Poundunu bugüne getirip Dolara çevirdiğimizde yaklaşık 1.500 Dolar gibi bir rakamdan bahsetmiş oluyoruz. Keza, filo seferdeyken yetkiyi şirkete veren imzayı atan Kraliçe Hanımefendi hayatını kaybetmiş olsa da, saray tarafından görevlendirilen gümrük memurları lebâleb (dudak dudağa, ağzına kadar) biber dolu (467.200 kg.) ambarlara bakıp şirkete 917 Sterlin gümrük vergisi tahakkuk ettiriyorlar. Hiç hesap makinesiyle uğraşmayın, ben söyleyeyim size bugünkü Dolar karşılığını bu gümrük vergisinin: Yaklaşık 275.000 Dolar!

Bu daha başlangıç sevgili okur, daha önce dediğim gibi ülkeden daha büyük bir şirketten söz ediyoruz. İkinci filo seferi mesela yatırımcıların para kazanma hırsıyla 60.000 Pound sermaye topluyor, üçüncüsü uyanıklık edip karabiberden de kıymetli baharat üzerine yoğunlaşıyor ve 2.948 Poundluk (güncel değeri 875.996 Dolar) mal karşılığı aldığı karanfil İngiltere'ye getirdiğinde 36.287 Pounda (güncel değeri 10.782.662 Dolar) satıyor falan. Uçuşan kârların farkındasınız, değil mi sevgili okur? Daha çokook milyon Sterlinler uçuşacak havalarda, hatta şirket ülkeye ve tahta borç verecek duruma gelecek.

Bu kârlarla beraber çok şey, mesela gemi yapım endüstrisinin bile kaderini değiştiriyor şirket. 1607'de gemi yapımı için tersaneler kuruluyor ve bu uzun Hint yolculukları için özel bir gemi modeli (*East Indiamen*) geliştiriliyor. Daha önceleri bilinmeyen depolama teknikleri falan icat ediliyor o dönemde; keza iplikhaneler ve dokuma atölyeleri (yelkenler ve halatlar için), hatta mürettebata gerekli etin temini için özel bir şirket mezbahası bile kuruluyor. 1609 yılında ise rakipleri olan Birleşik Doğu Hindistan Şirketi'nden (V.O.C.) gördükleri sermaye yapısını uygulamaya başlayıp her sefer dönüşü anaparayı iade etmek

yerine dönüşlerde sadece kâr payı dağıtmak, sermayeyi sabit muhafaza ederek şirketin kendi değerini katlamak yöntemine geçiyorlar.

Farkındasınız, biliyorum; kapitalizmin doğum sancıları şu satırların arasından bile hissediliyor. Bütün bunlar da sanmayın ki Londra'da çalışan binlerce personelle gerçekleşiyor. Hayır, bilakis, insan kaynağı konusunda işi neredeyse cimriliğe vardırان bir "verimlilik" yaklaşımı var şirketin. Şirketin kurulmasına önyak olan Sir Thomas Smyhte mesela, 20 yıl süren yöneticilik hayatında merkez ofiste oldukça az kadroyla çalışıyor: sadece altı kişi! 1700'lü yıllarda 35 kişiye çıkan merkez personel sayısı milyonlarca insanın kaderine hükmedildiği ve gene milyonlarca metrekare alanın kontrol edildiği ilerleyen dönemlerde, 159 kişinin üzerine çıkmıyor. Adam gerekiyorsa taşeronlarla yürütölüyor iş. Aman tabii canım, sigortasıyla, stopajıyla kim uğraşacak allasen?

Ne var ki ticareti yapılan mallar ve ilgilenilen coğrafyalar sabit kalmıyor. Kurulduktan kısa süre sonra hedef bölgelerinde çoktan kurumsallaşmış olan Hollandalılarla kapışmaya başlıyor ve 1623'te Mollucas'taki Amboyna adasında "Amboyna Katliamı" diye bilinen kanlı yenilgiyle İngilizler doğu Hint adalarından çekilmek zorunda kalıyorlar. Çekildikleri bölgelerde Hollanda hâkimiyeti başlıyor, İngilizlere de bundan sonra tamamen anakara Hindistan üzerine yoğunlaşmak, dolayısıyla satılacak ve alınacak mal çeşitlerinde değişiklik yapmak düşüyor.

Surat'tan başlayarak Madras, Bombay ve Kalküta'da ağırlıklı olarak varlık gösteriyor şirket. Başlangıçta odak noktası baharat ticareti olmasına rağmen mecburi coğrafya kaydırma nedeniyle zaman içinde pamuk, ipek, kara barut yapımında kullanılan güherçile, çivit; sonraları da çay, porselen gibi diğer Doğu kaynaklı ürünlerin ticaretini portföyüne katıyor. Politik hayatın içine gömüldükçe gömölüyor ve Hindistan'daki İngiliz emperyalizminin ana temsilcisi, yürütücüsü oluyor.

Arada eli Çin'e de uzanıyor ve Çin'de İngiliz etkisinin yerleşmesine ve kurumsallaşmasına uğraşılıyor. Ne var ki dünya değı-

Çivit Mavisi Beyazlar

Çivit rengini veren en temel kaynak olan Indigofera bitkisi doğu Asya ve Hindistan'da kadim zamanlardan beri mevcut. Roma kayıtlarında (Yaşlı Pliny), boyanın geldiği yer olarak Hint coğrafyasını gösteriyor. Bizim "çivit mavisi" dediğimiz ve analarımızın çamaşır yıkamırken renk sararmasının önüne geçerek optik bir beyazlık algısı sağlamak için suya kattıkları "Öküzbaş" marka çivitin renginden bahsediyorum yani.

Hoş, "öküzbaş"lık, esasen ambalaj üzerindeki görselden kaynaklanıyor ve ürünün gerçek ismi "Colman Öküzbaş Çamaşır Çivit". Dönemindeki "yerli ve milli"lik endişesiyle reklamlarında Türklük vurgusunun çokça yapıldığını, "Colman"ın giderek ufak, "Öküzbaş"ın ise giderek daha büyük yazıldığını düşünün lütfen. Lisans sahibi olan İngiliz Colman firması da aynı zamanda Türkiye'de daha çok toz halde satılan meşhur Colman's Mustard hardallarını üreten muhterem.

Bu rengin batı dillerindeki ismi ise, gene bitkiden mülhem, indigo. "Hint boyası" anlamındaki Yunanca kelime indikon, zaman içinde Latince indicum, Portekizce endego'ya, oradan da Hollandalılar sayesinde indigo'ya evriliyor. Evet, şu blucin rengi olarak tanımlanan mavi renkten bahsediyorum.

Nobel ödüllü, Bavyalı kimyager Adolf von Baeyer 1878 yılında laboratuvarında *indol*'den *indigo* sentezleyebilene kadar bütün mavi boyalar bahsettiğimiz bitki veya benzerlerinden elde ediliyor. Bu da elbette kullanıcıyı doğal malzemeye erişime bağlı kılıyor.

Fransız ordusu mesela, devrimle beraber eskiden beyaz olan piyade üniformalarının çivit mavisine dönmesi kararını alıyor ama 1806 yılında İngilizlerin deniz ablukası nedeniyle boyalık çivit temini zora girince, Napoléon mecburen tekrar beyaz rengine geri döndürüyor üniformaları.



Colman şirketi tarafından üretilen çivitin ambalajı, üzerinde meşhur öküz başı görseli ile.

şiyor; bazı malların işlev ve ihtiyacı azalıyor ya da yeni muadil ürünler nedeniyle değer kaybına uğruyor. Keza Asya'da görev giden şirket yetkililerinin hepsinin çok namuslu olduğunu söyleyemiyoruz.

Pek çoğu bir yandan şirkete çalışırken bir yandan kendi adına ticaret yaparak ceplerini dolduruyorlar. Gittikçe büyüyen denizaşırı personel sayısı, beslenen ordu, yerel yöneticilere verilmek zorunda kalınan rüşvetler, Çin'de iki önemli savaşın finansmanı, tahtın artık belli geleneksel şirketlere ayrıcalık tanımaktansa ülkeyi sarsmakta olan Sanayi Devrimi furyasına destek vermeye başlaması falan derken, XVIII. yüzyılın sonlarına doğru ticari ve politik etkisi zayıflamaya başlıyor şirketin. Bu zayıflamayı taht affetmiyor ve Parlamento'ya hesap veren bir kurul oluşturmak zorunda kalıyorlar.

Ancak bu hesap verme mecburiyetine rağmen şirket elindeki topraklarda ticari tekel ve tek söz sahibi otorite olmaya devam ediyor. Bazı coğrafyalarda tekel haklarını kaybediyorlar ama çoktan örgütlenmiş ticari ilişki ağları nedeniyle rakiplerine karşı gene de avantajlı olabiliyorlar. 1873'te imparatorluğa yarardan çok zarar vermeye başladığı kafalara dank edince ve askerî masraflar bilançoyu kırmızıya kaydırınca, önce yetkileri kısıyor, sonra yasal varlığı kanunla sonlandırılıyor. Şirket kontrolündeki bölgelerdeki otorite de artık devlete bağlı İngiliz valileri oluyor.

Şirketin varlık süresinde burnunu sokmadığı emperyal alan yok gibi. Çin'deki ticareti finanse edebilmek uğruna binlerce insana kaçak afyon satarak uyuşturması (bkz. *KK - II - Parfümler*, "Opium ve Yves Saint Laurent") mı dersiniz, bir dönem çok fazla çay alımı yapması ve bunları eritememesi sebebiyle stoklarını eritmek için vergileri oynatıp Amerika'ya da el atması mı dersiniz, ne dersiniz deyin. Biliyorsunuz, bu el atma Boston Çay Partisi (*Boston Tea Party*) ismiyle bilinen ilk belirgin isyan hareketiyle Amerikan Bağımsızlık Savaşı'nın kıvılcımlanmasına yol açıyor.

Boston Çay Partisi

“Yedi Yıl Savaşları”ndan hazinesi ciddi anlamda hafiflemiş olarak çıkan Krallık, vergilendirme yoluyla bütçe açığını kapama derdine giriyor. Vergiden nasibini alanlar arasında kuzey Amerika’daki koloniler de var elbette. Ancak koloniler vergilendirme yapılabilmesi için kendi temsilcilerinin de vergiyi koyacak yasama organında bulunmalarının gerektiğini söyleyerek itiraz ediyorlar.

Bu arada bizim şirketin (EIC) durumu da Bengal’deki kıtlık nedeniyle felaket bir halde; neredeyse battı batacak. Vergi nedeniyle Hindistan’dan İngiltere’ye gelen çay da satılmıyor ve depolarda stok şiştikçe şişiyor.

Yani acil çözüm bekleyen iki sorun var ortada: Birincisi, Krallık hazinesine vergi yoluyla para girmeli; ikincisi de şirketin stokları eritilmeli. Bulunan ara çözüm, şirketin direkt Hindistan’dan Amerikan kolonilerine, hiç İngiltere’ye uğramadan çay sevk etmesine, giden çayın da sadece koloniye vardığında cüzi bir miktar vergilendirilmesine izin veriliyor.

O zamana kadar İngiltere’ye girip vergilenip tekrar çıkış yapan çay pahalı olduğu için kolonilerde de Hollandalılardan temin edilen “kaçak çay” olayı almış yürümüş durumda. Şirketin yollayacağı çaya kısmî vergi muafiyeti gelince tabii ki bu sefer kaçakçılar zorda kalıyor ve onların çayı resmi ithal çaydan pahalı hale geliyor. Resmi çay da ucuz ama gene de fiyatının içinde, üzerine konulmasına itiraz edilen vergiyi barındırıyor.



Amerikan bağımsızlık hareketinin kıvılcığının çakıldığı an olması iddiasıyla sembolik öneme sahip olan “denize çay dökülmesi” sahnesi. Bu eylem, daha sonra ülkeye başkan ve/ya yönetici olacak bazı bağımsızlık önderleri tarafından hiç hoş karşılanmamıştı.

Kolonilerde, içlerinde daha sonra “Kurucu Babalar” (Founding Fathers) olarak adlandırılacak kişilerden John Hancock ve Samuel Adams gibi isimlerin de bulunduğu kaçak çay ithalatçıları da içeren Sons of Liberty (Özgürlüğün Oğulları) isimli oluşum, 16 Aralık 1773’te bütün bunları değiştirmeye karar veriyor. Kızılderili kıyafetleri giyip boyalar sürmüş 100 isyancı limanda şirkete ait üç gemiye, *Beaver*, *Dartmouth* ve *Eleanor’a* gizlice çıkarak 342 sandıkta 45 ton çayı suya döküyor. Atılan çayın bugüne güncellenmiş değerinin 1.7 milyon Dolar civarında olduğu söyleniyor.

Bu olaya İngilizlerin gösterdiği sert tepki üzerine gelişen çatışmalar, kolonilerin krallıktan koparak Amerika Birleşik Devletleri’ni oluşturmalarına varan sürecin kıvılcımı oluyor. İlginçtir ki “kurucu babalar”ın bir kısmı, mesela George Washington veya Benjamin Franklin, “Boston Çay Partisi” adı verilen bu çay dökme olayını hiç hoş karşılamıyor, “delilik” olarak nitelendirip şirketin zararının karşılanmasını talep ediyorlar.



Bengal bölgesindeki bütün vergileri toplayan ve bu paranın bazen şirket bazen de sadece bölgedeki şirket yöneticilerinin cebine girmesini, İngiliz hükümetinin ilk tedbirleri takip ediyor. Bölgeye valiler atanıyor ve şirket ticari hayata devam ederken politik kontrol yavaşça Krallık valilerinin eline geçiyor. Yani Hindistan’ın İngiliz sahipleri, milliyetleri aynı kalmasına rağmen kurum ve kimlik olarak yavaş yavaş değişmeye başlıyor.

Aslında şirket için bardağı taşıran damla, zalim ve yanlış politikaları nedeniyle sebep olduğu 1857 Hint İsyanı oluyor. Şöyle ki, şirketin Hindistan’daki ordusunda Hintli askerler de (*sepoys*) yer alıyor. Bir nevi Osmanlı’nın Hamidiye Alayları veya Amerika’nın hani o Bob Marley şarkısında konu edilen *Buffalo Soldiers*ları gibi düşünebilirsiniz. Bu askerlerin elindeki silahlar değiştirilip yenileniyor ve yeni verilen tüfeklerin mermi mekanizmaları sık sık yağlanmaya ihtiyaç gösteriyor. Atlanan ayrıntı, bu yağın domuzla karışık inek yağı içermesi. Yıllar süren maddi manevi baskının ve aşağılamanın bardağı taşırdığı yer, dinî inançlarına aykırı yağları silahlarında kullanmak zorunda kalmaları oluyor ve askerler bu silahları kullanmayı reddediyorlar. Reddedenler tutuklanıyor ama

dışarıda kalan Hintli askerler bu kez birikmiş tüm hınç ve nefretleriyle İngiliz subayları takır takır vurarak indirmeye başlıyorlar.

Büyüyen olaylar ancak iki senede yatışıyor ve Krallık bölgeye valiler ve resmî orduyu göndererek şirket hâkimiyetini ikinci plana düşürüyor. Tabii ki bu yetki devri sadece isyandan sebep değil, o yıllarda Bengal'de yaşanan kıtlığın toplanan vergileri, dolayısıyla şirket gelirlerini etkilemesi ve işlerin tersine dönerek bu kez eskiden krala borç veren şirketin tam tersine artık krallığa borçlanmaya başlaması falan, ipinin çekilmesini hazırlayan olaylar oluyor. Sonunda önce kısmen millileştiriliyor, zaman içinde de tamamen tasfiye ediliyor (1858).

Bütün bu anlattıklarım arasında atlamamamız gereken şey şu: Hep Hindistan'daki İngiliz hâkimiyetinden, sömürsünden bahsedilir ya, işte o tahakküm çok kısa bir zaman dilimi hariç hiçbir zaman devletin tahakkümü değil, devleti arkasına almış büyük bir şirketin tahakkümü. Dolayısıyla Hindistan da uzun yıllar İngiliz Krallığı'nın değil, Doğu Hindistan Şirketi'nin sömürgesi.

Buffalo Soldiers

Buffalo Askerleri, 1866 yılında ABD ordusunda Amerika'nın ilk sahipleri olan yerlilere karşı savaşırılmak, onları topraklarından çıkartmak üzere kurulan bir askerî birliğe, 9. Piyade Alayı'na verilen isim. Hatta ismin kökeninin de, Apache ve Komanche yerli kabilelerinin, birlikteki askerlerin saçlarını, kıvrıcılıkları nede-niyle Amerikan buffalosuna benzetmelerinden kaynaklandığı söyleniyor.

Birliğin özelliği, tamamen Afro Amerikalılar'dan, yani siyahlardan oluşturulmuş olması. Zaten daha sonra da sadece siyahlardan oluşan askeri birliklerin hepsine bu isimle hitap edilmeye başlanıyor. Her zaman ayrımcılığa maruz kalmış, kamp kurdukları alanlarda sivil beyazların taciz ve saldırılarına uğramış, "talihsiz asimileler" olarak görülebilir bu gariban askerler. Bir ara ABD ordusunun yüzde 20'sini oluşturmuş olmalarına rağmen bunun madalya olarak karşılığı en fazla yüzde 4'ten bile az oluyor mesela. Şaşırtır mı bu bizi? Hayır, niye şaşırtır?! Üç gün önce köle olarak kullanılan, alınan, satılan, hep ikinci sınıf sayılmış insanlar sonuçta bunlar, yakın zamana kadar.

Ne diyordu zaten Bob Marley ölümünden iki yıl sonra yayımlanan Confrontation albümünde yer alan aynı isimli şarkısında:

*Ben bir Buffalo Askeriyim, Amerika'nın kalbinde
Afrika'dan çalınmış, Amerika'ya getirilmiş*

Yaklaşık 300 yıllık bir dünya devinden bahsediyoruz ve anlatacak çok şey var. Ancak müsaadeniz olursa daha fazla İngiliz Krallığı tarihine dalmayalım ve artık konuyu açma sebebimize dönelim yavaş yavaş. Hükümrancılık süresi içinde bizi ve konumuzu çok ilgilendiren bir hamle daha yapıyor şirket. Çin'den gelen ve İmparator'un mülkü sayılan, karşılığını ödeme konusundaki problemlerin savaşlara dönüştüğü Çin çayı yerine, kimsenin onlardan hesap sormadığı, rahatça istediklerini yapabildikleri kendi kontrollerindeki bölgelerde, Hindistan'da çay üretmeye karar veriyorlar. Önce bakıyorlar tabii, acaba kendiliğinden çay yetişen bölge var mı oralarda diye. 1824 yılında Assam civarında çay fidelerine rastlıyorlar. Oradan Londra'ya doğru, ufak ufak ticaret başlıyor.

Bu arada konjonktürel değişimler oluyor ve 1833 yılında Şirket, Çin'e afyon satmak dâhil pek çok tekel yetkisini kaybediyor. Bu nedenle artık İngiltere ve kıta Avrupa'sında Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkarmaya başladığı yeni işçi sınıfıyla beraber gittikçe artan çay talebini eksiksiz karşılamak, yani başkasına bırakmadan bütün parayı kendisi toplamak istiyorsa, başka alternatifler bakmak zorunda ve ilk akla gelen yer de Hindistan tabii. Ne var ki orada ekim yapabilmek, geniş tarlalar kurabilmek için kalitesini ispat etmiş Çin çayını Çin'den çıkartmak mümkün değil; zira hepsi az önce dediğim gibi İmparator'un mülkü sayılıyor. O zaman ne yapılacak? Tabii ki eğer o çay fideleri güzellikle verilmiyorsa, alınacak!

Ve 1848 sonbaharında İskoç bitkibilimci Robert Fortune, masrafları Kraliyet Bahçecilik Cemiyeti tarafından karşılanan bir geziye çıkıyor, Çin'e doğru. Beraberinde başta uşağı Wang olmak üzere Çinli elemanlardan oluşan bir ekip halindeler ama Fortune Bey'in kafası dazlak olacak şekilde kazanmış, kendisi de Çinli giysilerine bürünmüş vaziyette. Shanghai'dan Hangzhou'ya kadar dolaşp bütün çay bahçelerini ve çay işleme tesislerini "görüyorlar". Üç ay süren bu gezi sonunda oldukça fazla miktarda tohum ve fide (13 bin fide ve 10 bin tohum!) toplayan ekip, ganimetleri olabildiğince iklim kontrollü cam kafesler (*terrarium*) içinde Hindistan'a

aktarmak üzere önce Hong Kong ve Calcutta'ya ulaştırıyorlar. Devamında da ilk sistemli çay ekimleri Assam ve Darjeeling bölgelerinde yapılıyor. “Yaşayan her Çinli çaydan anlar” gibi ilginç bir önyargı nedeniyle de pek çok kişi yerinden ediliyor bu arada. Demem o ki, başka şehirlerde yaşayıp farklı mesleklerde çalışan, mesela Calcutta'da ayakkabıcılık veya marangozlukla uğraşan Çinliler derdest edilip bu iki yeni çay tarımı bölgesine naklediliyorlar. 1888 yılına gelindiğinde Hindistan'dan getirtilen çay miktarı Çin'den getirilen çayın üzerine çıkıyor ve takiben İngiltere'de ilk “Hint Çay Dükkânları” açılmaya başlıyor.

Hatta bu Hint çayları öyle sevilir oluyor ki, George Orwell bile “Bir Fincan Güzel Çay” yazısında Çin çayı yerine Hint çayı öneriyor ve şunları söylüyor:

Her şeyden önce Hint veya Seylan çayı kullanılmalı. Çin çayının da bugünlerde tartışılmaması gereken avantajları var –hesaplı ve süt konulmadan içilebilir– ne var ki fazla tat vermiyor. İtiktikten sonra kişi daha akıllı, cesur veyahut iyimser hissetmiyor. O güzelim “bir fincan güzel çay” tabirini kullanan herhangi biri her daim Hint çayını kasteder.

İkincisi, çay az miktarda yapılmalı, yani çaydanlıkta. Askeriye çayları kazanda yapıldığından gres yağı ve badana kokarken semaverde yapılan çay hep tatsız olur. Çaydanlık, çini yahut çömlekten olmalı. Gümüş veyahut Britanya metali çaydanlıklar çayın kalitesini düşürür ve sırlanmış olanlarsa daha fena; fakat ilginçtir ki kalaylanmış çaydanlıklar (bugünlerde nadirdir) o kadar da kötü değil.

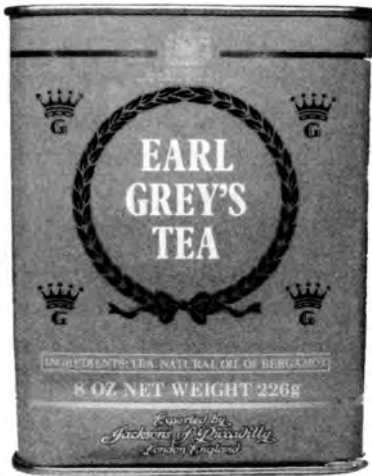
Üçüncüsü, çaydanlık önceden ısıtılmalıdır. Ocağın üzerine koymak, sıkça kullanılan bir yöntem olan sıcak suyla çalkalamaktan daha iyidir.

Hülâsa efendim, Earl Grey'in başbakanlığı döneminde İngiltere'ye gelen çayların ithalatçısı, işte tartışmalı uygulamaları

ile bütün bu anlattıklarımın müsebbibi olan dev şirket –veya başka bir deyişle– bu dev ticaret ve savaş makinesi.

Earl Grey çayına dönersek; her ne kadar neredeyse bütün kaynaklarda benzer siyah çay çeşitleri harman içinde sayılsa da, Çin’de yoğun olarak siyah çay yerine yeşil çay kullanıldığını biliyoruz ve belki de bu nedenle esas *Earl Grey* çayının yeşil çaya katılan bergamot aromasıyla formüle edildiğini kabullenmek daha doğru olacak.

Aslında orijinal formülün bizzat II. Earl olan Charles Grey tarafından kendilerine verildiğini iddia eden bir şirket daha var, o da *Jacksons of Piccadilly* şirketi. Onlara göre 1830 yılında bizzat Charles Grey şirket ortaklarından George Charlton’a formülü veriyor ve benzerinin üretilmesini talep ediyor. Tahmin edebileceğiniz gibi bu şirketin *Earl Grey* çayında siyah değil, yeşil çay bulunuyor. Ancak bu şirket artık bağımsız olarak mevcut değil ve en büyük rakipleri olan Twinings’ın de bağlı olduğu Associated British Foods Holding tarafından satın alınmış durumda. Bir bardak çayda bile kimin eli kimin cebinde belli değil, öyle bir dünyada yaşıyoruz.



Charles Grey’in ilk bergamot aromalı çay siparişini kendilerine, yani şirket ortağı George Charlton’a (Robert Jackson & Co.) verdiğini söyleyen Jacksons of Piccadilly markasına ait bir “Earl Grey” kutusu.

Gelelim *Earl Grey*'yi diğer çaylardan ayıran noktaya, yani bergamota. Bergamot aslında turunçgillerden bir meyve. Bütün narenciyeler gibi orijini Çin olarak kabul ediliyor ve bilimsel adı *Citrus aurantium var. bergamia*. İçinden değil kabuğundan istifa-
de ediliyor; kabuktan soğuk sıkım yöntemiyle elde edilen özyağ sadece *Earl Grey* çayında değil, piyasada mevcut her on parfümün yedisinde üst nota olarak kullanılıyor. Kullanıldığı bazı parfümlerde formül içindeki oranı yüzde 25 gibi çok yüksek yüzdeleri bile buluyor. Ancak eğer parfümde veya cilt üzerine uygulanılacak başka bir üründe kullanılacaksa, yağın içindeki ışığa duyarlı ve bu nedenle de cilde zararlı olabilecek *bergapten* molekülünün ayrıştırılarak dışarı çıkarılması lazım.

Bilindiği kadarıyla oral yolla alınmasında, yani içilmesinde böyle bir mahzur yok ve sadece cilt üzerinde güneş ışığına maruz kalmasında çekinceler var. İçilmesinde mahzur yok derken, deneylerde günde dört litreye varan *Earl Grey* çayı içimlerinde adale spazmları rapor ediliyor ve belirlenen güvenli kullanım tavanı da günde bir litreden fazla tüketilmemesi. Bu spazma yol açan gene parfüm ve parfümlü ürünlerde kullanımında sakınca yaratan *bergapten* mole-



Citrus bergamia.

külü. Verilen riskli oranlar çok yüksek tabanlardan başladığı için, dediğim gibi, koku dünyasında kullanımı inanılmaz yaygın.

Bir narenciye olmasına rağmen keskin ve asidik bir kokusu yok, bilakis son derece mülayim, mayhoş, hafif acımtrak ve neredeyse üç boyutlu diyebileceğimiz bir derinliği var bergamot özyağı kokusunun. Yani hem taze, hem de tatlı bir kokusu var ve bu iki farklı yönün tek bir meyvede birleşmesi gerçekten de çok sık rastlanabilen bir kokusal durum değil. Sakinleştirici bir ruh haline yol açtığı varsayımı nedeniyle ortam kokulandırılmalarında veya son dönemlerde pek bir moda olan alternatif tedavi yöntemleri içinde de çokça kullanım alanı buluyor kendisine. Bizde ve Yunanistan'da bergamotun reçeli de yapılıyor ama sadece kabuğu kullanılıyor ve meyve kısmından bildiğim kadarıyla hiçbir şekilde istifade edilemiyor.

Avrupa'ya nasıl geldiği konusu çok karışık; bir sürü söylenti var. İsmi kaynağına ilişkin en yaygın söylenti, Türkçe "bey armudu" veya "beg armudu" isminden türemiş olması ve ticaret yolu üzerindeki topraklarımızdan bir şekilde Avrupa'ya sıçramış olması. Bergamotun armutla ne ilgisi var dersanız, valla avokadonun ne kadar ilgisi varsa, bergamotun da o kadar ilgisi var diyeceğim. Sadece bu değil isimle ilgili iddia; İtalya'nın kuzeyindeki Lombardia bölgesinde yer alan Bergamo kentini kaynak gösterenler de var, ilk ticari satışların yapıldığı kent olarak. İşin ilginç bergamotun en çok elde edildiği ve işlendiği bölge kuzey İtalya değil, ülkenin en güney ucunda yer alan Calabria bölgesi, hatta Calabria kelimesi neredeyse bergamotla özdeşleşmiş gibi. İsme dair son söylenti ise, bergamotun Christopher Columbus tarafından Antil veya Kanarya Adaları'ndan Avrupa'ya getirildiği, Calabria'ya ekilen ilk bergamot bitkisinin de İspanya'daki Barcelona kenti yakınlarındaki Berga'dan yola çıkmış olduğu.

Efendim, bir yasak aşk hikâyesinden girdik, kaçınılmaz olarak İngiliz asâlet unvanlarına uğrayıp Charles Grey, İngiliz Doğu Hindistan Şirketi ve bergamotla yolculuğumuzun ilk bölümünü tamamladık. Şimdi bu bergamotu falan unutup geçelim bir sonraki bölüme; konu soğumadan anlatacaklarım var sizlere.

Camellia Sinensis

Prenil benzoate, dimetil tiazol, metil penteonik asit, alpha isometil iyonon, heksanal, pentanol, fenil etil isobutirat, tetra hidrolinalool...
Neler sayıyorum ben böyle sevgili okur? Söyleyeyim: Biraraya geldiklerinde dünyanın sudan sonra en fazla tüketilen içeceğinin kokusunu oluşturan moleküllerin bir kısmını sayıyorum. Hayır, ne Brezilya'nın ilkokul müfredatında öğretildiği gibi kahve, ne de herhangi bir Amerikalının ilk ağızda yanıtlayacağı gibi hangi marka olursa olsun kolalı bir içecekten bahsediyorum. Dünyanın sudan sonra en fazla tüketilen içeceğinin ismi, Çin kamelyası veya binominal nomenklaturadaki bilimsel ismiyle *Camellia sinensis*. Biz bahis konusu içeceği elbette bu “garip” kelimelerle tanımıyor, bilakis çok “bizdenmiş” gibi gelen bir isimle, “çay” olarak biliyoruz. Eh, şimdi geçen bölümün sonunda neden “konuyu soğutmadan” dediğim anlam kazanmıştır sanıyorum.

Efendim, çayın nasıl ortaya çıktığı, insan hayatına nasıl girdiğiyle ilgili pek çok rivâyet var. Bir Çin efsanesine göre hikâye MÖ. 2700'lerde İmparator Shen Nong Beyefendi'yle başlıyor. İmparator Bey'e atfedilen pek çok lâkap var; mesela “yüce yetiştirici”, “yüce iyileştirici” veya “yüce koca” denilebiliyor. Lâkaplarından da anlaşılacağı üzere muhterem imparatorumuz doğa, şifa falan gibi konularla bayağı bir ilgili. Hatta var olana ilgiden öte, Çin bitkisel tıbbının başlangıcını ona bağlayan pek çok kaynak mevcut. İşte bu

Shen Nong hazretleri, tebâsının sağlıklı bir yaşam sürebilmesi için suyun içilmeden önce mutlaka kaynatılması gerektiğini buyuruyor.

Tebâsına söyler de kendi yapmaz mı? Yapar elbette. Günlerden bir gün kahramanımız içmek üzere su kaynatırken çevredeki bazı ağaçlardan birtakım yapraklar rüzgârla uçuşuyor, beyefendinin kaynamakta olan suyunun içine düşüyorlar. Shen Nong Bey, önce fark etmeyip kafaya dikey su kabını. İçtiği sıvıdaki hoş, hafif kekremsi, taze lezzeti fark edince şaşırıyor; kaba biraz daha dikkatlice bakıp içinde yüzen yaprakları görüyor. İşin ilginç, kaynayan yaprakların lezzetinin hoşuna gitmesinin yanısıra bir de tuhaf bir canlanma hali hissediyor. Koca imparator bu, durur mu, tabii hemen kesiveriyor raconu orada: Bu bitki ne ise ekilerek çoğaltılacak, yaprakları kaynar su içinde haşlanarak içilecek!

Demıştim, birden fazla rivayet var ortaya çıkışıyla ilgili diye ve bu anlattığım Çinlilerin çay hikâyesiydi. Bir de Japonların dile getirdiği farklı hikâyeye bakalım, çayın nasıl içilebilir bir meşrubata dönüştüğüyle ilgili. Bu hikâyeye göre de çay, Japonya'da *Daruma* olarak bilinen *Bodhidharma*'dan sebep ortaya çıkıyor. *Daruma*, V. yüzyıl sonlarında Hint'ten Çin'e doğru yola koyuluyor ve efsaneler Japon topraklarının Zen Budizmi'yle tanışmasına sebep olan bu rahibin kendisini nasıl tam dokuz yıl boyunca uykusuz tutarak Buddha'ya adadığından bahsediyor. Uykusuz geçen bu uzun meditasyon sürecinde zaman zaman odaklanmasını kaybedip kaçınılmaz olarak içinin geçtiğini, gözlerinin kapandığını fark ediyor, bu istenmeyen durumu engellemek için de bir çözüm arıyor. Eh, arayan bulur demişler. Oldukça insanî ve sempatik bir çözüm geliveriyor aklına: kapanmasın diye gözkapaklarının ikisini birden kökünden "cart!" diye kesiyor ve yere atıyor. Vallahi gayet mantıklı. Sonuçta kapak olmayınca gözü nasıl kapatacaksınız, değil mi?

Efendim, devam ediyor efsane: Kesilmiş göz kapakları düş-tükleri yerde rahat duruyor mu? Hayır, tabii ki durmuyor. Göz kapakları yavaşça toprağa kök salıyor, kök saldığı yerden de yeşil yapraklı hoş kokulu bir bitki yükselmeye başlıyor. "Ne bitkisidir sizce bu?" deyip kimsenin zekasına hakaret etmeyeceğim. Bitkinin

yaprakları da rahibin fedâkarlığından mülhem bir kutsiyet kazanıyor, devamında da insanları uyanık tutmak, onları canlı kılmak için bu bitkinin kaynatılarak içilmesi başlıyor. Hikâyenin çayı ilgilendirmeyen kısmında Daruma Bey'in dokuz yıl oturmaktan sebep bacaklarını kaybetmiş olması falan da var, ama çok da keyif kaçırmayalım diye bizi ilgilendiren kısmının ötesine geçmiyoruz efsanenin.

Kıssadan hisse, uyanık olmak, ibadet etmek, kendini kutsal olana vakit kaygısı olmadan adamak, yani gece de ibadet uğruna uyanık kalabilmek bu tip kafeinli içeceklerin ardındaki efsanelerde sık sık karşımıza çıkan bir olgu. Kolasından çayına, kahvesine kadar “uyku kaçıran” tüm içecekler bir şekilde o veya bu inanç sistemiyle özdeşleşiyor, içinde kullanım buluyor ya da sayesinde yaygınlaşıyor. Pardon, kola fazla oldu!

“Hoppala! Çayda kafein ne arar?” diyenler için kötü haber, çayın içinde kahveden daha fazla kafein mevcut. Kahve çekirdeklerinde yüzde 1-2 arası kafein varken, pişmemiş çay yapraklarında yüzde 2,5-4,5 arası kafein var. İş değiştiyse demleme ve seyreletme, zira biz çayı kahveye oranla çok daha seyretilmiş olarak içiyoruz. İki gram kuru çay yaprağı bir bardak çay için yeterli oluyor. Ama espresso mesela, en az altı ila sekiz gram kahveden yapılıyor. Bahsettiklerimizin içmek için kullandığımız kap büyüklüklerini (porsiyon) de düşündüğümüzde aradaki bîriz fark kendiliğinden ortaya çıkıyor.

Çayla kahveyi “kayıştırmak” çok yaygın bir davranış biçimi. Evet, çayın ortaya çıkışı daha eski; ayrıca Avrupa'nın çayla tanışması daha kahvenin esamisinin okunmadığı dönemlere rastlıyor, hepsinden önemlisi farklı coğrafyalarda yaygınlaşan ilk içecek çay ama her şeyi de böyle çizgisel değerlendirmek, aynı pistte kapıştırıp yarıştırmak zorunda mıyız? Doğrusu, birinin diğerine daha üstün olması değil, ikisinin birbirinden farklı olması. Dolayısıyla fanatik bir köktenci yaklaşımıyla takım tutar gibi birine yapışıp diğerini kötülemeyelim derim sevgili okur. Neyi seviyorsak onu, ikisini de seviyorsak ikisini de içebiliriz.

Esâmisi Okunmaz!

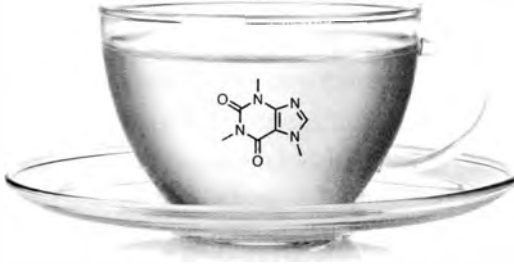
Esâmi, “isim”in çoğulu. Ancak iş orada bitmiyor. Osmanlı’da, “Esâmi Defteri” denilen bir defter var ve bu defterde kapıkulu askerlerinin isimle-ri ile aldıkları paralar yazılı. Kabaca “maaş bordrosu”na benzetebiliriz yani. Karşılığında da her askerin elinde bir esami pusulası bulunuyor.

“Esâmisinin okunmaması” da, söz konusu muhtereme ölü kaydı düşülmesi, artık yok hükmünde olması anlamına geliyor. Zaten bugün de bu deyim, eğer hâlâ kullanılıyorsa, bu anlamda kullanılıyor.

Durun, gitmeyin; bir şey daha anlatacağım: Gelin görün ki fotoğraf falan yok elbette bu pusulalarda. İlerleyen zamanda da ölenin yerine başkasının gidip maaş alması, yetmedi alınıp satılmaya başlanmasıyla beraber bir nevi menkul kıymete dönüyor, başlangıç mantığından uzaklaşıp hazineyi zarara uğratmaya başlıyor.

Bir kısmı sadrazam mevkiinde olmak üzere elinde 500 civarı pusula bulunduran simsarlardan söz ediliyor. Ara ara muhtelif mücadele yolları aranıyor; ihbarcı ödüllendiriliyor falan filan ama belli dönemlerde devlet izniyle yaygınlaşmış bir suiistimal olduğundan ortadan tam olarak kalkabil-mesi Yeniçeri ocağının dağıtılmasıyla beraber mümkün olabiliyor.

Çayın kimyasını basitleştirmek için üç ana bölümden oluşuyor diye özetleyebiliriz: Kafein, kateşin ve teanin. Bu saydıklarım için-deki kafein, çayın tadındaki hafif acılığın da sebebi aynı zamanda. Çok çay çeşidi var ve bunların da hepsinde kafein bulunmasına rağmen her çeşitteki kafein oranı elbette farklı. Gene bir baş-kası, bir antioksidan, yani kateşin ise, çaya burukluğunu veriyor. Kateşinler, aynı zamanda taninler diye de bilinen polifenol bile-şiklerden. Taze toplanmış çay yaprağının kuru ağırlığının yüzde 35 kadarını kırmızı şarapların içinde de bulunan (“burukluk” dediydik beybi!) bu antioksidan oluşturuyor.



Çayda ortalama yüzde 3,5 mevcut olan kafeini kahvedeki kadar güçlü algılamamızın sebebi, çayı çok daha seyrelterek tüketmemiz.

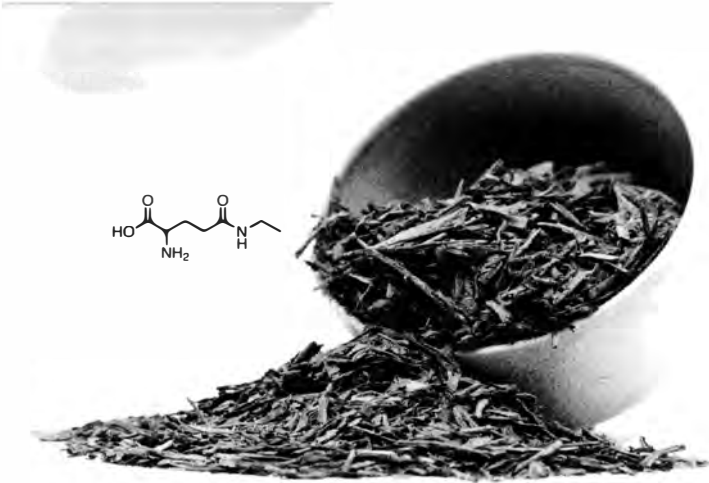
Bi' Burukluk Var...

Burukluk/kekremsilik bir tat değil, doku uyarısı. Çay, kahve, nar suyu, Trabzon hurması veya kırmızı şarap gibi yiyecek ve içeceklerde mevcut bulunan tanenlerden sebep duyumsanıyor. Tanenler, tükürük proteinlerini çökelterek oral yüzeylerin yağlanmasını azaltıyor, sürtünmeyi arttırıyor, aynı zamanda bazı büzücü bileşiklerin oral yüzeyler ile etkileşime girmesine izin veriyorlar. Bunların toplamı da dilin arka kısmında pürüzlü bir doku oluşturuyor, kayganlığı azaltıyor. Bu nedenle de tanen içeren içecekteki yudum, diğer içecek yudumlarında olduğu gibi hemen kayıp gitmiyor. Toplamında da bu duyumsama bizde hafif bir kuruluk algısına sebep oluyor. Bahsettiğim hafif kuruluğu şarap terminolojisindeki "dry" deyiimiyle eşleştirmeyin lütfen. Israrla tekrar ediyorum, bahsettiğimiz şey tatlılık veya acılık (bitter) gibi açıklanabilecek biyolojik bir tat kulvarı değil; şekerlilik ölçüsüyle ilgisi yok.

Çok karışık geldiyse hemen beraberce bir deneme yaparak görelim neymiş. Ağzımıza nispeten sulu bir siyah üzüm tanesi atıp diş geçirmeden, yani çiğnmeden damağımızla hafifçe ezelim. Bu ezme işlemi sonunda kabukla iç ayrıştığında etli kısım olan iç kısmı yutalım. Ağzımızda sadece kabuk kaldı mı? Şimdi arka dişlerimizle yavaşça kabuğu çiğnemeye başlayalım. Hissettiğimiz, genelde acılık (bitter) ile karıştırılan burukluk.

İnsanlar genelde bunu dengelemeye çalışıyorlar. Çaya limon veya şeker konmasının ekşilik veya tatlılık sağlama çabasından öte sebeplerinden biri veya daha doğrusu sonuçlarından biri, bu dengenin sağlanması. Kahveye konan krema için de aynı şeyi düşünebiliriz. Şarapçılarda da kayganlıkta oluşan bu azalmayı dengelemek için eşleşen gıdanın nispeten daha yağlı bir yiyecek olması bekleniyor. Cabernet Sauvignon veya Cabernet Franc üzümüne eşlik etmesi için hafif yağlı bir antrikot dilimi seçilmesi gibi mesela.

Teanin ise bir amino asit ve benim gibi çayı şekersiz içenleriniz varsa eğer, o şekersiz çayı içilesi kılan belli belirsiz tatlılığın sebebi. Bağışıklık sistemini güçlendirme iddiası sayesinde bazı diğer bileşenlerle beraber çaya o vazgeçilmez “her derde deva” iddiasını yaptıran muhteremlerden birisi yani. 2003 yılında 11 kahve içicisi ve 10 çay içicisi hanımefendi üzerinde bir araştırma yapılmış. Dört hafta boyunca uygulanan günlük 300 ml’lik çay ve kahve diyeti sonunda kan analizlerini mukayese etmişler ve çay içen hanımefendilerin kanlarındaki antibakteriyel proteinlerin kahve içen hanımefendilere göre beş kat daha fazla olduğu görülmüş. Bu da elbette çay içicileri lehine bir bağışıklık avantajı olasılığı demek.



Çay yaprağının kimyasal bileşenleri arasında stresi düşürdüğü de iddia edilen teanin yaklaşık yüzde 1 oranında yer alıyor.

Çayın tıka-basa antioksidan dolu olması, antioksidanlara atfedilen yararların doğru olduğunu kabullenmemiz halinde, bilinçli tüketimiyle beraber bizleri yaşlanmaya, hücre hasarlarına, kalp

sorunlarına, hatta bazı tip kanserlere karşı bile koruyabilme olasılığının varlığını kabullenmek anlamına geliyor. Günde üç-dört bardak çaydan alınan antioksidan miktarı ile iki kadeh kırmızı şaraptan alınan miktar aynı. Keza bu miktarda çaydan alınan antioksidana ulaşabilmek için altı elma yememiz gerekiyor. Tanıyan bilir, asla “şifa” iddialarında bulunmam, tıbbın yerine başka disiplinleri geçirmeye çalışanlarla da pek aram yoktur. Dolayısıyla bu söylediklerimi az önce sarfettiğim “antioksidanlara atfedilen yararların doğru olduğunu kabullenmemiz halinde” cümlesiyle beraber değerlendirmeyi lütfen atlamayınız.

“Eğer vücudumuzun içindeki hücrelere yardımcı olma olasılığı barındırıyorsa, neden vücudumuzun dış yüzeyinde, yani cildimizde olası bazı faydaları olmasın?” diye düşünenler de vardır elbette ve bu nedenle de son yıllarda eczabilimde (*farmakoloji*) çay özütlerinin kullanımından bahsin süratle arttığını görebiliyoruz. Bunun bir uzantısı olarak da kozmetik ürünler, özellikle nemlendiriciler ve şampuanlar gibi pek çok ürün, ambalajları üzerinde bir veya birden fazla yeşil çay yaprağı imgesi uçuşarak yer buluyor dükkân raflarında.



Çayınıza Buz Alır mıydınız?

Rivayet muhtelif. En yaygın olanı; buzlu çayın bir Amerikan içeceği olduğu ve 1904'te St. Louis'de açılan Dünya Fuarı sırasında ortaya çıktığı yönünde. Richard Belchynden nam bir İngiliz muhterem, fuar standında Hindistan'dan ithal siyah çaylarını pazarlamaya çalışırken, bir yandan da demleyip satıyor ki stând masrafını çıkarabilsin. Siyah çayın niye altını çiziyorum? Eh, çünkü o dönemlerde ABD'de çokça tüketilen çay siyah değil, yeşil. Neyse, bizim Richard demleme çayda müşteri sıkıntısı çekmeye başladığını görüyor. Sebebi ise insanların sıcak havada enselerinden ter süzülürken çadıra girip sıcacık çaylar içmek istememeleri. Richard Bey de uyanık; hemen demlenmiş çaya buz ilave ederek sunmaya başlıyor.

Gene Amerika kökenli bir diğer söylenti de buzlu çayın St. Louis değil, Virginia'da ortaya çıktığı. Zamanında ABD'de tek çay yetiştirilen eyaletin komşu eyaleti olan Güney Carolina olduğunu düşünürsek, pek de yabana atmamak lazım bunu da. Güney Carolina'ya ta 1700'lü yıllarda çayı getiren de Fransız bir botanikçi Andre Michaux. 1800'lü yıllarda da yeşil çayla yapılmış düşük alkollü soğuk içeceklerin (*punch*) isminin geçmeye başladığını görebiliyoruz. 1879 yılında ise Marion Cabell Tyree isimli bir hanımefendinin kaleme aldığı *Goodhousekeeping in Old Virginia* isimli kitapçıkta alkolsüz ama şekerli ve limonlu ilk buzlu yeşil çay tarifine rastlıyoruz

Öyle veya böyle, orada veya burada, gerçek olan şu ki ABD'de tüketilen çayın yüzde 85'i buzlu olarak içiliyor. Hatta güney eyaletlerinde şekerli veya şekersiz olarak sipariş edebiliyorsunuz. Diğer yerlerde çay standart olarak şekersiz geliyor, ilaveyi siz yapıyorsunuz. Tabii ki bizde de satılan markalı hazır buzlu çaylardan değil, mekânda servis edilen el işi buzlu çaydan bahsediyorum.



Amerikan yaşam tarzının, hatta "Amerikan Rüyası"nın bir parçası haline gelen buzlu çayın anlatıldığı bir görsel. Aile, bahçeli evlerinde birarada: baba mangalda et pişirerek "Eve yiyeceği erkek getirir"i gösteriyor. Büyük kız, komşu evin çim biçmekte olan yakışıklı ve pek düzgün genç oğluna buzlu çay ikram ediyor. Ağzı açık halde döktüğü çaya değil delikanlıya bakmakta olduğu için muhtemelen birazdan açık renk elbisesine çay gelecek ve yaygara kopacak.

Çayın aroması, yani içilirken damak üzerinden yükselen kokusu, nasıl üretildiğine bağlı olarak değişkenlik gösterebiliyor. Buharla üretilen Japon yeşil çayları çimenle yosun arası taze bir koku profiline sahipken tavada ısıtılan ve kurutulan Çin yeşil çaylarında kızarmış ekmek benzeri bir profil kendini hissettiriyor. Yarı fermente bir tür olan *oolong* ve tamamen fermente bir tür olan bizim siyah çaydaki enzim aktiviteleri de yaprakların içindeki çiçeksi, meyvemsi, o daha farklı ve derin aromaların açığa çıkmasına sebep oluyorlar. Antrparantez, çay yaprağının bitkinin neresinden toplandığının çayın lezzeti üzerinde öncelikli belirleyici olduğunu söyleyebiliyoruz. Bunu dememle beraber en makbul çayın bitkinin en üstünde yer alan en genç yapraklar olduğunu belirtmek isterim.

Çayın sadece kendi kokusunun arzulanan kokusal derinliği sağlayamadığına inanılan durumlarda veya farklı bir lezzet fantazisi denenmek istendiğinde ise, dışarıdan lezzet eklemesi yapılmış çaylar gündeme geliyor. Bir önceki bölümde biktıracak uzunlukta kendisinden bahsettiğim, bergamotla aromalandırmış *Earl Grey*'in dışında muhtelif coğrafyalarda birbirinden farklı kokulu katkılar çaya eşlik edebiliyor. Bu katkılı çaylardan bazıları yaseminli, osmantuslu, güllü, krizantemli, lotus çiçekli, naneli, kakuleli veya çam ağacı iğnelerinin ateşinde tütsülenmesinden sebep, muazzam isli kokusuyla *lapsang sushong* çayı olabiliyor.

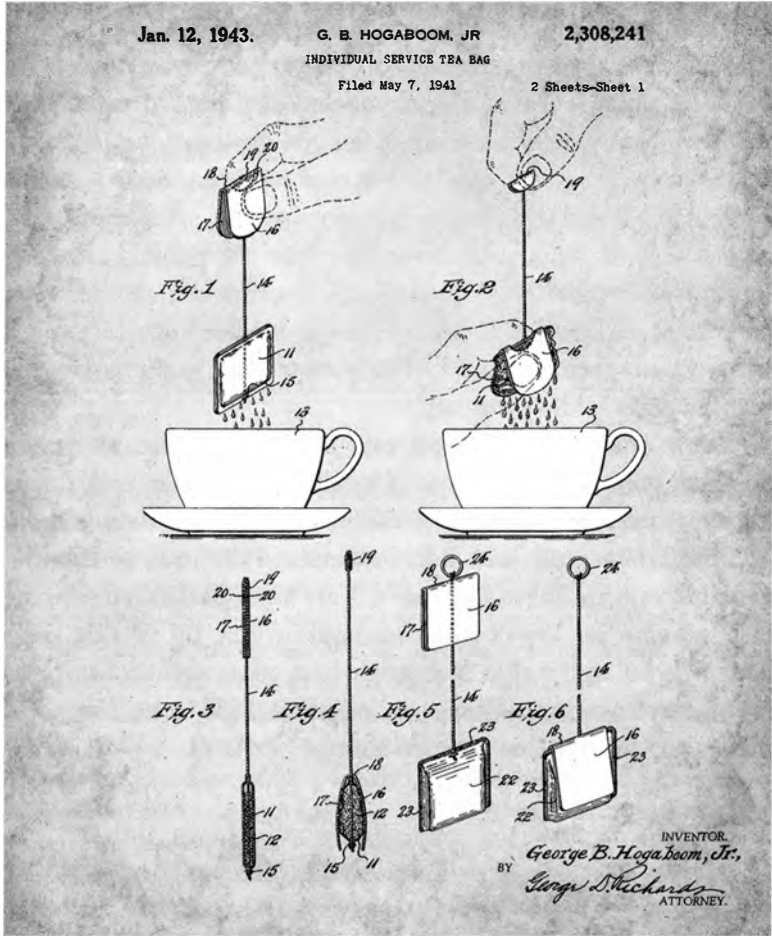
Hatta bilindik siyah çayın içine rom, bazen de şarap, konyak, portakal suyu ve muhtelif baharat ilavesiyle yapılan *jäger tee* (avcı çayı) denilen bir çay da var orta Avrupa'da. Soğuk havalarda, özellikle ski yapıldıktan sonra içilen bir çay bu ve Almanca bu isimden gayrı, Slovakya veya Çekya'da *grog* adıyla da biliniyor. *Jäger tee* ismi belki Almanca, ama yasal olarak Avusturyalılar sahiplenmişler. Bundan sebep aynı çayın Almanya'da üretilenine *Hüttentee* (kulübe çayı) deniliyor. Çay-may deyip geçmeyin, Alp Dağları'nda kış turistleri arasında, içine konan alkolün miktarı biraz şaşıp da, hele bir de kayaktan sonra değil öncesinde içildiğinde, verdiği esriklik halinden sebep ciddi kayak kazalarına sebep olduğu vâki.

Hangi tür olursa olsun çayın kokusu kullanım alanını sadece sıcak suyla infüzyon yapıp içmenin ötesine taşıyor. Pek çok sıvı ve katı gıda içinde çay aromasından istifade edilerek kullanılıyor. Şerbetler, dondurmalar, jöleler, pasta, kek ve bisküviler, hatta yapraktan çayı bazen hiç bazen de eser miktarda barındırmasına rağmen “soğuk çay” olarak adlandırılıp bitkiyle isim bağı kurdurulan meşrubat. Bütün bunlara elbette gıda olarak tüketilmeyen bir diğer koku unsuru olan parfümleri de eklemek gerekebiliyor. Çayın antioksidanlığı ve varsayılan bağışıklık kazandırıcı özellikleri binlerce yıl sonra tekrar gündeme geldiğinden beri yarattığı o sağlıklı ve doğaya yakın izlenimden istifade çay kokulu pek çok parfüm de raflarda yerini alıyor. Bunların bir kısmı net olarak çay kokusunu barındırırken, bir kısmı ise belki de sadece çayın bıraktığı “yeşil” izlenimi bir pazarlama hamlesi olarak kullanıyor. “Bunların içinde favorin hangisi?” diye soracak olursanız, Elizabeth Arden’in *Green Tea*’si (Francis Kurkdjian/1999) derim, fazla düşünmeden.

Çayın yapısı içinde pek çok uçucu kokulu molekül var ve hep olduğu gibi bu moleküllerin pek çoğu da sadece çayda değil, diğer pek çok çiçek ve bitkinin doğal kimyasal yapısı içinde ortak olarak bulunan moleküller. *Hekzanal*, *metil salisilat*, *limonen*, *benzaldehit*, isimleri bize çok da fazla yabancı olmayan, gerek narenciyeler gerekse mesela acıbademin veya kirazın, vişnenin içinde rastlayabildiğimiz kokulu moleküller. Ancak hem bunların genel yapı içindeki oranlarının farklılığı, hem çayın elde edilme ve satışa sunulma yöntemlerindeki farklılıklar, “çay” sözel şemsiyesinin altında yüzlerce, belki binlerce farklı kokusal nüansın da yer almasına sebep oluyor. Bırakın parfümleri, içilecek çayda bile koku (aroma) o kadar hassas bir konu ki, çayın içinde haşlandığı veya demlendiği suyun mineral yapısından, gene o suyun ısısına kadar pek çok değişken çay kokusunu etkileyebiliyor.

Evet, herkes farklı topluyor, herkes farklı saklıyor ve elbette herkes farklı içiyor çayı. Japonlar çayı çırpacak kadar karıştırma-dan dudaklarına değdirmiyorlar. Amerikalılar içine bir buz atıyorlar veya içine buz atıldığına inandıkları sıvıyı içiyorlar. Tibetliler

içine tereyağını (*bod ja*) boca ediyor, Ruslar illa ki limonla servis yapıyor. Afganlar kakule ekliyor, Kuzey Afrikalılar nane yaprakları. İrlandalılar ve İngilizler bol süt ve bol şekerle tüketiyorlar. Tereyağlısından köpürtülmüşüne, tatlısından tuzlusuna envâi çeşit tüketim seçeneği var bu muhterem Çin kamelyası bitkisinin yapraklarının. Bir de bütün bu usullerin dışında kalan, yani hızlı zamanların gözde çay tüketim şekli olan poşet çaylar var.



Poşet çay için muhtelif tarihlerde muhtelif patentler alınıyor. Gördüğümüz, 1941 yılında G. B. Hogaboom, Jr. isimli bir muhtereme verilen patentin belgesi.

“Hızlı zamanların gözde çay tüketim şekli” dedim, ama poşet çayın icadı daha zaman bizim bildiğimiz hızına kavuşmadan öncelere gidiyor. 1904 yılında da ilk pazarlama örnekleri New Yorklu çay ve kahve tüccarı Thomas Sullivan’dan geliyor. Hikâyesi, genelde hep olduğu gibi, bir tesadüf veya kazayla bağdaştırılıyor poşet çayın. Thomas Bey, sağa sola yolladığı dökme çay numunelerinin maliyetinden beziyor, muhtemel müşterilerinden gelen numune taleplerine teneke kutuya konmuş çay yaprakları yerine küçük çay poşetleriyle cevap vermeye başlıyor.

Müşteriler de postadan bekledikleri yaprak yaprak dökme çay yerine çıkan bu acayip küçük numuneleri ne yapacaklarını bilemiyorlar. Düşünüyor, taşıyor ve olduğu gibi sıcak su dolu fincanlara koyarak demlemeye başlıyorlar. Eh, neticesi de en azından kabul- lenilebilir olduğundan bu kez bir “porsiyonluk poşetlenmiş çay” furyası başlıyor. Thomas Sullivan çayı sadece iç pazarda satmayıp ihracat da yaptığından, poşetler içindeki çaylar muhtelif ülkelere bu şekilde yayılıyorlar. O gün bugündür bir poşet çaydır gidiyor, hatta yakın geçmişte bir kişilik porsiyondan çıkıp büyüyerek “demlik poşet”e bile evriliyor.

Yalnız aman dikkat, “poşet çay” dedim diye aklınıza hemen bugünkü poşet çaylar gelmesin. Öncelikle ilk poşetler ipek dokuma kumaştan elle dikilmiş poşetçikler ve ayrıca kare şeklinde değil, ağzı büzülmüş minik kesecikler halindeler. 1930’larda ise kenarlar ısıtılarak yapıştırılmaya başlanıyor. Kare veya dikdörtgen format- ta poşet çaya ise 1944’e kadar rastlayamıyoruz. Bu yıllarda savaş nedeniyle kıtlaşan ipeğin maliyetiyle başa çıkılamayınca kâğıt gibi elyaftan üretilmeye başlanıyor çay poşetleri. 1952’de ise dört yüzlü ilk çay poşetinin lisansı (*Lipton*) alınıyor.

LIPTON'S TEAS

Direct from the Tea Garden to the Tea Pot.
No Middlemen's Profits to Pay.

RICH, PURE, & FRAGRANT.

1/- and 1/4 per lb.

THE FINEST TEA THE WORLD CAN PRODUCE

1/7 per lb.

NO HIGHER PRICE.

OVER ONE MILLION PACKETS SOLD WEEKLY.

SPECIAL NOTICE.—Delivered Cans and Tins for an extra 1d. per lb. to any address in Great Britain on orders of 5 lb. and upwards. Samples sent free on application.

A GUARANTEE.—Money returned in full if Tea does not give perfect satisfaction in every way.

**LIPTON,
Tea & Coffee Planter, CEYLON.**

Sole Proprietors of the following excellent Tea and Coffee Estates in Ceylon: Pinnawala, Elinchall, Sivalangudi, Mahatambalam, Morala, Mo, Pongas, Hattaram, and Gerneral, which cover thousands of acres of the best Tea land in Ceylon.

Tea and Coffee Shipping Warehouses: Madras Mills, Cinnamon Gardens, Colombo.

Ceylon Office: Upper Chelmsford Street, Colombo.

Indian Office and Shipping Warehouses: A. Lyons Range, Calcutta.

General Offices: BATH ST., CITY RD., LONDON, E.C.

LONDON BRANCHES.

Angel House, Islington, N., 101, Old Street, E.C. 1, 19, High Street, Kingsland, E. 7, and 101, Tottenham Road, W. 1, 10, Tottenham Road, W. 1, 11, Islington Road, N. 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000.

AND BRANCHES THROUGHOUT GREAT BRITAIN AND IRELAND.



İş hayatına Glasgow (İskoçya'da) bakkallıkla başlayan Thomas Lipton, sattığı ürünler arasında yer alan siyah çaydaki potansiyeli ilk fark edenlerden biriydi. Bakkaldan markete dönüşen ve şubeleşmeye başlayan işletmesi adına Sri Lanka'da (Seylan) çay tarlaları satın alarak "üreticiden tüketiciye" modeliyle o zamana kadar seçkinlerin veya zenginlerin içeceği olan çayın, daha uygun fiyatlarla satılabilmesine, daha geniş kitlelere yayılabilmesine önayak oldu. Çayın dökme olarak değil belirli ağırlıklarda paketlenmiş standart ürünler olarak sunulması, poşet çay ilk ortaya çıktığında hemen Lipton markası içinde bir ürün olarak poşet çaya yer vermesi gibi pek çok yenilik gerçekleştiren Lipton'un 1892 yılında verdiği reklam.

Daha sonra "İngilizleşecek" bir ürün olan siyah çayın henüz oryantal imgeler eşliğinde satılmaya çalışıldığını görebildiğimiz bu reklamın ilk paragrafındaki "Aracıya kâr ödemiyoruz; direkt çay bahçesinden demliğe" sloganına ve takip eden "Zengin – Saf – Kokulu" tanımına dikkatiniz çekerim. Lipton Bey'in bakkalları / marketleri 1929'dan itibaren muhtelif ortaklık ve el değiştirmelerle bugün Safeway marketleri bünyesinde yer alıyor. Çayları ise 1938'de Unilever'e geçti, ancak bugün yarısı Unilever'in yarısı ise Pepsi'nin olan Pepsi Lipton International'ın (PLI) mülkiyetinde.

Önce Çaylarımızı İçelim, Bankayı da Kurarız

Thomas Twining, 1675. Gloucestershire doğumlu bir dokumacı. Ailesinin kökleri Ortaçağ öncesi bir yerleşim birimi olan ve eski İngiltere'de "iki nehir arası" anlamındaki Twynning köyüne kadar gidiyor. Zaten muhteremlerin soy isimleri de bu köyden geliyor.

Çay, 1650'lerde Londra'daki kahvehanelerde sunulmaya başlamış olmasına rağmen henüz yaygın olmaktan uzak. Çay düşkünü Bragançalı Kraliçe Catherine'in II. Charles ile evlenmesinin ardından en azından seçkin çevrelerde daha da moda bir içecek haline geliyor. Sokaktaki vasat insanlar ise şehrin leş gibi içme suyuna sağlıklı bir alternatif olan, besleyip doyuran, üstelik ithal değil yerli, dolayısıyla ucuz olan birayı tercih ediyorlar.

Çay tüketimiyle ilgili manzara bu iken, Thomas Twining, dokumacılığa beklediğini bulamadığından olsa gerek, Londra'ya taşınıyor ve Doğu Hindistan Şirketi'nde işe giriyor. Şirketin taşıdığı mallar arasında yer alan ve seçkin çevrelerde tüketildiğini duyduğu çay da, muhteremin pek bir ilgisini çekiyor.

1706 yılında Covent Garden yakınında, tiyatro, kahvehane gibi sosyalleşme mekânları barındıran Strand'de "Tom's Cafe" isimli bir kahvehaneyi borç harç satın alıp, kahvenin yanında çay da satmaya başlıyor. Şirkette ilişkileri hem çayın iyisini almasına hem farklı sunum ve demleme teknikleri öğrenmesine sebep olduğundan, kısa süre içinde diğer kahvehanelerden sıyrılıyor; hatta kahve satmayı tamamen bırakarak çay üzerine yoğunlaşıyor.

Çay üzerindeki yüksek vergi (yüzde 118! Eh, krallar da insan, onlar da çorba içecek; pardon yani) nedeniyle harmanlara başka bitki yaprakları, hatta fare pisi bile katıldığı, kaçak çayın ve karaborsasının zirve yaptığı dönemlerde bu yollara hiç tevessül etmemesi, Twinings'e güven ve saygınlık kazandırıyor.

Muhteremler de uyanık ya, hemen "Madem bize güveniliyor, o zaman banka kuralım!" diyerek çayhanenin arka odasında, daha sonra Lloyds Bankası'na devredecekleri bir de banka kuruyorlar arada. Devamında ABD'ye çay ihracatı, başka kent ve ülkelere de çayhaneler falan derken bugün bilinen uluslararası marka haline geliyorlar.



Markanın pazarlama tarihini ilgilendirecek ilginç bir özelliği de, Strand'da açtıkları dükkânın kapısının üzerine taktıkları ve aslanlı arma ile altında büyük harfle marka adının yazılı olduğu logonun 230 yıldan fazla süredir aynı kalması, yani "sürekli kullanımda olan en eski logo" olarak tarihe geçmesi.

Poşet çayın bugün için daha rafine zevk sahiplerinin oluşturduğu pazara yönelik piramit şeklinde modelleri de var. Çayın su ile temas ettiği yüzey, bu çok yüzlü poşetlerde elbette daha fazla ve bu nedenle aromatik uçucu bileşenler suya daha verimli ve kayıpsız aktarılabilir. Ancak rica edeceğim kimse bana poşet çay ile demleme çay mukayesesi yapmasın, zira değil piramit, *ikosahedron* (üç boyutlu ve yirmi yüzlü karmaşık geometrik şekil) formunda poşet bile yapsalar gene de demleme çay lezzetine ulaşamaz poşet çay. Neden? Zira poşet çayda çay dışında ne tür olursa olsun elyaf, iplik, hatta eski teknolojiyle üretilenlerde zımba telinin falan da aromanın içine istenmeyen misafir olarak dâhil olduğu, keza yaprak kalitesinin elle kontrol edilemediği, yani ne verilirse onun içilmek zorunda kalındığı bir gerçek.

Ancak dediğim gibi, zamanlar hızlı zamanlar ve hepimiz vakitsizlikten ya da pratik olma sevdasıyla bu yöntemle başvurarak çay açlığımızı poşet çaylarla giderebiliyoruz. O kadar da fazla

yüklenmeyeyim, “en azında poşet çay, çözülebilir kahve gibi değil” diyeyim de, mecbur kalıp poşete mahkûm olanların içi rahatlamış olsun. Hatta bir adım ileri gidelim, demlendikten sonra soğutulmuş çay poşetlerinin göz dinlendirici olarak veya güneş yanıklarına karşı kullanımının da mümkün olduğunu belirterek pazarın önünü tıkamak bir yana, işlev çeşitlemesi yaparak genişlemesine de katkıda bulunalım.

Evet, *Camellia sinensis* veya bildiğimiz ismiyle çay bir bitkinin yapraklarının kaynama noktasının altında bir sıcaklıktaki su içinde bekletilmesi yani *enfûze* edilmesiyle oluşan bir içecek. Sıcak suyun içinde uçucu moleküllerin açığa çıkması sağlanarak aroma ve çayın kendisinde mevcut bileşimlerden de tat gelerek toplamda kendine özel bir lezzet karması oluşturuyor. Dünya üzerinde milyonlarca insan da bu içecekten gerek keyif almak, gerekse derdine deva bulmak amacıyla faydalaniyor. Sosyal etiket içinde de önemli bir yeri var; çünkü her kültürde çay ikramı, konuğa öncelik ve üstünlük tanımakla, sosyal hiyerarşi merdiveninde farklı konumlandırmakla eş değer.

Esasında bırakın yapısal özelliklerini veya sosyal anlamlarını, sadece isminin “çay” olması bile ilginç bir hikâye. Neden? Anlatalım: Amoy Çince’sinde bir kelime var *tê* diye yazılıyor ve “taey” diye okunuyor. Hani yeni konuşmaya başlayan çocuklar bazen “Ben de tay içcem” derler ve biz de “Bapoçun çen bakiim anneem, tay mı iççeeen” falan diyerek pek bir güleriz ya bu konuşma şekline, aslında o ufaklık doğru söylüyor da biz farkında değiliz. Çin’in Fujian eyaletindeki Amoy limanından yükleyip, Avrupa’ya ilk çayı getirenler Hollandalılar. Onlar da *tay’a*, dilleri döndüğünce *thee* demişler. Dolayısıyla İngilizce’ye geçen *tea* kelimesinin kaynağı, Hollandalıların kelimeyi dilleri döndüğünce Çince telaffuz etmeye çabalamalarından sebep.

Çin Dilleri

Şaka değil, dünya nüfusunun yüzde 16'sının anadilinden bahsediyoruz. Hoş, tekil olarak "dil" diyerek bahsedemiyoruz aslında: Çince yok, Çin dilleri var. Çin'de 299 adet yaşayan dil mevcut. Tabii ki hepsini aynı sayıda insan konuşmuyor. En hâkim olanı, Mandarin Çince'si. Bu dili anadili olarak konuşan insan sayısı Çin nüfusunun yüzde 71'i, yani 960 milyon insan. Onu Wu, Min, Yue gibi diğer diller takip ediyor. Özerk bölgelerin de, Tibet'te Tibetçe gibi kendi resmî dilleri var.

Resmi dil, en çok konuşulan Mandarin Çince'sinin Beijing lehçesi. Bu dil Çin Halk Cumhuriyeti (kıta Çin'i) ve Çin Cumhuriyeti'nin (Taiwan) resmi dili olduğu gibi, Singapur'un da dört resmi dilinden biri olarak kabul ediliyor.

Mandarin Çince'sindeyse bu bitki ve içeceğe *chá* deniliyor. Kanton Çince'sindeki telaffuzu da buna çok benziyor ve sonunda bizde, Hindistan, Afganistan, İran ve Rusya'da "çay" adını alıyor. Ruslar biraz farklılık göstererek çay değil, *çşay* diyorlar. İyi de, neden bir kısım millet *tea* ve benzerlerini kullanıyor da, geri kalanı çay diyor?

Sebep basit. Demiştim, Amoy lehçesinde çay *tê* olarak yazılıyor. Döneminde bütün ülkelere, yani İngiltere, Hollanda, Fransa, İspanya, Almanya ve sonraları ABD'ye falan deniz yoluyla çay ihracatı için az önce bahsettiğim Fujian eyaletindeki Amoy limanı kullanılıyor. Dolayısıyla bu limanda konuşulan dialekt, ismin de belirleyicisi oluyor. Oysa çaya *tê* türevi olarak değil, *chá* türevi isim takmış olan diğer ülkelere, yani Rusya, Türkiye, İran falan gibi yerlere çay limandan gemiyle değil, karadan kervanlarla gidiyor. Doğal olarak da oradan gelen çayla buluşanlar limandaki yerel bir lehçenin değil, anakıtanın genelinde kullanımda olan söylenişinden kaynaklanan "çay" benzeri isimler takıyorlar. Hülâsa, isimlendirilmedeki fark tamamen bitkinin tarihî lojistiğinden kaynaklanıyor.

Çay merak ve alışkanlığı, önceleri keyif aracı olmaktan ziyade fizyonomimiz üzerine yaptığı etkilerde hayat buluyor. Ortaya çıkış efsanelerinden bahsederken aktardığım gibi uzun meditasyon seansları sırasında uyanık kalmak isteyen budist rahiplerin yaygınlaştırdığı söyleniyor. Japonlar çaya (genellikle yeşil çay olmak üzere) *ocha* diyorlar. Bir kelime değil, bir tamlama bu ve çay kelimesine saygın bir anlam, “onur” katıyor. Çaya duyulan saygı ve bahsedilen onur, elbette Japonların çay içme törenlerine de artarak yansıyor.



Camellia sinensis,
yani çay.

Neticede Hindistan, Çin veya Japonya, nereden gelirse gelsin bitkinin genel adı belli ve bütün bölgesel türevleri de *Camellia sinensis* ailesi altında yer alıyorlar. Bu ana ailenin altında değişik türler var. Çin’de yetişen *Camellia sinensis* var. *Sinensis* türü, küçük yapraklı çok dallı bir ağaç. Dallar üç metreye yaklaştığında buda-

nıyor ve uçlardaki küçük yapraklar çay yapılmak üzere toplanıyor. Ağaç budanmasa ve kendi haline bırakılsa, rahatlıkla 20 metreye kadar yükselebiliyor ve yüz yıl kadar da yaşıyor. İkinci sıradaki Assam cinsi, yani *Camellia sinensis var. Assamica* türü ise güçlü topraksı aromasıyla meşhur.

Küçük bir ağaç, iri yaprakları var. Bu da serbest bırakılsa gene 20 metreye kadar uzayabiliyor. Ancak bu kadar uzamasına müsaade edilmiyor ve çay tarlalarında genelde bel hizasından budanıyor ki verim ve ulaşımı kolay olsun. Bu çay ağacı türünün yaklaşık ömrü ise 40 yıl kadar. Üçüncü meşhur tür ise melez bir tür: *Camellia sinensis var. Cambodiensis*. Adından anlaşılabileceği gibi Kamboçya menşeli ve az önce bahsettiğim iki türün bir karışımı aslında. Bu bahsettiğim üç çay türü de bol bol yetiştiriliyor ve tıpkı şaraplık üzümlere yapıldığı gibi birbirleriyle eşleştirilerek melez türleri üretiliyor. Gene şaraplık üzümde olduğu gibi yetiştigi iklimin koşulları ve toprağın yapısı, çay lezzeti üzerinde ikincil belirleyiciler. Neden ikincil? Eh, çünkü birinci sırada hangi cins ağacın yaprağı olduğu var.

Bütün bu ağaçların en genç yaprakları aynı zamanda da en kıymetli yapraklar. Hatta paketlenip satılan çaylarda genç üst yaprak çayları ayrı bir fiyattan, yani tahmin ettiğiniz üzere görece daha pahalı satılıyorlar. Gene paketlenen çayda zeytinyağına benzer şekilde mevsimin ilk hasadını edinmek isteyen ayrı bir bedel ödemek zorunda kalıyor. Bundan sebep üzerinde “Mayıs çayı” yazan paketler görmek de olası. Ancak çayın lezzetinin yoğunluğu sadece yaprağın gençliğine veya kartlılığına dayanmıyor; yetiştirilme şekli, çevre koşulları, hasat edilme şekli ve nasıl muhafaza edilip nasıl işlendiğiyle de yakından ilgili.

Genel kural şu: 300 ila 2.000 metreden alçak irtifada iyi çay beklentisi boşuna bir beklenti. Bitki ne kadar yüksek irtifada yetişirse lezzet o kadar dolgun ve gövdeli oluyor. 10 ila 24 °C arasında bir hava sıcaklığı ve bol yağış, çaya olumlu katkıda bulunan çevre koşulları arasında. Çok çok bol yağış gerekli değil ama olursa iyi oluyor ve tadından yenmiyor o zaman çay. Az

önce dediğim gibi, genelde bel hizasında budanıyor ki toplaması kolay olsun. Onları toplayan parmaklar da oldukça tecrübeli ve narin olmak zorunda, bu yüzden genelde kadın ve çocuklar çay toplayıcısı oluyorlar.

Çayın ne şekilde işlem gördüğü, onun ne isim altında satılacağına da belirleyicisi oluyor. Kabaca gruplandırmaya kalkarsak, altı ana çeşit çay var: *Beyaz, sarı, yeşil, oolong, siyah* ve *pu erh*. Bu altı çeşidin ilk üçü fermente olmamış çay çeşitleri. Özellikle *beyaz çay* neredeyse tıka basa bir antioksidan deposu ve Çin'in Fujian bölgesine has. İsmi yaprakların gümüşümsü beyaz renginden geliyor ve en tepedeki tomurcukların toplandıktan sonra iki gün güneş altında kurutulması, daha sonra da hafif ısıtılarak paketlenmesiyle yapılıyor. Tabii ki sadece üst kalite beyaz çayda sadece tomurcuk oluyor. Beyaz çayın "halk işi" diyebileceğimiz bir alt kalitesi de mevcut ve onda da tomurcuğa en fazla iki adet olmak üzere yaprak eşlik edebiliyor. Hafif ve şeffaf bir bukesi ve narin bir lezzeti var.



Beyaz çay.

Sarı çay çok çok az bulunuyor ve *beyaz* ülke dışında biliniyor olmasına rağmen bu çay çeşidi sadece Çin'in içinde tüketiliyor; yani "Çin'e özel" diyebileceğimiz bir çeşit. Tomurcuk ve ilk yaprak koparılıyor ve hemen ısıtılıyor. Daha sonra bu karışım kâğıda sarılarak birkaç gün

bekletiliyor ve ortaya “hafif” denebilecek lezzette bir çay çıkıyor. Hem yaprakların hem de içilecek hale gelen sıvının rengi altın sarısı, zaten tahmin ettiniz muhtemelen, *sarı çay* ismi de buradan geliyor.

Fermente olmayan üçüncü çeşit ise, başlarda Çin lokantalarında rastlayıp tanıştığımız, sonraları sağlıklı ve organik furçasının etkisinin hissedildiği “yeşil” işletmelerde sık sık karşımıza çıkmaya başlayan *yeşil çay*. Yeşil çayın pek çok işlenme şekli var ama en yaygın yöntem taze koparılmış tomurcukların hemen ateş üzerine yerleştirilen bakır kaplarda ısıtılması ve bu ısıtma eyleminin *sarı çay*’a göre çok daha hızlı gerçekleşmesi. Daha sonra yapraklar elle veya makineyle şekillendiriliyor, yani minik rulolar veya kıvrımlar haline getiriliyor. Ancak bu Çin’deki uygulama. Japonya’da önce buhar kazanında nemlendirilip daha sonra şekillendiriliyor çaylar. Hoş içimli, ancak bizim harc-ı âlem zevklerimize göre elbette “hafif çaylar” grubunda yer alıyor yeşil çay da. Böyle olmasına rağmen bizim coğrafyamızda muhtemelen *siyah çay*dan sonra en bilinen çay çeşididir diyebilir miyiz? Valla bence deriz.



Oolong çayı.

Bu üç çay tipinden sonra, yarı fermente bir tip olan *oolong* geliyor. *Oolong*, Çince “kara ejder” demek. Efsaneye göre, çay tarlasının sahibi, yaprakların arasında siyah bir yılan görünce korkup kaçıyor ve birkaç gün boyunca da ödü vücutsal atıklarına (affedersiniz) karışmış olduğundan bir daha tarlaya giremiyor. Neden sonra cesaretini toplayıp geri döndüğünde yerdeki çayların güneşin altında okside olup siyaha dönüşmüş olduğunu görüyor. Kokluyor, demliyor, içiyor, sonuç mükemmel (laf aramızda, ben de şahsen pek severim bu çay çeşidini).

Bir diğer açıklama ise bu efsaneye pek itibar etmiyor ve yaprakların sıcak suya atıldığındaki görüntüsünün minik minik ejderleri andırmasından sebep *oolong*, yani kara ejder ismini aldığı yönünde bir iddia taşıyor. Bu şekilde yarı-fermente çay üretiminin ne zaman başladığı bilinmiyor. Bilinen, 1880’lerin ortalarından itibaren Taiwan veya soğuk savaşla beraber *Milliyetçi Çin* diye bilinen, asıl adı Çin Cumhuriyeti olan ada ülkesinde dünyanın en iyi *oolong*larının hazırlanmış olduğu. (Lüzumsuz bir bilgi vereyim unutmadan sevgili okur, Taiwan’ın eski adı Formosa Adası. Bu ismin sebebi de adaya ayak basan ilk batılılar olan Portekizlilerin manzara ve doğal güzelliklere hayran olup, Portekizce’de “güzel ada” [güzel, güzel şekilli: *form-osa*] anlamına gelen *Isla Formosa* ismini buraya münasip görmeleri.)

Geldik fermente çay tiplerine: İlki, *pu erh* çayı, bizim ne ismine ne de lezzetine, hiç aşına olmadığımız bir çay çeşidi. İlk ayırdedici özelliği, sadece Yunnan eyaletindeki Xishuangbanna bölgesinde üretilen çayların bu ismi alması. Yani nasıl şampanya veya konyak sadece Fransa’da aynı adı taşıyan bölgelerde üretilbiliyor, *pu erh* için de aynı durumun Çin versiyonunu düşünebilirsiniz. Bu bölgesel çay fermente ediliyor ve sıkıştırılmış olarak paketleniyor. Yaprakların alındığı ağaç çok özel bir ağaç; beş yüz ila bin yaşında ağaçların bulunduğu söyleniyor bölgede. “Allah uzun ömür versin” diyelim ve devam edelim: Ağacın ismi *da ye* ve “büyük yaprak” anlamına geliyor. Rivayete göre bir dönem buradaki maymunlar ağacın yapraklarının tutkunlarıymış ve kendilerine yaklaşan

Çinlilere de uzak durmalarını ihtar etmek için tepeden doğru dalları koparıp atarlarmış. Tahmin etmişsinizdir, atılan dallardaki yapraklar da biz insanoğlunun, daha doğrusu bir kısmımızın *pu erh çayı* ile tanışmasına vesile olmuş.



“Kek” tabir edilen sıkıştırılmış kütle halinde *pu erh* çayları.

Şarap gibi bekletildikçe kıymetlenen ve lezzeti derinleşen bir çay *pu erh çayı*. Şaka değil, elli yıl civarında bekletilen sıkıştırılmış çay bloklarından söz ediliyor. Yani tek bir coğrafyaya ait bitkiden üretilmesi gereğinden gayrı onu diğer çaylardan ayıran bir diğer önemli özellik, mature olduktan, yani olgunlaştıktan sonra tüketilmesinin tercih edilmesi.

Karalar Bağladım

Hem tat olarak burukluğu, hem ağızımızda bıraktığı kokulu izi, yani aromasıyla dünyada sudan sonra en fazla içilen ikinci içeceği, çayı anlatmaya devam edelim. Hem *chai* hem de *tee* kelimelerinin kökenlerini, yaprağın bir içeceğe dönüşmesindeki efsaneleri, işleniş şekillerine göre fermente olmayan *beyaz*, *sarı*, *yeşil çayı*, yarı fermente *oolong*'u ve iki önemli fermente çaydan biri olan pek kıymetli *pu erh* çayını anlattık. *Oolong* ve *pu erh* hariç diğer çaylar sokak diliyle söylersek, oldukça hafif çaylar. Hele bizim gibi çayı canını çıkarana kadar haşlayan ve demleyen, bu uzun süreli ısıya maruz kalma haliyle beraber sıvının acılığını da arttırmaktan hoşlanan kültürler için hafif çaylar birer entelektüel fantazi olmanın pek de ötesine geçemiyor, yaygın tüketim bulamıyorlar. Bizim coğrafyamızda yaygın tüketim bulan çay, Batıda da genelde “çay” denilince akla ilk gelen çay olan *siyah çay*.

Hoş, işlenmiş çayın kendisi gerçekten siyah renkte görüldüğü için biz *siyah çay* diyoruz ama Çinliler ve Japonlar bizim gibi katısının değil, sıvısının rengine itibar edip *kırmızı çay* demeyi tercih ediyorlar. Onlar için *siyah çay*, ancak *pu erh çayı* gibi güçlü bir post-fermente çay olabiliyor. Biz de onların bizim çaya “kırmızı” demesine takılmayıp, bir Güney Afrika bitki infüzyonu olan *rooibos*'a (*Aspalathus linearis*) “kırmızı çay” diyoruz. *Rooibos* bizde yeni yeni tanınmaya, hatta sıradan marketlerin raflarında dahi yer

bulmaya başladı ama Avrupa ülkelerinde uzun zamandır çokça satılıyor. Gerçek anlamda bir çay değil, tıpkı ıhlamur veya papatya gibi “çay” denilen ama aslında *infüzyon* olan içeceklerden. Anlatıp duruyoruz zaten, “çay” olabilmesi için *Camellia sinensis* türlerinden birine ait olması gerekiyor demlenen bitkinin. Onun ötesi hep *infüzyon*.



Rooibos çalısı toplayan Güney Afrika yerlisi bir kadın.

Antrparantez, *rooibos*, Afrikaaner dilinde “kırmızı çalı” demek. Çok keyifli ve rahat bir içimi var, rastlarsanız mutlaka denemenizi öneririm. Üstelik doğal halinde kafeinsiz bir bitki olduğundan geç saatlerde içtiğinizde uykunuzun kaçma riski de yok. Ben, sadesinin yanısıra aromalılarından da kişisel olarak keyif alıyorum ve *Dem*’de içtiğim *Ronnefeldt*’in portakal ve vanilyayla aromalandırılmış *rooibos*’u ile evde demlediğim, Metro’nun kendi markası *Rioba* için özel harmanlattığı çeşitler şu aralar favorim diyebilirim.

Afrikaaner Olmak da Varmış Kaderde

Son bölümde etrafıca okuyacağınız, Hollandalılara ait Birleşik Doğu Hindistan Şirketi V.O.C., baharat kaynağı olan doğu Hint bölgelerine ulaşımında yol üzerinde önemli bir nokta olan Ümit Burnu'nda lojistik bir üs kuruyor (1652). Yolculuk yapan V.O.C. gemileri burada kumanya, su ikmali gibi birtakım gereksinimlerini karşılıyorlar. Bu istasyonda görevli olanlar, görevini tamamladıktan sonra burada kalmayı tercih edenler, seferden dönerken Avrupa'ya devam etmeyip buraya yerleşenler falan da bölgede çiftçilik yapmaya başlıyorlar.

V.O.C. da kendi ülke vatandaşlarının Afrika'da tarım yapabildiğini, hayat kurabildiğini görünce destek çıkıyor. Serbest dolaşıma müsaade ediyor, Afrika'nın daha iç bölgelerine gitmeleri için teşvik ediyor, çiftliklerin kurulabilmesi için düşük faizli kredi veriyor. Üstelik bu imkânları sadece dönüş yolunda Afrika'da kalmaya karar veren kendi ülke vatandaşlarına değil, Fransa'dan kovulan Protestanlara (*Huguenot*) da sağlıyor. Hoş, "kendi ülke vatandaşı" diye de sınırlamayalım, zira şirketin istihdam açlığı nedeniyle pek çok Alman da bu seferlere katılıp, geniş toprakları görünce Afrika'da kalmaya karar verenler arasında yer alıyorlar.

Neyse, her biri başka konuda bilgi sahibi insan grupları ortak bir yaşam kurmaya ve ortak bir kültür oluşturmaya, tek gövde gibi hareket etmeye başlıyorlar. Sürgün giden az sayıdaki Fransız mesela, zeytincilik, şarapçılık gibi iyi bildikleri konularda yerleşik Avrupalılara yardımcı oluyorlar. Kültür, Hollanda baskın karmaşık bir kültür ama zamanda donmuş kalmış Felemenkçe'ye benzeyen dilleri (*Afrikaans*) dâhil bölgede yeni bir ulus, *Afrikaaner*ler doğuyor da diyebiliriz.

Önce Transvaal Cumhuriyeti, Boer savaşlarından sonra da Güney Afrika Cumhuriyeti ismini alan bölgede, yani siyah Afrika'nın güney ucunda, 1994'e kadar Afrikaaner kökenli beyaz insanların egemen olduğunu görüyoruz. Ancak oldukça ırkçı politikaların güdüldüğü, ayrımcılığın acımasızca uygulandığı *apartheid* döneminin 1994 itibarıyla sonlanmasıyla beraber, cılız da olsa siyahların sesleri duyulmaya başlanıyor.

Tarım, devekuşu tüyü ticareti, değerli taşlar, elmas, kömür falan diye büyüyen ticarî yapıda şarapçılık da önemli bir yer tutuyor. Jan van Riebeeck isimli bir cerrahın önyak olmasıyla başlayan ve yüksek verimli üzüm çeşitlerinin tercih edildiği bağcılık ve şarapçılık, daha sonraları *Pinot noir* ile *Cinsaut* kırması *Pinotage* gibi melez yerel üzüm çeşitleriyle zenginleşiyor; dünya üzerinde isminden bahsedilir hale geliyor.

Neyse, renk ve kavram ve bitki kargaşasını bir yana bırakalım, hatta Çinlilerin sıvının rengine takılmalarını falan da es geçip, biz gene bildiğimiz gibi “siyah çay” diyelim içtiğimiz çay türüne. Tamamen fermente bir tür, siyah çay. 1368 ila 1644 yılları arasında Çin’de hüküm süren Ming Hanedanı döneminde ortaya çıkan bu çay işleme yöntemi, diğer daha az okside olmuş çay türlerine göre çok daha yoğun lezzette ve içerdiği kafein miktarı da onların çok çok üzerinde. O zamanlar çay gene buharlanmış ve kurutulmuş yaprakların suya bırakılması ile yapılıyor ama uzak limanlara gönderilen çaylar ayrı bir muamele de görüyor; preslenip sıkıştırılarak tuğla gibi bir hale getiriliyor. Neden? Çünkü bu hale getirilmesiyle çayın lezzet, yani koku ve tadını sıkıştırılmamış halindeki gibi daha uzun süre muhafaza ettiğinin farkına varılıyor.

Devir, Batıyla ticaretin arttığı bir devir. Talep de var. Eh, o zaman bu işi tamamen sağlama alıp çaya bir şekil vermeli ki, Batıya ulaşınca ithalatçı çayı demlediğinde yüklendiği yerdekine yakın bir lezzetle karşılaşsın. İmalatçılar bunun üzerine ne yapalım, ne edelim diye düşünüyor ve çayı hava akımıyla fermente etmeyi deniyorlar. Bu yöntemle hem rengi koyu bakırmısı bir hâl alıyor, hem de, daha sonra doğal çürümesinin önüne de ısıtılarak geçilince, ortaya çıkan sonuç tamamen fermente olmuş ve lezzetini oldukça uzun bir süre muhafaza edebilen bir çay oluyor. Her ne kadar yeşil çay sağlıklı olarak bilinse ve bir “sağlıklılık” (*well being*) modası haline gelmiş olsa da, Batı dünyasında satılan çayların yüzde 90’ı, hatta fazlası hâlâ siyah çay. Bunun da iki sebebi var; birincisi dayanıklı olması nedeniyle poşet çayların içinde neredeyse sadece siyah çay kullanılıyor, ikincisi buzlu çay nam meşrubat da gene siyah çaydan yapılıyor. Tüketimi oldukça fazla olan bu iki çay pazarı, demlemelik, yani dökme siyah çayın yanına ilishince, haliyle uzak ara birinciliği kimseye bırakmıyor.

Durun bitmedi, siyah çayın da iki cinsi var. Biri bizim bildiğimiz ve demin bahsettiğim o yaygın tüketimi olan, düz siyah çay; diğeri ise bence tüm çaylar içinde en keyifli içim lezzetini sağlayan ve maalesef bizde pek rastlanamayan isli siyah çay.

Bu isli siyah çaylar içinde en bilineni de *lapsang suchong* çayı. Rivayete göre bir gün askerler bir çay fabrikasının yakınında, tam da taze taze çaylar toplanmış ama henüz işlenmemişken kamp kuruyorlar. Askerlerin kampı orada kaldığı sürece de çalışanlar tesise giremiyorlar. Birkaç gün sonra askerî zevat pıllarını-pırtılarını toplayıp terk-i mekân ettiğinde işçiler görüyorlar ki çayları kurutmak için çok geç kalınmış ve eğer pazara çay gönderilip de satış yapılacak, dolayısıyla çalışanlar da paralarını alma mutluluğuna erişeceklerse, çözüm için tek yol kuruma sürecine müdahale ederek hızlandırmaktan geçiyor. Bu da nasıl olacak? Tabii ki bir şeyler yakılarak çaylar kurutulacak! Hemen çevredeki çam ağaçları yere devriliyor, gövdeden tomruklar kesilip yakılıyor, çaylar serilerek kurutulmaya başlanıyor. Çaylar kuruyor tabii ama çam ağaçlarından yükselen duman ve bu dumanın beraberinde taşıdığı koku molekülleri de çayların üzerine siniyor, hatta deyim yerindeyse “yapışıyor”lar. Bu moleküllerin pek çoğu da karakteristik olarak “yanık/isli” bir koku profiline sahipler. Bozuntuya vermeyip kokulu-mokulu demeden gene de satıyorlar çayları ve böylece de oldukça rafine bir çay tipi olan isli çay, bilindik ismiyle de *lapsang suchong* çıkıyor ortaya. Buram buram çay ve duman kokuyor, hafif bir ekşiliği var ve affınıza mağruren nâçizane bendeniz bu âlemde tek geçerim *lapsang suchong*’u. Tabii, bu benim fikrim, zira “Yanık lastik gibi kokuyor yahu bu!” diyenlere de rastlamadım değil.

Evet, çay çeşitlerini kısaca tanıdıktan sonra şimdi müsaadenizle gelelim çay yapraklarının nasıl sınıflandırıldığına. Öncelikle şunu bilelim ki çay yapraklarının sınıflandırılmasındaki kriterler ülkeden ülkeye farklılık gösterebiliyor. Esasen sınıflandırma da bir kalite sınıflandırması değil, yaprağın boy ve rengini standardize eden, neredeyse ortak bir çay dili oluşturan ayırım yöntemi. Her ne kadar ülkeler arası farklılık gösterse de, genelde kabul edilen dört sınıf var çay yapraklarında: Yaprak, kırık yaprak, elek altı ve toz.



Bitkinin en üst yaprağından başlayarak avuç içine sıralanmış çay yaprakları. En soldaki çiçeksi *pekoe*, onun yanındaki ikili yapraktan soldaki *orange*, sağdaki ise düz *pekoe*. En sağdakinde ise *souchong* yapraklar yer alıyor.

Çay yaprakları kurutucudan çıktıktan sonra eleklere geliyor ve bu eleklere de muhtelif büyüklüklerde delikler mevcut. Her tür büyüklükteki yaprak kırıntısı elekte elendikten sonra gene de içeride kalan yapraklara, ki bunlar tam boy yapraklar oluyor haliyle, *çiçeksi pekoe*, *orange pekoe* veya *pekoe* deniliyor. *Pekoe*, Çince “beyaz tüy” veya “beyaz saç teli”, hadi daha da avamlaşalım, “beyaz kıl” demek. Yaprığın tam dibindeki beyaz oluşumdan hareketle ortaya çıkmış bu tanım.

Peki, *orange* ne demek? Hayır, portakalla falan hiç ilgisi yok. İleride uzun uzun anlatacağım; dünya ticaretine çok uzun yıllar Hollandalılar ezici bir şekilde hâkim olmuşlardı. Bu *orange* kelimesi de işte onlardan geliyor, zira kraliyet ailesi, Orange hanedanına bağlı Hollanda’da. Yani bizim Osmanlı hanedanı veya İngilizlerin Tudor hanedanı veya Fransızların Bourbon hanedanı falan gibi. Kökeniyse Provence bölgesinde bir prensliğin ismi olması, o prensiliğin de evlilik yoluyla *Huis van Oranje-Nassau*’ya, yani “Orange-Nassau Hanedanı”na dönüşmesinden kaynaklanıyor. Alman asıllı Hendrik III (of) Nassau-Breda ile Burgundy/Fransa kökenli Claudia (of) Chalon-Orange’ın evliliği ile başlıyor Orange soyu. Oğulları ana tarafından Orange Prensliğini ediniyor falan derken sonunda iş bu hanedan üyelerinden meşhur Orangeli I. Willem ve onun İspanyol hâkimiyetine isyanı ile bağımsız bir devlet olmanın yolunu açmasına kadar varıyor. Kraliçe Beatrix’in 2013’te tahta geçen oğlu Willem-

Alexander mesela, vefat olduğu dönemde “Orange Prensi”, şu an o tahtta oturduğundan bu kez üç kızının en büyüğu olan Catharina-Amalia şimdi “Orange Prensesi” olarak anılıyor. Uzun lafın kısıası *Orange*’lığın meyveyle ilgisi olmadığı gibi, 16. yüzyıla kadar meyvenin rengiyle, yani portakal rengi veya turuncuyla (turunç > turuncu) da ilgisiz. Ancak o tarihlerden itibaren tını benzerliği anlam benzerliğine de evrilmeye başlıyor ve *orange* kelimesi hem meyvenin rengi, hem de sembolik olarak protestanlıkla ilişkilendirilmeye başlanıyor.

İşte bu Orange-Nassau Hanedanı’ndan sebep, bayrakları kırmızı-beyaz ve mavi renklerden oluşmasına rağmen Hollandalılar portakal rengini ulusal renk olarak kullanıyor, spor müsabakalarında takım formalarını falan hep portakal rengi olarak tasarlatıyorlar. Kısaca, meşrutî idarenin başındaki hanedanın ismi olan Orange, yani sonradan yüklenen anlamıyla portakal, bayraktan ayrı olarak rengiyle ulusallaşmış durumda. Çay yapraklarındaki *orange* ismi de zaten buradan çıkıyor. Çayı Çin’den Avrupa’ya ilk ihraç edenler Hollandalılar olduğundan, en üst ve en makbul yaprağa Orange hanedenına bir şeref bahşedilerek *orange pekoe* deniyor.

Evet, eleğin üstünde kalan en kıymetli yapraklar bunlardı. Bundan sonra kırık yapraklar geliyor ikinci sınıf olarak. Kırıklar aromalarını daha çabuk salmaya müsait ve daha doygun kokulu çay yaprakları. Elek altı denilen üçüncü ve toz denilen dördüncü sınıflamalar ise isimlerinden de anlaşılabilceği gibi en dibe düşen yaprak parçaları ve hatta partikülleri. Tahmin edebileceğiniz gibi fiyatı “fazla uygun” olan poşet çayınızın içinde de genelde bunlar kullanılıyor, zira kendilerini oluşturan moleküler yapıyı suya çok çabuk aktarabiliyorlar ve bu da bir hızlı tüketim aracı olan poşet çayın kullanım mantığıyla birebir örtüşüyor.

Sınıflamadan sonra sıra geliyor çayın nasıl paketlenecğine. Şarapta mesela, tek mahsulden ürün ya da farklı mahsüller karıştırılarak harmanlanmış ürünler vardır ve hangisinin ne olduğunu (*monosepaj/kupaj*) etiketteki veya ürüne eşlik eden açıklamadaki isim bilgisinden öğrenebilirsiniz. Çayda da, eğer tek hasadın mahsulü olarak satılacaksa, “tek çay” veya “bahçe çayı” ismiyle piyasaya sürülüyor. Viskinin *single malt*’ına da benzetebilirsiniz bu uygulamayı.

Ancak bu oldukça seyrek gerçekleşiyor ve çay genelde karışım, yani harman halinde piyasaya sürülüyor. Bunun sebebini de tahmin edebilirsiniz; mevsim, tarla, iklim ve hasada göre kalitede dalgalanmalar olabiliyor ve tüccar harman yaparak bu dalgalanmaları minimum düzeyde tutmaya, birinden az öbüründen fazla koyarak lezzeti yıllarca süreklilik arz edecek şekilde sabitlemeye çalışıyor.

Bu harmanlama işi belki de bütün sürecin en önemli işi, çünkü değişik çayları biraraya getirerek sabit bir lezzet, bir kompozisyon yaratmaya çalışıyorsunuz. Yabancı markaların paketlerinde gördüğünüz “breakfast tea” (kahvaltı çayı) veya “afternoon tea” (ikinci çayı) falan gibi isimler, sadece pazarlama mesajları değil, harmanın cinsini belirten açıklamalar aslında. Bütün bunları derken tabii ki iyi niyetle o *malum* tanım arasındaki belirsiz çizgiye de pek yaklaşmayalım ve şunu da unutmayalım ki, harman yaptığınızda çok kaliteli olmayan ve düşük maliyetli mahsulü de, yani tek başına “olduğu gibi” satılamayacak çayları da harmanın içine yedirerek kârınızı maksimize edebiliyorsunuz.

Çay harmanlaması, zorluğu ve beklentilerin yüksekliği nedeniyle tam bir ustalık işi. Öğrenmesi yıllar süren bir süreç. Harman ustaları bazen tek bir harman lezzetine ulaşmak için yüzlerce değişik çayı içmek ve koklamak zorunda kalıyorlar. Neden? Çünkü bir harmanın içinde 30 veya 35 değişik çay olabiliyor ve bunları tek tek ve birbirleriyle ilişkili hallerinde iyi tanımadığınız zaman hangisinden ne miktarda katıldığında nasıl bir lezzet ortaya çıkar, bilemeyebilirsiniz. Bu anlamda ben harman ustalığını parfümörlüğe çok benzetiyorum.

Bazen başarılı bir harman, o çayı satan şirketin imzası haline gelebiliyor. Unutmayın ki Twinings şirketi, ki 300 yıldır çay piyasasının içinde, bergamot aromalı harmanıyla *Earl Grey* standardını oturtmuş, hatta harmanın ismini tüm bergamot aromalı çaylara jenerik isim olarak ödünç vermiş durumda. Bir başka ünlü harman da mesela, harman ustası James Raleigh’in İngiltere’nin halen en büyük bağımsız çay markası olan Taylors of Harrogate için tasarladığı harman. Bu çay karışımının ismi *Yorkshire* diye geçiyor ve anaakım kulvarında 70’lerden beri bayağı popüler, çokça tercih edilen bir harman.

Çayın çayla harmanının dışında bir de çayın çiçekle veya meyveyle ya da baharatla harmanı var ve özellikle günümüzde çok yaygınlaşmakta olan bir uygulama bu. Aslında aromalı çay denildiğinde bir adım geriye giderek derin derin düşünmek lazım, zira bu durumda çayın dışarıdan veya damak üzerinden gelen kokusundan ayrı, bambaşka bir kokunun içecek üzerindeki hâkimiyetinden bahsediyoruz. Çin’de en popüler uygulama, çayı yaseminle aromalandırmak. Bunun için sabahın köründe koparılan çiçekler gün batana kadar soğuk bir yerde bekletiliyor, iyice açılıp o ezici yasemin kokusu ortama salınmaya başlayınca hemen kasalar içinde çay yapraklarının yanına veya üstlerine seriliyorlar. Tek seferlik bir işlem değil bu ve iki, hatta üç kez yineleniyor. Çok çok üst düzey çaylarda bir aylık bir zaman ve yedi kez yaseminlemekten söz edildiği vâki.

Hemen sonrasında çay yaprakları olușan nemin alınması için ateşte tavlaniyor. Nasıl yapılmış olursa olsun, “turist tuzağı” diyeceğim çaylar dışında hiçbir yaseminli çayın içinde yasemin çiçeğı kalmamış olması gerekiyor. Neden? Çünkü kokusu neyse de, yaseminin tadı çayın tadıyla çok uyumlu değil. Bu nedenle çay harmanına karışmış olan çiçekler tek tek ayıklanıyor. Ama diyebilirsiniz ki “Yahu, bana bir arkadaşım getirdi geçen, nah böyle yasemin parçaları vardı içinde!” Ben de derim ki o zaman, o esas yaseminli çay değil, görsellik algısı üzerine oynanarak satılmaya çalışılan düşük sınıf yasemin çayıdır.

Burada yaseminli çayla bergamotlu çay, yani *Earl Grey* çayı arasındaki teknik farka dikkat edilmesi gerekiyor. Bergamotlu çayda, çayın aromasından başka tadında da oynama meydana geliyor ve hafif acılaşıyor. Bu nedenle bu tip aromatik müdahalelere “lezzetlendirme” (*flavouring*) deniliyor. Oysa yaseminli çayda tada herhangi bir müdahale olmayıp sadece kokulandırma işlemi söz konusu olduğundan, işlemin adı da değişiyor ve kokulandırma (*scenting*) oluyor. “Lezzetlendirme” ile “kokulandırma” aynı şeylermiş gibi gelebilir size sevgili okur, lütfen acele etmeyin, neredeyse bütün kitap boyunca bunu anlatacağım zaten.

Yak Bi' Tereyağı Çay

Tibet, Nepal, Bhutan gibi coğrafyalarda içilen bir cins çay. Özelliği bir süt ürünü olan tereyağı karıştırılarak yapılması ve içine şeker değil tuz konulması. Tuz, dünyanın diğer bölgelerinde yapılan çay sunumlarındaki şeker kullanımı gibi opsiyonel değil, mecburi. Tereyağının da Tibet platosunda yetişen yak cinsi (*Bos grunniens*) ineğin sütünden yapılmış olması gerekiyor ki kısa ismi olan "Yak Çayı"nı hak edebilsin.

Yak ineğinin sütü normal inek sütüne kıyasla iki misli daha yağlı. Ondan yapılan tereyağı da bayağı bayağı peynir gibi bir şey oluyor. Hoş, ekonomik endişelerle daha genel inek sütlerinden yapılanları da artık kabul görüyormuş.

Yapımına önce "chaku"nun hazırlanmasıyla başlanıyor. Chaku, siyah çay yapraklarının birkaç saat boyunca su içinde haşlanmasıyla elde edilen temel sıvının ismi. Bu temel sıvıya bol su koyarsanız siyah çay, yok su, tereyağı ve tuz koyarsanız da yak çayı yapmış oluyorsunuz. "Eşlikçisi yok mu?" dersenez, arpa unundan kızartılmış bir nevi peksimet olan *tsampa*, ya bu çayın içine batırılarak, ya da kasede üzerine çay dökülerek hafif yumuşatıldıktan sonra lapa gibi yenilebiliyor.

Yak çayını Tibetliler, yüksek rakımda ihtiyaçları olan besin değerlerine ulaşmak ve dehidrasyon önüne geçmek için küçük küçük kaplarda bol bol, hatta bazen günde altmış fincan falan içiyorlarmış.



Halk arasında "Yükseklerin Gemisi" ismiyle de bilinen Yak, sütünün dışında da bölge halkına katkıda bulunuyor, tüylerinden iplik örülerek çorap, bere, eldiven gibi şeyler üretilabiliyor.

Efendim, ay konusunda benim esas ilginç bulduğum, aslında çaya özel olmayan bir algı yanılması. Daha doğrusu bir yanıl-samanın en net göstergesi olması bakımından ben çoğu zaman ayı rnek vererek anlatıyorum bu tip yanıl-samaları. Biz, efendim, Şeyleri tarih boyunca hep bugünkü hallerindeymiŐ gibi düşünüyoruz. Oysa değiller. ay mesela, bugün yaygın kullanıldığı için sanıyoruz ki tarihin başından beri bu coğrafyada çay içilir. Yok böyle bir durum sevgili okur. Biz çayla en geç tanışan insan topluluklarından biriyiz. Hele ki yetiştirilmesi ve yaygınlaşması konusunda taş çatlasın 60-70 yıl geriye gidebiliyoruz. Ayrıca bizim kuŐaklar önceki atalarımız bugün genelde yaptığımız gibi kahvaltıda çay imiyorlardı; zira bırakın ayı, kahvaltı (kahve-altı) diye bir kavram bile yoktu hayatlarında.  düzenli öğün yemek ve “kuvvetli kahvaltı ğn”, kapitalizmin hayatımıza hediyeleridir, unutmayalım.

Hazır bunları demişken çay bizim buralara ne zaman ve nasıl gelmiş ona kısaca bir göz atalım isterseniz. Her ne kadar XII. yüzyıldan itibaren Anadolu’da çay iildiğine dair söylentiler varsa da, hatta daha da geri gidilerek 479 yılında Moğol sınırında çay ticareti yapıldığından bahsedilse de, çay içilmesiyle ilgili yazılı kayıt bulmak için XVII. yüzyıla yolculuk yapmamız gerekiyor. Mesela Evliya Çelebi, İstanbul’daki Gümrük ve Bac Emirliği’ndeki memurların saraydan kendilerini ziyarete gelenlere Yemen’den gelmiş kahve, sahlebe ve çay ikram ettiğini yazıyor.

Yaygın retim öncesinde daha çok attar dkknlarında diğer Şifalı olduğuna inanılan bitkilerle beraber sergilenen bir bitki de diyebiliriz çayın konumunu daha rahat anlayabilmek için. (Bu arada farkındasınızdır, “aktar” değil “attar” dedim. Evet, çünkü doğrusu bu. Kökü de “itr”, yani “hoş kokulu bitki”ye kadar gidiyor. Dolayısıyla “aktar dükkânı” olmaz, “attar dükkânı” olur.) Ancak asıl patlama daha geç, XIX. yüzyılda yaşanıyor; bu dönemde çay-hane ve konaklardaki çay odalarının sayısında artış görülüyor.

II. Abdülhamit, her ne kadar kendisi bir kahve düşkünü olsa da, çaya özel bir ilgi duyuyor. Ekonomik değerinin de farkına vararak

ay yetiştirmeciliği için epey bir çaba gösteriyor. Onun döneminde imparatorluğun muhtelif köşelerine çay yetiştirilmesi maksadıyla Japonya ve Rusya'dan ithal edilen fidanlar gönderiliyor. Aslen ay Çin menşeli olmasına rağmen bu dönemde imparatorluğa giren çayın büyük kısmı Rusya (ve Gürcistan) zerinden geliyor ve bu nedenle de ismi "Moskof ayı" oluyor. Semaverle ay demlemek (Rusça *samo* "kendi" + *varit* "kaynamak") falan, Rusya üzerinden bize geçmiş alışkanlıklar. Ruslara da antik Yunan'dan geçmiş olabileceği, ortasına kömür konulup ısınarak içindeki suyu sıcak tutan *otep-ses*'in semaverin kültürel akrabası olduğu söyleniyor, ancak bu sadece fikri bir akrabalık; iki aygıt birbirinin aynı değil çünkü. (Hoş, bugün semaveri de artık herhalde sadece müzelerde görüyoruz. Ben şanslıyım ki çocukluğumda bizim evden biri gümüş rengi, diğeri pirinç olmak üzere iki ayrı semaver hatırlıyorum.) Sadece semaver değil tabii, çay demleme tekniğimiz de Ruslarınki gibi bizim. nce dem, yani konsantre çay (*zavarka*), ardından sıcak su (*kipyatok*) dökülüyor bardağa. Dolayısıyla bardak öncesinde hem konsantrenin hem de altlık eden suyun ısıtılması gibi iki kademeli bir işlem söz konusu.



Rus malı pirinç semaver rneği.

Evet, “Nerede ay yetiştirebiliriz?” arayışları içinde önce Bursa gibi seçenekler deneniyor, ancak sonra Karadeniz kıyılarının doğu kesimleri hem nem ve yağış, hem de deniz seviyesinden yüksekliği nedeniyle bitkinin yetişmesi, daha doğrusu verimli yetişmesi için en uygun yer olarak görülüyor. Ancak araya o kadar çok savaş giriyor ki, 1930’lara, yani Cumhuriyet sonrasına kadar çaya önce-lik vermek, o konuda ciddi bir çalışmadan bahsedebilmek pek mümkün değil. Bu dönemde, I. Dünya Savaşı sonrası ekonomik koşullarda oldukça pahalı hale gelen ithal ürün kahveye karşı ciddi bir alternatif olarak çaycılık meselesi ele alınıyor ve sonunda istih- dam sorunu da yaşanan Karadeniz bölgesinde önce çayın ekimi ardından da Rize’de çay fabrikası kurulmasına kadar giden süreç başlatılıyor.

Bu yer seçiminde hep dillendirildiği gibi sadece bitkiye mi odaklanılmıştır, yoksa bölgenin sosyal yapısının da böyle bir ürün ve tarımla değişimi mi amaçlanmıştı, onu bilemiyorum. Söylemek istediğim şu: Bölgeye ay ekimi ekonomik bir politika mıydı, yoksa ideoloğik mi; ondan pek emin değilim.



Pazar ay Fabrikası (Rize), 1969 yılındaki görünüşü.

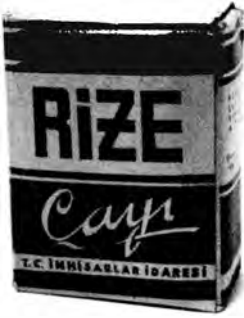
Evet, şaka değil sevgili okur; gerek tarımının düzenli hale gelmesi, gerekse tüketiminin yaygınlaşması, sanılanın aksine yüz yıllık bir maziye bile sahip değil ülkemizde: İlk çay fabrikasının açılış tarihi 1947. Bu süreçte ısrarlı tutumuyla Zihni Derin'in ismini anmadan da geçmek olmaz. Söylendiğine göre hem bitkinin yetiştirilmesi, hem de işlenmesi konusunda tek kişilik örgüt gibi çalışmış rahmetli.

Sınırdaki Gürcü Batum, zaten çay üretiminde rüştünü ispat etmiş bir kent. Buradan gelen göçmen Gürcü çay üreticilerinden on yıl emlak vergisi alınmaması veya bedava tohum dağıtımı, faizsiz kredi sağlanması, satın alma garantileri gibi planlı teşviklerle bu bölgeye çaycılık bir giriyor, bir daha da çıkmıyor bildiğiniz gibi. Burada, yani Rize ve çevresinde üretilen çaylar hem iç tüketimi karşılıyor –zira inanılmaz çay tüketen bir ülkeyiz artık– hem de dünya pazarlarına satılıyor. 2017 itibariyle dünya beşincisiyiz çay üretiminde, yılda 175 milyon kilo çay üretiyoruz.

Diğer uluslarda fincan ve benzeri içecek kapları söz konusuysen bizler asla ince belli çay bardağından vazgeçmiyoruz. Çayı ince belliye doldurunca üstünde de bir parmaklık boşluk bırakıyoruz. Buna “dudak payı” diyoruz ama bardağın üst kısmında bırakılan boşluğun esas sebebi, içenin parmaklarını yanmaktan koruması, zira biz çayı çok çok sıcak içmeyi seven bir ülkeyiz.

Bu arada, her ne kadar ülkemize gelen turistler buralardan paket paket elma çayı alıp dışarı götürseler de, aslında bunun bizim kültürümüzde yeri yok ve her akşam evlerde elma çayı falan içmiyoruz. Keza o çayların paketlerini elinize alıp içeriğine baktığınızda da elmadan gayrı pek çok şeyi görüyor, elmanın ise ancak ya doğal ya da doğala özdeş aromasını okuyabiliyorsunuz zaten. Kısacası, turistlerin “Türk Elma Çayı” diye ayıla bayıla aldıkları meyveli içecekler şeker, sitrik asit, kompoze elma aromasından oluşan, evlerde içilmeyip ezici çoğunlukla onlara satılan kokulu ve boyalı çözülebilir aromatik tozlardan başka şeyler değiller.

Bize geç geliyor, anladık da, Avrupa'ya nasıl ve ne zaman geliyor peki çay? İlk gelen siyah değil, yeşil çay. O da acı tadına aşına olunmadığından keyif için değil, ilaç olarak tüketiliyor önceleri.



- 1-Telefon numaralarının henüz beş haneli olduğu dönemlerde Deniz Yolları Kooperatifi için üretilmiş teneke çay kutusu.
- 2-En üst yaprakların harmanından (birinci sınıf) oluşan Altınbaş Çayı'nın Tekel döneminden ambalajı.
- 3-Çay Kur döneminin ilk yıllarında Zihni Derin anısına üretilen bir paket.
- 4-Tekel henüz İnhisarlar İdaresi ismini taşıırken üretilen Rize çayı (birinci sınıf).
- 5-Tekel döneminden silindir kutusuyla ünlenen Filiz Çay (ikinci sınıf). Kutu, çaycılarda bozuk para kutusu işine de yarardı.
- 6-"Tekel İdaresi" ibareli, harman bilgisi taşımayan paket çay.

Küçük yaştan gezmeye merak salmış, Goa'da Portekizlilerin yanında çalışmış, Asya gezilerindeki birikimlerini *Seyahat Söylemleri (Discours of Voyages into ye Easte & West Indies)* adıyla kaleme almış Felemenk gezgin Jan Hugo van Linschooten, 1595 yılında (İngilizce basımı 1598) çayla ilgili ilk yazılı bilgileri bize Japonları gözlemleyerek aktarıyor:

Yeme içme âdetleri: Herkesin ayrı, örtüsü veya peçetesi olmayan bir masası vardır. Tahta çubuklarla yemek yer, pirinç şarabı içer, sarhoş olurlar. Eti yedikten sonra bir demlikten, yaz veya kış fark etmez, içebildikleri kadar sıcak bir su içerler... Bu sıcak su “Chaa” adı verilen bir bitkinin tozundan yapılmıştır ve çok makbul, çok kıymetlidir.

Muhterem uzun uzun bize Japonların çayı nasıl içtiğini, onlar için neden kıymetli taşlar kadar değer verilen bir bitki olduğunu falan anlatıyor; anlatırken de satırlarının arasında hayretine tanık olmak mümkün. Bilenleriniz bilir, gerçekten de Japonların çay içmesi önemli ve ayrıcalıklı bir olay. Daha doğru-su olay değil de tören demek daha doğru onların çay seanslarına. Yaprak değil, dövülmüş ve toz haline getirilmiş yeşil çay kullanılıyor ve bu toz halindeki çaya da *maça* ismi veriliyor. Sondaki *ça* hecesinin zaten “çay” anlamında olduğunu, dolayısıyla bu çaya “maça çayı” denmemesi gerektiğini zaten anlamışsızdır, değil mi sevgili okur? O zaman lütfen ısrarla “macha tea” diyenlere de anlatalım mı bunu?

Törenin ismiyse genelde *chado* olarak geçiyor, tabii lehçe farklılıklarını hariç tutarsak (Ülkemizde de bu törenden ilham alınmış ismiyle, nitelikli çay ithalatının öncülerinden bir çay ithalatçısı ve çayhane markası var). Zen Budizm'den esintiler taşıyan bir tören bu ve töreni yürüten hanımefendinin konu hakkında çok iyi bilgi ve görgüsü olması gerekiyor. Sadece çayı, türlerini ve yetiştirilişini değil, kaligrafi, çiçek düzenlemesi, seramik sanatları konusunda temel bilgilerin de bu muhteremin çay bilgisine eşlik etmesi bekleniyor.



Japon ay içme töreninde (*chado*) köpürtme işlemi yapılırken.



Japon ay içme töreninde (*chado*) kullanılan malzemeler.

Bunların toplamını düşündüğünüzde de, o toplam aslında bu işi yapmayı öğrenme sürecinin hiç de kısa olmadığına işaret ediyor. Bırakın töreni idare etmeyi, o törende konuk olmak bile sunulan kabın nasıl alınacağı, çayın nasıl yudumlanacağı, yanında sunulan yiyeceklerin ne şekilde yenileceği konusunda bilgi gerektiriyor. Yani bunları bilmeden de elbette bir *chado*'ya, yani Japon çay ikramı törenine katılırsınız parayı bastırıp, ancak hiçbir zaman gerçekten saygı duyulan bir konuk olamazsınız.

Avrupa'ya çayın gelişinden bahsederken Japonya'da takıldık; toparlayıp devam edelim müsaadenizle. Ümit Burnu'nu ilk dolaşan Portekizliler olduğundan, uzak Doğuyla ticaretin tekeli uzun süre elinde bulunduranlar da gene onlar oluyorlar. Ancak daha kârlı ve yükte hafif bahada ağır olan diğer baharatın yanında çayı görece önemsemiyorlar. Onların önemsememesinden sebep Japonya ve Çin'den ilk parti çayların Avrupa'ya gelişi, daha doğrusu Amsterdam limanına yanaşması, Portekizlilerin rakibi Hollandalılar sayesinde oluyor. İlk geldiğinde oldukça pahalı bir içecek ve ancak bütçesi yetenin içebildiği bir meşrubat. Sadece kendinin, yani çay yapraklarının pahalılığından değil bu zor ulaşılabilir olma hali. Çay içmek için gereken kıymetli çay takımlarının mevcudiyetinin gereği de bu ekonomik ulaşılamazlık durumunu destekleyen öğelerden.

Öncelikle çay sehpası, çay fincanlarının muhafaza edileceği küçük dolapçıklar, şeker varsa eğer, sunumu için gümüş servis takımları ve hatta çok pahalı bir bahar (bahar: tekil, baharat: çoğul) olan safran falan gerekiyor, işi usulünce yapabilmek, çayı hakkıyla içebilmek için. Çay ve safran, aynı kaba sıcak sıcak konuluyor ve bu çeşnilenmiş baharlı içeceğin sıcak olarak muhafaza edilebilmesi için içine konduğu kabın da kapaklı olması gerekiyor. Hollandalılar tarihin en tüccar insan gruplarından biri olarak çayı sadece kendileri tüketmiyorlar elbette. Komşularına, Almanya'ya, Fransa'ya, hatta İngiltere'ye de satıyorlar. Alman coğrafyasının çayla tanışması 1640 yıllarında ve çay geldikten 60 yıl sonra Almanlar, tıpkı Çinliler gibi beyaz ve ince porselen üreten bir tesis kuruyorlar Meissen'de (bkz. *KK - III - Kùltürler*, "Nicot Bey ve Tütünlü İşler").

Müsaitseniz Beş Çayna Gelelim mi?

Efendim, geleneği 1800'lü yılların sonuna doğru başlatan VII. Bedford Düşesi Anna Hanım. Evinde akşam yemeği saat sekize doğru servis edildiğinden ve öğle ile akşam arasındaki sürede hanımefendinin karnı acıktığından, akşamüstü saatlerinde malikanenin aileye mahsus oturma odasına (*withdrawing room* > *drawing room*) bir fincan çay ve tereyağı sürülmüş bir dilim ekmek, hatta bazen de bir dilim kek getirtmeye başlıyor muhterem.

Bu alışkanlığına zaman zaman davet ettiği arkadaşları da eşlik edip, onlar da kendi evlerinde aynısını uygulamaya başlayınca, yavaş yavaş olay yayılmaya başlıyor. Saat dört ila beş arasında bir zaman diliminde yapılan bu çay servisi havalar ısınınca malikanelerin içinden bahçelere, açık alanlara taşmaya başlıyor.

Evin erkeklerinin de hafiften gıybet de içeren bu toplantılara katılmalarıyla beraber "Beş çayı" veya "ikinci çayı" (*afternoon tea*) kavramı iyice yerleşiyor, ayrı bir sosyal olay haline geliyor. Eh, iş bu kadar dallanıp budaklanınca tabii ki muhterem hanımefendilerin alayı beş çayı vakti geldiğinde üstlerini değiştirmeye, ayrı kıyafetler, şapkalar, eldivenler falan giyinmeye başlıyorlar.

Tabii ki bütün bu anlattıklarım asiller ve varlıklılar için geçerli; proletarya o saatlerde üretimle meşgul.



XIX. yüzyıl sonlarında resmedilmiş bir "Beş Çayı" oturumu. Kraliçe Victoria döneminde yaşayan daha çok çocuk kitapları çizimleriyle bilinen yazar, ressam ve illüstratör Kate Greenway'in (1846-1901) bu eseri "Öğleden Sonra Çayı" ("Afternoon Tea") adını taşıyor.

1730 yılında Meissen fabrikasında üretilmiş bir porselen demlik. Gövdedeki Çin motiflerine kapak, kulp ve damlatıcıyı birbirine bağlayan gümüş bir zincir eşlik ediyor. Porselen 1723 yılında pişirilmiş (bisküvi) ancak dekor ve sırlama yedi yıl sonra gerçekleşmiş.



Ancak burada üretilen çay fincanları da Çin modelleri örnek alınarak tasarlandığı için bugünkünden farklı olarak kulpsuz fincanlar. O dönemde de, her zaman ve her yerde olduğu gibi bilinmeyen egzotik diyarlardan, yani Çin'den gelen her şey hayranlıkla karşılanıp taklit edilmeye çalışıldığından, üst sosyetenin takip ettiği bir akım oluyor çay içmek. Pek çok Avrupalı kral ve prens de bu akıma kapılarak park ve bahçelerinde bu keyfin tatminine atanmış çay evleri yaptırıyorlar. XVIII. yüzyıl sonunda artık çay gündelik hayatın içine tamamen giriyor ve tüketimde önemli bir kırılma yaratan kahvaltıda çay içilmesi alışkanlığı başlıyor. Bugün için her ne kadar, mesela Almanya'yı kahve içilen bir ülke olarak tanısak bile, özellikle Friesland ve Ost-Friesland bölgesi, yani Hollanda sınırının yakınları, deliler gibi çay içiyor. Çok koyu, yani demli yapıyor bu bölgede yaşayanlar çaylarını ve şekerin üzerinden süzdürerek fincanlarına döküyor, yetmedi, bir de krema ilave ediyorlar üstüne. Almanlar aynı zamanda oldukça kaliteli *darjeeling* çayının da en büyük müşterileri ve toplam *darjeeling* üretiminin yüzde 50'si Almanya'ya gidiyor. Ayrıca Avrupa'nın en büyük çay tüccarlarının merkez ofisleri de hep Hamburg limanında. Muhtemelen

çok yakında çay tüketiminde bizi geçip en çok çay içen Avrupa ülkesi olacak gibiler yani.

Fransa'ya ise XVII. yy ortasında giriyor çay. Ancak her yerde olduğu gibi orada da pahalı bir içecek olduğundan, önceleri asil ve varlıklıların tüketiminde kalıyor. XIV. Louis bir çay tutkunu ve özellikle gut hastalığını tedavi etmek için ilaç niyetine habire çay içtiği söyleniyor. Ancak bildiğimiz *Salon de Thé*, yani çayhanelerin yerleşmesi ve sistemleşmesi için XX. yüzyıla kadar beklemek gerekiyor Fransa'da. Bu çay salonlarının gerek dekorasyonları, gerekse çay servisinde kullanılan alet edevat, son derece şık, hatta dönemsel olarak hafif özentili ve abartılı bir şatafatlılıkla tanımlanabilecek görünümde.

Hâlâ çay sıradışı ilgi çekiyor Fransa'da. Bu tabii biraz da bizdeki bir kısım muhterem zevâtın Osmanlı özlemine benzer şekilde onların *Indochine*, yani Çinhindi tutku ve takıntılarıyla ilgili. Örneğin 1854 yılında Henri ve Edouard Mariage kardeşler tarafından kurulan Mariages Frères Çay Şirketi, dünyanın en nadide çaylarını Fransızların hizmetine sunuyor. "Fransız Çayı" denilen kavram da onlar sayesinde yerleşiyor literatüre. Bugün için Paris'te çok katlı mağazalardaki reyonları hariç beş adet çay salonu bulunan bu marka, her ne kadar Japonlar kadar olmasa bile ayrı bir seçkinlik havası içinde karşılıyor müşterilerini.



Fransızların ünlü Mariages Frères markasının logosu.



Fransızların ünlü Mariages Frères markasına ait çay dükkânlarından birinde, muhtelif çeşitlerin dizili olduğu duvarlardan biri.

İçeri adım attığınızda sadece çay değil, çayla ilgili muhtelif aksesuar, demleme ayağı, çayla parfümlendirilmiş reçel veya çikolata gibi envai çeşit ürün ve tüsülerin de sunulduğunu görüyor, çeşit çeşit egzotik lezzet harmanı arasında kayboluyorsunuz. Servis elemanlarının giysileri sanki zamanda yolculuk yapmışlar gibi, yani ham ketenden ekru renkli hâkim yaka “kolonyal” gömlekler giymiş tezgahtarlar karşılıyor sizleri bu dükkânlarda. Kendilerine ait *Thé l’Opera* isimli, yeşil çay, meyve ve baharat karışımı bir harmanları var, oldukça meşhur. Ayrıca bu salonlardan birine çay içmeye gittiğinizde, çayın yanında size *foie gras*, yani kaz ciğeri, fûme somon ve karidesli kanepeler de sunuluyor. Tabiidir ki şık bir pasta arabasından servis edilen pastaları saymıyorum bile.

Peki, bütün bu ihtişam içinde bir fincan çay içmek ucuz mu Mariage Frères’de? Hayır, değil. Hele ki motor, vapur, feribot gibi taşıt araçlarında bile demleme çay satılan bir ülkenin vatandaşı olarak cebinizdeki bozuklukla çay içebilmeyi ümit etmeyin bu dükkânlarda. Üstüne bir de çay içmenin ötesine geçip etraflıca bir karnınızı doyurmaya kalkarsanız tek böbreği bırakıp çıkabilirsiniz, aman dikkat.

Mariage Frères şirketini daha önceki kitaplarımı okumuş olan okurlar bir başka olaydan daha hatırlıyor. *Kokular Kitabı - Parfümler*’de parfümör Jean Claude Ellena’nın Bulgarî için hazırladığı *Eau Parfumée au Thé Vert* (bkz. *KK - II - Parfümler*, “Jean-Claude Ellena ve *Eau Parfumée au Thé Vert*”) isimli parfümden bahsetmiş, bu parfümün hazırlanması sırasında Ellena üstadın bir çay mağazasına giderek, hatta deposuna inerek muhtelif çayların kokularını etüt ettiğini söylemiştim. Hikâyeye göre çay varillerinin koklanması ve o kokuların sürülebilir parfüm haline dönüştürülmesi çabalarının sonucunda da ortaya hafif ve taze parfümler alanında bir çığır açan Bulgarî’nin o meşhur parfümü çıkmıştı. O parfümle beraber de o güne kadar mücevherci olarak bilinen Bulgarî’nin parfüm markası olma macerası da başlamıştı. İşte 2016 yılı itibariyle artık Hermes’in başparfümörlüğünü Christine Nagel’e devretmiş bulunan usta parfümör Jean Claude Ellena’nın çalışmalarını yaptığından bahsedilen çay mağazası, Mariage Frères’e ait bir mağazaydı.

Sevgili okur, “oydu, buydu” derken bu çay sohbeti biraz fazla mı uzadı, ne? Kitabın yazılış amacını kaçırmaktan korkuyorum vallahi, başka bir şey değil. Esas konumuz “koku”, biliyorsunuz. O zaman yediğimiz ve içtiğimiz şeylerin kokuyla olan ilgisini, hatta sandığımızdan farklı yollar üzerinden oluşan ilgisini anlatmaya başlayalım.

Evet, eğer buraya kadar sıkılmadıysanız o zaman benden size müjde, artık bu kitabın gerçekten sıkıcı bölümlerine başlıyoruz.

Kısa Bir Giriş veya Uzun Bir Hatırlatma

Bilirsiniz, genelde ben lafı uzatmakla, konuyu dallandırıp budaklandırmamla bilinirim; ancak bu defaya mahsus, “sadece bir kereliğine” kaydını düşerek kısa ve net bir cümleyle yapayım açılışı: Her canlı beslenmek zorunda. Bu, sosyal anlamların ötesinde (hatta öncesinde) biyolojik bir gereklilik.

Beslenmek bizim için en az nefes almak kadar önemli, zira bu yükümlülüğü yerine getiremediğimizde hayatımızı sürdürebilmemiz mümkün değil. Bilirsiniz zaten, genel bir muhasebe kuralı, hatta tabiat kanunudur, giriş olmadan çıkış olmaz. Vücudumuzun çalışmak için ihtiyaç duyduklarını karşılamadan yani gerekli girişleri sağlamadan yaşamı sürdürmeyi beklememiz “olmayacak duaya âmin” demek gibi bir şey. Bu zorunluluğumuzu bir görev değil, keyif haline getiren ise beslenmek için tükettiğimiz gıdaların (katı veya sıvı) bizde oluşturduğu haz duygusu.

Hepimizin muhtelif besin türlerinden aldığı haz farklı olsa da, bu hazzı dile getirmek için kullandığımız kelime, yani “lezzet”, en azından dil açısından bir ortak payda olarak görünüyor. Dışarıdan bakıldığında bu kelime kendi halinde, öylece ortada duruyor ve hepimiz onun içini farklı dolduruyoruz belki ama ayrıntılarına

indiğimizde bazı temel prensiplerin bu ortaklık içinde yeni alt ortaklıklar oluşturduğunu görüyoruz.

Bütün kitap boyunca muhtelif yönlerine bakacağımız bu ilginç “lezzet” kavramını ele almadan önce de bu kavramı oluşturan yapıtaşlarını ve bu yapıtaşlarının en önemlisi olan kokunun ne olduğunu bir hatırlamamız gerekiyor. Bu hatırlamayı elimden geldiğince kısa tutmaya çalışacağım ama bu kısa tutma çabam, bazı temelleri yok saymak pahasına olmayacak elbette.

Pek çok canlı gibi biz insanlar da dış dünyayla iletişimimizi duyularımız vasıtasıyla kuruyoruz. Aristoteles’ten beri “beş temel duyu” olarak adlandırdığımız öncelikli duyularımız (“öncelikli” diyorum, zira aslında duyularımızın adedi beşten fazla) bizlere hayatta kalma, türümüze de varlığını sürdürebilme imkânını veriyor.

Her yaşadığımız gündelik deneyim, ayrıntısına indiğimizde karşımıza bir çokluduyu deneyimi (*multisensory*) olarak çıkıyor. Hiçbir günlük işlemde sadece tek bir duyuyu muhatap kabul ederek davranış biçim ve tepkileri geliştirmiyoruz. Ancak şunu bilelim ki bizim “tek bir durum” olarak kabullendiğimiz herhangi bir olay, aslında saniyenin kesri kadar sürelerde birbirini takip eden “durumlar”dan oluşan bir bütün. Böyle deyince “Ne oluyoruz yahu?” diye göz korkutabilir ama bilelim ki bahsetmiş olduğum bu “bütün” mesela, vasat bir kahve içme deneyimi olabilir, o kadar sıradan ve olağan yani hayatımızın içinde.

“Sıradan” olarak nitelendirmem sizi kandırmasın, zira söz konusu kahve içme eyleminin ayrıntısına indiğimizde hem dokunma (*somatosensör*), hem koku, hem de tat duyumuzun uyarılarla beslendiği çok katmanlı bir deneyim olduğunu görüyoruz. Kahveyi bir şeyin içinden, yani cam, porselen veya kâğıt bir kaptan içiyoruz. Bu malzemelerin hepsinin dokunma duyumuza verdiği uyarılar farklı oluyor. Cam mesela, ısıyı çabuk ilettiğinden elimizi yakıyor, yudumu küçük tutup hemen kabı elimizden bırakma eğilimine giriyoruz.

Devamla, pişen kahve kokusuyla içilen kahve kokusu birbirinden farklı. Farkı sonra ele almak üzere şimdilik göz ardı etsek

dahi ortamda mevcut kahve kokusu pek çoğumuzu kokunun kaynağına bir an önce ulaşip tüketme isteğiyle kıvrandırabiliyor. Yetti mi? Yetmedi, çünkü kahvenin bir de tadı var. Sert bir kahve içiyorsak bu tat acı, yumuşak bir kahve içiyorsak ise görece daha az acı diyebiliyoruz. Ayrıca kahveye şeker koymayı sevenlerimiz de vardır illa ki. Onların içtiği kahvede ise acılık nispi olarak kaybolup yerine tatlılık geçiyor. Neticede şu âna kadar saydıklarımıza bakarak bir yudum kahve içmeye kalktığımızda bile dokunma (ısı algısını da içerecek şekilde), koku ve tat duyularımızın devreye girdiğine tanık olabiliyoruz. Zaten, her deneyimimizin bir çokluduyu deneyimi olduğunu söylemiştik, değil mi? Evet, ilk başta belki “bir yudum kahve içmek” kulağa basit geliyordu ama üzerine biraz eğilince hemen karmaşıklaşmaya müsait oluverdi.

Deneyimlerimizi birer sinema filmi gibi düşünersek, her filmin içinde bir oyuncu kadrosu var ve bu oyuncuların biri “esas karakter”i oynarken diğerleri yardımcı rolleri paylaşıyorlar. Sinema filmi örneğinden devam edelim: Her filmde başroldeki oyuncu değişmekle kalmıyor, yardımcı oyuncular da değişiyorlar. Marilyn’i bir filmde başrolde başka bir filmde figüran kadrosunda görebiliyoruz (Marilyn figüran için iyi bir örnek olmadı, farkındayım, anladınız ama siz ne demek istediğimi). Bu gerçekten yola çıkarak duyuların sabit bir hiyerarşisi olmadığını, duruma göre algıyı esas tetikleyen duyunun değiştiğini, kimi kez başrolde oynayan duyunun bir başka deneyimde yardımcı rollerden birine geçtiğini söyleyebiliyoruz. Mesela bir film izlerken başrolde görme duyumuzun, konser dinlerken başrolde işitme duyumuzun, masaj olurken başrolde dokunma duyumuzun yer alması gibi örnekler verebiliyor; tersten giderek masajda koku duyumuzu, konserde görme duyumuzu, film izlemede ise işitme duyumuzu yardımcı rollere yerleştirebiliyoruz.

Şimdi müsaadeniz olursa bu duyulardan birine, “koku”ya bakalım kısaca. Üzerine en az konuşulan, en az yazılan, en az araştırma yapılan, en az makale üretilen duyumuz, koku duyusu. Bu azlık halinin tamamen yokluğa dönüştüğü durumlar da var. Örneğin koku duyusunun kendine ait bir lisanı olmaması gibi. Kokuları sözel olarak

tanımlamak istediğimizde ya “ağır” veya “tatlı” gibi başka duyuların tanımlarını ödünç alıyoruz ya da “çimen gibi”, “deniz gibi”, hatta uzatalım “yağmur sonrası toprak gibi” diyerek benzetmelerle kendimizi ifade etmeye çalışıyoruz. Bazen, örneğin yiyecek ve içecekler söz konusu olduğunda da, kokuyu tamamen es geçip işi tat duyumuza bağlıyoruz: “tadı güzel”, “tadını alamıyorum” vs. Kokuya ilişkin bu sözel ifade boşluğu (*olfactory verbal gap*) sadece Türkçe’ye has bir durum değil. Bizdeki kadar olmasa da Batı dillerinin tümünde bu kısıtlılık, lisansızlık hali yaşıyor. Sanki böyle bir duyumuz hiç yok, ondan sebep üzerine konuşacak bir lisanımız da mevcut değil.

Peki, gerçekte öyle mi? Koku duyumuzun hayatımızdaki yeri genelde dile getirildiği gibi neredeyse yok hükmünde mi? Hayır, değil. Neden? Çünkü koku duyumuz olmasa bir canlı türü olarak binlerce yılı aşır bugünlere gelemezdik. İddialı bir söylem gibi görünebilir bu. Gelin o zaman bu iddianın dayanaklarını inceleyelim.

Öncelikle şunu söyleyebiliriz ki, koku duyumuz üzerinde iradi bir hâkimiyetimiz yok. Neden? Çünkü dış kokuyu burnumuzla alıyoruz ve burnumuz aynı zamanda solunum organımız. Her nefes aldığımızda, farkında olmasak da koku alıyor, çevreden gelen uyarıları değerlendirerek, örneğin tehlike içerme olasılığı barındıran şeylerden uzak durarak, güvenli bir yaşam sürebiliyoruz.

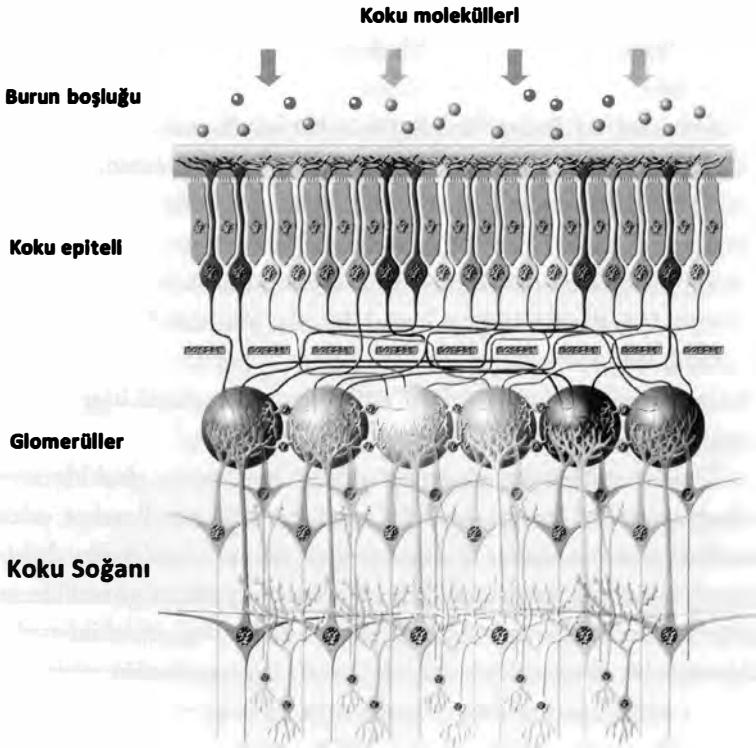
Tehlike gibi tatsız konuları bir tarafa bırakıp daha gündelik bir örnekle açıklamaya çalışayım. Bir galeriye girdiğimizde duvarda asılı eserlerden birini görmeden geçip gidebiliyoruz, ancak eğer ortamda koku varsa onu fark etmemek mümkün olmuyor. Koku duyumuzun kontrolüne hâkim değiliz ve nefes almamızla eşleştirildiği için tahminimizden çok daha fazla sayıda müracaat ediyoruz. Hatta yaklaşık rakam bile verebiliyoruz koku alma işlemimiz için: günde 23-24 bin kez. Bu sayı, tahmin edebileceğiniz gibi günlük solunum sayımız. Demek ki elde var bir, koku en yaşamsal işlevlerimizden biriyle eşleştirilmiştir; koku almamak için nefes almamamız gerekir. Bu nedenle de koku duyumuzun “açma-kapama” düğmesi yoktur ve kokulu uyaranlar bizim için kaçınılmaz uyaranlardır.

Günde 20 bin kerenin üzerinde, yani çok fazla müracaat ettiğimiz bir aracın ne kadar sık kullanıldığını neden fark etmiyoruz peki? Yani neden her soluduğumuz koku bizi irkiltmiyor, hoşluk veya itki yaratmıyor her an? Çünkü kokuda da diğer duyular gibi uyum veya *adaptasyon* yaşıyoruz. Kaç ses işittiğimiz, kaç imge gördüğümüzün farkında mıyız? Bir duyuusal uyarı tekrar ettikçe ve o tekrarlar da bir güvenlik endişesi saptanmadıkça o uyarıyı değerlendirmeyi bırakıyor, başka ve yeni uyarıları değerlendirmeye koyuluyoruz. Sık verdiğim bir örnektir: Hastanenin acil kapısına yakın bir eve taşınmış olalım. İlk birkaç ay ambulans sesinden uyku uyuyamayız ama alıştıktan sonra ruhumuz bile duymaz ambulansların sirenlerini. Kokuda da böyle oluyor ama biraz daha çabuk oluyor tabii. Adaptasyon olayının beslenme piramidimizi veya sunum şeklimizi dahi nasıl etkilediğini ileriki bölümlerde göreceğiz.

Koku her ne kadar ilk bakışta soyut bir kavram gibi görünse de aslında son derece somut bir işlemler zinciri sonucunda oluşuyor. Öncelikle ortamda uçucu ve kokulu moleküllerin var olması gerekiyor. Kısaca, kokan bir şey olmalı ki biz onun kokusunu alabilelim. Küçük bir uyarı: Her canlı türünün koku algı eşiği farklı olduğundan, elbette burada kastettiğimiz, insanların algı eşiğinin üzerinde kalan kokulu moleküller. Bizim kokusunu fark edemediğimiz pek çok nesne veya durumu bizden daha düşük algı eşiğine sahip canlılar, mesela köpekler fark edebiliyorlar.

Tesadüf o ki koku algı eşiği düşük bu canlılar genelde yere yakın, burunları nemli ve dört ayakları üzerinde hareket eden canlılar. Zaten insanlarda eskiden çok önemli olan koku duyusunun sahip olduğu başrollerin bir kısmını yavaşça görselliğe ve işitselliğe terk etmesinin bir açıklaması da bu değişimin iki ayaklı (*bipedal*) bir forma evrilmemizle beraber gerçekleştiği yönünde. Yerden kalktıkça, başımız çalıların veya bitki kümelerinin üzerine yükseldikçe, görüş alanımız genişledikçe, kokunun yaşamımızdaki rolü azalıyor. Bundan sebeptir ki kuşların pek çoğu bizim kadar bile sık başvurmuyorlar koku duyularına.

Havada kokunun varlığını takiben olması gereken bir şey daha var: kokulu molekülleri burnumuzun iç üst yüzeyinde yer alan almaçlarımıza (*reseptör*) taşıyabilecek serbest bir hava akımının mevcudiyeti. Yani, burnumuzun herhangi bir sebepten, mesela nezle gibi bir hastalık, bir burun deviasyonu veya polip gibi bir nedenle tıkalı olmaması gerekiyor. Tıkalı olmamalı ki ortamdaki kokulu moleküller serbestçe burnumuzun içine süzölsönlör ve oradaki almaçlarla buluşarak beynimize bir nevi elektrik sinyali olarak iletilebilme şansına sahip olsunlar, ilgili beyin bölgelerine ulaşan bu sinyaller de yorumlanarak devamında algıya bağılı davranış biçimleri geliştirebilelim.



Burun boşluğına gelen moleköllerden beyindeki işlem merkezine kadar koku algı yapısının çizimi (Monell Kimyasal Duyular Enstitüsü).

“Bütün duyulardan gelen uyarılar beyinde işlenmiyor mu?” diyeceksiniz; haklısınız, doğrudur. Ancak bu işlemin yapıldığı beyin bölgelerine erişim konusunda aralarında farklar var. Koku duyumuz limbik sistemimiz içinde işleniyor ve limbik sistemimiz aynı zamanda duygudurum ve hafıza işleme merkezimiz. Tüm duyulardan gelen uyarılar eninde sonunda limbik sisteme ulaşarak nefret, şehvet, beğenme, aşk gibi duygudurumlara yol açıyor, ancak buraya uğramadan önce bilişsel bir süzgeçten geçiyorlar. Koku duyusunda ise böyle bir bilişsel süzgeç söz konusu değil. Hiç dolanmadan, dolandırmadan, işin içine mantık veya rasyonellik bulaştırmadan neredeyse dolaysız olarak limbik sistemimizle buluşuyor, kendisine ilişkin bir bellek kaydı olup olmadığını kontrol ettirerek tepki üretmemize sebep oluyor.

Peki, nasıl çalışıyor koku-bellek kaydı ilişkisi? Sembolleyerek açıklamaya çalışayım. Bir kokuyu ilk kez duyumsadığımız her durumda, o koku için beynimizde sanal bir bellek kartı açıyor, üzerine de kokuyu hissettiğimiz andaki duygudurumumuzu not ediyoruz. Sonra, beş saat, beş gün veya beş yıl sonra, aynı kokuyu tekrar duyduğumuzda o sanal bellek kartını geri çağırıyor, üzerinde not alınmış olan duygudurumu yeniden yaşama eğilimine giriyoruz.

Bilirsiniz, Proust’un meşhur *Kayıp Zamanın İzinde*’sinde bunun en belirgin örneği mevcut. Yazar ıhlamur çayına batırılan bir *madeleine* kekinin (bu kekin *yerli ve millileşmiş*, şekli değişmiş ve üzerine vişne oturtulmuşunu “mekik” ismiyle biliyor, pastanelerde rastlıyoruz) kokusuyla beraber halasının yanında geçirdiği çocukluk günlerine dönüyor, devamında da anılar kelimelere, cümlelere, sayfalara dönüşerek kaleminden akıyor gidiyor. Çaya batan kek, battığı ve kokusunu ortama saldıgı andan itibaren un, yumurta, şeker ve tereyağı (bazen de limon kabuğu rendesi ve/ya badem), yani kendileri olmaktan çıkıyor, fincanın dışına patlayarak Proust’un belleğinde gerçekleşecek bir yolculuğun tetikleyicisi oluyorlar. Fincana batan kekten başlayan bu yolculuk da yedi ciltte toplam üç bin sayfa olarak biz okurlara yansıyor.

Bunları söylememizle beraber bir gerçeğin daha altını çizelim. Bebeklikten başlayarak büyüdükçe önümüze çıkan kokulu seçe-

nekler içinde neye itibar edeceğimiz, kişisel geçmişimizle, daha doğrusu kişisel geçmişimiz içindeki koku hikâyemizle çok fazla ilişkili. Bundan sebep zaten, evrensel bir “iyi koku” veya “kötü koku”dan bahsedemiyoruz. İyi ve kötü, bizim taktığımız etiketler olmanın ötesinde anlam taşımıyorlar. Genel olarak iyi kabul edilen bir kokuyu ilk duyumsadığımız anda travmatik bir kayıp yaşamışsak, misal; hoş kabul edilen karanfil kokusunu hayatımızda ilk kez annemizin cenazesinde duymuşsak, ilerleyen dönemlerde karanfil ile anne kaybı arasındaki ilişkiyi yok sayarak o kokuyu olumlu bir gözle değerlendirmemiz mümkün değil.

“Çok fazla ilişkili” diyerek bir adım geri durdum farkındaysanız. Evet, zira koku tercihlerimiz sadece kişisel geçmişimizden etkilenmiyor. İçinde yaşadığımız toplumun kültürel kodları, tercih ve tabuları da önemli bir etken.

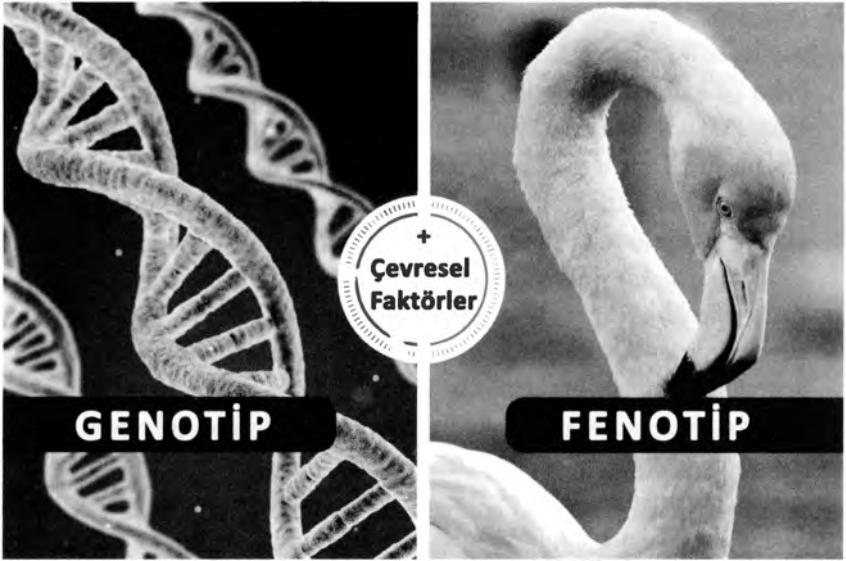
Girişte beş temel duyumuz var demiştim. Bu duyuların üç tanesi, yani dokunma, işitme ve görme fiziksel; tat ve koku ise kimyasal duyularımız. Kimyasal duyularımızın her ikisi de, biz daha ışık yüzü görmeden çalışmaya başlayan, plasenta sıvısının içinde işbaşı yapan, doğumdan hemen sonra hayatta kalmamıza yardımcı olan duyular. Kulvarının genişliği ve işlevlerinin fazlalığı nedeniyle konumuz olan koku duyusu, biz daha anne karnındayken, 13-14. haftada faaliyete geçmeye başlıyor ve kısa sürede kokulara “tam teşekküllü” tepkiler verebiliyoruz.

KAYITLI İLK KOKU: ANNE KOKUSU

Plasenta sıvısının içindeyken bize gelen sinyallere, daha doğrusu koku bellek bankamızda açtığımız ilk sanal karta düştüğümüz not kaydı ise hepimizde ortak: anne kokusu. Anne kokusu, kimi zaman kutsiyet atfettiğimiz bütün sosyal anlamların ötesinde önemli, zira yeni doğmuş bir bebeğin güvenlik ve gıda temini için anneden başka başvurabileceği kaynak yok. Yetişkinlere yakın bir görme yetisine ancak iki yaş civarında sahip olabildiğimizi düşünürsek, o kaynağı tanıyabilmek için elimizde kokudan gayri pek bir seçenek kalmıyor. Bu nedenle zaten, yeni doğmuş ve ağlayan bir bebek anne kucağına verildiğinde hemen sakinleştiğini gözlemleyebiliyoruz. Sakinleşiyor,

Çünkü her Şeyin ona sınırsız ve karşılıksız sunulduğu kaynağa ulaŐı-
tığını hissediyor, “kayıp cennet”ine kavuŐtuđunu varsayıyor.

Bazı durumlarda bu sakinleŐmeyi sağlamak için illa bebeği
annenin kucağına vermek de Şart değil, anne kokusunun sindiği
bir battaniye veya giysi, o dinginliği ve huzuru sağlamak için
yeterli olabiliyor. Küçük ama önemli bir not: İçinde gelişip hafı-
zamıza kaydettiğimiz plasenta sıvısının koku profili ile süt gelmiş
meme ucunun koku profili yüzde 80 oranında birbiriyle örtüşüyor.
Doğumdan kısa bir süre sonra bebeği annenin karnının üzerine
koyduğumuzda, henüz yetişkin oransallığına kavuŐmamıŐ ve dört-
te biri kafadan oluşan fiziksel yapısı içinde o koca kafayı oynatacak
kaslar henüz tam geliŐmemiŐ olsa dahi besinin kokusunun geldiği
memeye doğru başını çevirmeye çabaladığını, dudaklarını oynat-
maya başladığını görebiliyoruz.



Temelde, canlıların kod yapısına genotip, bu genotipin gözlenebilir olmasına da fenotip
diyoruz. Ancak MHC ile vücut kokusu arasındaki ilişkiyi anlatmak için kısa yoldan
yaptığımız bu açıklama gerçeğin tamamı değil; bu ikisi arasındaki ilişkiyi mutlak
surette etkileyen bir üçüncü olguyu, yani çevresel faktörlerin varlığını da unutmamak
gerekiyor.

Peki, bir başkasının kokusunu annemizin kokusu ile karıştırabilir miyiz? Hayır. Hepimizin (tek yumurta ikizleri hariç) parmak izi gibi kendimize has bir vücut kokusu var. Bir anlamda bio-kimlik belgemiz olan bu vücut kokusunun kaynağı da bağışıklık sistemimizi düzenleyen ve kısaca *MHC* (veya insana özel olarak *HLA*, yani İnsan Lökosit Antijeni) olarak isimlendirilen gen grubumuz. Bilginiz için, kalıtımla aktarılan genetik kodlarımıza *genotip*, *genotip*imizin dışarıdan gözlenebilir özelliğine de *fenotip* diyoruz. Bu durumda bağışıklık *genotip*imizin *fenotipi* de vücut kokumuz oluyor (bkz. *Kokular Kitabı*, “Major Histocompatibility Complex? O ne yahu!..”).

Vücut kokumuz ortama gen yapımıza ilişkin bilgi aktarmakla önemli bir iş yapıyor ve sağlıklı ürememize sebep oluyor. Sağlıklı üremeden kasıt, bizden sonraki neslin anne ve babanın farklı bağışıklık sistemlerinden özellikleri bünyesinde toplayarak daha dirençli bir şekilde hayatına devam etmesi ve gen havuzunun genişlemesi, çeşitliliğinin artmasıyla beraber bu zincirin nesillere yayılarak süregelmesi. Takdir edersiniz ki bunun için de anne ve baba ne kadar birbirinden uzak ya da farklı gen gruplarına sahip olurlarsa, doğuracakları bir sonraki neslin direnci de o kadar yüksek oluyor. Tam tersini düşünelim: birbirine uzak değil yakın gen gruplarından çiftler biraraya gelseydi ne olurdu? O zaman yakın akraba evliliklerinde şahit olduğumuz tâlihsiz durumları yaşırdık.

Evrimsel bir bakış açısıyla geçmişte kokuyla eş seçiminin türün sürekliliğini sağlayan en önemli unsurlardan biri olduğunu söyleyebiliriz. Ancak bu durum bugün için elbette eski kuvvet ve geçerliliğini yitirmiş durumda. Büyük büyük atalarımızın hayatlarında olmayan evlilik kurumu, uzun süreli ilişkiler gibi pek çok sosyal değişken yer alıyor artık bizlerin hayatlarında ve kararlarımızı oluştururken biyolojiden ziyade bunlara itibar ediyoruz. Daha doğrusu artık salt üremek için değil beraber yaşamak için eş seçiyor, ilişkiye de cinsel birleşmenin ötesine uzayan bir süre tanıyoruz. Ne var ki vücut kokusunun bugün eş seçmede işlevselliğini büyük ölçüde yitirmiş olsa dahi tam tersi yönde, yani elemelerde hâlâ önemli bir unsur olduğunu söyleyebiliriz, zira vücut kokusunu itici bulduğumuz birisiyle uzun süreli ilişkiye girebilme ya da ilişkiyi sürdürebilme şansımız neredeyse imkânsızla yakın.

“Aşk Damarı”

Bazı kültürlerde sol, bazılarında ise sağ ele takılmasına, kiminde altın, kiminde gümüş olmasına, bazılarında takılma süresinin sadece nişanla sınırlı tutulmasına rağmen “evlilik yüzüğü”nde, birkaç istisna hariç genelde değişmeyen tek şey var, orta parmak ile küçük parmak arasındaki parmağa takılması. Hatta bizde olduğu gibi pek çok kültürde de bu parmağa, sağda da olsa, solda da olsa “yüzük parmağı” deniliyor.

“Niye özellikle o parmak?” dersiniz, vücut dolaşım sistemi hakkında bugünkü bilgiler oluşmadan, yani modern tıp öncesi zamanlarda bilimin-sanları, kadim Mısır tıbbından kalma bilgilere itibar ederek söz konusu dördüncü parmaktan kalbe giden bir damar olduğuna inanıyorlar. El ile kalp arasında direkt bağ kuran bu damara da *vena amoris*, yani “aşk damarı” adı veriliyor. Buna bir de daire şeklindeki cismin başlangıç ve bitişinin olmadığını, yani bir anlamda sonsuzluğu simgelediğini eklerseniz, evlilik bağı ile yüzük, yüzük ile de *vena amoris*’in olduğu dördüncü parmağın bağlantısını kurabiliyorsunuz.

Romantik tabii bu hikâyeler. “Ama işin aslı öyle mi acaba?” diye meraklanırsanız, bu kez de neden pek çok kültürde sadece kadının evlilik yüzüğü takmaya mecbur kılındığına bakmak gerekiyor. Öyle yapınca da, mülkiyet falan, işler karışıyor.

Ayrıca şu da bir gerçek ki bugün için çok mahrem bir mesafeye gelmediğimiz sürece karşımızdakinin bazal vücut kokusunu duya-bilme imkânına sahip değiliz. Hepimiz parfüm kullanıyoruz. Bu illâ tenimize şişe şişe parfüm sıkıyoruz demek değil. Şampuan, duş jeli, çamaşır deterjanı, yumuşatıcı, sabun gibi ürünleri kullanıyor olmamız da vücudumuzun parfümlenmesi ya da vücut kokumuzun maskelenmesi anlamına geliyor. Sade suyla temizlenip çamaşırıları da sadece durulayıp kurutarak idare ettiğimizi düşünsek bile, bu kez de ortamdaki endüstriyel koku karşımızdakinin bazal vücut kokusuna erişmemizi engelliyor.

Vücut kokumuzla verdiğimiz sinyallerin en kuvvetli hissedildiği yer, terimiz. İşin ilginç ter aslında kokusuz bir sıvı ve kokması için bakterilere ihtiyacı var. Kokulu olabilecek teri üreten apokrin

bezelerimizin (yoğun olarak koltukaltı ve genital bölgelerimizde yer alırlar) ve o tere hevesle talip olan bakterilerin ürettiği tüylü bölgelerin (ne tesadüf ki onlar da yoğun olarak koltukaltı ve genital bölgelerimizde yer alırlar) ergenlik dönemi dediğimiz yaşlarda belirerek işlevsellik kazandığını düşünürsek, buraya kadar söylemiş olduğumuz üreme bahislerinin de belki kısa bir sağlamlasını yapmış oluruz. Ergen dönemiyle beraber “yavrum, nasıl da mis gibi kokuyor” söylemlerimiz, “Allah Allah, affedersin bugün teke gibi kokuyor bizimkinin de gömleği”ne dönüşüyor (bkz. *Kokular Kitabı*, “Hanımış Anasının Mis Kokulusu?”). Bu örnekte elbette tekenin bir kabahati yok, o sadece artık döllenebilir veya dölleyebilir bir konuma geldiğinin sinyallerini veriyor istemsiz olarak. Demek ki elde var iki, türümüzün devamını konu alan filmde başrol oyuncusu yakın zamana kadar koku duyumuzdu.

İyi de, türün devamını sağlamadan önce kendi yaşamımızı idame ettirebilmemiz gerekmiyor mu? Gerekiyor. Peki yaşamı sürdürebilmenin en önemli gereklerinden biri ne? Beslenmek elbette. Yaşamak için aç kalmamaya, yemeye ve içmeye muhtacız. Keyif ve hazzı konu dışında bırakarak söyleyelim, organizmamızın hayatını sürdürebilmesi için bünyeye zararlı olmayan gıdalardan yakıt elde etmesi gerek. Sadece vücudumuzun değil, beynimizin de beslenmeye ihtiyacı var. Üstelik bu bir kerelik bir ihtiyaç da değil, yedikçe yaşıyor, yaşadıkça yakıyor, yaktıkça gene yemek durumunda kalıyoruz.

Ben “yemek” deyince adı *Lezzetler* olan bir kitabın okuru olarak biraz doğruldunuz yerinizde muhtemelen. Haklısınız, artık hatırlatmaları nihayetlendirip kitabın asıl konusuna giriş yapıyoruz zaten.

İşlerin Tadı Kaçmaya Başlıyor

Beslenmek, nefes almak kadar elzem bizler için. Katı veya sıvı, vücudumuzun hayatietini sürdürmesi için gerekli miktar ve yapıdaki besini tüketemezsek varlığımızı devam ettiremiyoruz. Biz olmayınca sonraki nesil de olmuyor, bir anlamda varoluş sebebimiz olan gen aktarımı da sekteye uğruyor. Bugün için dünyanın nispeten şanslı bölgelerinde yaşayan bizler için belki bu sorun değil, öyle veya böyle ağzımıza atacak bir lokma bulabiliyoruz ama dünya nüfusunun bir kısmı için homojen ve standart besin kaynağına erişim maalesef söz konusu olmadığından pek çok coğrafyada beslenebilmek hâlâ yaşamsal bir sorun.

Bugün kısmî olarak yaşadığımız ve ne yazık ki görmezden geldiğimiz bu sorun binlerce yıl önce, yani uygarlığın inşasından önce çok daha büyük boyutta yer alıyor atalarımızın hayatlarında. Ne bugünkü gibi aslen içinde yaşadığımız ekonomik sisteme yarayan belirli saatlerde belirli öğünlerin tüketilmesi, ne de her an ulaşabileceğiniz besin kaynakları mevcut. Öğün saati standart olmamasına karşın öğünün olabilmek koşulu belli: Yiyecek bulunacak ve bulunduğu zaman yenecek.

Yenmesine yenecek de, aç insansı sürüsü yiyeceğin başına topladığında nasıl paylaşacaklar, kim doycak, kim aç kalacak? Bu karmaşık sorunu halledebilmek için de ilk sosyal güvenlik kontratlarından birini hayata geçiriyoruz. Bugün “sofra adâbı” dediğimiz

kurallar dizisine temel olan birtakım sessiz mutabakatlarla yiyeceğin paylaşım ve dağıtımını düzenliyoruz. Yiyeceğin paylaşım ve dağıtımını düzenlemesek, doğal olarak en güçlü olan diğerlerini bir yana itip karnını doyuracak, fizik kapasitesi zayıf olanlar gene açlıktan telef olacak.

Oysa fizik olarak zayıf olanların da o sosyal yapı içinde bazı işlevleri var ve topluluğun sürdürülebilirliği onların da hayatta kalmasına bağlı. Mesela o topluluğun içinde yer alan hamile bir kadın ne yapacak? Veya ufarak teferek ama kafası diğerlerine göre farklı çalışan, topluluğun karşılaştığı sorunlara çözüm üretebilen bir üye salt o karambolde yiyeceğe ulaşabilecek fiziksel gücü yok diye açlıktan ölecek mi? Ya çelimsiz ama el becerisi yüksek olan diğer üye? Hayır tabii ki. Yiyecek paylaşımının ilk sosyal kontratlardan biri olması da bundan zaten. Bu anlamda paylaşım ve dağıtımını düzene bağlayamamış toplulukların varlıklarını sürdürmeyip tarih sahnesinden çekildiklerini söyleyebiliriz.

Bu düzenleme, topluluk bireylerinin o düzen içindeki sosyal konumlarının da yansıması haline gelmiş elbette süreç içinde. Yiyeceği kimin dağıttığı, ilk payın kime verildiği gibi değişkenler, toplumun hiyerarşik piramidinin en temel işlevlerimizden biri olan beslenme üzerinden betimlenmesine yol açmış.

Örnek verirken binlerce yıl öncesinden bahsediyoruz ama zamanda sıçrasak ve bugüne gelsek, çekirdek aile sofrasında veya bir yemek davetinde bile gene aynı şablonları görmüyor muyuz? Bu güvenlik kontratı aracılığıyla oluşan hiyerarşi ve toplumsal roller gibi üst kurumlar da okuldan gayri eğitim alanları oluyor çocuklar için. Ne zaman susup ne zaman konuşmaları gerektiği dâhil pek çok şeyi, kısacası sisteme adapte olmayı sofrada öğreniyorlar. Büyükler sofrada yerken kenarda bekleyen/oynayan çocuğun aklının ereceğine büyükler kani olup da masaya kabul etmeleri de ismi konmamış bir geçiş töreni, bir kabul (*initiation*) merasimi oluşturuyor. Bir benzetme yapmamız gerekirse, sofraya kabulleriyle beraber çocuklar anaokulunu bitirip ilkokula başlıyorlar diyebiliriz belki.

Hoşgörülen Hırsızlık Nasıl Olur?

Hoşgörülen hırsızlık, yerleşik düzen öncesi, avcı-toplayıcı insan gruplarında paylaşımı düzenleyen gıda aktarımına verilen isim. Kabile veya geniş aileden bir avcı gidip bir hayvan avladığında ve ondan üç-beş lokma yiyerek açlığını az da olsa bastırduğunda, o sırada yanına gelen ve avdan hiç yememiş, dolayısıyla daha aç olan insanla mukayese edildiğinde kendi av etinden sağlayacağı fayda görece daha az.

Bu hafif karın tokluğuyla gelen azalmış fayda sonradan gelenin etten yemesine mani olmak için mücadeleye girmesine değmeyecek kadar düşüktü, hiç müdahale etmiyor. Hele ki hayvan da büyük, et de çoksa, hiç ses çıkarmayarak hoş görüyor. “E, peki nesi kötü bunun? Allah ne verdiyse, yerler hep beraber işte” dersiniz, ben zaten çalmak kötü demedim ki? Çalmak bir kaynak transfer şekli sadece. Ne zamana kadar bu transfere izin var peki?

Bu çok önemli konudaki tek Türkçe makalenin sahibi Dr. Muhsin Altun’un kelimeleriyle: “. . . buradaki ‘hırsızlık’ sözcüğü, bizim uygarlıkçı bakış açımızı yansıtır. Gerçekte var olan, hırsızlığın ve hırsızın yokluğudur. . . Kavram özü itibarıyla bireylerin iyi tanımlanmış mülkiyet ilişkilerinin yokluğunda karşı karşıya geldikleri bir al-ver düzenini ifade etmektedir. Böyle bir düzende biriktirebileceğiniz şeylerin değeri, başka herkesin sahip olduğu şeylere bağlıdır. . . İki tarafın faydasının eşit veya hâlâ kaynak sahibi lehine olduğu durumlarda hırsızlık hoş görülür. Fayda-maliyet dengesi hırsız lehine bozulduğunda ise hoşgörü yerini çatışmaya bırakır. Transfer sürecinde tepkinin yönünü tayin eden faktör, kaynağın algılanan değeri ile mutlak değeri arasındaki açıklıktır. . .”

Yiyeceğe atalarımızda kolay erişim yoktu dedik. Biraz daha karıştıralım işleri; neyin yenilebilir neyin yenilemeyeceği bile belirsizdi o zamanlarda. Belirsiz, zira ne soğutmalı reyonlarıyla süpermarketler var, ne de işlenmiş gıdalar. Turşu kurmayı, tarhana karmayı da bilemiyor bizim büyük-büyük nine ve dedeler henüz. Olan biten, yerde bir hayvan kalıntısı veya dalda bir meyve. Üzerinde ne son kullanma tarihi mevcut, ne de içerik bilgisi. Büyük-büyük dede acaba o karşısına çıkan ne idiği belirsiz organik maddeyi yese zehirlenir mi? Bu endişeyle beraber ne yapıyor

ceddimiz? Tabii ki besin kaynağının güvenilirliğini anlayabilmek ve açlık gidermek uğruna telef olmamak için mevcut birtakım güvenlik çemberlerini aktive ediyor.

Bir ara verelim ve bu güvenlik çemberlerinin neler olduğunu bir kenara koyup geçen bölümde yarım bıraktığımız yere dönerek koku duyumuza bu kez bir başka açıdan bakalım müsaadeniz olursa. Efendim, biz nasıl koku alıyoruz? Burnumuzla, değil mi? Bu cevabı verdiyseniz elbette haklısınız ve görünen bu ama çoğu kez olduğu gibi bu durumda da gerçek sadece görünenden ibaret değil. Yani evet, biz burnumuzla koku alıyoruz ve buna *ortonazal* koku algısı diyoruz ama bir de ağız içinde, damak üzerinden aldığımız koku, yani *retroazal* koku algısı var. Kabaca ilkini nefesi alırken, ikincisini de nefesi verirken oluşan algılar olarak düşünebilirsiniz. Damak üzerinden aldığımız kokuda da kokulu moleküller gene aynı hava akımıyla sürüklenerek koku almaçlarımızla buluşuyor. Bu hava akımında kesinti olursa, “Nezleyim, ağzımın tadı yok” veya “Burnum doldu, hiç tat alamıyorum artık” gibi ifadeler kullanıyoruz. Kullanıyoruz ama “tat” diye yanlış isimlendiriyoruz, o başka.

Gırtlak ve damağın burunla ilişkisi üzerine pek düşünmemiş ve gırtlığımızla burnumuzu bağdaştıramamış olabiliriz ama şöyle bir düşünün; boğazınıza, Allah vermesin, bir şey takılıyor ve kendinizi kurtarmak için öksürüp tıksırmak zorunda kalıyorsunuz. Bu durumda sadece ağzınızdan değil, burnunuzdan da sıvı ve partikül saçılacaktır. Kalabalık bir yemek sofrasında başınıza gelebilecek en berbat durumlardan biri olmasına rağmen aradaki ilişkiyi açıklayacak net bir örnek bu anlattığım. Olur da başınıza gelirse, kulağımı kötü kötü çınlatmayın ama.

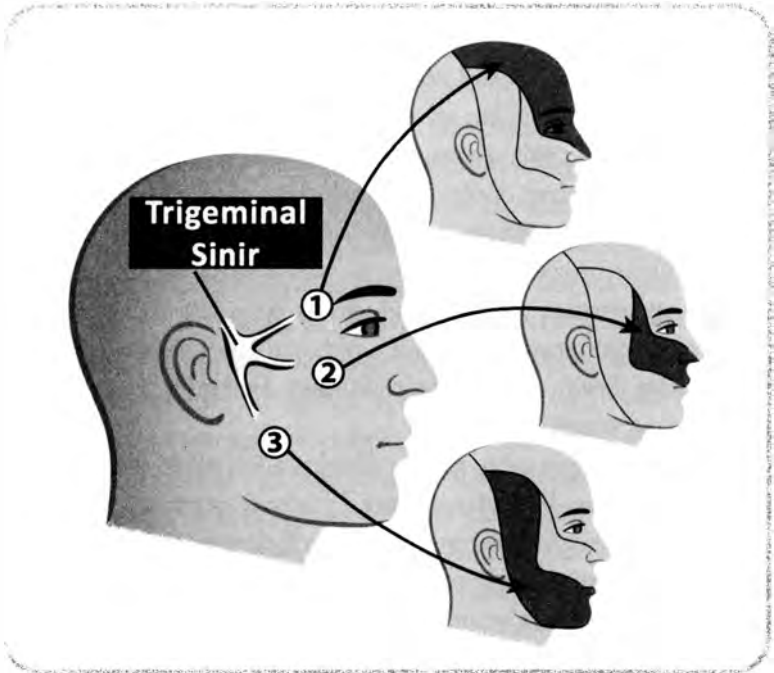
Peki bu “nevzuhur” *retroazal* koku algı patikası ne işe yarıyor? Doğru bildiniz, ağzımızın içine dâhil ettiğimiz yiyecek veya içeceğin kokusunu almamıza yarıyor. Ağız içinden yükselen bu kokuya da aroma ismini veriyoruz. Yani aroma, sanıldığı gibi dışarıdan eklenen bir şey olmak durumunda değil, doğal olarak yiyecek ve içeceklerin ayrılmaz parçası. Bizim için yaşamsal önemi

olan aromayı karşılayan algısal öge de retronazal patikamız oluyor. Aromayı dışsal bir unsur sanmamızın nedeni ise işlenmiş gıda etiketlerinde yer alan içerik dökümündeki “aroma verici” gibi ibarelerin bizi yanıltmasından sebep gerçekleşiyor.

“Zaten burnumuzla alıyoruz ya kokusunu, ne gerek var ekstrasından yorulmaya?” diye düşünmeyiniz lütfen, çünkü ağızımız rahat durmuyor, yiyeceği eviriyor, çeviriyor, dişliyor, üstelik ıslak ve sıcak bir alan. Dişlerimizle parçaladığımız, yani ağız içinde fiziksel işleme tabi tuttuğumuz yiyeceğin kokusu da çoğu kez aynı yiyeceğin burnumuzla aldığımız kokusundan oldukça farklı. Neden? Çünkü mesela bazı besin maddelerinin kokusu fiziksel parçalanmayla açığa çıkıyor, yani çiğnenince.

En güçlü kokuya sahip gıda maddelerinden soğan ve sarımsağı düşününüz lütfen. Pazardan aldınız Taşköprü sarımsağını ve getirip mutfak masanızın üzerine koydunuz. Belirgin bir koku var mı? Hayır. Parçalanmamış çiğ soğan veya sarımsak masanın üzerinde öylece durup duruyor ve bizim bildiğimiz referanslarda bir koku yaymıyor ortalığa. Ne zaman ki biz bıçakla hamle edip kesiyoruz (*fiziksel parçalama*), ancak o zaman yükseliyor koku ortama. Hatta sadece kendi başına yükselmekle kalmıyor, çevredekilerle de etkileşime giriyor. İşte ağızımızın içinde de aynen bunun benzerini yapıyoruz. Damak üzerinden yükselen o “işsel” koku da haz dediğimiz kavrama varan bir yolculuk başlatıyor –diğer duyuların da işe koştuğu yardımcıların katkısıyla.

Yardımcıları? Bir önceki bölümde her deneyimimizin çoklu duyu uyaranından kaynaklandığından, koordineli çalışarak bize tanım yapma imkânı vermesinden bahsetmiştim. Ağız içindeki haz yolculuğunun ilk durağı olan “tanımlama” aşamasında da başrolde koku, en iyi yardımcı oyuncu rolünde de tat duyumuz devreye giriyor.



Sadece tat zannettiğimiz, aslında tadın çok ötesinde geniş kapsamlı bir duyuşsal deneyim olan “Toplam Besin Algısı”nın olmazsa olmazlarından trigeminal sinir, yüzümüzü yatay olarak üçe bölüyor.

Sadece bu ikisi olsa iyi, bir de yüzümüzü enine üçe ayıran trigeminal sinirimiz var, farklı uyarılara açık olan. Daha kolay olması için ağız dışından ve içinden örnekler vereyim trigeminal uyarı hakkında: Mesela karabiber öğüttüğünüzde hapsirmamız, soğan soyarken gözlerimizin yaşarması veya çok acı kırmızı biber yediğimizde ağızımızın yanarak sulanması falan. Hatta nane yediğinizde, oda sıcaklığındaki naneyi daha da sıcak, yani 37-38 °C civarındaki ağza atmamıza rağmen oluşan o serinlik duygusu. Her yiyecek maddesi için geçerli değil, ancak örneklerdeki gibi bazıları trigeminal sinirimizi de uyarıyor ve o uyarıldığında da biz hemen savunmamızı sağlayacak tepkileri üretiyoruz.

TRPV1, Uyararı Uyarana

Acı kelimesi, “yakıcı acı” (*hot*) anlamına da gelebiliyor, “bitter” tabir edilen kinin acılığı anlamına da. Türkçe’de hem “yakıcı” hem de “bitter” acıyı aynı kelimeyle karşılıyor, nasıl anlaşılması gerektiğini de kullandığı bağlama bırakıyoruz. Adana kebab yerken “acı” dendiğinde kültürel belleğimiz bize kastedilenin bitter değil yakıcı; tonik içerken de bilakis, yakıcılıktan uzak bitter olduğunu söylüyor.

Bağlamıyla beraber değerlendirip “Ne acısı kardeşim? Hangisinden söz ediyorsun?” diye sormadan, deyim yerindeyse “leb değmeden leblebiyi” anıveriyoruz.

Kebaptaki acı gibi yakıcı acıları algılamamızı sağlayan ve onlardan gelen duyu-sal uyarıları sıcaklıkla yakınlaştırarak “yakıcı” kelimesini uygun hale getiren *TRPV1* proteini oluyor. *TRPV1*, her ne kadar ismi bize bir *Star Wars* robotunu çağırırsa da, aslında ısıya verdiğimiz tepkilerin de sebebi olan almaç (reseptör). Kazara fırından yeni çıktığını fark etmediğimiz kızgın bir tencerenin metal kulplarına yapıştığımızda çılgın atarak hemen elimizden bırakmamızı sağlayan şey ile Adana kebabın içinden ağızımıza doğru yanma sinyalleri veren biberi algılamamızı sağlayan şey aynı. Fark, ikincisinde dokusal bir hasar yaşanmaması, yani gerçekte yanmayıp yanıyormuş gibi hissedilmesi.

Tatlı, tuzlu, acı (bitter), ekşi ve umamiden oluşan tat duyumuzdan farkı olan bu algılama modalitesi bizde sadece sıcaklığı değil, soğukluğu da modelleyebiliyor. Misal; *TRPV1* değil *TRPM8*’in devreye girdiği bir uyararı, nane yaprağını çiğnediğimizde bu kez sıcaklık değil bilakis soğukluk hissedebiliyoruz. Oysa koparıp ağızımıza attığımız nane yaprağı oda sıcaklığında, ağız içimiz de 37-38 derece civarında.

Bu yanılsamalar kültürel değiller. Beyinde bile gerçekleşmiyor, direkt sinir uçlarındaki almaçları igilendiren birer durum olarak var oluyorlar. Zaten “besin algısı” ya da daha olumlu bir anlam yükleyerek “lezzet” dediğimiz kavramı çokluduyusal (*multisensory*) bir kavram olarak izah etmemizin sebebi de tat, aroma, doku gibi bileşenlerin yanında bu nevi trigeminal uyarıların da kaçınılmaz olarak yer almasından sebep.

Kültürel bir yapı olan konuşma dilini ne kadar önemsersek önemseyelim, bu çok katmanlı duyu-sal toplamı sadece o toplamın tek bir bileşeni olan tat duyu-suyla açıklamaya çalışmak yanlış yönlendirici oluyor. Her ne kadar bazen fazla düşünmeden “Dikkat et, ağızını yakar. Tadı çok acı!” falan gibi laflar etsek de tat duyumuzda “yakıcı acı” diye bir tat yok.

Yakıcılık, tıpkı tat veya koku duyumuz gibi kimyasal duyuma imkân veren (*chemesthesia*) trigeminal algıdan sebep oluşuyor; yenilen-içilenle ilgili tanımlama yapmamızı kolaylaştıran toplam besin algımıza katkıda bulunuyor.

Koku, tat, trigeminal sinir. Acaba bunların üçü yetiyor mu bizim yaşamsal olan tanımlama aşamasını geçmeye? Hayır, yetmiyor. Yediğimiz veya içtiğimizin ısısı, dokusu, hatta görselliği bile önemli bizim için.

Görsellik derken estetik bir görselliği kastetmediğim malumunuzdur. Yani genişçe bir beyaz tabağın ortasına yerleştirilmiş küçük bir dilim bonfilenin (vegan ve vejetaryen dostlarımdan bu ve ileride vereceğim benzer örneklerin sebep olabileceği rahatsızlık için özür dilerim) üzerine akıtılarak çevreye yayılması sağlanmış yakutumsu renkte şarap sosu ve tabağın kenarlarını çevreleyen taze aromatik bitki kırıntılarıyla oluşturulmuş *food-porn* imgesinden bahsetmiyorum. Derdimiz böyle bir tabağı kuşbakışı fotoğrafıyarak Instagram’da paylaşım yapmak, “layk” toplamak değil çünkü. Görsellikten derdimiz, mesela, mavi bir tavuk. Önemli, çünkü mavi tavuk yemiyoruz prensip olarak. Neden? Çünkü mavi bir tavuk bize artık o tavuğun yenilemeyecek kadar bozulduğunun sinyallerini veriyor. Hoş, moleküler gastronomi düşkünleri bu mavi tavuk tanımlamasına farklı yaklaşabilirler; biliyorum, kabûlümdür.

Bizler ne yazık ki bütün bu kendi başına anlam taşıyan duysal uyarıları kendi mecralarından koparıp “tat” tanımının altına yerleştiriyor, böyle yaparak da hem yok saydığımız duyulara hem de istiap haddinden fazla anlam yüklediğimiz tat duyusuna haksızlık etmiş oluyoruz.

Neden böyle yapıyoruz? Neden sadece tat olmayan bir olguyu o kelimeye sıkıştırıyoruz da, mesela o damak üzerinden yükselen kokuyu atlıyoruz? Çok karmaşık değil açıklaması. Burnun koku aldığını hepimiz biliyoruz, orada sorun yok. Ama yerken veya içerken ağız içinde dokunma duyusu da devreye girdiğinden kuvvetli uyarılar taşıyan bu yeni durumu, ağızla bağını bildiğimiz duyuya yani tada bağlıyoruz. Böyle yaparak da varlığını pek bilemediğimiz *retronazal* koku patikasıyla bağını kuramadığımız, salt burunla ilişkilendirdiğimiz kokuyu yok sayıyoruz. Oysa gerçek asla bu değil. Bizim bilmediğimizi bilen milyarlarca Dolarlık bir endüstri de bu gerçeğin, emin olun ki çok çok iyi farkında.

“Ağzımın tadı yok” diyoruz mesela veya “tadı çok güzel” diyoruz. Oysa biliyoruz ki tat duyumuz bugünkü bilgilerimiz dâhilinde sadece beş kulvarla sınırlı bilgi aktarabiliyor bize: tatlı, tuzlu, acı, ekşi ve *umami*. Sadece bilimsel olarak kabul edilmiş olanları sıraladım; henüz kabullenilmeyip halen üzerinde çalışılmakta olanlara, yani *oleogustus* ve *kokumi*’ye ayrıca değineceğim. Bu kısıtlı kulvara sahip olma hali üzerinden bir örnekle devam edelim. Aynı tatlılık derecesinde, misal hepsine birer çorba kaşığı şeker koyarak kendi ellerimizle yaptığımız tatlıları düşünelim: Muhallebi, sütlaç, keşkül vs. Haydi daha benzer örnekler olsun: Çilekli ve muzlu puding, ikisinde de şeker birer kaşık!

Biliyoruz ki birer çorba kaşığı şeker ihtiva ettiklerinden hepsi aynı tatlılıkta/şekerlilikte olmalarına rağmen aslında birbirlerinden farklı şeyler. Oysa tat duyumuz açısından baktığımızda şekerliliklerinde bir fark yok ve iş sadece tada kalsaydı, aynı olmaları gerekirdi. O zaman bizim bu farklılıkları özdeş olan üzerinden tanımlamaya çalışmamız da gerçekte anlamsız bir çaba. Sadece tat duyusu ne ayırım yaratmaya yetiyor, ne de tanımlama yapmamıza olanak sağlıyor. Başka bir şeyler daha lazım ve bunları da yukarıda sıraladık. O saydıklarımız da tek başlarına yeterli değiller ve elele vermeleri gerekiyor ki toplam bir algı yaratabilsinler.

Bu da şu demek: Biyolojik gerçekleri ifade eden “tat” ile soyut ve kültürel anlam atfettiğimiz “tat” kelimeleri birbirinden farklı şeyler. O zaman tanımın ismini değiştirip “toplam lezzet algısı” veya “toplam besin algısı” diyelim ve şu zavallı tat duyumuzu, dilerseniz bu yorgunluktan azad edelim. Hatta “lezzet” kelimesi hazza dayalı olumlu bir söylem de içerdiğinden, daha nesnel olabilmek için ikinci tanıma, yani “toplam besin algısı”na itibar etmemiz belki daha doğru olacak.

Tat duyumuza “zavallı” dememizdeki sebep, üzerine yüklenen gereksiz anlam ağırlığı nedeniyle. Biyolojik yeterliliği olmamasına rağmen biz ona bir nevi kültürel yeterlilik atıyoruz ki, bunu yapmaya hakkımız yok. Yoksa biliyoruz ki tat duyumuz kendi kısıtlı sayıda kulvarı içinde net tanımlar vererek harikalar yaratıyor.

Hatta o harikalar bazen bizim algımızda küçük oyunlar oynamaya muktedirler ve küçük yanlışlarla hoş sürprizler yaşayabiliyoruz.

Yok, *miracle fruit* (*Synsepalum dulcificum*) olayından değil, çok daha tanıdık benzerlerinden söz edeceğim. Mesela buharda pişmiş taze enginarın yaprak diplerini çekelim hele bir önümüze. Hemen Fransızlar gibi mayoneze banıp kemirmeye başlamayalım ve sade halinde bir değerlendirmesini yapalım. Buharla pişme süreci sonucu önümüze gelen bu yeşil yaprakçıklarda *sinarin* ve *klorojenik asit* isimli moleküller mevcut. Bu moleküller suyla çözülüyorlar (*hidrofobik*), yani dilimizin üzerinde uzun süre kalıyorlar ve kaldıkları süre içinde de tat reseptörlerimizin tatlı olmayan uyarıları almakla görevli kısmını bloke ediyorlar. Bundan sebep biz bu yaprakçıkları kemirdikten sonra su içtiğimizde o su bize iki çay kaşığı şeker atılmış gibi tatlı geliyor.

“Lüzumsuz bilgi! Kim uğraşır bunlarla?” demeyin hemen lütfen. Uğraşan çok, zira gıda endüstrisi destekli laboratuvarlarda bilimsanları koltuklarının altında enginarlarla, kapılarını kapatıp bu iki moleküllü bütünden ayırtırmaya ve bu yaşanan olayı somutlaştırarak yapay tatlandırıcılara adapte etmeye çalışıyorlar. Şaka şaka, koltukaltında enginarla laboratuvarında dolaşma olayı abartı elbette; sadece *sinarin* ve *klorojenik asit* yeterli bu konuda çalışma yapabilmeleri için.

Tatlandırıcı kullanmıyor olabilirsiniz elbette ama bu sizi tat duyumuzun enginarla karşımıza çıkardığı hoş sürprizden gene de kurtaramayabilir. Diyelim ki bir restorana gittiniz ve bahsettiğim enginarla beraber şarap söylediniz. O şarap size olduğundan tatlı gelerek alışkın olduğunuz referansların bozulmasına sebep olabiliyor. Bu nedenle de enginarlı yemekler somölyelerin (*sommelier*) başını ağrıtan yemeklerden sayılıyor. Tabii ki eğer duruma hemen uyum sağlayabilen bir somölye iseniz, yemek olarak enginar servis edilmiş müşterinize azıcık daha tatlınsa daha lezzetli olabileceğine kanaat getirdiğiniz sek bir şarabı önerebiliyorsunuz. Korkmayın, konserve halde satılanlarda ve o pek bir alafranga teveccüh gösterdiğimiz “enginar kalbi”nde bu durumu yaşamıyoruz. İşin ilginç enginar aslında binlerce yıllık bir besin maddesi ama bizim onun bu özelliğine vâkıf olmamız o kadar eskilere dayanmıyor: 1972.

Bu Meyve Bir Mucize Dostum!

Kral XV. Louis, kaptan olmasının yanı sıra haritacılık (kartografi) konusunda da uzmanlaşmış olan Reynaud de Marchais'i Afrika'nın batı kıyılarını belgelemesi için görevlendiriyor. Reynaud Bey, bölgeye yabancı değil, zira Afrika'dan köle taşıyan gemilerle oralara pek çok kez sefer yapmış. Ancak kral tarafından da beklenti oluşunca, bu kez daha içlere girmeye, hiç adım atmadığı yerleri de gözlemlemeye başlıyor.

1720'lerin ortalarına doğru bir seyahatte, yerlilerin, tadı ekşi olduğunu bildiği yiyecekleri yemeden önce ağızlarına kırmızı bir meyve attıklarını görüyor. Merak ediyor, kendisi de deniyor. Hayretler içinde görüyor ki meyveyi yedikten sonra üzerine ne yerse yesin, her yenilen tatlı gelmeye başlıyor. Sirke içsen şerbet içmiş gibi oluyorsun yani alenen. Bundan sebep zaten, "mucize meyve" ismi uygun görülüyor, Latince *Synsepalum dulcificum* olarak vaftiz edilen meyveye.

Peki, olayı nedir bu meyvenin? Efendim, meyvede çok az şeker bulunmasına rağmen bahsettiğim şaşırtıcı etkiyi sağlayan, 1968 yılında K. Beidler tarafından kimyasal yapısının içinden ayrıştırılan *miraculin* isimli molekül.

Miraculin, tat alıcılarına yapışıyor ve ekşi tatları bloke ederek tatlılık algısını artırıyor. Üstelik bu etki kısa süreli olmuyor; tüketim miktarına ve tükürük ifraz miktarına bağlı olarak yarım saat ile bir saat arası sürebiliyor.



Mucize meyve (*Synsepalum dulcificum*).

Şarap Garsonu: *Sommelier*

Restoranda şarapla ilgili aşağı yukarı her şeyi bilmesi beklenen kişi.

Tamam, bağcılığı veya şarap imalatını belki her aşamasıyla bilemez ama onunla ilgili bile ortalama bir lezzet düşkününden fazla bir fikir sahibidir. Gittiğiniz restoranda eğer yemek servisini alan görevliden ayrı ve elinde şarap menüsüyle size yaklaşan birisi olursa, işte o kişiden bahsediyorum.

Siparişinizi öğrenir, beklentinizi sorar, restoranın onun kontrolünde (teorik olarak) oluşturulmuş şarap seçkisinden sipariş ettiğiniz yemeğe uygun olabilecek kendi önerilerini sunar. Kabul etmeniz halinde şarabı getirir, açarak kontrolünü yapar ve servis eder.

Her restoranda böyle bir mevki olmaz tabii ama eğer varsa ve siz de şaraptan zevk alıyorsanız, iyi ve dürüst bir somölye, lezzet ve uyumlu ilgili ufkunuzun genişlemesine beklenmedik katkılarda bulunabilir. Bunun için de tat, doku ve kokuyu, keza koku ve aromayı da ayrı ayrı öğrenmiş olması gerekir.

Uyum denilen şey sadece moleküllerin yiyecek ve içecek içinde “pişti” olması değil; devasa bir kültürel kalıtım var bu işlerin arkasında.

Bu söylediklerimin hepsini birarada düşündüğünüzde, doğal olarak sadece içeceklerle değil, o mekânda sunulan yiyeceklerle ilgili de fikri olması beklenir ki size uygun eşleştirme önerilerini, birden fazla ve farklı fiyat dilimlerine hitap edebilecek şekilde sunabilsin. Gene teorik olarak da bu, menüyü bu uyuma imkân verecek şekilde şefle beraber tasarlaması gerektiğini gösterir.

Kadınların koku alma yetisinin erkeklere üstünlüğü ve bu mesleğin de bire bir kokuyla ilgili olması, “çok sayıda kadın somölye vardır herhalde” gibi bir beklenti yaratıyor.

Ne yazık ki öyle değil ve bu meslek de fırsat eşitsizliğinin yoğun olarak yaşandığı mesleklerden biri olarak kokuyla direkt ilgili diğer iki erkek egemen mesleğin, parfümörlük ve şefliğin yanında yer alıyor.

İşin ilginç, kısaca “şarap garsonu” falan deniyor “*Somölye* nedir?” diye sorulduğunda ki, bu bile ayrıştırıcı bir dil. Neden? Eh çünkü garson Fransızca (*garçon*) “genç erkek” demek.



Fransız şarap üreticileri ya da *sommelier*ler, XIII. yüzyıldan XIX. yüzyıl ortalarına kadar şarabın renk, kıvam ve lezzetini denemek için özel üretilmiş küçük ve sık gümüş maşrapalar (*tastevin*) kullanıyorlar. Her bölgeye özel tasarımı olan, zaman zaman üzerlerine bazı hanımefendilerin isimleri kazınan kaplar, saat gibi cepte taşınıyor. Bu kaplar mum ışığıyla zar zor aydınlatılmış mahzenlerde şarap deneyene, derin kaplara oranla çok daha fazla bilgi verebiliyor. Gümüş olmalarından sebep parlayan iç yüzey, kap içindeki sıvının görsel analizini kolaylaştırıyor. Ancak gerek Fransız Devrimi, gerekse elektriğin yaygınlaşmasıyla beraber *tastevin*ler yavaş yavaş kayboluyorlar. Şimdilerde yok denecek kadar nadir olarak lüks restoranlarda müşteri önünde şarabı açtıktan sonra kaliteyi kontrol etmek için kullanılıyor, cepte değil boynuna asılan bir kurdele ya da zincirin ucunda taşınıyorlar.

“Enginar falan uzun iş, daha basit örnek yok mu?” diye merak edenlere, endüstriyel sistemin algı yönetim stilünü de eleştirme vesile olacak bir örnek vereyim. Biliyorsunuz, hepimiz temizlik, sağlık, hatta sosyal ortama yansıttığımız görsel izlenimimizin kaygısıyla dişlerimizi fırçalıyoruz. Diş fırçalamak temel olarak fiziksel bir aşındırma işlemi. Bu aşındırma sırasında da doğal haliyle alışkın olduğumuz köpük oluşmuyor, ancak kültürel olarak kalıtılmış veya yönlendirilmiş algımız köpükle temizliği beraber telâkki ettiğinden diş macunumuz köpürmezse işlevsel olamayacağını düşünüyoruz.

Kısacası kafamızda kurduğumuz bilinçsiz denklemde bol köpük eşittir bol temizlik manzarası var. Bu nedenle de diş macunu üreticileri belirgin bir işlevsel katkısı olmamasına rağmen macunların içine köpürtücü ajanlar dâhil ediyorlar. Başka kişisel

temizlik ürünlerinden, misal şampuan veya duş jellerinden de aşına olabileceğiniz bu ajanlar genelde *sodyum loril sülfat* veya *sodyum loril eter sülfat* oluyorlar. *Aniyonik sürfaktan* olarak tanımlanan bu maddeler suyun yüzey gerilimini azaltarak köpürmesini sağlıyor, oluşturdukları köpük de ağzımızın içine bolca yayılarak bize “dolu dolu” bir temizlik hissi veriyor.

Bu köpürtücü ajanlar yeni mekânlarında, yani ağzımızın içinde tat duyumuzun küçük sürprizlerinden birine daha sebep olarak –enginarın aksine– bu kez tatlı tat alıcılarımıza ulaşarak onları bloke ediyorlar. Bu nedenle de diş fırçaladıktan sonra meyve yediğimizde, özellikle de tatlılığı çıkınca geriye sadece ekşiliği kalan portakal gibi bir meyveyi tükettiğimizde, normalden daha mayhoş bir algı oluşuyor ve yüzümüzü buruşturuyoruz. Sabah kahvaltısına dişlerini fırçaladıktan sonra oturup taze sıkılmış portakal suyu içenler, ne demek istediğimi daha iyi anlayacaklardır, eminim.

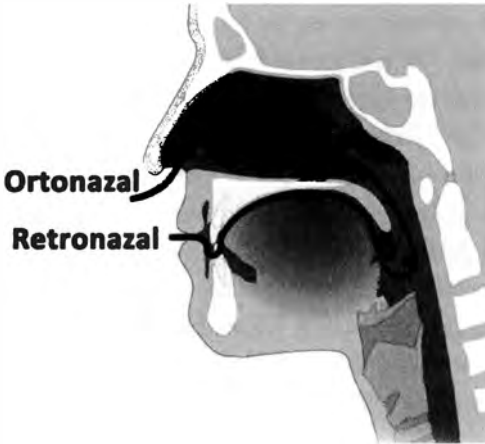
TOPARLAYALIM VE ÖZETLEYELİM

Tat, bütün bu mucizelerine ve algı oyunlarına rağmen sadece tattır. Görev tanımı gereği beş kulvar içinde hareket eder. Bizim genel kullarımdaki tat kelimesiyle kastettiğimiz ise şemsiye bir kavramdır. Bu şemsiyenin altında tat duyusunun dışında da pek çok uyaran barınır. Diğer duyular o şemsiyenin sapı, iskeleti ve mekanizması olurken, koku duyusu özellikle damak üzerinden çalışan ikinci patikasıyla, esas işlevi yerine getiren, güneşi/yağmurunu engelleyen özel elyaftan kumaşıdır.

Çıkardığınızda yokluğu en çok hissedilendir, yani toplam algı içinde yokluğu halinde tanımlamayı imkânsız kılandır. Bu sayfaları okurken eğer önünüzde kahve, çay veya televizyon ekranlarındaki anlamsız sansürler nedeniyle şaraplığını bırakıp “fermente üzüm suyu” ismiyle vaftiz edilmek zorunda kalan bir içecek varsa, lütfen bir elinizle burnunuzu iyice tıkayarak yudumlayın, ne demek istediğimi anlayacaksınız.

Damak üzerinden alınan kokuyu denklem dışına çıkardığınızda yediğiniz 40 farklı çeşit dondurma, tatlı ve kıvamlı besinler olmalarının dışında bir anlam ifade etmiyorlar. Damak üzerinden alınan kokuyu denklem dışına çıkardığınızda, tıpkı alkol derecesinde ama farklı tanım ve fiyatlardaki alkollü içecekler, mesela rakı veya yıllanarak dinlendirilmiş malt viskisi fiyatlarından koparak aynı iticilikte acı sular haline geliyorlar. Damak üzerinden alınan kokuyu dışarı çıkardığınızda kolalı içeceklerle meyveli veya “sade” gazoz, yani *Coca-Cola*, *Pepsi Cola*, *Yedigün*, *Sprite*, *Fanta*, *Fruko* birbirinin aynı.

Daha da iddialı söyleyeyim, kendisini görmeden yemeniz halinde burun tıkalıyken tüketilen bir dilim yeşil elma ile bir dilim patatesi birbirinden ayırmaya imkân yok. Son darbeyi de şöyle vurayım: “Nezleyim, ağzımın tadı yok” dersiniz ama nezleyken de ağzınızın tadı vardır; yediğiniz tatlı mı, tuzlu mu, acı mı olduğunu anlarsınız. Eksik olan, hava kanallarının tıkalı olmasından sebep sirkülasyonunu yapamayan, hedefine ulaşamayan kokudur. Yani nezleyken ağzınızın tadı değil, aslında kokusu (aroma) yoktur. Buyrun, denemesi bedava. Tıkayın burnunuzu ve bir kaşık şeker atın ağzınıza. Var mı, yok mu; hep beraber görelim.



Bütün karışıklık, kokulu uyanların sadece burun yoluyla (ortonazal) beynine ulaştığı hakkındaki eksik bilgiden kaynaklanıyor. Ağız içinden alınan kokuyu (retronazal) yok saydığınız zaman da, yenilen ve içilen ilgili her şey, hakkında sadece kabaca bir fikir sahibi olunan tat duyusuna bağlanıyor. Oysa gerçek öyle değil, koskoca bir besin algısı mekanizması, sanılan şekilde çalışmıyor.

Son paragraflarda sarfettiğim bütün “koku” kelimelerini lütfen damak üzerinden yani ağız içinden alınan koku (*retronazal*) olarak düşünün, burnunuzla aldığınız dış koku (*ortonazal*) olarak değil. Yoksa sadece tabaktan yükselen yemeğin kokusuna odaklanırsınız ki, bu da zaten bugün yaşadığımız dil karmaşasının sebeplerinden biri.

Birkaç sayfa önce koku üzerinden çalışan birtakım güvenlik çemberlerinden bahsetmiş ve şimdilik kaydıyla bir kenara koyarak koku ve tat duyularına dalmıştık hatırlarsanız. Sıra şimdi çemberlere geldi. Bakalım ne hikmeti varmış bu koku duyusunun da, diğer arkadaşlarıyla beraber bizlere kol kanat geriyormuş.

Şemsiyenin Altı Çember Çember

Ellen Ruppel Shell, Boston Üniversitesi'nde "Bilimsel Gazetecilik" üzerine dersler veren bir öğretim üyesi. Shell, 1986 yılının Mayıs ayında Smithsonian Enstitüsü'nün dergisi için bir dosya hazırlıyor, dosyada da ağırlıklı yapay veya sentetik lezzet bileşenleri konu ediliyor. İçerikteki bölümlerden birinde lezzet sektörünün önde gelen şirket ve isimleriyle yapılan söyleşiler var. Dünyanın en büyük beş koku hammaddesi üreticisi şirketinden biri olan *IFF (International Flavors and Fragrances)* ile yaptığı görüşmede muhatabı olan lezzet uzmanı (*flavorist*) şöyle bir cümle kuruyor: "Yapılmış olan en iyi yaban mersininin bu olduğunu düşünüyorum. İçinde bir dirhem yaban mersini yok."

Bu cümleyi sarf eden lezzet uzmanının kastettiği elbette bire bir ölçekte bir yaban mersini taklidi değil. Onun kastettiği, ağırlıklı olarak yaban mersinin kokusu, yani bir anlamda "yenilebilir parfüm"ü. Yenilebilir ve içilebilir parfümleri, doğal veya yapay ayrımına girme hakkımız bâki kalmak kaydıyla, "aroma" olarak isimlendiriyoruz. Kelime zaten eski Yunanca "baharat veya tatlı bir otlar çeşnilendirmek" anlamından geliyor. Dolayısıyla parfüm veya herhangi bir kokulu ürün tanıtımında gördüğümüz "aroma" kelimesi aslında net bir yanlış kullanım örneği, zira aroma, sürülebilir değil, yutulabilen kokulara verilen isim. Keza *aromaterapi* deyimini de, isimlendirilme döneminde önerilen tedavi yöntemi

oral değil topikal, yani yenilerek veya içilerek değil cilde srle-
rek olduğundan, gittikçe kalabalıklaşan galat-ı meşhurlar arasına
giriyor. Eğer “Aromaterapi’nin Babası” denilen Ren-Maurice
Gattefoss Bey 1910 yılında kendi üzerinde de denediği ilk zyağ
uygulamalarını sürerek değil, yiyerek veya içerek yapmış olsaydı,
o zaman bu akımın isminin *aroma* ile başlamasını doğru olarak
kabul edebilecektik.

Sadece kokusunu hazır gıdanın içine katmak ve eğer söz konu-
su olan katı bir gıda, mesela küçük bir parça kek ise, bunu fiziksel
olarak yaban mersinini ağrıştırabilecek ögelerle (aynı renk ve
dokuda parçacıklar) desteklemek bizde, yani o gıdanın tketicisin-
de “yaban mersinli bir kek yiyorum” izlenimi yaratmaya yeterli olu-
yor. Katı değil de sıvı gıda söz konusu olduğunda ise o parçacıklara
da gerek kalmıyor; sıvıya sadece kokuyla uyumlu rengi uygulamak
yeterli. Kekin içinden katı parçacıkları ıkarttığınızda denklem
belki zayıflıyor ama anlamını yitirmiyor ve azıcık zayıflamış olsa
da hâlâ yaban mersinli kek izlenimi sabit kalıyor. Gelin görün ki
muhterem lezzet uzmanımızın hazırladığı yaban mersini aroması-
nı, yani yenilebilir parfümü dışarı çıkarttığımızda parçacıklar hâlâ
mevcut olsa dahi zihnimiz yaban mersiniyle hiçbir bağ kuramıyor
ve bütün denklemin ktğn görüyoruz.

st paragraflarda yaptığım laf kalabalığı ne işimize yarıyor? Bir
nceki bölümde bahsettiğim “toplam besin algısı” kavramının sağ-
lamasını yapma imkânını veriyor. Yiyeceğin veya içeceğin kokusu,
beraberinde tat, doku, ısı, görsellik gibi diğer duyuşal uyarınlarla
desteklendiğinde tükettiğimiz gıdanın tanımlamasını yapabiliyo-
ruz. Bu tanımlamanın olmazsa olmazı da “koku”. Böyle bir tanım-
lama bizim için gerekli, çünkü ancak bu sayede zararlı olanı, bizim
için yaşamsal tehdit iereni yemiyor ve içmiyoruz.

Sanayi Devrimi ile beraber son noktayı koyduk ve kurum-
sallaşan ekonomik ve sosyal sistem içinde artık ormandan veya
tarladan gıda temin etmeyi bir yana bıraktık. Bunları, yaşadığımız
yerde bize sunan merkezlerden ediniyoruz artık. Ama unutmaya-
lım ki tarihi bir bütün olarak düşündüğümüzde içinde bulundu-

ğumuz zamansal kesit, adı üstünde, sadece bir kesit. Binlerce yıl önceki atalarımızın hayatında böyle uygulamalar yok. Onlara yaşayabilmek için muhtaç oldukları gıda belli merkezlerde (elbette bir değişim değeri karşılığında) sunulmuyor. Doğaya dağılmış besin maddelerinin üzerinde de “içindekiler” sıralanmıyor, “son tüketim tarihi” veya muhtemel risklere karşı uyarılar yok.

Dolayısıyla şu bizim birkaç sayfadır sesi çıkmayan büyük büyük nine veya dede besin maddesini etiketine şöyle bir göz atarak sepetine koymak yerine daha ciddi bir değerlendirme süreci yaşamak durumunda. Peki bu güvenlik değerlendirmesini yapabilmek için neye ihtiyacı var? En başta koku olmak üzere duyularına, zira dış dünyayla iletişimi kurma araçlarımız, duyularımız.

Bahsetmiştik; biz iki şekilde koku alıyoruz: burnumuzla aldığımız *ortonazal* koku ve damağın üzerinden gerçekleşen *retronazal* koku. Bu iki farklı patika ve algı, “zengin gösterebilir” diye mevcut değil bizde. Bunlar aslında bizim güvenlik çemberlerimiz. Gelin, “iki sınır hattı” veya “iki güvenlik çemberi” diye de tanımlayabileceğimiz ve bir anlamda bizim için radar vazifesi gören bu algılara kısaca bir bakalım.

Ortonazal patika, güvenliğimizin ilk aşaması. Ancak, görevi sadece güvenlik değil, aynı zamanda besinin varlığını saptama görevi de onun sorumluluğunda. Burnumuzun altında yer alan (ve çoğu kez varlığını unuttuğumuz) iki delik sayesinde koku kaynağı olan besinin yön ve yoğunluğu hakkında fikir sahibi oluyoruz. Karmaşık bir ormansı coğrafyada görsel olarak neyin nerede olduğunu saptayabilmek mümkün değilken, sık ağaçsı dokudan sebep göz gözü göremiyorken, yiyecek kokusu hangi burun deliğimize daha fazla geliyorsa o yöne meylediyor ve kokunun yoğunluğunu değerlendirerek ona ilişkin uzaklık saptaması yapıyoruz. Her şey iyi gitti ve sorun yaşamadan, koklaya koklaya, besin olma ihtimali taşıyan malzemeye ulaştık diyelim.

Bu aşamada da *ortonazal* patikadan aldığımız kokunun diğer işlevi devreye giriyor. Acaba o besin maddesi geçmiş tecrübelerimiz ışığında bizim için güvenli bir madde midir? Aynı veya

yakın kokuda bir besini daha önce tüketip sorun yaşamış mıydık? Yanımızda bize eşlik eden topluluk üyesi kardeşimiz daha biz el atamadan o besinin üzerine atlayıp hapır küpür tükettikten sonra kusa kusa kıvranmaya başlamış mıydı? Bulduğumuz gıda eğer böyle bir izlenim oluşturunca hiç uğraşmayıp başka kaynaklara yöneliyoruz.

Yok, eğer bu olumsuzlukları çağrıştıran bir koku profiliyle karşı karşıya değilseniz, hatta bir de üstüne daha önce aynı veya benzer kokuyu yayan maddeyi sorun yaşamadan tüketip keyifle karnımızı doyurmuşsak; kutlarınız, muhtemel besinimiz birinci elemeyi geçmiştir. Elbette ki bu elemeyi sadece kokuya dayanarak yapmıyoruz. Neredeyse tüm duyularımızın devrede olduğu bir seçim süreci bu. Evvelki bir bölümde görselliğin önemini mavi tavuk örneği üzerinden anlatmıştım. Sadece görsellik değil bazen işitme, yani ses, çoğu zaman dokunma da yardımcı duyular olarak bu jüride yer alıyorlar. Düşünün mesela, bir ayva veya elmanın üzerine parmağınızı bastığımızda “hışır!” diye çıkan ses eşliğinde parmağımız ilk boğumuna kadar kolayca içeriye göçse, o ayva veya elma hakkında yenebilirlik / satın alınabilirlik değerlendirmemiz ne olurdu?

Hepsi bu mu? Hayır. *Ortonazal* algımız bir başka görevi daha yerine getiriyor, güvenlik kararının ilk aşamasına yardımcı olduktan sonra. O besinin yaymış olduğu koku, daha biz tüketmeden organizmamızı bu tüketime hazırlamaya başlıyor. Ağızımız sulanıyor, midemiz gurulduyor, yani besin ve yutak sıvılarımız harekete geçiyor. Eh, madem hazırlıklar tamam, geçelim tüketme aşamasına. Yapmamız gereken şey aslında basitçe çiğnemek veya yutmak amacıyla o besini ağızımızın içine dâhil etmek. Bu aşamada elbette gene koku duyumuz yalnız değil, ancak diğer rollerdeki oyuncular da değişiklik var. Görme duyumuz sahneyi terk ederek (çünkü ağız içinde göz yok, değil mi?) yerini ikinci kimyasal duyumuz olan tat duyumuza bırakıyor. Tat duyumuz da hiç yüksünmeden “en iyi yardımcı oyuncu” ödülüne aday olarak devreye giriyor. Anladınız siz onu, artık ikinci eleme çemberindeyiz.

İKİNCİ ÇEMBERE HOŞGELDİNİZ!

Tat duyumuz her ne kadar “beş temel duyudan biri” olduğu için dışsal duyu telâkki edilse de bu aslında “Almanlar yenildiği için biz de yenilmiş sayıldık” söyleminden çok da farklı değil, zira tadın bir duyu olarak dışarıya en fazla taşıdığı an, dilimizi uzatıp besine dokunduğumuz an olabiliyor. Onun ötesinde tada dair tüm unsurlar, yani tatlı, tuzlu, acı, ekşi ve *umami* salt dilimizle değil, dilimiz dâhil tüm ağız içinde mevcut tat tomurcukları vasıtasıyla değerlendirmeye alınıyor. Tadın bu kıymetli yardımları da elbette koku duyusunu destekliyor, besinin dokusal özelliklerinin de değerlendirilmesiyle beraber toplam besin algısının oluşması yolunda gerekli yapıtaşlarını beraberce döşüyorlar.

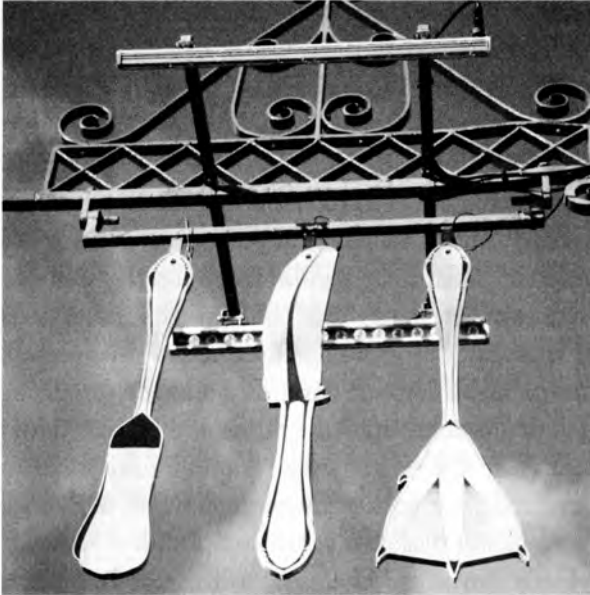
Ağzımızın içindeki yiyecek veya içecek tıpkı birinci elemedeki kıstaslar dâhilinde burada da kokusal bir değerlendirmeye tabi tutuluyor. Besinin dışarıdan gelen kokusundan farklılaşan, çiğnemeyle beraber gerçekleşen fiziksel parçalanma neticesinde açığa çıkan yeni koku molekülleriyle mukoza ve tükürükle seyreterek bir anlamda “yeniden formüle edilen” koku profili damak üzerindeki patikadan geçip reseptörlerle buluşarak sıkı bir güvenlik değerlendirilmesine daha tabi tutuluyor. Bu yeni koku kalıtılmış bilgilerimiz içinde herhangi bir risk sinyali oluşturmuyor, bu güvenlik bilgisi tat ve dokunma duyumuz gibi yardımcıların kanaatleriyle de destekleniyorsa, ne âlâ, lokma veya yudumu yutuyoruz. Aksi halde ise yaptığımız şey basit: Tükürüyor, kendimizden uzaklaştırıyoruz.

Tekrar söylüyorum; her deneyimde olduğu gibi burada da çok sayıda duyu işin içinde. Ayrıntılı bahsetmedim diye mesela, dokunma duyumuzu kendi halinde kırlarda dolaşırken sanmayın, o da ağızdaki maddenin dokusunu test etmekle meşgul. Hamur kıvamında bir patates cipsine veya ağzınıza attığınız simit ısıırken çıtırdamadığında vereceğiniz tepkiyi düşündüğünüzde ne demek istediğim daha anlaşılabilir olacaktır sanıyorum. Bunu söylemekle bir şey daha söylemiş oluyorum: Dokusal uyarıları sesle beraber değerlendirdiğimizde daha kolay ve güçlü bir yargıya ulaşıyoruz.

Bir başka deyişle, yiyeceğin dokusu, devamında da yapısı ile ilgili kanaatimiz, yiyeceğin çıkardığı sestən de etkileniyor.

Bir adım daha ileri götürelim; ses, aromaya ilişkin kanaatimizi de değiştiriyor. Buna örnek olarak da Şef Heston Blumenthal ile Oxford Üniversitesi'nden Prof. Dr. Charles Spence'in beraber yaptıkları çalışmayı görebiliyoruz. İkisinin çevresel sesin lezzet algısına etkisini ölçmek üzere giriştikleri deneyin ilk ayağında şef “yumurta ve pastırmalı” (*bacon*) bir dondurma hazırlıyor. Bu dondurma, normalde Heston'ın kendi restoranı olan *The Fat Duck*'da o dönem sunulan servislerden birisi, hatta külâh değil kızarmış ekmekle servis ediliyor.

Ancak deney sunumunda ekmek falan yok, onun yerine iki kanallı bir ses sunumu var. Denekler dondurmanın lezzetini deneyimlerken pastırmalı yumurta dondurmasının kendilerine yumurtamsı mı, yoksa pastırmamsı mı geldiği soruluyor.



Heston
Blumenthal'ın
Fat Duck
isimli
restoranının
tabelası.



Heston Blumenthal'ın Fat Duck isimli restoranında sunulan deneysel bir servis: Meşe yosunu kokusunu ortama aktaran kuru buz dumanı eşliğinde bildircin jölesi, kerevit kreması, kaz ciğeri parfesi ve kızartılmış ekmek üzerinde *truffle* mantarı.

Eğer beraberinde ortama verilen ses kızartma tavası, hafif çatlama, yağ sıçraması gibi pastırma pişirme sesleri ise pastırmamsı; yok kümes, tavuk sesleri, gıdıklamalar falan ise yumurtamsı algının diğerinin önüne geçtiği görülüyor. (Bilginiz için; son baktığımda Heston Blumenthal'ın *The Fat Duck*'ındaki uzun şarap listesinde dünya şaraplarının yanında *Sevilen*, *Pamukkale*, *Chamlıja* ve *Chateau Kalpak* markalarına ait dokuz tane de Türk şarabı yer alıyordu.)

Gene Charles Spence'ın bu kez kendisi gibi bir akademisyenle, Massimiliano Zampini'yle yaptığı benzer bir çalışma, patates cip-sinin kulağa takılmış kulaklık eşliğinde yenmesi halinde, kulaklığa verilen çıtırtı sesi yükseltildiğinde (ve tizleştirildiğinde), deneklerde oluşan tazelik algısının arttığını gösteriyor.

Akıcı Konular: Reoloji

Akışbilim, yani maddenin akışını inceleyen bilim dalı, diyebiliriz. Ancak akış dedim diye sadece sıvı gıda gelmesin aklınıza. Muhtelif kıvamlarda sıvılaşabilen katı gıdalar da, mesela çikolata, peynir veya dondurma da bu kapsam içinde yer alıyor.

Ketçap yaptın mesela, hem şişeden kolaycana aksın hem de patatesin üstünde akmadan kalsın istiyorsun. Bunun nasıl olabileceği, işte, reolojinin konusu.

Gıda üretiminde, hele ki büyük ölçekli üretimde reolojik özelliklerin önceden doğru planlanabilmesi dayanıklılık, stabilite, kıvam ve doku gibi önemli olgular üzerinde etkili oluyor ve her biri ayrı sorun olabilecek bu kademelerin sorunsuz geçilebilmesini sağlıyor. Yenilen veya içilene dair algımız üzerinde sandığımızdan daha fazla belirleyici, yani gıdayı tanımlayıcı olduğu kuşkusuz. Tanımlamanın ötesinde haz ve keyifle ilgili izlenim oluşturmada da oldukça etkili.

Ağıza atılan lokma veya yudumun nasıl yayıldığı, ne hissettirdiği gibi duyuşsal analizleri yapabilmek de ayrı bir iş ve buna da *psikoreoloji* deniliyor.

Evde reçel kaynatırken ortaya çıkan neticeden memnun olmayan, kıvamını fazla “su gibi” bulup, konu komşuya rezil olmamak için yeniden yapmak zorunda kalanlara bu kutucuğu okutalım. İş sadece güzel kokulu meyveyi temin etmek veya kararında şeker koymakla bitmiyor. Herkes yapabildiği için basit görünmesine rağmen aslında ana malzemenin yapısı, şekeri, limonu, suyu, sıcaklığın derecesi, ısınma süresi gibi bin tane değişkenin yer aldığı son derece komplice bir iş olan reçel yapmakta bile doğru planlama tatsız sürprizlerin önüne geçebiliyor.

Biz insanlar olarak şanslı canlı türlerinden biriyiz, zira bizde kokudan bağımsız bir üçüncü ve son güvenlik aşaması daha var: kusma refleksimiz. Her iki güvenlik çemberinden de bir olasılık bizi yanıltarak geçebilen zararlı besini belli bir aşamaya kadar kusarak dışarı atabilme olanağına sahibiz. Her canlı türü bizim kadar şanslı değil; fareler ve tavşanlar örneğin, kusma refleksine, daha doğrusu bu refleksin gereklerinden olan kas yapısına sahip değiller. Öyle olunca da bu hayvancıkların beyinlerindeki koku alma merkezi bloke edildiğinde, iki günden fazla yaşayamıyorlar.

Neden? Çünkü kokusal değerlendirmeyi devre dışı bıraktığımızda güvenlik için başvurabilecekleri o kadar etkin herhangi bir başka araç mevcut değil.

Buraya kadar kokusal uyarılardan oluşan iki farklı güvenlik çemberinden ve bu çemberlerde devreye giren iki farklı koku algısından bahsettik. Genelde “yemek-koku” ilişkisinden bahsedildiğinde maalesef ikinci aşama, yani *retronazal* koku algısı unutuluyor ve besinin dışarıdan gelen kokusu kâle alınıyor. Hatta “Beslenmede koku çok önemlidir,” dediğimde buna iyi niyetle “Ya evet, inan ben de yemeden önce hep koklarım tabağımı,” diye yorum yapan çok kişi oluyor. Ancak bu bir tarafı ağır basan bir terazi değil, bilakis her iki kefenin de eşit ağırlığı ve önemi var. Her iki aşamada da benzeyen fakat farklılaşan kokular söz konusu. Pişmekte olan kahvenin kokusuyla yudumlanan kahvenin kokusu mesela, söylemiştim, benzeşiyor ama aynı değiller. Daha sert ve belirgin örnekler olarak soğan ve sarımsak gibi örnekleri saymıştım zaten daha önce.

Biz beslenme sürecini bu sebeplerle bir bütün olarak değerlendirmek zorundayız. Üstelik bu bütünü sadece sunum ve tüketmeyle sınırlı tutmayarak, hayal gücümüzün keyifle çalıştığı malzeme temini sürecine de yayarak uzatabiliriz. Keza unutmayalım ki malzeme temini, sunum, paylaşım gibi unsurlar sadece yaşamsal biyolojik gereklerimizin karşılanmasına yönelik adımlar olarak kalmayıp bir üst katmana çıkıyor ve birer sosyal sürece de dönüşüyorlar. Biyolojik gereksinimler çekirdeğinin içinde yer alan ve hem hayatta kalmamızı, hem de türün devamını sağlayan iki ögeden biri olan cinselliği –eğer farklı fantazilerimiz yoksa– kapalı alanda ve ikili olarak yaşıyor ama yiyeceği açık alanda ve genelde toplu olarak tüketiyoruz.

Sosyal antropoloji ve sosyolojinin ilgi alanına giren bu konulara fazla dalmayıp gene kokuya dönelim ve gündelik hayatta çok yaptığımız ama pek farkında olmadığımız bir başka yiyecek-koku ilişkisinden, tüketim miktarlarımızı etkileyen bir ilişkiden bahsedelim.

Kokunun hayatımızdaki varlık sebebinin bir uyarıcı, hem de kaçınılmaz bir uyarıcı olması olduğundan daha önce bahsetmiştim. Uyarıları algılamamızı kolaylaştıran bir etmen, bizim gündelik hayat içinde alıştığımız koku seviyesinin üzerinde bir güçle karşımıza çıkan kokular oluyor. Yaşam ortamımıza yabancı veya alışık olmadığımız güçle karşımıza çıkan kokuları olası riskleriyle beraber değerlendiriyoruz. Bu elbette “her yabancı veya güçlü koku zararlıdır” anlamına gelmiyor ama en ufak bir zararlı olma şüphesinin oluşması bile beynimizin bu yönde fazla mesai yapmasına yol açıyor ve biz de beynimizi fazla çalıştırmaktan hoşlanmıyoruz. Hayatımızda kaçınılmaz olarak yer alan ve verileri kutuplara taşıyıp sıkıştırarak karar verme değişkenlerimizin sayısını “çok”tan “iki”ye indiren dikotomiler de bundan sebep değil mi zaten?

Bu da konumuz bağlamında bizi ilginç bir noktaya getiriyor: Kokusu güçlü yiyeceklere hep itinayla (hatta imtinâ ederek) yaklaşp onları daha küçük lokma ve yudumlar halinde, toplam olarak da daha az miktarlarda tüketiyoruz. Kısaca koku kuvveti ile tüketim miktarı arasında ters bir orantı var. Ölçeklemeye kolaylık olsun diye örneklerle açıklamaya çalışayım:

Benim gençliğimde diyet uzmanlarının klişeleşmiş “bir kibrit kutusu büyüklüğü” diye bir standart ölçü birimi vardı. İşte o ölçü birimi kadar beyaz peyniri bir kerede ağzımıza atıp tüketebiliyoruz ama aynı büyüklükte ve daha kuvvetli kokuya sahip başka bir peyniri, misal herhangi bir mavi küflü peyniri aynı büyüklükte tüketmiyoruz. Her ikisi aynı para olsa da bunu yapmıyoruz; ekonomik bir değerlendirme değil yani yaptığımız.

Uyarıcının uyarı gücüyle ilgili bu ters oran ilişkisi sadece koku için değil, diğer duyuşsal uyarıcılar için de geçerli. Örneğin, dokunun yumuşaklığı / sertliği gene bizim besin tüketme birimi miktarımızda etkili bir değişken olabiliyor. Bir kaşık tereyağlı pilavı tek kerede ağzımıza atıp keyifle tüketebiliyoruz ama aynıısını bir avuç fındık için düşünebilir miyiz? Hayır. Neden? Doku farkı var çünkü aralarında ve biri mukayesesiz daha sert.

Her Mavi Peynir Rokfor Değildir!

Mavi küf lekeleri barındıran, koyun sütünden mâmul, yumuşak ve şiddetle aromatik bir peynir çeşidi. Aslında “rokfor” hem “coğrafi işareti” taşıyan kasabanın (Roquefort-sur-Soulzon) ismi, hem de peyniri diğerlerinden ayıran küfün (*Penicillium roqueforti*) adı.

İlk başlarda sadece kasabanın çevresinde Cambalou Dağı mağaralarında üretiliyor bu peynir. Başka şartları da var, mesela koyunların bölgeden olması (*Lacaune* ırkı; *Ovis aries*), bölgedeki yemle beslenmesi, sütün pastörize edilmemesi, yerel küf kullanılması, gibi. Şimdilerde mağaranın iklimini simüle eden depolar da var tabii, yoksa talebe nasıl yetişilebilir ki?

Depolar da gene bölgede yer alıyorlar, elbette “rokfor” ismini taşıma hakkını alabilmek için; zira 1411 yılından beri sadece burada üretilenlerin rokfor ismi taşıma hakkı var. Mevsiminde bölgeye giderseniz yerel (ve küresel) markaların mağara turlarına katılabiliyor, muhtelif rokforları tadabiliyor, çıkışta da satın alabiliyorsunuz.

Hikâye edildiğine göre bir köylü genç, kırdaki bir mağaranın gölgesinde koyun sütünden taze peynirini katk ettiği ekmeği yerken, uzaktan güzeller güzeli bir genç hanımefendi görüyor. Yiyeceğini mağaranın içine bırakıp düşüyor peşine. Kıza yetişiyor mu, yetişse de kız buna yüz veriyor mu, orası bilinmiyor ama birkaç ay sonra geri dönüp aynı mağaraya girdiğinde, bırakmış olduğu peynirin mavi mavi küf bağladığını gördüğü, yiyince de beğendiği, rokforun da böyle yaygınlaştığı söyleniyor.



Roquefort-sur-Soulzon'daki mağarada sıralanmış peynir tekerleri, organik sürecin işlenmesini ve vakitlerinin gelmesini bekliyorlar.

Peynire küf bağlatmak için illa mağara mı gerekir, madem küflenmiş, neden hemen ağza atılıp yenir, gibi sorularla kurcalamayalım; illa bir hikâyesi olacaktı, ne bekliyorduk ki zaten? Aksiyon sevenler için aynı hikâyenin kızsız ama sürüye kurt saldırmalı versiyonu da var.

Hikâye çok ama dünyanın her tarafında da başka başka küflü peynirler var, bir yandan. Var ama hiçbirisi de rokfor değil gerçekten. Aroma, tat, doku, muhteşem bir birliktelik yaşamışlar bu peynirin içinde. Kimyasal yapısına bakınca da bol glutamatlı bir umami bombası çıkıyor karşımıza zaten.

Sadece orada üretilen “rokfor” olabiliyorken, maalesef bizdeki marketler, hatta peynir ithalatçıları her mavi küflü peyniri rokfor etiketiyle satıyorlar. İyi niyetle ilişkilendirilip izah edilebilecek bir durum değil bu elbette. Aynısını “parmesan” etiketiyle sattıkları *padano*’lara da uyguluyorlar çünkü.

Yapılan basitçe şu: Daha ucuz bir peyniri pahalı peynirin ismiyle satmak, tüketicinin bu konulardaki bilgisizliğinden istifade etmek. Ne kontrol eden var, ne de soran tabii...



Bir de kahveye bakalım mesela ve kokusu daha kuvvetli kahve formatlarıyla kokusu daha zayıf kahve formatlarının standart sunum ölçülerine bir göz atalım. Bir ölçü çizgisi üzerine kahveleri koku kuvvetlerine göre sıralarsak espresso ve Türk kahvesiyle başlıyor, filtre kahve veya *americano* ile çizgiyi sonlandırıyoruz. Peki, şimdi sizden ricam, bu saydığım kahve çeşitlerini standart olarak hangi büyüklüklerde tükettiğimizi de gözünüzün önüne getirebilir misiniz? Koca bir filtre kahve bardağında Türk kahvesi tüketiyor muyuz? Ya da tam tersi, minnak bir espresso fincanında filtre kahve?

Beslenmemizi bir piramit şeklinde tahayyül ettiğimizde pilav, patates veya ekmek gibi koku kuvveti zayıf olan besinlerin o piramidin geniş ve en çok tüketilen taban katmanında yer bulduğunu, azalarak yukarı çıkıldığında da, piramidin tepesine yaklaştıkça besinlerin kokularının giderek kuvvetlenmeye başladığını görebiliyoruz. Kokusu kuvvetli gıdayı “ekmeğe katık” ediyor, peynirin içine ekmek değil, ekmeğin içine peynir koyuyoruz.



Kahve çeşitlerinde kap boyutunun aroma yoğunluğu ile ters orantılı olduğunu görüyoruz. Kuvvetli kahve daha küçük, nispeten daha kuvvetsiz olanı ise daha büyük kaplarda ve daha fazla miktarda tüketiliyor. Yani, kuvvet arttıkça tüketilecek birim boyutu küçülüyor.

Bu ters orantının sağlamasını kişiden topluma uzanarak da yapabiliyoruz. Gündelik hayatlarının içinde daha kuvvetli kokularla beraber yaşayanlar bir anlamda o kuvvetli kokuları standart algı eşikleri haline getirip, ancak bunun üzerinde aromaya sahip gıdaları “kuvvetli” olarak nitelendirebiliyorlar. Bu, elbette tam tersi için de geçerli. Her iki duruma örnek olarak güçlü baharat karışımlarıyla meşhur Hint ve çayın dahi en kokusuzu olan beyaz/ yeşili tüketen Japon mutfaklarında hazırlanan yemeklerin koku kuvvetleri arasındaki farkı düşünebilirsiniz.

Kuşkucu olmak bilimin doğasında var. Biz bu kadar örnekleme yapıp laf ediyoruz ama birkaç yıl önce Hollanda’da beş araştırmacı bizim gibileri dinlemekle yetinmemişler. Kafa kafaya verip “Acaba damak üzerinden yükselen koku, yani aroma, gerçekten tek başına lokmayı küçültmeye veya büyültmeye yeterli midir? Başka duyuşal faktörleri mümkün olduğunca dışarıda tutsak, gene de sırf koku üzerinden anlamlı bir sonuca ulaşabilir miyiz?” diye düşünmeye başlamışlar.

Sadece düşünmekle kalmayıp kolları sıvıyorlar. Önce gidip böyle bir deneye gönüllü olabilecek muhteremleri buluyor, sonra da yarı katı kokusuz bir puding alarak geliyorlar laboratuvarlarına. Laboratuvarında denekler için ağızlarına dakikada 60 gram verecek

akışa programlanmış ve düğmeye basarak durdurabilecekleri, yani lokmanın büyüklüğünü kontrol edebilecekleri bir tüp düzeneği kuruluyor. Her lokma bitişinde, yani her durdurma düğmesine basıldığında, denek tarafından fark edilmeyecek şekilde, otomatik tartım yapılıyor ve başlangıç miktarından eksilen puding (gram olarak lokma büyüklüğü) saptanarak bir tarafa not ediliyor. Besin tüpten direkt ağızlarının içine verildiğinden denekler görsel olarak tükettikleri miktarın büyüklüğü konusunda herhangi bir bilgiye sahip değiller.

Peki aroma nerede? O da orada ama işlem biraz daha karışık. *Olfaktometre* denilen bir alete gene kontrollü olarak krema kokusu (aroması) veriliyor. Aletten çıkan kateter tüp, yetkin bir doktorun kontrolünde deneklerin burunlarından sokularak damak üstüne uzatılıyor. Ağıza her lokma salındığında eşanlı olarak muhtelif kuvvetlerde hazırlanmış aroma da burun içinden lokmaya eşlik ediyor ve böylece denek ısı, nem veya fiziksel etki gibi değişkenlerin sabit tutulduğu bu deneyde her şeyden âzâde (deneyde olduğunu biliyor olmasının etkisi dışında tabii) olarak ve sadece kokuya itibar ederek lokma büyüklüğünü ayarlayabiliyor.

Ağızdan verilen besin burundan gelen kokuyla beraber değerlendirilip basılıyor düğmeye ve lokmaların büyüklüğü de kokunun kuvvetine bağlı olarak değiştikçe değişiyor. Peki, bu değişimlerin toplamından anlamlı bir sonuç çıkıyor mu? Çıkıyor elbette. Kokunun kuvveti arttıkça lokmanın büyüklüğü yüzde 10 civarında düşüyor tüm deneklerde.

Peki, biz çokça tükettiğimiz kokusu kuvvetsiz gıdalar yerine kuvvetli aromalara sahip gıdalardan oluşan bir diyetle beslensek, acaba kilo almamızın esas sebebi olan biyolojik doygunluğa eriştikten sonraki fazla tüketimimizi kısıp, mesela obezitenin önüne geçebilir miyiz? Sorunun cevabı “evet” bile olsa bunu hayata geçirebilecek, yani piramidin tabanındaki nispeten daha bol ve ucuz olan besinler yerine piramidin üst kısımlarına çıkararak daha pahalı olanı koyabilmek ne yazık ki tek başına ve sadece isteyerek üstesinden gelebileceğimiz bir sorun değil.

Mendilimin Ucuna Sakız Bağladım

Kokular Kitabı'nın okuyucuları hatırlayacaklardır; fi tarihinde *Listerine* isimli ağız çalkalama ve temizleme suyuyla ilgili bir bölüm kaleme almış; ürünün ticari hayatının başlangıcında yer temizleyicisi, dezenfektan falan gibi maksatlarla kullanılıp daha sonra ağız temizleme suyuna dönüştüğünden bahsetmiştik (bkz. *Kokular Kitabı*, "Ağzını Çalkalasan Diyorum..."). Hatta demiştik ki "ağız kokusu" anlamına gelen *halitosis* kelimesi dahi, bu şirketin ürününü pazarlamak için yarattığı bir kavramdır, ancak bugün artık tanım yerine oturmuştur ve herkes tarafından kullanılmaktadır.

Ağız kokusu aslında dünya üzerinde çok büyük bir sorun. Bir kere sosyal bir problem, zira ağzınız kokuyorsa bunu hemen karşınızdakinin yüzünü istemsiz olarak buruşturmasından anlarsınız ve dünya başınıza yıkılır. Yıkılır da, o an yapacak bir şey de pek yoktur. Çaresizce yutkunur, yutkunmanın kokunun kaynağını yok edeceğini umarsınız. Sosyal bir problem olmanın ötesinde, ağız kokusu aynı zamanda sizde mevcut bir sağlık sorununa da işaret edebilir ve sanırım bu nedenle, insanların dişçiye gitme sebepleri arasında ağız kokusu şikâyeti üçüncü sırayı alıyor. Her ne kadar çok farklı sebepleri olabiliyorsa da, ağız kokusunun yüzde 85-90 oranında en büyük sebebi gene ağzımızın içinden kaynaklanıyor. Ağzımız daha az oksijen alıyor, zira genelde kapalı, hatta geceleri uyurken hem kapalı ve hem de hareketsiz duruyor. Bu da başta

sabah uyanır uyanmaz hissedilen o rahatsız edici koku olmak üzere ağız kokusunun en genel sebebini oluşturuyor.

Ağız kokusunun ağız içindeki en büyük sebebi ise dilimiz. Dilimizdeki bakteriler, kötü kokulu bileşimler ve yağ asitleri oluşturarak bu soruna sebep oluyorlar. Hani demiştik ya kokunun sebebi yüzde 85-90 ağızın kendisinden kaynaklanır diye, bu yüzde 85-90'ın gene yüzde 90 kadarı da dil üzerinde oluşuyor. Dilimizin gırtlığımıza yakın kısmı en az ulaşılabilir bölgesi ve bu bölgede de doğal olarak pek çok bakteri yaşıyor. Yapısı gereği dilin en az rahatsız edilen bu bölgesindeki bakteriler de, kendilerine dokunan olmadığından keyifleri yerinde bir hayat sürdürerek fosur fosur kokmaya devam ediyorlar. Dilin bu bölümü nispeten daha kuru, diş fırçalarken pek dokunmadığımız bir alan ve yiyecek artıkları, ölü hücreler, hatta genzimizden akan sıvılar bu nedenle bu bölgede kısa süreli de olsa birikmeler yaşayabiliyorlar.

Havasız ortamda yaşayan, yani *anaerobik* bakteriler için mükemmel bir fırsat elbette bu ilgisizlik durumu. Burada neredeyse bir katman oluşturacak şekilde birikiyor, hatta bazılarının yaşamları sonlansa bile ölü varlıklarını sürdürmeye devam ediyorlar. Ağızımızın bu doğal ama hoş olmayan misafirleri, orada sağa sola koşup durmuyorlar elbette, başka bir şey yapıyorlar. Bulundukları ortama kendilerini belli eden uçucu bileşimler salıyorlar. Bu uçucu ve dolayısıyla büyük bölümü kokulu olan maddeler ise çürük yumurta kokan ve sülfür bileşimleri dediğimiz *hidrojen sülfür*, *metil merkaptan*, *alil metil sülfid* ve *dimetil sülfid*'ten oluşabildiği gibi, *indol* veya *skatol*'den de oluşabiliyor.

Bu saydığım maddeler, aslında yabancı olmadığımız maddeler ve gündelik hayat içinde başka başka yerlerde de bu muhteremlerin kokularıyla karşılaşırız. Mesela *metil merkaptan*'ı kokusuz olan yanıcı gazların uyarı amacıyla kokulandırılması sırasında (bkz. KK, "Sıvılaştırılmış Gaz mı?") kullanıyoruz. Yani o bizi gaz kaçağı konusunda uyaran kokuyu aslında ağızımızın içinde de üretebiliyoruz. Keza *indol* dediğimiz, çürük et ve dışkının da karak-

teristiği olan koku molekülüne, başta yasemin olmak üzere beyaz çiçeklerin pek çoğunun moleküler yapısı içinde rastlayabiliyoruz.

Şunu bilelim ki ağızımızın içinde yaklaşık 600 değişik bakteri tipi yaşıyor. Bunların bir kısmını alıp laboratuarda inkübe etsek, çok yüksek seviyede koku yoğunlukları, hem de hoş olmayan koku yoğunluklarına şahit olabiliyoruz. Bunun sebebi, dil veya ağızımızın başka bölgelerindeki proteinlerin bağımsız amino asitlere ayrışması, daha sonra da bu amino asitlerin parçalanarak o kokulu gazlara yol açması. Örneğin *sistein* ve *metionin*, parçalanarak az önce saydıklarımızdan *hidrojen sülfür* ve *metil merkaptan*'ı ortama salabiliyorlar.

O veya bu, dilimiz üzerinden yayılan kokunun kaynağını ortadan kaldırmadığımız sürece istediğimiz kadar diş fırçalayalım veya ağız çalkalayalım, kokudan sadece geçici bir süre için kurtulabiliyoruz, çünkü o kokunun varlık sebepleri orada bulunmaya devam ediyorlar. En kolay önlem ne bunun için? Basit; dişlerimizi fırçalarken fırçamızın darbelerinden dilimizin de nasibini almasını sağlamak. Öyle çok da midemizi kaldıracak kadar değil ama hafif hafif, her diş fırçalamada dilimizin –uzanabildiğimiz kadar– gerisini üç/beş fırçalasak, bu istenmeyen misafirlere kapıyı göstermiş olabiliyoruz.

Aslında ağızımızın nasıl koktuğu ve bu kokunun ne kadar yoğun olduğu, yediğimizle de ilgili. Yani, et, balık, peynir, sarımsak, soğan falan yiyen birisi ile bu gıdaları tüketmeyen birisinin ağız kokusu elbette aynı değil. Genellikle geçici bir durum ağız kokusu ve diş fırçaladıktan veya ağızımızı çalkaladıktan sonra bu kokudan kurtulabiliyoruz. Ancak gene unutmamak lazım ki hep de geçici olmayabiliyor ve toplumun yaklaşık yüzde 25'lik bir kısmı da kendi kalıcı ağız kokularından şikâyetçi.

Peridontal rahatsızlıkların, diş eti problemlerinin de ağız kokusuna yol açtığı biliniyor. Diş etinin hemen altına saklanan yiyecek artıkları, burada tıpkı dil üzerindeki bakterilerin oluşması gibi oluşumlar içine girip gazlarını ağızımıza koyuveriyorlar. Dişeti temizlenmesi, diş taşlarının dişçimiz tarafından alınması, ağız kokusunun fark edilir ölçüde azalmasına sebep oluyor.

Ağızdan biraz uzaklaşalım şimdi ama fazla da öteye gitmeyelim gene de: Ağzımızdan geldiğini sanıp, aslında burnumuzdan gelen kokular da var aynı başlık içine dâhil edilen. Genelde sinüs problemlerinden kaynaklanan bu koku, ağız kokusundan biraz farklı bir profil çiziyor, ancak salındığı bölge yakın olduğu için biz onu ağız kokusuyla karıştırabiliyoruz. Gene ağız dışında oluşan, ancak ağızdan salınan bir başka kötü koku sebebi ise bademciklerimizin kokusu. Toplumun yüzde 7'si, bademcikler üzerindeki minik "kireçsi" diyebileceğimiz oluşumların ağzımıza saldırdığı koku nedeniyle, ağız kokusu derdinden muzdarip.

Bir başka ilginç neden daha söyleyeyim hemen: Midemiz ile yemek borumuz arasında "kardia" denilen bir valf (veya kapakçık) var. Bir nevi fıtık olarak adlandırabileceğimiz bir sorun nedeniyle bu kapakçık her zaman tam kapanamıyor ve yemek borusuna asitlerin girmesine sebep oluyor. Bu asitlerin saldırdığı gazlar da yemek borumuzdan ağzımıza kadar ters akımla gelerek oradan sevgili sosyal ortamımıza ağız kokusu olarak yayılıyor ve bizi rahatsız edebiliyorlar. Yemek borusu aslında kapalı ve muhkem diyebileceğimiz bir tüp. Bu nedenle midemizdeki kokulu oluşumların hafif geçirmeler dışında sürekli olarak ağzımıza aktarılması normal koşullarda olası değil. Ancak midede fıtık, fistül veya reflü gibi bir sorun olursa bu sürekli tersine akış gerçekleşebiliyor ve bu yolla oluşan ağız kokusu da böylece bir sebep değil sonuç oluyor, dolayısıyla sebebe ilişkin ciddi bir muayeneyi gerektiriyor. Hoş, böyle bir reflü veya mide fıtığı sorunumuz varsa tek hissettiğimiz rahatsızlık ağız kokusu olmanın ötesine geçiyor.

Özetle, ağız kokusu, ağız dışından kaynaklanan rahatsızlıkların da bir göstergesi aynı zamanda, ancak tek göstergesi değil. Gene de böyle bir uyarı duyduğumuz anda, yani ağız kokumuzu hissettiğimiz anda, geleneksel önlemleri alıp dişleri ve dilin arkasını fırçalamak, birkaç gün beslenme rejimine dikkat ederek kokuyu kontrol etmek gibi yöntemlerle sonuca bir bakmak ve eğer sorun hâlâ devam ediyorsa bu istenmeyen kokunun başka olası (ve daha ciddi) sebeplerinin tespiti için doktora görünmekte fayda var.

Tabii bu bahsettiklerimin hepsi, ağız kokusunun varlığı halinde geçerli olan şeyler. Eh, ya ağız kokusu aslında yoksa ve biz var zannediyorsak? Tabii ki bu da mümkün ve bu duruma da *ağız kokusu yanılsaması* veya *halitofobi* deniyor. Yani ağızda aslında rahatsız edecek bir koku yok, ancak kişi sürekli ve abartılı olarak ağzının koktuğunu sanıyor, kendini kahrediyor. Bu elbette psikolojik bir sorun. Olmaz öyle şey demeyin, çünkü dünya toplumunun yüzde 1'i gibi azımsanamayacak bir kesimi de bu olumsuz sanrıdan muzdarip. Bu oran da yaklaşık olarak tıkabasa dolu bir belediye otobüsünde bir yolcunun bu sorunu yaşıyor olması demek. Küçük bir not; bu kendinde olmayan kokuyu var sanmak durumu sadece ağız kokusu için geçerli değil, vücut kokularının geneli ile ilgili bir durum. Bu talihsiz durum tıbbi literatüre de girmiş vaziyette ve bu duruma “Kokusal Referans Sendromu” veya İngilizce’siyle *Olfactory Reference Syndrome/ORS* deniliyor. Psikiyatrik bir sendrom bu ve hasta sadece kendi kokusundan rahatsız olmakla kalmayıp başkalarının kendine yönelik davranışlarında gözlemlediği olumsuzlukları da yaydığını varsaydığı kokuya yoruyor. Sonuçta sürekli olarak kafayı bu konuya takıyor ve bu da elbette hastanın yaşam kalitesini düşüren bir etmen oluyor.

Varsayılanı bırakıp gerçekte olana gelem tekrrar. Kokulara adapte olduğumuz ve alıştığımız bir evrimsel gerçek, hatta zorunluluk. Doğal ortamımızdaki yavaş değişimleri bu nedenle fark etmekte zorlanabiliyoruz; buna “aklimatizasyon” deniyor. Adına ne denirse densin, benim söylemek istediğim şu: Yavaş yavaş oluşmuş bir ağız kokusu problemimiz varsa, biz bunu fark edemeyebiliyoruz. Bunu test etmenin iki basit yolu var. İlki, güvendiğimiz ve bizden rahatsız olmayacak kadar yakın ve dürüst birisine gidip alenen yüzüne hohlamak ve yorumunu almak.

Bu seçeneği pek sempatik bulmuyorsanız, bir çay veya kahve kaşığına dilinize doğru sokup, dilinizin dip üst yüzeyini hafifçe kazımayı ve daha sonra kaşığın üzerindeki kurumakta olan kalıntıyı koklayarak değerlendirme yapmayı düşünebilirsiniz. Ancak şunu unutmayın ki yediklerinize bağlı olarak ağız kokunuzun

yoğunluğu günün belli zaman dilimlerinde farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle gün içinde birkaç örnekleme yaparak kanaat oluşturmakta fayda var. Tabii bunlar ağız kokunuzu kendi kendinize saptamanız için geçerli olabilecek yöntemler. Eğer kokuyu saptadıysanız ya da saptayamadıysanız ama şüphelenmeye devam ediyorsanız ve bu durum da süreklilik arz ediyorsa, ağız kokusunun ağız dışında başka sebeplerden de olabileceğini aklınızdan çıkarmadan bir doktora görünmeniz gerekiyor.

Diyelim ki hiç bu kadar takıntılı biri değilsiniz, ağzınızın koktuğunu hayal meyal fark ettiniz veya gene diyelim ki nefesinizin kokusunu başkasının da hissedebileceği kadar yakın bir sosyal ilişkide bulunmak üzeresiniz (hadi gene iyisiniz!), ne yaparsınız? Geçici çözüm olduğunu bile bile atarsınız ağzınıza bir çiklet, olur biter değil mi? Bir dakika, acaba sakız mı deseydim çiklet yerine? Peki, ne fark var ki acaba aralarında? Evet sevgili okur, artık girizgâhı geçip girelim esas konuya.

Arkeologlar, Finlandiya'nın Yli-li bölgesinde, 5000 yıl önceden kalma bazı kafataslarının dişlerinde, sakızımsı kalıntılar bulmuşlar. Bunlar sakız ağacı (*Pistacia lentiscus*) kalıntıları değil, ben kolay anlaşılсын diye "sakız" dedim. Bulunanlar aslında huş ağacı kabuğunun reçnesi. Reçine-meçine, çiğneniyor mu, biz ona bakalım! Sözün özü, haşmetli büyük büyük büyük babalarımız ve analarımız da, çak çak çiklet çiğnemekten geri kalmazlarmış meğer. Hemen lüzumsuz bilgiyi sokuvereyim araya, huş ağacının İngilizcesi *birch tree*. "İzlandacası ne olabilir?" diye son derece lüzumsuz bir soru gelebilir aklınıza, hemen söyleyeyim, İzlanda dilinde huş ağacına *björk* deniyor. Bu lüzumsuz bilgi kırıntısıyla beraber garip ama büyüleyici sesli, biraz da agresif ruhlu şarkıcı hanımefendinin isminin de anlamını öğrenmiş oluyor, huzurla sakız konumuza geri dönüyoruz.

Finlandiya'da yaşayan büyük büyük babalarımız ve analarımızdan gayrı, Aztekler de sapodilla ağacından (*Manilkara chicle*) çıkan yapışkan bir maddeyi çiğnenebilir bir hamur haline getirirlermiş. Özellikle Aztek kadınları çiğnerlermiş bu hamuru ki nefeslerinin

kokusu değişsin. Ancak reçine dedimse kıvamlı sanmayın, oldukça akışkan bir sıvı bu ağacınki. Fakat bu akışkan sıvı güneşte bırakılınca azıcık sertleşip kıvama geliyor. Bu kıvama gelmiş reçineyi ağzınıza atıp çiğnediğinizde ise, gene yumuşuyor ama rengi de opak ve bembeyaz bir hal alıyor. “Sakız” diyorum ama, sakız aslında başka bir ağaç biliyorsunuz ve bu ağacın da nefis aromatik bir reçinesi var.



Sakız ağacı (*Pistacia lentiscus*).

Peki, Aztekler sapodilla ağacı reçinesi çiğnerler de, bizim antik Yunanlar boş mu durur? Yok, onlar da kendi coğrafyalarına tabiatın bir hediyesi olan bu sakız ağacının –veya mastiğın yahut mastika’nın– reçinesini çiğniyorlar. şu anda da Yunanistan’da sakız ağaçları koruma altına alınmış durumda; üretim faaliyetleri de kooperatif ve yetiştirici birlikleri eliyle yürütölüyor. Keza Yunan akademyasının sakızın etkileri, yani olası yararları veya yarar iddialarıyla ilgili pek çok araştırma ve çalışması var. Hoş, bizde

de özellikle Çeşme yöresinde tarımına, daha doğrusu tarımının canlandırılmasına yönelik Orman Genel Müdürlüğü'nün başlattığı bir “Sakız Eylem Planı” var. Plan 2014-2019 yılları arasına yönelik, ancak ne aşamadadır ve “ceğiz-cağız”dan şimdiki zamana ne yansımıştır, ben çok bilgi sahibi değilim.



Sakız ağacı (*Pistacia lentiscus*) reçineleri, yani “mastik”ler.

Sadece Ege'deki adalarda değil, Arap topraklarında da bulunduğu söyleniyor mastik veya sakız ağacının. Hatta her üç dinin kitabında da, mesela *Kur'an*'ın “Al-i İmran” suresinde bahsi geçen ama tam olarak hangi koordinatta olduğuna bir türlü karar verilemeyen Bakkah Vadisi'nin (karıştırmayalım, Lübnan'daki Bekaa Vadisi değil) isminin İbranice “gözyaşı” anlamına gelen *baka* kelimesinden türediği, bahsedilen gözyaşlarının da sakız ağacı çizildiğinde gövdesinden akan reçinesi olduğu söyleniyor. Ancak unutmayalım ki *günnük ağacı* ve *mür* de aynı yöntemle elde ediliyor; bu iki kokulu reçine de gene Arap elleriyle özdeşleşmiş reçineler ve onlar da kendi ağaçlarının gözyaşları bir anlamda. Sakızın çiğnenmesi, Romalılarda da özellikle çocukların çiğnemesiyle popülerleşmiş bir âdet.

Tedavi edici özellikleri nedeniyle Osmanlı döneminde de padişahın canı çektiğinde bu kıymetli ve baharlı reçineyi çiğneme imtiyazı var. Zaten reçinenin esas kaynağı olan Sakız Adası, Osmanlı İmparatorluğu'nun bir parçası olunca, Cenevizli Jüstiniani Ailesi'nin (*Giustiniani*) tekelinden çıkarılan sakız üretiminin yeni muktedire devriyle beraber iyice (nispeten) yaygınlaşıyor, Osmanlı coğrafyasında ve özellikle sarayda sakız kullanımı.

İmparatorluk her yıl adadan vergi olarak yaklaşık 300 kilo karşılığı sakız topluyor. Vergi nakdî değil aynî oluyor ve bu vergi toplama işine memur edilen muhtereme de "Sakız Emini" deniliyor. Sakız Emini Bey de İstanbul'daki Gümrük Emirliği'ne bağlı olarak faaliyet gösteriyor. Adadaki ağaçlar özel mülkiyet olabiliyor ama ağaçtan sızan sakız Osmanlı'nın. İşliyorsanız, tarlanızın içerdiği ağaç sayısı ve büyüklüğüne göre vergi vermek durumundasınız.

Vergiyi sakız olarak veremiyorsanız, bu eksikliği ancak vergi toplayıcıdan sakız satın alarak (hiç ucuz değil!) telafi edebiliyorsunuz. Bir tekel ürünü durumunda; yani siz bir Osmanlı müteşebbisi olarak adaya dalarak sakız alıp satamıyorsunuz, o işi sadece devlet yapabiliyor, dolayısıyla fiyatı da devlet belirliyor. Aksi halde ceza var. Ada (Mastaki) mahsulü sakızdan yeniçeri Mahmut'a sattığı öğrenilen Yorgi oğlu Yanni isimli bir uyanık, 1567 yılında kürek cezasına çarptırılıyor mesela. Bu kadar eza cefa tabii sadece lezzet unsuru olması veya çiğnenmesinden sebep değil.

Roma'dan beri ilaç olarak kullanılan bir malzemedен bahsediyoruz sonuçta ve pek çok alanda ihtiyaç duyuluyor sakıza. Bunları dışarıda bırakarak lezzet bileşeni olması konusuna gelsek dahi illa çiğneniyor diye bir kural yok sakızla ilgili. Hepimizin bildiği gibi o nefis kokusu ve özellikle aromasıyla mutfığa da giriyor ve sütlü tatlıların, çevirmenin (*lobuk*), dondurmanın, rakının vesair gıda maddesinin içinde bol bol yer buluyor kendisine.

Sakız Adası Katliamı

Ulusal kurtuluş savaşlarının ayyuka çıktığı 1800'lü yılların başında, Yunanların bağımsızlık mücadeleleri sırasında, Sakız Adası'nda yaşayan Rumların Sisamlı ırkdaşlarına katılarak isyan ettikleri, isyancılara maddi destek sağladıkları iddiaları sonucu Osmanlı'nın bölgeye müdahalesine verilen isimdir.

"Katliam diye isim mi olur?" diye sormayın, ada nüfusunu 120 binden 2 bine indirirsen, oluyor tabii. Söylendiğine göre adalıların bir kısmı gelen askerlerden kaç kaç tepede bir manastıra (Nea Moni) sığınıyor, oraya da tırmanıldığını görünce kendilerini uçurumdan aşağıya bırakıp toplu olarak intihar ediyorlar.

Kayıpların bir kısmı, yani yarısına yakını öldürülüyor, kalanlardan kaçabilenler çevre adalara kaçıyor, kaçamayanlar köle pazarlarına sürülüyorlar. Sadece zaten devlet tekeli olan sakız üretiminin devamını sağlamak için mahdud sayıda insan bırakılıyor geride.

Bizde pek (ya da "hiç" mi desek?) dillendirilmeyen bu olayla ilgili Eugène Delacroix'nın bir tablosu var; Louvre Müzesi'nde sergileniyor.



Eugène Delacroix, *Sakız Adası Katliamı Sahnesi (Scène des Massacres de Scio)*, 1824.

Yer değiştirelim; Amerika yerlilerinde de sakız ağacı yok ama reçinesini çiğnedikleri şeker amı (*Pinus lambertiana*) veya latin ağacı var.

Bu saydıklarımın hepsi binlerce yıla yayılmış âdetler ve anlaşılan o ki tarih içinde ağzımız pek boş durmamış, kim nerede yaşıyorsa, ak ak iğneyecek bir şey bulmuş kendine. Türlü türlü reçine çiğnenerek hem ağız oyalamış, hem kaynağına göre tedavi edici gücüne inanılmış, hem de nefese hoş bir koku vermiş. İyi de biz şimdi bakkaldan marketten kendimize sakız alırken, bu reçineleri mi satın alıyoruz?

Eskiden öyleydi; hatta pek ihtimal vermiyorum ama belki hâlâ bazı bakkallarda o balmumuyla beraber bir iki parça kuru sakız damlası, parlak kâğıda jelatinle sarılmış olarak satılıyordu. Genele baktığımızda tabii ki yok artık böyle bir şey, zira zaman içinde, endüstrileşmeyle beraber, iğnenecek malzemenin de yapayı üretilmiş, tedavi etmesine inanılması falan geride kalarak içine katılan aromayla pazarlanır hale gelmiş. Demem o ki, gidip bir kıızılderiliye “naneli sakız” veya “karpuzlu sakız” falan deseniz, muhtemelen toprağa gömdüğü savaş baltasını kafanıza geçirebilir “Ne saçmalıyorsun be muhterem sen?” diyerekten.

SAKIZ NE ZAMAN ÇİKLET OLUYOR?

Azteklerin ve özellikle Aztek kadınlarının sapodilla ağacının reçinesini bir hamur haline getirerek iğnediklerinden bahsetmiştim. Ağaçtan elde edilen bu çiğnenebilir hamura Aztek dilinde *chicl* (“ikl”) deniyor. Aynı zamanda kauçuğun yerine de kullanılabilen, yani onu ikame edebilen bir malzeme bu *chicl* ve esnek, ama sağlam yapısı sayesinde endüstriyel kullanımda sayısız avantajlara sahip.

Texas’ta Amerikalılar tarafından yenilgiye uğratılan Meksikalı General Antonio Lopez de Santa Anna isimli muhterem, yenilginin ardından kısa bir sürgün dönemi yaşıyor ve bazı yatırımlar yaparak üç otuz para kazanmanın derdine düşüyor. Ta Aztek atalarından kalma bir gelenekle sapodilla ağacının gövdesinden elde

edilen *chicli*'nin de sıkı bir tutkunu ve bol bol çiğniyor. Bir gün gene “Kumarhane işine mi girsem? Acaba üç beş nereden sakal yaparım kendime?” diye New York piyasasını yoklarken, mucit Thomas Adams ile tanışıyor ve ona bu *chicli* denilen malzemeyi gösteriyor. Thomas Adams da, mucit ya, o aralar edinilmesi zor ve pahalı olan kauçuk yerine başka bir şey geliştirmeye kafayı takmış durumda. Hemen generalin önerdiği malzemenin üzerine atlıyor ve beraber bir parti ithalat yapıyorlar Meksika'dan. Gelen elastik malzemeyle Thomas Adams kauçukla neler yapıyorsa onları yapmaya çalışıyor; maskeler, çizme, oyuncak falan üretiyor, hatta kauçuğu hammadde olarak işleyen muhtelif sektörlerdeki fabrikalara, mesela otomobil lastiği imal eden fabrikalara falan hammadde olarak pazarlamaya çalışıyor. Ancak ne yaparsa yapsın, ticari başarısızlıkla sonuçlanıyor hamleleri ve başını elleri arasına alıp “Nasıl girdim ben bu işe ya, kim için?” diye düşünmeye başlıyor.

Bu depresif ânında, hiç alışkanlığı olmamasına rağmen, kendisini *chicli* ile tanıştıran General Antonio Lopez de Santa Anna'nın yaptığı gibi bir parça *chicli* i ağzına atıp çiğnemeye başlıyor. Tabii hoşuna gidiyor muhteremin çak çak çene yormak ve hemen malzemeye ticari bir isim vererek, yani tahmin edebileceğiniz gibi *chiclette* ismini takarak pazarlamaya başlıyor. Daha önceki ticari denemelerindeki başarısızlık bu kez, 1869 yılında tekrar etmiyor ve sapodilla ağacı özütünün bu farklı kullanımı birden şans kapılarını Thomas Adams'ın önünde ardına kadar açıyor. Dolayısıyla bilinen ilk çiklet fabrikasını kurma şansına bu muhterem erişmiş oluyor. Biz de o isimlendirmeden mülhem çiğnenebilir lastiği, aslında markanın ismi olan “çiklet” olarak adlandırıyoruz. Kâğıt mendile “selpak”, traş bıçağına “jilet” demek gibi bir durum yani.

Ancak hemen belirtiyim, o çiklet tatlı falan değil, ayrıca sadece ağacın kendisi gibi kokuyor çiğnendiğinde, başkaca bir aroması yok. Saf çikletin bu başarısından sonra mucit Adams'ın aklına “Yahu ben buna bir koku ekleyeyim, çiğnedikçe damak üzerinden yükselsin, daha cazip olsun!” fikri geliyor ve tutuyor, meyankökünü ilave ediyor *chicli* hamuruna. *Black Jack* olarak isimlendirilen bu

ilk aromalı çiklet daha öncekiler gibi çubuk değil şerit halinde, yani bugünkü örnekleri gibi satılan bir formda piyasaya sürülüyor. Bayağı da popüler oluyor ama bir sorunu var; aroması hemen uçup gidiyor. Yani ağzına at, iki çevir, bir çiğne, üç dolandır... “Hop!” diye kayboluveriyor o güzelim baygın meyankökü aroması.

ADAMS

♦ Pure Chewing Gum ♦



BLACK JACK

ANNETTE KELLERMAN
says: “I certainly do like the flavor of your Adams Black Jack Chewing Gum. Besides, the licorice in it is highly beneficial to the throat.”



AMERICAN CHICLE COMPANY

1907 yılında henüz iki parçalı deniz giysisi, yani bikini ortalarda yokken tek parça kadın mayosu giydiği için “teşhirci” diye tutuklanan Avustralyalı yüzücü, yazar, film, tiyatro ve sahne sanatçısı Annette Kellerman’ı, Adams’a ait Black Jack çikletlerinin reklamında görüyoruz. Meyankökü aromasının sadece lezzetine değinmekle kalmıyor, boğaz sağlığına da faydalı olduğunu söylüyor. Annette Hanım, elbette çok yönlü bir kişilik ama herhangi bir tıp eğitimi almamış; neden “şifa” konusunda kelâm ettiriliyor, anlamak mümkün değil. Siz siz olun, muhtemel rahatsızlıklarınızı tek yetkin merci olan hekimlere danışın.



Adams'ın sindirim kolaylaştırıcı iddialı "Tutti Frutti" çikletleri otomat makinelerinde satılan ilk çikletler olarak tarihe geçtiler. Söz konusu otomatlar New York'taki bir metro istasyonunun içinde yer alıyordu.



Bu sorun, 1880 yılına kadar, ta ki John Colgan isimli bir başka akli-evvel, *chic* hamuruna şeker ve mısır şurubu ilave etmeyi akıl edene kadar çözilemiyor. İlave edilen bu iki malzeme çikletin aromasını görece sabitliyor ve çiğnenirken uzunca bir süre ağızda hangi aroma ile kokulandırılırdıysa o aroma kalmaya başlıyor. Bu muhteremin aroma tercihi de nane yönünde olduğundan, kokusu ağızda kalabilen ilk çiklet de naneli çiklet olarak tarihe geçiyor. Bugün için bile en çok kullanılan aroma hâlâ nane aroması ama meyve aromaları da naneyle yarışır hale gelmek üzereler. Hemen belirtiyim, bizde pek soranı olmamasına rağmen çiklet diyarı Amerika'da tarçın aromalı çiklet de çok fazla revaçta ve nefis kokuyor.



When Making Presents DON'T FORGET A BOX OF COLGAN'S TAFFY TOLU.

The Original and only Genuine "TAFFY TOLU"
PLAIN OR MINT FLAVOR.

APPROVED by physicians as a relief for Indigestion, Heartburn, &c.; by dentists for whitening and preserving the teeth. Lyric artists and public speakers find it invaluable for strengthening and clearing the voice, and thousands quit cigarettes and tobacco by using it as a substitute. The ideal prophylactic—it prevents zymotic diseases by its purifying-antiseptic properties. It makes a healthy mouth and sweet breath. **For Sale by all Druggists, Grocers and Confectioners.**

Aromanın uzun süre duyumsanması konusunda bir ilki başaran Colgan çikletlerinin reklamı. Ürün gene bin derde deva olarak sunuluyor ve satış noktaları sıralanırken ilk sırada eczaneleri görüyoruz.

THE RED BOOK MAGAZINE ADVERTISING SECTION

Those dainty pearl-gray candy-covered tidbits of chewing gum enveloped in the purest of peppermint—Chiclets are at once a chewing gum and a candy Bon-Bon.

Frank H. Ebert & Co. Inc. Philadelphia, U.S.A. and Toronto, Can.

At the Better Kind of Stores in 5¢, 10¢ and 25¢ Packets and in Envelopes at 5¢ the Dozen.

In writing to advertisers % is all advantage to mention THE RED BOOK MAGAZINE.

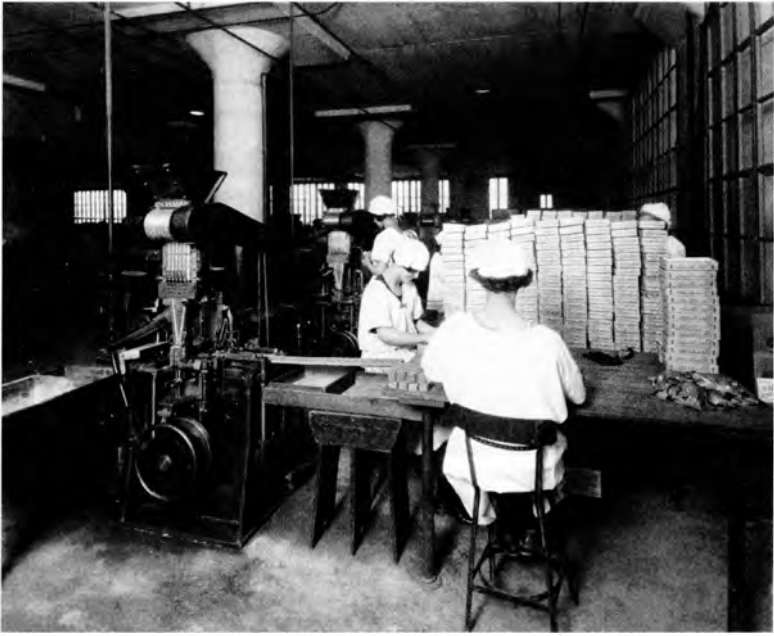
Thomas Adams'ın American Chicle Company'sine ait Chiclets'in 1908 yılından bir reklamı. "En saf naneden bir zarf içinde" diye sunulan ürünün hem çiklet hem de bonbon şeker olarak çift işlevinin belirtilmesi ilginç. Biz bu markayı jenerik olarak değerlendiriyor ve bütün benzer ürünleri "çiklet" olarak isimlendiriyoruz.

Evet, ben size “çiklet” isminin nereden geldiğini anlatmak için açtım bu bahsi ama isim olarak çiklet ilk kez anlattığım şekilde ortaya çıkmış olsa dahi, ticari üretim olarak ilk çiklet üretimi Thomas Adams’inki değil. Hakkını yemeyelim, ondan tam 20 yıl önce, 1848 yılında John B. Curtis isimli muhterem, ladin reçinesini paketleyip çiğnenecek malzeme olarak satmaya başlıyor. İki sene sonra 1850’de gene aynı muhterem, kendi ladin reçinesine rakip olarak daha ucuz maliyetli ve daha yüksek kârlı olan parafin mumunun pazarlaması işine giriyor.

Neyse, kimi doğal halde çiğnenebilir çikleti ilk satışa sunan, kimi onu ilk paketleyen, kimi ilk kez aromalandıran, kimi ilk şekerlendiren falan derken bu minik ama sürekli kullanımda olan malzemenin tarihi devam edip günümüze kadar geliyor. Stresi azalttığından, II. Dünya Savaşı sırasında Amerikan birliklerine bol bol dağıtılıyor ve biraz da bu nedenle eski kıta Avrupa’ya da yayılmaya başlıyor çiklet alışkanlığı. “Yayılr tabii, ucuz eğlence-lik işte millete,” demeyin hemen.

Esasen üç otuz paralık sandığınız çiklet, gerçekte sandığınız kadar ucuz değil, zira satın aldığınız kutuya veya pakete verdiğiniz para, taş çatlasın 28 veya 30 gramına verdiğiniz para. O rakamı önce üçle çarpıp yaklaşık 100 gramının fiyatını bulun, sonra yanına bir sıfır daha ekleyip kilosunun tutarına ulaşın. Kalkan balığının kilo fiyatını geçemeseniz de, muhtemelen oldukça yaklaşmışsınızdır o mertebelere bu hesabı yapınca.

Bugün için ne sakız, ne ladin, ne de sapodilla ağacından yapıyor çikletler. Doğal lastik de ya hiç yok ya da eser miktarda kullanılıyor. Onun yerine laboratuvar ortamında tasarlanmış ve endüstriyel olarak üretilmiş yapay veya sentetik benzerleri kullanılıyor. Yani doğal olarak binlerce yıldır var olan ve ağzımızın kokusunu geçici olarak maskeleyen bu keyifli uğraşın insanlık macerası içinde geldiği yer, hammaddesinin sonunda doğada kendi halinde var olmayan malzemelere evrilmesi olmuş.



Adams'ın fabrikasının paketleme bölümünde çalışan kadın emekçiler.



Eski yerli çikletlerden oluşan bu seçki, çocukluk veya gençliklerini bu markalarla geçirenleri bir geçmiş yolculuğuna çıkarabilir.



Ladin ağacının (spruce) sakızından mamul eski çikletlerden örnekler.



FATMA GİRİK



İçinden çıkan beyzbol oyuncusu kartlarıyla rakiplerine avantaj sağlayan Topps çikletleri, kartları oyun aracı olarak kullanmak, biriktirmek, takas etmek gibi çocuklara çok cazip gelen pek çok geleneğin öncüsü oldu. Markanın ve getirdiği yeniliğin yerli muadillerine örnekler: "Artist" kartı olarak Fatma Girik, futbolcu kartıyla da Zambo'nun Feriköylü Necdet.

Nedir bu malzemeler? Sentetik lastikler elbette ve hatta plastikler. *Butadien-stiren*, *polietilen*, *poliizobutilen* veya *polivinil asetat*, vesaire. Sevgili dostumuz *lesitin* de eksik olmuyor tabii, zira ya o ya da *gliserin monosterat* çikletin tükürükle hemhâl olmasını sağlıyor. Bu malzemeleri endüstri hem daha ucuz ve kârlı olduğu için tercih ediyor, hem de bunların kullanılmasıyla beraber çikletinizin doku, kıvam ve kokusunu daha rahat kontrol edebiliyor.

Bu bölümün neredeyse sonuna gelmişken bir küçük ilginç notla devam edeyim: 1951 yılında *Topps* şirketi, çikletin o dönem için azalmaya yüz tutan popüleritesini canlandırmak için ilginç bir pazarlama hamlesi yapmaya karar veriyor ve çikletin paketinin içine beyzbol oyuncularının resimlerini koyuyor. Elbette çok başarılı ve hâlâ sürmekte olan bir uygulama bu ama sanmayın ki çikletle beraber verilen ilk promosyon oyuncu veya ünlülerin resimlerinin yer aldığı kartlardı. Aynı şirketin, yani yine *Topps* şirketinin beyzbol oyuncularından önce çikletle beraber verdiği promosyon son derece ilginç, zira oyuncu resminden önce çikletle beraber birer adet de sigara veriliyor satışı arttırmak için tüketicilere.

Faideli Bilgi: Saçınıza Çiklet Yapırsanız Ne Yaparsınız?

Dünyanın sonu mudur? Hayır değildir. Hemen mümkün olduğu kadar çikletsiz saç tellerini bir yana ayırıp, kalan çikletli kısmın üzerini yerfıstığı ezmesi ile kaplayın.

Az bekleyip önce bir ovalayın, sonra bir tarakla ve yavaşça tek hamleler halinde tarayıp, her tarama işleminden sonra tarağınızı temizleyin. Çiklet akıp gidecek tarağınıza ve saçınıza kesmekten kurtulacaksınız bu sayede.

Aman dikkat, bu işlemin ardından hemen saçınızı yıkamayı ihmal etmeyin, yoksa fıstık gibi kokarsınız. “Fıstık gibi olmak” başka şey, “fıstık gibi kokmak” başka şeydir, aklınızda olsun.

Beni tanıyanlar bilir, bu öneriyi denememe “teknik olarak” imkân yok. Dolayısıyla başkasından öğrendiğimi satıyorum size; elçiye zeval olmaz.

Son söz, ikleti ne kadar sevseniz de ağızınız açık çiğnemeye hiç yeltenmeyin, kaba karşılanırsınız. Ayrıca ve belki de daha önemlisi, her ortamda çiklet çiğnemenin hoş karşılanmadığını aklınızdan çıkarmayın. Sadece arkanızdan konuşulmakla kalmaz, işinizi bile kaybedebilirsiniz ulu orta çiklet çiğnemek patavatsızlığınız yüzünden. Bu arada, bakmayın burada kinâyeli ve özgürlükçü bir tonlamayla yazdığımı, ciddi bir şey anlatırken karşımda ağız açık cak cak çiklet çiğneyen birini gördüğümde ben de kısa devre yapıyorum.

Nasreddin Hoca'ya sormuşlar: “Hocam tuvalette çiklet çiğnemek caiz midir?” diye. “Caiz olmasına caizdir de, seni gören ne iğnediğinden emin olamayabilir” demiş.

Dadından Yinmez Vallahi!

Tükettiğimiz besine dair yapmak zorunda olduğumuz ve bizim için yaşamsal olan tanımlama eyleminin en önemli unsurunun o yiyecek veya içeceğin kokusu / aroması aracılığıyla oluştuğuna değinmiştim. Kısa bir tekrar yaparak hatırlayalım: Besin tanımlamamız iki aşamalı bir durum ve önce besinin dışarıdan gelen kokulu uyarısını görme duyumuzun da kıymetli yardımlarıyla değerlendiriyor, ardından ikinci aşamaya geçiyoruz. İkinci aşamadaki değerlendirmede besinden açığa çıkan koku, yani aroma, damak üzerinden algılanıyor ve bu güvenlik değerlendirmesini yaparken de görsel değerlendirme seçeneğinin yerine tat duyumuz geçiyor. Her durumda kullanılır olmayan kusma refleksimizi saymazsak neredeyse son güvenlik testimiz olan (“köprüden önce son çıkış”?) ağız içi tanımlama aşamasının iki çok önemli aktörü var: koku ve tat. Temelde, daha anne karnındayken birbirine çok yakın zamanlarda gelişmeye başlayan bu iki kimyasal duyu üzerinden yediğimizi ve içtiğimizi tanımlayabiliyor, güvenilir olduklarına kanaat getirdiğimizde de keyif ve hazza doğru bir yolculuk başlatabiliyoruz.

Koku, öğrenerek geliştirdiğimiz bir duyu ve koku tercihlerimizin yönünü belirleyen birden fazla değişken var. Kişisel geçmiş hikâyemiz, yani bireysel olarak muhtelif kokularla ilk karşılaşma ânındaki duygudurumlarımız, içinde bulunduğumuz toplumun

kültürel kodlarının yönlendirmeleri ve elbette organik yapımız, mesela laktoz intoleranslı bir insan grubundaysak sütlü besin tüketemememiz gibi hallerimiz.

Laktoz İntoleransı: Miktar Önemli

Laktoz kelimesi, adı üstünde, Latince “süt” anlamına gelen *lactis*’ten geliyor. Bu bağlantıdan da anlaşılabilceği üzere süütün içinde *laktoz* adı verilen bir bileşik var. Bu bileşik de aslında şemsiye bir kavram olan şeker ailesinin altında yer buluyor. Uzun lafın kısıası *laktoz*, süütün doğal yapısı içinde yer alan bir şeker.

Laktozun sindirilebilmesi için ince bağırsakta bulunan *laktaz* isimli bir enzime gerek var. Laktaz, laktozu parçalayıp ayrıştırınca oluşan glikoz ve galaktoz vücutta sorunsuz emiliyor. Olay şu ki bebeklikte herkeste olan bu enzim erken çocukluk dönemi sonunda kayboluyor. Daha doğrusu genetik programın aslı böyle. Bu da demek oluyor ki anne süütünü emdikten sonraki yaşlarda başka canlıların süütünü içebilmek, on binlerce yıl önceki atalarımızın yapabildiği bir iş değildi.

Fakat evrimsel süreç içinde işler tam tersine dönmeye başlıyor. Hangi coğrafyada yer alındığına bağlı olarak insanların bir kısmı ileri yaşlarda da *laktaz* salgılamaya, dolayısıyla süüt içebilmeye devam ediyorlar. Bunun kemik yapısı ile ilgili bir evrimsel dönüşüm olduğu yolunda tezler var; konu hâlâ tartışılıyor. Dile hâkim olan da dünyaya hâkim olduğundan, sıradışı olan yeni normal olurken eski normal de *intolerans* adını alıveriyor.

Peki, *laktaz* yokluğunda neler oluyor? O zaman ince bağırsakta parçalanamayan *laktoz* kalın bağırsağa geçip metan veya hidrojen gibi muhtelif gazları oluşturacak şekilde fermente oluyor. Eğer miktar azsa, mukoza bu gazları emebiliyor ya da bakteriler bir kısmını kullanabiliyorlar ve bir rahatsızlık yaşanmıyor. Ama eğer miktar fazlaysa, yapacak fazla bir şey yok. Gaz, kramp, ishal gibi dertler baş göstermeye başlıyor.

Türkiye’de laktoz intoleranslı nüfusun toplama oranı yüzde 18 olarak telif ediliyor; dünyada ise bu rakam yüzde 65-70 civarında. Asya’nın güney ve doğusu, Afrika’nın batısı, yüzde 90 civarında oranlarla başı çekiyor bu konuda. En düşük oran, bir başka deyişle en yüksek miktarda süüt tüketebilme kapasitesi ise yüzde 4 intoleransla kuzey Avrupa ülkelerinde.

Tat duyumuz ise kokudan farklı olarak önceden tanımlanmış birtakım tepkilerle hayatımıza dâhil oluyor. Kategorik olarak hepimiz tatlı besin maddelerine olumlu yaklaşıyoruz. Yeni doğduğumuzda bize içinde eser miktarda şeker barındıran bir sıvı verildiğinde yüz ifademiz değişiyor, o değişen ifadeyle de çevremize huzurlu ve tatmin olmuş diye tanımlanabilecek bir mesaj veriyoruz.

Bu gözlenebilir yüz ifadelerimiz aracılığıyla verdiğimiz mesajlar evrimsel süreçte önemli, zira yakın çevremiz gözledikleri ifadeleri birer uyarı veya ön kabul olarak yorumluyorlar. Bizim yüzümüzü buruşturduğumuz bir besin hemen yakınımızdaki hemcinsimizde benzer bir durum yaşayabileceği endişesinin oluşmasına sebep olarak, onu o besinden uzaklaştırıyor veya tam tersi, şekerli suyla rahatlatmış yüz ifadesi yakınımızdakinin Amerika'yı yeniden keşfetmeye kalkışmayarak kendi kişisel güvenlik çemberini gevşetmesini sağlıyor.

Bitter acılıkta bir gıda maddesi yediğimizde verdiğimiz yüz tepkileri, “duygusal savunmamız” olarak da tanımlayabileceğimiz iğrenmenin, daha doğrusu iğrendiğimiz zaman verdiğimiz yüz tepkilerinin aynısı. İleride kendisinden ismen epey bahsedeceğimiz Prof. Paul Rozin’e göre acıya verdiğimiz tepki iğrenme duyumuzun da duysal kökenini oluşturuyor. Hatta İngilizce’de bu tip yüz ifadeleri “bitter face”, yani “acı surat” olarak isimlendiriliyorlar. Neden mi? Çünkü o yüz ifadesi aslında bizi dışarıya kapatıyor. Üst dudak çekiliyor, burun tıkanıyor, gözler kısıyor. Bütün bunlar merkezî sinir sistemimizin “dışarı”nın “içeriye” gelmesine karşı aldığı önlemler arasında sayılıyor ve dışarıdan gözlemlenebiliyorlar.

Antiparantez, sosyal ortamda veya daha daraltarak söyleyeyim, bizden başka en az bir kişinin daha mevcut olduğu ortamlarda kokulara verdiğimiz ve yüzümüzde de gözlemlenebilen tepkilerdeki abartılı hal asla tek başımızayken verdiğimiz tepkilerde mevcut olmuyor. Neden? Eh, kokuyla gelen uyarıyı zaten almışız kardeşim; etrafta da bu konuda sessizce ikaz edecek kimse yoksa ne uğraşacağız allasen? (Umarım yalnızken “kötü” bir koku duyumsadığınızda bu yazdığım aklınıza gelir ve kendinizi bir gözlemlemeye çalışırsınız.)

Bütün bu lafları şeker yüzünden ettik. Peki, şekerli şeylere doğuştan olumlu tepki vermemiz neden? Şekeri doğuştan sevmemizin nedeni, elbette şekerli yiyecekler endüstrisine olan sempati-mizden kaynaklanmıyor. Şekerli besin, buzul sonrası dönemlerde kolayca ulaşılamayan karbonhidratları da içerdiğinden, bulunca yiyebildiğimiz kadar yiyoruz. Geçmişe dönüp baktığımızda, Paleolitik dönemde şekerden hoşlanmayan bir akrabamız olsaydı maalesef yaşamsal enerjiyi edinemeyeceğini, uzun dönemde de hayatta kalamayacağını ve üreyemeyeceğini, dolayısıyla akrabamız olmaktan bile çıkarak bizim varlığımızı yokluğa çevirebileceğini varsayabiliriz. Veya şöyle söyleyeyim, şekere ulaşabilen şanslı akrabamız hayatta kalarak genetik aktarım yapabilme şansına sahip olabiliyordu ki, o aktarımın sonucu olarak bizler binlerce yıl sonra bu halimizle var olabiliyoruz. Çünkü şeker sadece enerji vermiyor, aynı zamanda yağ depolamamıza da imkân sağlıyor.

Yani şekeri bünyemize dâhil etmemizle beraber organizmamız o an ihtiyacı olan enerjiyi hemen harcayıp kalanını da yağ olarak depoluyor. Yukarıda bahsettiğim “yağ depolama” bahsini okuyunca hemen aklınızdan “Yağın da fazlası sağlıksız ama yaa,” diye bir cümle geçirmeyin lütfen. Bahsettiğim gibi yiyeceğe tesadüfi olarak ulaşılabilen ve öğünlerin gün içine değil, belki de haftalara yayılarak muallaklaştığı dönemlerde, yoksunluk zamanlarında kullanabilmek amacıyla vücutta yağ depolamak bir risk değil, bilakis büyük avantaj. Ancak bugün o gün olmadığı için şimdiki zamanda fazla şeker tüketmekle kilo almak arasındaki ilişkiyi de kolayca kurabiliyoruz. Keza, şeker yemek bizi yoktan yere diyabet hastası yapmıyor ama eğer genetik hikâyemizde diyabet sorunu varsa vücudumuz karbonhidratları işleyemeyip kanımızdaki şeker seviyesini yükseltebiliyor.

Sevgili okur, şunu unutmayalım, “şeker” de kullandığımız pek çok kavram gibi şemsiye bir kavram ve kaynağına göre galaktoz, laktoz, maltoz, fruktoz, glikoz, hatta son ikisinin birleşmesi halinde de sukroz gibi daha karmaşık ve gene “şeker” sayılan malzemeden oluşabiliyor. Bugün şekerin ve fazlasının yol açtığı bin türlü

sorun, aslında kolay ulaşılabilen ve büyük miktarlarda tüketilebilen bu malzemenin hızla artan tüketim miktarına vücudumuzun biyolojik olarak uyum sağlayamamasından kaynaklanıyor. Evrimsel uyum adımlarını atabilmek bir insan ömründen çok daha fazla zaman gerektiriyor.

Bırakın bünyemizin kendi denge değerlerini değiştirebilmesi gibi büyük bir uyumsal adımı, yaşamımızda fark bile edemeyeceğimiz ufak değişimler dahi binlerce yıldan önce gerçekleşmiyor. Dolayısıyla büyük akrabamız, saygıdeğer ve muhterem atamız çok nadir erişebildiği şekerli besini bulduğunda üzerine atlıyor ama onun dönem koşulları içinde yiyebildikçe yenilen bu besin o dönem için vücuttaki dengeyi bozmuyor. Zaten bir söylenti, o zamanlarda bal dışında yenilen şekerli besinlerin en fazla bir havucun tatlı olabildiği kadar tatlı olabildiği yönünde. Yani “aşırı” gibi görünse de aslen aşırı tüketim söz konusu değil, ta ki düzenli tarımla nişastalı besinleri kontrollü olarak üretebildiğimiz aşamaya ve binlerce yıl sonraki devamında şekerini sadece şeker olarak üretebildiğimiz dönemlere kadar.

GLİSEMİK ENDEKS

Glisemik endeksi düşük gıdalar tokluk süremizi uzatırken yüksek gıdalar kandaki insülin miktarını arttırıyor, kan şekerinin hızla düşmesine neden oluyor ve tok olmamıza rağmen hızla acıkıyoruz. Bu, bir yandan yukarıda bahsettiğim gibi yükselen kan şekerinin vücutta depolanmasıyla beraber yağlanmaya (kilo almak), bir yandan da denge kurmak isteyen pankreasın aşırı bir çalışma temposuyla insülin üretmesine yol açıyor. Sonuç? Kan şekerindeki bu ani değişiklikler zaman içinde genetik yatkınlığı olan kişilerde diyabetik rahatsızlıkların ortaya çıkmasına, yüksek tansiyona ve damar sertliğine yol açıyor.

Hep de yermeyelim; şeker tüketimi dopamin salgısını arttırarak bizi keyifli bir duygudurum içine sokuyor ki, az önce bahsettiğim gözlenebilir mesajı veren yüz ifadesi değişimine imkân veren de bu keyif hali.

Tatlı/şekerli duyuşal uyanarlardan çok bahsettik, peki ya tuzlu uyanılar? Tuza da şeker kadar güçlü olmasa da olumlu bakıyoruz bebek halimizde, çünkü tuz insan için en önemli maddelerden biri, hatta çoğu zaman sınırları belirsiz o “baharat” kavramının içine dahi dâhil ediliyor. Büyük akrabamız avlandığında veya hayvanın taze ölüşünden bir parçasını yeme ayrıcalığına eriştiğinde, eti daha tuzlu gelen hayvanların yollarını takip ediyor, kendisi için yaşam alanlarını ete tuz veren kaynakların yakınlarında yoğunlaştırıyor. Her ne kadar Paleolitik dedemizin yaşamı boyunca tükettiği tuz miktarı onu takip eden nesillerle mukayese edilemeyecek kadar düşük ölçülerdeyse de, bu miktarın onun torunu olan Neolitik ninemiz zamanında değiştiğini görüyoruz. Tuzun ilaç vesair kullanımını dışarıda bırakarak sadece vücuda ithal edilen bir besin olarak değerlendirdiğimizde Neolitik ninemizin döneminde düzenli tarım emarelerinin de ortaya çıkmasıyla beraber tuza ihtiyacın ve dolayısıyla ilginin arttığını söyleyebiliriz. Peki, sadece avcılıkla beslenen ve zaten düşük olan tuz ihtiyaçlarını et ve kandan sağlayan insan gruplarına oranla tarım ürünleriyle beslenenler için tuz neden önemli? Veya dede-nine ayırmadan, e-devletten soyağacına girmeden soralım: Genel anlamda tuz ne işimize yarıyor?



Koshima
Adası plajında
bir Makak
maymunu,
elindeki
patatesi tuzla
çeşnilendiriyor.

Maymunlar ve Tuzlu Patates

1948 yılında Imanshi, Kawamura ve Itani isimli üç Japon biliminsanı atlar üzerine gözlem çalışması yaparken, Koshima Adası'nda davranışları ilgilerini çeken Makak maymunlarını (*Macaca fuscata*) da incelemeye başlıyorlar. Hatta maymunlara besledikleri sempati, onları isimlendirmelerine kadar varıyor.

Muhteremler, maymunlara tatlı patatesler veriyorlar. Maymun kolonisi- nin bir üyesi, Imo, patatesini suya daldırıp yıkıyor. Yıkamış patatesi yedikten sonra da bir daha asla kumlu patates tercih etmiyor, hep yıkayarak yemeye başlıyor. Koloninin diğer üyeleri de yavaş yavaş İmo'yu taklit ediyorlar. Daha sonra gene aynı maymunlar, yıkama işlemini tuzlu suda, yani denizde yapmaya, hatta yıkamayı da boş verip, patatesi suya bandıktan sonra kemirmek gibi insanlara özgü diyebileceğimiz çeşnilendirme davranışlarına benzer davranışlar sergiliyorlar.

Bir başka deyişle, patatesi tuza banıp yiyor, bunu da bir kere yaptıktan sonra hiç geri dönüp tuzsuzunun yüzüne bakmıyorlar.

İlginç olan şu ki olay tuzlu gıdanın tadının hoşlarına gitmesiyle sınırlı kalmıyor; aylar ve yıllar geçtikçe yeni doğan maymunlarla beraber artık kolonide yaşayan, koloniyle irtibatı olan veya deneyi yapmış biliminsanlarıyla uzun süreli etkileşime giren (yani öğrenen) diğer maymunlar da patates yerken aynı hareketi yapmaya başlıyor. Deney, maymunlara buğday atılması, onların da buğdayı atıldığı yerdeki kumu eleyerek yemeleri ve gene hem bütün koloniye yayılan hem de kuşaktan kuşağa aktarılan bir davranış haline getirmeleriyle sürüyor.

Bu deney, kültürel aktarımın insanlar dışındaki canlılarda da olup olamayacağı tartışmalarını beraberinde getiriyor.

Ha, bir de *Yüz Birinci Maymun* hikâyesi var. Hiçbir zaman bilimsel olarak kanıtlanamamış ama son zamanlarda bol bol at koşturacak boş alan bulan sözdebilimcilerin pek sevdiği bir iddia bu.

Buna göre, bahsedilen davranışı gösteren maymunların sayısı yüz gibi kritik bir sayıyı geçtiğinde, türün kolektif bilinci devreye giriyor ve birbirini görmemiş maymunlar dahi aynı davranışları sergilemeye başlıyorlar. Tabii buna inanan kimse de gidip Koshima Adası'nda acaba gerçekten yüz adet maymun var mıydı, Japon araştırmacılar kaç maymunun kaydını düşmüşlerdi diye bakmıyor.

Bu iddia ve buna inanılması, şehir efsanelerinin nasıl oluştuğuna dair sosyolojik tezlere konu olmakla kalmayıp, bir sürü kitaba da içerik oluyor.

İnsanın sağlıklı yaşaması ve hayatını sürdürebilmesi, dolayısıyla genetik mirasını aktaracak şekilde üreyebilmesi için tuza gereksinimi var. Tuz, hücre dışı sıvılarımızın önemli bir bileşeni; daimi ikametgâhı ise kanımız ve lenf salgılarımız. Kalp ve damar sağlığımız açısından baktığımızda bu sıvıların hacmindeki belirleyici etmenlerden biri, gündelik hayatta şemsiye bir kavram olarak “tuz” diye isimlendirdiğimiz, aslen bir elementler bileşimi olan minerallerin içindeki sodyum. Sıvı dengemiz ve kalp-damar işlevlerimizin yanı sıra sinir sistemimiz için önemli aktörler arasında da gene “tuz” olarak adlandırdığımız maddenin bileşenlerinden sodyum ve klorür iyonları yer alıyor.

Buralardan başlayarak sindirim sistemimize kadar uzanan pek çok yaşamsal işlevi tuz sayesinde yerine getiriyor vücudumuz. Yokluğu yaşamımızın önünde bir engel, ancak elbette fazla tüketilmesi, tıpkı şekerin fazla tüketimi gibi dengeleri tehlikeli ve uyumlu olmadığımız şekilde değiştirerek pek çok soruna sebep olabiliyor. Eh, bu kadar yaşamsal bir maddeye genetik bir yatkınlığımızın veya ön kabulümüzün olmasını doğal karşılayacağınızı umuyorum.

Bu saydığım sebeplerden, tatlı ve tuzlu duyuşsal uyarılar için baştan ve neredeyse koşulsuz kabul mevcut olsa bile diğer tat kulvarlarımızın hepsinde, mesela ekşi ve acı tat uyaranlarında aynı durum söz konusu değil. Yeni doğmuş bir bebeğe içinde limon suyu veya acı su içirdiğimizde dudaklarını büzüyor, yüzünü asıyor ve memnuniyetsizliğini gözlenebilir hale getiriyor. Ancak seyrelme oranıyla oynadığımızda yüz ifadelerinin de olumlu yönde değiştiğini görebiliyoruz. Yani bu tip besinler seyrelmiş halde daha kabullenilebilir, yoğunlaştırıldıklarında ise daha reddedilebilir hale geliyorlar. Çevremizde limonun suyunu yemeğe sıkınların sayısının limonu olduğu gibi dilim dilim yemeye tercih edenlerin sayısından ne kadar fazla olduğunu düşünürsek bu seyrelme değişkeninin tercihlerimizdeki önemi hakkında bir fikir sahibi olabiliriz sanıyorum.

Hele ekşiyi bir tarafa koyarsak, acının (acı derken *yakıcı* değil kinin veya greyfurt acısı gibi acıdan, yani *bitter*'den bahsediyorum) hali, tam evlere şenlik! Acı besin, eğer tercihimize dair kültürel bir değişim sağlanmadıysa, yani eğer zaman içinde sosyal olarak güvenilirliğine kanaat getirip sevmesini öğrenmediyse, bizim için neredeyse “zehir”le eş anlamda. Bu da kafadan acıyı “reddetmek” demek oluyor. Ancak çok da korkmamak lazım, zira öğrenerek acıları sevebiliyoruz. Sevemesek pek çok sebze yiyecek, hatta daha da felaketi, hayatta tükettiğimiz en acı besin bileşenlerinden birisi olan kafein içeren gıdaları tüketemezdik. Evet, doğru anladınız: eğer sevmesini öğrenmeseydik kahve ve çay dahi içemezdik ve evet, hepimiz bir noktadan sonra “acıların çocuğu” oluyoruz. Antrparantez, hepimizin tat duyarlılığı birbirinden farklı. Bunu dememden sebep, kendini iyi niyetle zorlamasına rağmen Brüksel lahanasını bir türlü sevmeyenleri acı tat duyarlılığı fazla kişiler olarak düşünebilirsiniz.

Aslında belki de farkında olmadan bu zehir değerlendirmesini çokça yapıyoruz gündelik hayatımızda. Keyifli bir içim bekleyerek kahve demlemeye niyetlendiğimizde, olur a, yanlışlıkla kahvesini fazla kaçırırsak yüzümüzü buruşturarak yaptığımız “zehir gibi acı olmuş” tanımlaması mesela, bu değerlendirmelere bir örnek. Sırf acının zehir çağrıştırması halinin zehirin fark edilerek görevini yerine getirmesini engelleyeceği korkusuyla tarih boyunca pek çok zehirin tatlı besinlerle birleştirilerek bir silah olarak kullanımı da zaten bu yüzden. Bu duruma örnek olarak 1774 yılında zehirlenerek öldürülen Papa Clement XIV'ün muhtemel ölüm sebepleri arasında sıcak çikolatasına zehir katılmasının da sayıldığını hatırlatmak isterim. Bu zehirlenme vakası hakkında şimdilik sadece bu kadarını söylemekle yetiniyorum, çünkü bu konuyu ilerleyen bölümlerin birinde ayrıca etkileriyle birlikte ele alacağım.

Besinleri sevmeyi öğrendiğimiz gibi elbette sevmemeyi de öğrenebiliyoruz. Bir yiyecek veya içeceği tükettikten sonra hoş olmayan şeyler yaşadıysak, midemiz yandıysa, bulandıysa, ateşlendiyse, kısaca huzursuz, hatta hasta olduysak, o besinin yanına tek-

rar yaklaşmıyoruz. Rahatsızlığımızın sebebinin özellikle o besin olmadığını öğrensek bile, nâfile, bir itki hali yapışıyor üzerimize.

Besin ve rahatsızlık arasında oluşturduğumuz güçlü olumsuz bağlantıdan sebep duygularımız mantığımıza üstün geliyor ve aynı besini tekrar tüketmeye uzak duruyoruz. Bu duruma da psikolojide *Béarnaise Sendromu* veya *Béarnaise Sosu Sendromu* deniliyor. Biliyorum, “Béarnaise ne alaka?” diye düşünüyorsunuz, anlatayım.

Sendroma ismi takan Martin Seligman isimli bir psikolog. Martin Bey bir akşam Béarnaise soslu bifteğini keyifle yedikten sonra fena halde rahatsızlanıyor. İki üç gün boyunca ayıptır söylemesi, alttan üstten gidiyor, bítap düşüyor ama sonrasında yavaşça toparlanıyor. Allah’tan çok ciddi değil bu olay, hafta geçtikten sonra kötü bir anı olarak kalacak şekilde hayatına devam edebiliyor. Çok sonraları yaşadığı sorunun sebebinin yemek zehirlenmesi değil, çalıştığı ortamdan, muhtemelen içecek veya atıştırmalık meyvelerden falan bulaşan bakteri veya virüslerin yol açtığı rahatsızlık (*gastroenteritis*) olduğunu öğrenmesine rağmen yaklaşık on yıl boyunca bir daha Béarnaise sosun yanına yaklaşamıyor.

Sosun hiçbir kabahati yok ama görüntüsü, kokusu, yani duyuşsal uyaranlarıyla Martin Bey’e hastalıklı dönemini hatırlatıyor. Tahmin edebileceğiniz üzere burada önemli olan hastalığın sebebi değil, hastalığın *ilişkilendirildiği* şey oluyor. Konunun üzerine giden evrimsel biyologlar ve psikologlar, tüketildiğinde rahatsızlık oluşan bir besinin tekrar tüketimi konusunda çekince yaratmasını, rahatsızlığın gerçek sebebi olsun veya olmasın zehirlenme riskinin en aza indirilme çabasına bağlıyorlar.

Bu itki hali hayatın pek çok alanında karşımıza çıkabiliyor. Misal, kemoterapi gören hastaların ileride o pek keyifli olmayan süreç boyunca tükettikleri besinlere ilişkin olumsuz tercih geliştirmeleri de bu yüzden. Ancak doğa sadece insandan ibaret değil ve bu ilişkilendirme durumunu kendi yararına kullanan canlılar da mevcut elbette. Bazı kelebek türleri mesela, kuşların yemediği bir kısım acı çiçeği yiyerek olumsuz ilişkilendirme prensibini bir

avantaja çeviriyor ve bu sayede kendilerini kuşlara yem olmaktan kurtarabiliyorlar.

Béarnaise Sos IV. Henry

Efendim, sosun mucidi Jean-Louis Françoise-Collinet isimli bir şef. Jean-Louis Bey'in, Paris'in biraz dışında, hani şu 1970 yılında Paris FC ile birleşip PSG'yi doğuran Stade Saint Germain futbol takımının çıktığı yer olan Saint-Germain-en-Laye kasabasında kendine ait bir restoranı var.

Bu restoran da 1553 ila 1610 yılları arasında yaşamış aşırı gurme bir tip olan Kral IV. Henry'nin (III. Mehmet'ten kapitülasyonları koparan kral) eski ikametgâhlarından olan bir binada yer alıyor. Bundan sebep *Le Pavillon Henry IV* ismini taşıyor zaten, üstelik hâlâ bu isimle faaliyette.

Şefimiz meraklı ve mucit bir tip. *Deep frying* denilen yağda kızartma tekniklerini geliştiren, hatta bugünkü kızarmış patatesin atası sayılabilecek ve patateslerin ara verilip soğutularak iki kez kızartılmasıyla yapılan patates suflesini (*pommes soufflées*) icat eden mesela, gene bu Jean-Louis Bey.

Béarnaise sos, sade yağın yumurta sarısı ve beyaz sirke / beyaz şarapla homojen şekilde karıştırılıp çektilirdikten sonra içine arpacak soğanı, maydanoz, biber ve tarhun gibi aromatik bitkilerin ilavesiyle yapılıyor. Hoş, farklı hazırlama metodları var ki, bazıları kısa yoldan başka sosların (Hollandaise) dejenere edilmesini bile önerebiliyor.

Sosun isminin "béarnaise" olmasının sebebi ise restoranın eski halinde orayı konut olarak kullanan IV. Henry'nin Béarn doğumlu olması ve 1830'lu yıllarda bu sosu formüle eden şefimizin bir şıklık yaparak merhum hükümdara atıfta bulunmak istemesi.

"Sevmeyi öğrenmek" dediğimizde de aslında bu anlattığım prensibin ters yönde çalışmasından bahsediyoruz. Acı geldiği için başta reddettiğimiz kahvenin içindeki kafeinin canlandırıcı etkisini bir kez deneyimledik mi onunla ilgili olumsuz yönelimimizi terk ediyor, hatta tadından bağımsız olarak salt dışarıdan kokusunu (*ortonaza!*) duymamız halinde bile canlanma yönünde bir davranış biçimi geliştirebiliyoruz.

Yosun Yemek İsteyenlere: Kombu

Doğu Asya'da çok tüketilen bir yosun çeşidinin ismi, kombu. Pek çok farklı Asya mutfağında muhtelif isimlerde, yerel beslenme kültürüne paralel olarak farklı farklı kullanımları mevcut. Bu farklı kullanımlar içinde mesela Japonya'da, kurutulmuş veya turşu yapılmış halinin tüketilmesi de var.

Bize konu olmasının sebebi ise *dashi* isimli et suyunun vazgeçilmez malzemesi olması. Aslında *dashi*'ye de "et suyu" demek ne kadar doğru, o da tartışılır, zira et denildiğinde genelde kırmızı et anlaşılıyor bizde. Oysa *dashi* pekâlâ balıktan da yapılabilir, hatta vegan veya vejetaryenler için mantarla yapılanları da mevcut. Keza et veya balıktan yapıp başka yemeklerin tariflerinde temel girdi olarak kullanılabilirken, olduğu gibi ya da azıcık soya fasulyesi salçası katılarak çorba olarak da içilebiliyor.

Kombu'da yoğun glutamat mevcut. Bu da onu umami bombalarından biri haline getiriyor. Bu lezzetin sebebine yönelik merak da Kikunae Bey'in yeni bir tat kulvarı olan umami'yi keşfetmesine neden oluyor.



Kombu;
yenilebilir
yosunlar.



Çayın fermente edilmesiyle yapılan ve son zamanlarda çok moda olan *kombucha*, üst yüzeyindeki oluşum, mantara benzetildiği için "Mantar Çayı" diye de biliniyor.

Japonya'da kombu'dan infüzyon yapıp hafif tuzlanarak içiliyor ve bu içeceğe de *kombucha* deniliyor. Fakat bizde ve Batı dünyasında yapılan *kombucha*'lar gibi çayın (siyah veya yeşil) bakteri ve mayayla fermente edilmesi ile değil, yosunun demlenmesiyle yapılıyor, bahsettiğim *kombucha*.

Dolayısıyla elimizde “kombucha” diye bir isim, ama bu ismi taşıyan biri çay, diğeri infüzyon olmak üzere iki farklı içecek var.



Yosunun sıcak suda infüze edilmesiyle yapılan *kombucha*.

Mantar (özellikle şitake mantarı), domates (olgun), peynir (yoğun olarak parmesan peynirinde) gibi malzemenin içinde doğal olarak deneyimlediğimiz *umami* için tam karşılık veren Türkçe bir kelime yok. Diğer dillerde de genelde “tatlı olmayan iştah açıcı yiyecek” anlamına gelen *savory* gibi kelimelerle ifade ediliyor. Aslında kelimenin kökeni Japonca *umai* (lezzetli) ve *mi* (tat) kelimelerinin bileşiminden oluşuyor. Tarih içinde somut varlığı bilinmeden pek çok besinin lezzetli olması için kullanılmış bir tat bileşeni ve hem ismi hem kâşifi Japon olmasına rağmen neredeyse tüm kültürlerde *umami* barındıran bilindik yiyecekler mevcut. Tek başına tüketildiğinde anlamsız, hatta sevimsiz ama başka aroma vericilerle birarada kullanıldığında o “lezzet” algısına zirve yapıyor *umami*.

Bir diğer örnek olarak et sularını veya et suyuna çorbalari verebilirim *umami* için. Fransız mutfağını Fransız mutfağı yapan, et suları ve onların dâhi uygulayıcısı August Escoffier isimli şef ki, 1890'larda Ritz Otel'in mutfağının kurucusu ve kovulduğu eski işyeri olan Savoy Otel'i'nin bütün kalburüstü müşterilerini buraya

çeken adamdır, *umami*'nin bilincinde olmadan en yaygın Batılı uygulayıcılarından biriydi. Neden? Çünkü yemeklerini et suyu temeli üzerine konumlandırmıştı ve bu et sularını kokulu aromatik bitkilerle biraraya getirip tam bir duyu karmaşası yaratarak şaşkınlık uyandırıcı hedonik bir keyif alınmasını sağlamıştı.

Umami, tam olarak tanımlanamamasına rağmen *tuzlu me-yal* bir lezzet algısına sebep olduğundan yemeklerdeki aşırı tuz kullanımının önüne geçmesiyle de modern zamanların sağlıklı beslenme kaynakları arasında kolayca kendine yer buluyor. Ancak *malum*, insanlar olarak pek çok şeyi abarttığımız gibi *umami*/glutamat kullanımını da abartmışız. Hakkında fazla kullanım halinde sağlıkla ilgili zararları olabileceğine dair tartışmalar halen sürmekte olan glutamatların sentezlenmiş hallerini biyolojik ihtiyaçlarımızı karşılamaktan ziyade haz algımızı tetikleme ve cüzdanımızı hafifletme işlevi gören cips türü bazı “muzır” atıştırmalık malzemenin içine bol bol dâhil etmişiz. Bu endişelerden sebep eskiden glutamat katılan pek çok gıda maddesinin ambalajında artık “MSG içermez” türü yazılar görebiliyoruz.

Buraya kadar okuduklarımızı özetlersek, koku duyumuzla koordineli olarak çalışan tat duyumuz da bizim için yaşamsal önemde. Acılar bizi zehir riski konusunda uyarırken, tuzlular minerallerin varlığına dair ipucu verebiliyor, tatlılar güvence addedilirken, *umami* proteinler konusunda bizleri haberdar ediyor. Bütün bunlar tek başlarına çok işe yaramıyorlar, zira hep söylediğim gibi, bizim bütün deneyimlerimiz çoklu duyu uyaranlarından oluşuyor; yemek ve içmek deneyimlerimiz de sadece tat veya sadece kokudan müteşekkil değil.

Şimdi müsaadeniz olursa şu tat kulvarlarının sayısı meselesine geri dönelim. Bugüne kadar hep tat olarak beş farklı kulvarı kabul ettik: tatlı, tuzlu, acı, ekşi ve *umami*. Peki bu beş kulvar altı, hatta yedi olabilir mi günün birinde? *Umami*'nin ortaya çıkış tarihine bakarsak ve daha yüz yıl öncesinde beş değil dört tat kulvarı tanımladığımızı düşünürsek, elbette olabilir. Ve evet, müjdeyi vereyim: Bugüne kadar beşle sınırlı bildiğimiz tat kulvarlarına iki yeni kardeş daha geliyor.

Çin Restoranı Sendromu

Umami tadını uyaran ve en meşhurları MSG olan glutamat asitleri veya tuzlarının sağlıklı olup olmadığı konusundaki tartışmalar çok uzun süredir gündemi işgal ediyor. Hatta bol kullanıldığı Çin lokantalarına atfen 1968'de Dr. Ho Man Kwok'un *New England Journal of Medicine*'de yayımlanan bir makalesini takiben CRS, yani "Çin Restoranı Sendromu" (*Chinese Restaurant Syndrome*) denilen bir olgu bile çıktı ortaya.

Olay şu ki, bir kısım insan Çin yemekleri yedikten 20 dakika kadar sonra baş ağrısı, yanma, terleme gibi rahatsızlıklar hissediyorlar. Bunun sebebinin de Çin yemeklerinde bolca kullanılan glutamatlar olduğu düşünüyor. Tartışma başlayıp hem endüstriden hem de tüketicilerden zıt tepkiler yoğunlaştınca, bir çözüm bulma gereği çıkıyor ortaya. ABD'de gıda güvenliğinden sorumlu FDA da Deneysel Biyoloji Dernekleri Federasyonu'na ihale ediyor işi.

Onların atadıkları kurul öncelikle önyargılı bir yaklaşıma sebep olduğu için tanımın ismini değiştiriyor ve "Çin Restoranı Sendromu" yerine "MSG Semptom Kompleksi" yapıyor. Çalışmada bir grup sağlıklı insanın yüksek miktarda MSG'ye maruz kalınca olumsuz tepki verebilecekleri rapor ediliyor.

Ancak rapora yol açan deneyde deneklere suya karıştırılmış halde ve katı besinsiz üçer gram MSG verilmiş durumda. Bunun da gerçek hayatta karşılığı yok, zira MSG'yi ne katı gıdasız tüketiyoruz, ne de günlük 0,55 gramın üzerine çıkıyoruz. Raporu bu gözle değerlendiren FDA, MSG'yi "Genel Olarak Sağlıklı" kategorisine alıyor. Aradan 50 yıl geçti ama hâlâ tartışmalar sürüyor, hâlâ Amerikalıların yüzde 40'ı MSG'li gıda tüketmiyorlar.

Fikrimi soracak olursanız; mütereddidim. Bir kere şikâyetler çoğunlukla ABD'den geliyor; yani Çin'de bu bir sorun değil. Deneylerde bazen glutamat sonrası yüzde 35-40 oranında bir rahatsızlık gözlenebiliyor ama aynı kişiler tekrar deneye tabi tutulduklarında bu tepkiler oluşmuyor. Dolayısıyla kesin bir şey söylemek, herkes veya sadece şu insan tipi MSG tükettince rahatsızlıkyaşar demek çok mümkün değil. Beri yandan da şikâyet sayısı oldukça fazla ve hepsi de çevrenin gazına gelmiş olamaz.

Maç ortada görünüyor, ben de dışarıdan MSG ilave edilmiş yiyecekler zaten tercihim olmadığından, idare edip gidiyorum diyebiliriz. Bunu söylememle beraber; tartışmalı veya tartışmasız ayrı konu, içine katıldığı şeyi pek lezzetli yaptığı kesin. Bu nedenle kilo almayla direkt bir ilgisi olduğunu ve elbette bu anlamda bir sağlık sorgulamasının yapılabileceğini söylemek mümkün.

Here's A Promise
**You can become
a better cook
in just one meal !**



Good cook? Of course you are! But it's good cooks who tell us they depend on Accent to make their favorite dishes taste even better! You can prove it to yourself in just one meal. Accent (pure monosodium glutamate) does wonderfully good things to foods...it actually brings out natural flavors you'd never guess were there but it adds no flavor of its own. Try it yourself. Fix your most complimented dish with the added touch of Accent. Use it in meats, poultry, vegetables, gravies, salads. Get the big economy size quarter pound package - at your grocer's. (Also available in one ounce trial size package.)

Accent makes good cooking taste better



1953 yılından bir MSG reklamı. Tüketicinin sağlıklı olup olmadığı hâlâ tartışılan umami uyararı, yani sokak diliyle “Çin tuzu”, bir dönem reklamlar aracılığıyla özendirilen bir üründü.

Eh, onlar gelir de biz boş durur muyuz? Hayır, bir sonraki bölümde de onlara “hoş geldiniz” diyeceğiz elbette. Bu satırlar da onların “beybi şavır”ları olsun o zaman!

Ave Kokumi! Ave Oleogustus!

Meyâneye etsuyu yedirir gibi, arada hatırlatma bahanesiyle falan ufak ufak bazı “lüzumsuz” bilgiyi konunun içine yediriyorum ya, gelin bu usûlü bozmayalım bu bölümde de ve siftah, girişi böyle yapalım.

Bütün duyularımız için geçerli olmak üzere, çokça kullandığımız “duyusal uyarın” tanımındaki “uyarı” kelimesi illa gündelik hayattaki gibi “ikaz etmek” veya daha âmiyâne tabirle “kulağını bükme” anlamında olumsuz bir özellik taşıyor. Duyusal uyarılar olumsuz olabildikleri gibi olumlu anlamlandırmaların da sebebi olabiliyorlar. Dolayısıyla “uyarı”yı fizyolojik veya psikolojik bir tepkiye yol açan enerji olarak tanımlayabiliriz. Bu uyarılar nereye geliyorlar? Tabii ki duyusal reseptörlerimize (almaç). Reseptörlerimiz de uyarının bir formdan diğer bir forma aktarımına aracılık ediyor, ortamda bir kimyasal molekül, ses dalgası, ısı kaynağı veya tenimize yönelik bir temas mevcutsa, bunu hangi formda olursa olsun karşılayarak elektrik enerjisine çeviriyorlar ki kontrol sistemimiz olan beyin bu kaynaklardan gelen sinyalleri anlayabilsin ve ona göre davranış biçimleri geliştirme komutlarını verebilsin.

Şöyle bir modelleme yapmak belki bu söylediklerimi daha anlaşılabilir hale getirebilir: Bir toplantıya gidiyoruz ve ortamda bizim âşına olmadığımız dilleri konuşan insanlar var. Bize eşlik eden gayet yetenekli bir çevirmen de bu insanların söylediklerini bizim anadilimize çeviriyor ki, biz hem o insanların ne söylediklerini anlayabile-

lim, hem de gerekiyorsa uygun cevabı verebilelim. Bu modellemedeki yabancı dilleri duyuşsal uyarılar, çevirmenimizi de reseptörlerimiz olarak düşünebiliriz. Küçük bir egosantriklik yaparak kendimizi de beyin yerine koyduğumuz aşikâr ama, müsaadeniz olursa “özne” olarak konumlanmanın da o kadar cık avantaj ve yüceltmesi olsun.

Tat duyumuz da aynı bu şekilde çalışan bir duyu. Görme, işitme ve dokunma gibi fiziksel uyarılardan farklı olarak kimyasal uyarılara cevap veriyor. Bu uyarıları algılayan özel reseptörler de daha çok dilimiz olmak üzere tüm ağız içimize dağılmış durumda. Her reseptörün kimyasal bir tat uyarınının varlığını saptaması ve beyni bu konuda yönlendirerek olası eylem geliştirmeye teşvik etmesi farklı şekillerde gelişiyor.



Yok Öyle Dil Haritası!

Gerek lezzet ve aroma sektörlerinde çalışan şirketlerin söyleminde, gerekse orta eğitim biyoloji dersi müfredatında bir “dil haritası” geyiğidir gidiyor. Dilin belli bölgeleri sadece belli tatları almış da, bazı bardak veya kadehler de yudumu direkt hedeflenen bölgeye yönlendirip “ilk an algısı”nı güçlü kılarlarmış da...

Efsane, 1901 yılında David P. Hänig isimli bir Alman biliminsanın yaptığı çalışmadan kaynaklanıyor. Hänig, Japon mutfağında da aşına olmadığından, o ara tartışılan *umami*’yi hiç duymamış ve dört tat kulvarına yoğunlaşmış durumda. Yazdığı “Lezzetin Psikofizyolojisi” (“Zur Psychophysik des Geschmackssinnes”) isimli makalede de deneklerinin subjektif ifadelerine itibar ederek her tadın en fazla hissedildiği dil bölgesinden bahsediyor.

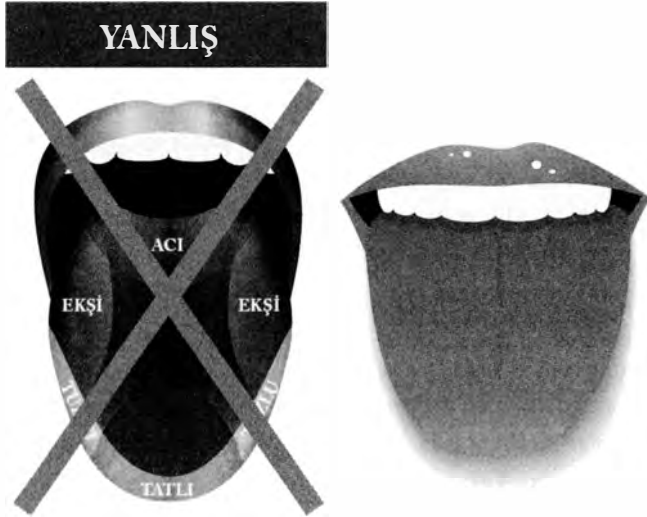
Makalenin yayımının ardından bir kısım muhterem, özellikle de Edwin Boring, gene *umami*’yi dikkate almayarak ve Hänig’e itibar ederek, metindeki “daha fazla” ibaresini atlayıp “sadece” olarak yorumluyorlar. Kırk-elli yıl boyunca da bu iddia, üstelik keskin hatlı haritalara dönüşerek yayılıyor. Sonra ortaya çıkıyor ki, dilin her bölgesi her tadı alabiliyor, sadece bazen bazı bölgelerin duyarlılıktaki yoğunluğu değil, bazı tatları alma eşiği değişebiliyor. Yani internette veya bir kısım matbuatta görebileceğiniz dışarı çıkarılmış dil üzerinde işaretli bölgeler ve o bölgelerin üzerinde yazan, mesela uçta tatlı, arkada acı gibi tanımlar, tamamen hikâye.

Fakat derler ya “Bir deli kuyuya taş atmış, kırk akıllı çıkaramamış” diye, kolaysa gel bu bilgi kirliliğini temizle bakalım!

“Kolaysa” dedim ama aslında kolayı da var. Bir kulak çubuğunu sirkeye batırın. Ağzınızı açıp hiç kapamadan çubuğu dilinizin sadece bir yerine hafifçe dokundurun. Aldığınız tada dikkat edin. Çubuğu çıkarıp ağzınızı çalkalayın; bir parça ekmek veya kraker yiyip su için. Bekleyip aynı işlemi tekrar edin ama bu sefer sirkeli pamuğu dokundurduğunuz alan dilin farklı bir bölgesi olsun. Böyle böyle bütün dili dolaşın.

İsterseniz aynı işlemi şekerli suyla, o da kâfi gelmezse tuzlu suyla falan tekrarlayın.

Ee? Neymiş?



Hâlâ yanlış öğretilmeye devam edilen, meşhur dil haritası. Doğrusu şu: Ağzımızın içinde bulunan her tat tomurcuğu, şu an bildiğimiz beş tadı da algılayabilecek reseptörleri barındırıyor.

Temel tat olarak beş farklı tat kulvarını biliyoruz. Acı, tatlı, ekşi, tuzlu ve *umami*. Bir tat kulvarının varlığından söz edebilmemiz için de o tada özel birtakım gerekler var. Bu bilimsel gerekleri karşılamadığı sürece tada ilişkin söylediklerimiz hurâfe olmanın ötesine geçemiyor. Öncelikle o tada yönelik uyarının kendine özgün bir yapısı olması ve sokaktaki insan tarafından dahi diğer tatlardan ayırtırılabilmesi lazım. Bütün bunların toplamında bizler ağzımıza attığımız yiyecek maddesini işlemeye devam etmekle dışarı tükürmek gibi iki uç değişken arasında davranış biçimleri geliştiriyoruz. Hep söylediğim gibi bu olgu beslenme sürecinin sadece bir zamansal kesitine ve veçhesine işaret ediyor, zira yiyeceğin yerini saptamaktan başlayan bu görece uzun süreç sadece tat duyumuz değil, pek çok duyunun ortak ve eşgüdümlü çalışmasıyla mümkün oluyor.

Evet, olağan hatırlatmalarımızı yaptıktan sonra artık yavaş yavaş konuya girsek fena olmayacak, değil mi? Efendim, *umami*'den kısaca bahsetmiş ve yakın zamana kadar varlığının farkında olmadığımız bu tat kulvarının hayatımıza girmesiyle beraber şu âna kadar bilmediğimiz ama evrimsel süreçte bize yardım etme olasılığını barındıran yeni kulvarların varlığı konusunda kendimize bir soru sormuştuk: Daha fazla sayıda olabilirler mi? Görünen o ki şüphelerimizde haklı çıkıyoruz. İki yeni tat kulvarının daha varlığından söz edilmeye başlandı.

Bir tat kulvarının bilimsel literatüre girmesi hemen gerçekleşmiyor, var demekle var olmuyor. Bilim, doğası gereği şüpheli olmak zorunda. Tat ailemizin son üyesi *umami* ilk kez 1908 yılında Prof. Kikunae Ikeda tarafından telaffuz edilmiş ancak bilim dünyasınca kabulü 1985 yılını bulmuştu. Bugünlerde sadece yöntem olarak *umami*'ye benzeyen bir tartışma, tesadüfen gene Japonya'dan başlıyor. Bu tartışma bilimsel literatüre yeni bir tat üyesinin eklenmesiyle sonuçlanır mı, onu bilemiyoruz. Ancak çalışmaların ciddiyetine ve kapsamına bakarak kuvvetle muhtemel olduğunu söyleyebiliyoruz. Keza tanı ve analiz tekniklerindeki hızlandırıcı gelişmeler de sonuca ulaşmak için *umami*'de olduğu gibi 77 yıl beklemeyeceğimizi gösteriyor.

Antrparantez, bu bekleme sadece kuşkucu özellik taşıyan bilim dünyasında gerçekleşiyor, zira daha *umami*'nin kaynağı olan monosodyum glutamatları (MSG) algılayan özel atanmış reseptörlerinin varlığı henüz kanıtlanamadan 1909 yılında *Ajinomoto* şirketi yoğun olarak MSG üretimine, satışına ve bir ticari başarı hikâyesinin yazımına başlamış durumdaydı. Kısacası, endüstri bilimden yararlanıyor ama her daim çalışmaların sonuçlanmasını beklediğini söylemek mümkün değil.

Ajinomoto ismi konuya yabancı olanlarımıza âşına gelmeyebilir ama bu şirket bir yapay tatlandırıcı olan *aspartam*'da dünya pazarının neredeyse yüzde 40'ını elinde bulunduruyor desem, içtiğimiz zerolu-merolu, yani "şekersiz" ibareli (ama hâlâ tatlı) meşrubatın veya muhtelif "şekersiz sakız"ların küresel tüketim miktarlarıyla birlikte düşündüğümüzde işin cesametini bir nebze daha iyi anlayabiliriz. "Yok kardeşim, ben öyle anlamam. Bana rakam ver," diyenler için de yılda 10 milyar Dolar ciro yapan ve 28.000 kişinin çalıştığı bir şirketten bahsettiğimizi belirtiyim. *Umami* işte, bu şirketten doğuyor.

Burada ilgimizi çeken nokta klasik tatlara ilave yeni tatlarda, yani *umami* ve az sonra üzerine konuşacağımız, ailenin birinci yeni müstakbel üyesinde Japon biliminsanlarının isim ve isimlendirmelerine rastlamamız. Bu durum acaba Japonların toplam lezzet algısı içinde diğer bileşenlerden çok tada ayrı bir önem vermelerinden mi kaynaklanıyor? Toplam lezzet algısının içindeki en önemli bileşen olan koku duyusunun Japon toplumundaki biyolojik konumlandırmasına baktığımızda bu önermemizin doğru olabileceği güçlü bir ihtimal olarak karşımıza çıkıyor. Japonların vücut yapısı bizden farklı. Ter üreten bezelerinin sayısı daha az, üstelik vücutları daha tüysüz. Dolayısıyla ne ter üretimleri, ne de o terin kokmasını sağlayacak bakteriler için uygun üretim alanı büyüklüğü bizlerle eşit. Bu farklılık Japon toplumunu bizden daha kokusuz bir toplum haline getiriyor ve bu kokusuzluk hali de istisnâi haller dışında yiyecek maddelerindeki güçlü kokulara yönelik bir tepki oluşturuyor.

Japon mutfağına baktığımızda en basit örneklerin, yani mesele yeşil çay veya *wasabi*'nin kokudan ziyade tat duyusuna yönelik sinyallerle çalışan, yani kokusal gücü nispeten zayıf besinler olduğunu görüyoruz. Daha kolay anlaşılabilmesi için şöyle bir örnek vereyim: Bol baharlı koyun eti zırh kıymasından imal edilmiş bir köfte ile *sushi*'yi karşılaştırdığımızda, söz konusu iki besinin daha ağız içimize dâhil bile olmadan farklı kuvvetlerde koktuklarını söyleyebiliyoruz. Bir Japon için ilki kabullenmesi zor (belki de “ağır”) bir gıda olurken ikincisi de bizim için deneysel bir besin olmanın ötesine geçemiyor. “Biri et, biri balık ama...” dersanız bu kez aynı karşılaştırmayı mevsiminde bol yağlı lüfer ile gene *sushi* arasında da düşünebilirsiniz. Veya diyelim ki vegansınız ve et üzerinden karşılaştırmaya tepkilisiniz; bu kez koyu demlenmiş siyah çay ile yeşil çayı mukayese ederek koku kuvvetleri arasındaki farkı görebilirsiniz.

Her toplum kendi algısına göre ana beslenme düzenini oluşturuyor. Bu düzenin içinde yiyecek olarak kullanılan malzeme seçkisinden hazırlanma-piştirilme yöntemlerine kadar pek çok farklı bileşen var. Az önce bahsetmiş olduğum saptama da kokudan nispeten uzak duran Japonların toplam lezzet algısı içinde yer alan tat ögesine bizden biraz daha fazla önem vermelerini doğuruyor. *Umami* bu önemsemeden çıktı ortaya, *kokumi* de öyle olacak gibi.

MÜSTAKBEL TAT, VOL.1: *KOKUMI*

Evet, *kokumi* dedim. Nasıl ki *umami* Japonca “lezzetli” ve “tat” kelimelerinden oluşturulmuş bileşik bir tanımsa, *kokumi* de aynı şekilde “zengin” ve “tat” kelimelerinden oluşturulmuş bileşik bir tanım. Japonya’da 1980’lerden beri *kokumi* ile tanımlanmak istenen olgu üzerine düşünülüyor, ancak Batı dünyasının bu düşünme ve araştırma sürecine uyum sağlaması daha yeni yeni gerçekleşiyor.

Nedir peki *kokumi*? Tam karşılığını vermemiz zor. *Umami*’de olduğu gibi yaklaşık bir tanımlama yaparak “ağız dolusu lezzet” veya “lezzette yoğunluk” olarak tarif edebiliriz. Zaten *kokumi*’yi açıklayabilmek için soğan, sarımsak, maya özütü veya deniz tarağının yarattığı duygu dile getiriliyor. Bizim gibi sokaktaki vasat insan için yapılan

bu tanımın, elbette bizim anlayamayacağımız bilimsel bir açıklaması ve karşılığı da var. Bazı gıda maddelerinin doğal yapısı içinde yer alan *gama-glutamil peptid*'lerinin *kokumi*'yi oluşturduğu, bu oluşumun da dil üzerinde atanmış reseptörlerce algılandığı belirtiliyor.

"Yahu neyse ne, yiyelim de gerisini kurcalamayalım" da denemiyor böyle yeni buluşlara. Bunun sebebiyse bu buluşlardan yola çıkılarak yapılan bazı müdahalelerin, bizim için fazla miktarda tüketimi zararlı olan bazı yiyeceklerin ikâmesini mümkün kılması. Dr. Motonaka Kuroda bu konuda çalışan biliminsanlarından biri ve yayımladığı makalede *kokumi*'nin bilinçli kullanımının tüketilecek yağ miktarında azaltmaya yol açabileceğini öne sürüyor. Hatta bunun için bir deney yapıyor ve deneklere, yağı azaltılmış tavuk suyuna çorba içiriyor, az yağlı fıstık ezmesi yediriyor.

Elbette bu besinlerin bir kısmına *kokumi*'yi tetikleyecek madde (gama-glutamil peptidleri) eklenmiş durumda. Deneyin sonucunda denekler tarafından *kokumi* uyarılarının mevcut olduğu tavuk suyuna çorba ve fıstık ezmesinin daha lezzetli, daha "dolu dolu" bir his uyandırdığı, hatta yudum veya lokma yutulduktan sonra ağızda kalan tadın da (*aftertaste*) daha lezzetli olarak yorumlandığı ortaya çıkıyor. İlginç bir not olarak Dr. Motonaka Kuroda'nın *umami* tadı algısına dönük bir katkı olan MSG sayesinde, tabir caizse, köşeyi dönen Ajinomoto şirketine bağlı olarak çalıştığını da belirtelim.

Umami'nin uyararı olan MSG'nin besinlerde tuzu görece ikame ederek kullanımını azaltması gibi *kokumi*'yle de yağ ve/ya şeker tüketiminin azaltılması, ancak gene de aynı veya daha güçlü seviyede lezzet algısına ulaşımın sağlanması amaçlanıyor. Bilim dünyasının *kokumi*'yi tat ailesine kabul etmesi için daha vakit var, zira bu konuda hâlâ karşıt görüşler çarpışıyor. *Kokumi*'nin aslında *umami*'nin bir uzantısı olduğunu dile getirenler, mevcut lezzetin altını çizerek belirginleştirmenin ötesinde bir etki yaratmadığı, bu nedenle ayrı bir tat olarak kabul edilmemesi gerektiğini söyleyenler de mevcut. Karşıt görüşler öne sürülse de dikkati çeken nokta; artık varlığının inkâr edilemediği. Bu tartışmanın sonucu ne olacak, hep beraber göreceğiz.

MÜSTAKBEL TAT, VOL.2: *OLEOGUSTUS*

Hep beraber sonucunu görmeyi beklediğimiz bir başka tat tartışması daha var: *Oleogustus*. *Oleogustus*'la ilgili çalışmalar Batı'da yapılıyor, isimlendirme de bu nedenle Latince kökenli “yağ” ve “tat” kelimelerinin bileşiminden oluşuyor. Lüzumsuz bir bilgi olması bâbında şunu söyleyebilirim ki bu tip isimlendirmelerde yetkili bir otorite yok. Yani internette alan adı alır gibi gidip isimleri bir kurumdan alamıyor veya bulduğunuz ismi onaylatamıyorsunuz. Dolayısıyla ilke olarak gerçeğe yakın bir çağrışım yapmasını sağlamak veya konu üzerine ilk kafa yoranı onurlandırmak amacını taşıyan, ancak ağırlıkla isimlendirenin yaratıcılığına kalmış bir durum, diyebiliriz.



Purdue Üniversitesi Beslenme Davranışları Araştırma Laboratuvarı'nda bir çalışma sırasında. Üniversite, Amerikan İç Savaşı sırasında kuzeylilerin ordusunun kuru gıda ihtiyacını karşılayarak zengin olan tüccar John Purdue'nün nakit ve arazi bağışlarıyla 1869 yılında kuruldu. Halen birden fazla eğitim birimini ve kampüsü içeren bir “üniversite sistemi” olarak ABD'nin en saygın (ve kalabalık) eğitim kurumları arasında yer alıyor.

Temmuz 2015'te Purdue Üniversitesi'nden Cordelia Running, Bruce Craig ve Richard Mattes tarafından yapılan, ABD Tarım Bakanlığı tarafından fonlanan ve hakemli akademik dergi *Chemical Senses*'ta yayımlanan bir çalışmada yağın ağızda bıraktığı tat, gözlenebilir uyarılar olan doku ve koku kapsam dışında bırakılarak inceleniyor. Çalışmaya katılanlar bu iki öge devre dışı kalmasına rağmen yağ eklenmiş ve eklenmemiş gıda arasındaki farkı net olarak ayırtabiliyorlar. Ancak diğer tatlardan farklı olarak tek başına tüketildiğinde yağ, çekim değil bilakis itki uyandıran bir gıda. Bol yağlı peynirlerle bezenmiş bir dilim pizza yediğimizi düşünelim. Bu gıdadan aldığımız kremamsı yoğun yapıyla tanımlanabilir yağ kokusunu yok sayarsak geriye kalan ayırt edici tat, *oleogustus* oluyor.

Biraz karışık oldu, farkındayım. Bu karışıklığın bir sebebi benim bunları ifade etmekteki yetersizliğim olabilir ama öte tarafta hep bildiğimiz ve algımızı üzerine oturttuğumuz temel bir düzlemi (*baseline*) yok sayarak yeni bir düzlem üzerinde düşünmeyi kabullenmenin zorluğu da var. Biz yağı daha çok dokusu ve kokusuyla tanıyoruz. Bu tanımlamayı sağlayan ise *trigliserit*'ler oluyor. Ancak trigliseritler tat uyaranları değiller. Dolayısıyla üzerine konuştuğumuz şey, bugüne kadar bildiğimiz algılarımız açısından gözlemlenebilir ve tanımlanabilir olmaktan uzak kalan, bildiklerimizi unutarak yeni bir farkındalık inşa etmemize yol açacak olan yağ tadı.

Oleogustus'u yoğun konsantrasyonlarda veya şeker gibi tek başına yiyecek olarak kabul etmemiz mümkün değil. Ancak seyretilerek gıdanın içine dâhil edildiğinde aldığımız toplam hazzı arttırıcı bir etki yaratıyor. Yoğun haline örnek olarak tavada gereğinden fazla kızmış yağı örnek gösterebiliriz. Kokusundan gayri tadında hissedilen hafif acımsılıkla beraber gelen tarifsiz iğrenme duygusu tam da *oleogustus*'u karşılayan durum oluyor. Dolayısıyla endüstriyel uygulamalarda bizim algı seviyemizin tam hizasında, hatta altında kalacağı yoğunluklarda katkılar hazırlanıyor.

“Ay, Fakirler Ne Yiyor Acaba?”

Mayalı hamurun üzerine tadı, kokusu ve dokusu itibarıyla altındaki hamurdan farklı, tercihen daha kuvvetli kokan gıdalar koyup yemenin tarihi tabii ki çok eski. Ama hani “Pizzadır, İtalyan’dır, illa alta domates, üstte peynir olmalıdır, öylesi candır” diyorsanız o, o kadar da gerilere gitmiyor.

Gerilere gitmiyor ama ilk tarif ettiğim örneğin (Neolitik dönemdekileri hariç tutarsak) yaygın görüldüğü söylenen Yunan’dan da pek uzağa düşemiyor. Neden? Eh, çünkü bugünküne en yakın ilk pizza Napoli’de ortaya çıkıyor, Napoli de kurulduğunda bir Yunan şehri (Neapolis).

Zaman içinde Bourbon Hanedanı’nın, yani Fransız idaresinin altında uluslararası ticaretten nasibini alan, bu yüzden de kırsaldan aldığı göçlerle nüfusu hızla artan bir kent. *Lazzaroni* denilen ve hamallık, amelelik gibi gündelik işlerle karnını doyurmaya çalışan garibanların sayısı da oldukça fazla. Pizza da sürekli iş arayan, oradan oraya koşturan bu yoksulların karnını doyurduğu, hamur üzerine yağ, sarımsak ve tuzla yapıp sokakta satılan basit bir gıda olarak çıkıyor ortaya. Seçkin çevrelerde makbul karşılanmayan, sokakta kalmaya “layık” görülen bir yiyecek.

Bu gariban yiyeceğinin “soylulaşma” hikâyesini biliyorsunuzdur ama hani bilmeyen varsa diye bir de ben aktarayım: 1889 yılında, daha yeni birlik ve devlet olmuş İtalyanların kralı I. Umberto, eşi kraliçe Margherita ile beraber Napoli’yi ziyaret ediyorlar. Sürekli seçkin Fransız mutfakçı örneklerinden sıkılan kraliçe “Ay, bir de fakirler ne yiyor, onu görelim. Çok eğlenceli olmaz mı ama yaa?” falan deyince hemen Raffaele Esposito diye bir pizzacıya görev veriliyor. O da üç çeşit pizza hazırlıyor:

1) Domuz yağı, isminin kökeni hakkındaki pek çok rivayetten bir tanesi at sütünden mamul olduğuna dayandırılan *caciocavallo* (*cacio*: “peynir”, *cavallo*: “at”. Evet, aklınıza gelen doğru, “kaşkaval”) ve fesleğenli pizza;

2) Balıklı pizza;

3) Domates sosu (kırmızı), mozzarella peyniri (beyaz) ve fesleğen (yeşil) konularak yapılmış İtalyan bayrağı rengindeki pizza.

Kraliçe tabii sonuncu, yani üç renkli olanı beğeniyor. Bu çeşit de modern pizzanın en yakın atası kabul edilen *Pizza Margherita* olarak vaftiz ediliyor. Hem kraliçe yemiş, hem de ulusalcı bir anlama bürünmüş. Eh, bu yiyecek seçkinleşmesin de ben mi seçkinleşeyim?

Sokaktaki gezgin tabladan sabit dükkânda menüye, oradan göçmenlerle ABD’ye, oradan zincir gıda olayına, oradan da buralara gelip hamur üzerinde peynirle pişmiş olduğu için pek bir benzetildiği pideyi tahttan düşürmeye uzanan bir yolculuk hikâyesi...

Yaşayarak öğrendiğimiz bir durum bu, tıpkı kahve veya çikolatayı (çikolatanın orijinal halinden bahsediyorum; sütü, şekerli halinden değil) olanca acılıklarına rağmen sevmeyi öğrenmemiz gibi. *Oleogustus*'un bilimsel olarak tat tanımlamasına uygun düşmesi için gerekli koşullardan kendine özel bir kimyasal yapısı olması ve özel atanmış reseptörlerce algılanması koşulları yerine gelmiş durumda. Zor olan kısım ise sokaktaki insanın bu yeni tat kulvarını ayırarak tanımlayabilmesi.

Bu konuda yapılan çalışmalarda farklı tat uyaranları sunulduğunda tatlı, tuzlu ve ekşinin hemen ve kolaylıkla ayrıştırıldığı görülüyor. Yağ içeren örnekler ise ilk başta acı bir tada sahip olarak tanımlanıyor ve acı grubuna dâhil edilip edilmemekte kararsız kalınıyor. Acıdan kastımız, hatırlatayım, biber acısı değil kinin ya da greyfurt acısı ve yağın bu gruba girme sebebi bu tip acıların memnuniyetsizlik çağrışımı yapması. Tatlı, tuzlu ve ekşi örnekler seçkinin dışına çıkarılıp deneklere sadece acı, *umami* ve yağlı örnekler verildiğinde ise bu karmaşa yaşanmıyor ve yağlı örnekler katılımcı denekler tarafından acı ve *umami*'den ayrı olarak gruplandırılıyor.

Bu Ateşi Cin Tonik Keser

Kinin, Kınakına ağacından (*Cinchona officinalis*) elde ediliyor ve sıtma dâhil pek çok hastalığa ilaç oluyor. Ağaç, And Dağları'na has bir bitki. Avrupalı beyaz, Amerika'ya adım atmadan önce de kıtada sıtmadan bahis yok. Fakat hastalık, sinekler sağolsun, insandan hızlı ilerleyip yayıldığından, onlar gelip sömürgeleştirmeye başladıklarında yerliler zaten kınakına kabuklarını etkilerini bilerek kullanıyorlar.

Bölgedeki Cizvit rahipleri de "kutsal kabuk" adını taktıkları ve iyileştirici etkisini gözlemledikleri kabukları oradakileri de tedavi etsin diye Avrupa'ya gönderiyorlar. Sadece kınakına değil, daha ucuza temin edilebilen remijia ağacının (Remijia peruviana) kimyasal yapısında da bol kinin mevcut. Kinin'in bütünden ayrıştırılarak izole edilmesi 1820 yılını buluyor.

“Bitter acı” dediğimiz bir tada sahip. Amerikan yerlileri de zaten öğütölmüşünü tatlılaştırılmış suya karıştırıp içebiliyorlar ancak. Önce İngiliz Doğu Hindistan Şirketi çalışanlarının, daha sonra da Krallığa bağlı askerlerin Hindistan’da sık sık karşılaştıkları sıtmayla mücadele için kinin kullanıyorlar.

Hatta 1800’lü yıllarda, kinin’in acı tadının önüne geçmek, içimini kolaylaştırmak için kinin tozuna soda, şeker, misket limonu ve bol cin ilave ederek içiyorlar. Bu da “cin tonik” denilen kokteylin doğumuna sebep oluyor. Ne var ki ilk başta kokteyldeki alkol kinin’in içimini kolaylaştırmak için kullanılırken, bugün tam tersine, kinin alkolün içimini kolaylaştırıp keyifli hale getirmek için, üstelik direkt değil, toniğin içindeki mevcudiyetiyle dolaylı olarak yer alıyor. Tonikte de tıbbî özellik taşıyamayacak kadar az miktarda kinin, acılığı azaltmak için genellikle yüksek fruktozlu mısır şurubu (yani şeker) ve karbonize su var.

ABD’de içeceklerde izin verilen azami miktar “bir litrede 83 miligram” iken, AB’de bu rakam “bir litrede 100 miligram”a çıkıyor. Tedavide kullanıldığında ise en küçük tablet 200 miligramdan başlıyor ve günde birden fazla kez, hatta sekiz saatte bir alınması falan önerilebiliyor.

Yani “Hafif ateşim var, tonik içeyim de geçsin” dersanız, biliniz ki hiçbir işe yaramadığı gibi bir de gereksiz fruktoz almış oluyorsunuz.



İngiliz askerleri, komutanları nezaretinde günlük kinin (*gin tonic*) istihkaklarını içiyorlar.

Bu araştırma şimdi başka bir bilimsel merkezden, Denver Doğa ve Bilim Müzesi'ne bağlı Tat Genetiği Laboratuvarı'ndan gelecek ve binlerce gönüllü deneğin katıldığı bir başka çalışmayla desteklenme aşamasında. Söz konusu çalışma da *oleogustus*'un genetik kodları çözülmeye çalışılıyor. Unutmayalım, ne *umami*'nin ne de *kokumi*'nin genetik kodlaması henüz açığa çıkmış durumda.



Denver Doğa ve Bilim Müzesi Tat Genetiği Laboratuvarı'nı yöneten Dr. Nicole Garneau bir gönüllüyle çalışma yaparken.

Tatla ilgilenen bilim dünyası sadece bu iki yeni üye, *kokumi* ve *oleogustus*'la mı meşgul? Hayır. Kalsiyum, nişasta, karbondiyoksit, hatta suyun bile ayrı tat olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı çoktan tartışılmaya başlanmış durumda. Belki son kertede geleceğimiz noktada sayılarında artış olan tatları da aynı duyular gibi “temel” ve “ikincil” diye iki ana kategori altında toplamak durumunda kalacağız.

Bu tip çalışmalarla tat duyusunun şifrelerinin çözülmesinin ileride insanlığa faydalı olacağı öngörülüyor. Yiyecek kaynaklarının kalitesini arttırmak, gıda güvenliğini geliştirmek, kalp rahatsızlıklarının önüne geçmek, tat duyusu bozukluklarında tedavi araçları seçkisini genişletmek gibi pek çok iyi niyetli beklenti var. Bu saydıklarına ilave olarak neyi, neden yediğimizin anlaşılması da farklı bir alanda başka bir fayda gibi görünse de bu alanda sağlanacak netleşmeler elbette sadece iyi niyetli eylemlerin değil, odağına kârı konumlandırarak varlık sebebi haline getirmiş girişimlerin de elini güçlendirecek.

Bir başka sorun daha var, özellikle bizler için. Ne yapacağız, ne edeceğiz de daha *bitter'e*, *umami'*ye Türkçe karşılık bulamamışken *kokumi* ve *oleogustus* kelimelerini yerleştirerek dilimizin içine dâhil edebileceğiz? Az okuyoruz, bu da gündelik kullanımdaki kelime sayımızı etkiliyor, ifade çeşitliliğimizi kısıtlıyor. Dilini dert eden insan sayısı ise bahsetmeye bile değmeyecek azlıkta.

Üstelik teknolojinin değişmesiyle beraber kullanıma giren nevezhur kelimeler söz konusu olduğunda kendimizi pek zorladığımızı da söyleyemeyiz, zira malum, “davnlod”, “onlayn”, “app” gibi kelimelerin işgaline baştan teslim olmuşuz. Ben bile bazen anlaşılamamak korkusuyla, parantez içine dahi olsa, kelimenin orijinal lisanındaki halini yazmak zorunda kalıyorum. Oysa dil bizim ortak anlaşma düzlemimiz değil miydi? Offf...Nys cnm, kib. Baaay!

“Gel Bana Çukolata Sevgilim, Ben Seni Sevdikçe Severim”

Tarihte, güçbirliği sağlamak için evlilik çok vardır, bilirsiniz. Hatta bu nedenle eğer iki güç odağı hanedanın birleşmesi isteniyorsa daha çocuk yaştan söz kesilir muhtemel gelinle damada. Dolayısıyla şunu diyebiliriz ki, yakın zamanları hariç tutarsak, hükümler arasında yetişkin bir aşk evliliğine rastlamak oldukça nadir rastlanabilen bir durum.



Ressamı bilinmeyen bu tabloda gördüğümüz İabella ve Fernando çifti ülkelerini birleştirerek “Katolik Krallığı”nı kuruyor, İspanya’yı bir dünya gücü haline getiriyorlar.

Aragón kralı Fernando ve Kastilya Kraliçesi Isabella'nın evliliği de (1469) aynen böyle, daha çocuk yaşta temeli atılmış ve monarşik çıkarlara uygun planlanmış bir evlilik. Ancak her monarşik evlilik gibi değil bu birliktelik, zira belki de tarihte (ve yansıması olarak bugün) tek bir İspanyol ülkesinden bahsedebiliyorsak, en çok şey borçlu olunan olgulardan birisi de bu evlilik olarak çıkıyor karşımıza. Hoş, çok da kolay gerçekleştiği söylenemez bu beraberliğin, zira Isabella kızımız daha altı yaşındayken vitrine çıkarılıp Fernando'yla söz kesilmiş olmasına rağmen araya giren vefatlar, değişen güç dengeleri; Portekiz'in, Fransa'nın, İngiltere'nin iştahı falan derken ortaya başka talipler de çıkıyor.

Bu nevi git gellerle oldukça çalkantılı geçen yılların sonunda Isabella'nın da diğer taliplere kuvvetle direnmesini müteakip, Papa'nın özel izniyle evlilik gerçekleşiyor. Neden özel izin gerekiyor? Çünkü Isabella ile Fernando kuzenler ve yakın akraba olduklarından evlenmelerine normalde izin yok. Ancak gerekli mercileri gerekli şekilde ikna edince (anladınız siz onu) sevgili okur, her şey oluyor, o zamanda da, bu zamanda da. Netice itibarıyla, bu evlilikten bir dünya devi doğuyor. Önce dağılmış olan gücü tahtın sahiplerinin elinde topluyor, yani feodal bey ve asillerin bir kısmını tasfiye ediyor, bir kısmının da borusunun az ötmesini sağlıyorlar.

İktidarın merkezileştiği bu yıllarda sadece devlet yapılandırılmasıyla değil, inanç sistemleriyle ilgili de birtakım değişimler yaşanıyor, hem de oldukça kanlı. Mesela "İspanyol engizisyonu" (*Tribunal del Santo Oficio de la Inquisición*) olarak tarihe geçen ve öncülleri olan Roma veya Vatikan engizisyonlarından acımasızlık anlamında oldukça "ileride" olan bu dönemde, özellikle Isabella'nın memleketi olan Castille'de Yahudilere yönelik yeni bir baskı dalgası hüküm sürmeye başlıyor. Çıkarılan *Elhamra Kararnamesi* hükümleri uyarınca ülkeyi terke mecbur bırakılan Yahudilerin büyük bölümü de başta Osmanlı İmparatorluğu olmak üzere Akdeniz coğrafyasına dağılıyorlar. Uzun yola çıkmayan bir kısmı Portekiz'e geçiyorlarsa da, beş yıl kadar sonra orada da aynı, hatta daha beter bir durumla karşılaşılıyorlar.

Bu dönemde İspanya'yı o kadar çok terk eden oluyor ki (toplam 500.000 kişi olduğu söyleniyor), geçtiğimiz yıllarda İspanyol hükümeti sırf bu inanç özgürlüğü karşısı utancıyla hesaplaşabilmek adına köklerinin İspanya'yla kesiştiğini kanıtlayan Yahudilere, bulundukları ülkeleri terk etme veya bulunduğu ülkenin vatandaşlığından vazgeçme koşulu olmaksızın vatandaşlık vermeye başladı. Buna çok benzer bir uygulama tabii ki Portekiz'den de geldi. Peki, sadece Yahudiler mi etkilendiler bu ikilinin hükümranlığından? Hayır. Gene bu dönemde Granada, Müslümanlardan geri alındı ve buna da “yeniden fetih” (*reconquista*) denildi.

Bu ve buna benzer “tek din, tek çift, tek taht” anlayışına yönelik eylemlerin devamında, içerde istenilenlere ulaşılınca gözler bu kez fıldır fıldır ülke dışına dönmeye başlıyor. Dışarıda kim var? Mesela Christopher Colombo veya daha bilindik ismiyle, Christopher Columbus var sevgili okur, hem de denizin üzerinde. Columbus, Cenova doğumlu bir muhterem, yani hayata bugünkü İtalya sınırları içinde geliyor. “Sürekli batıya gidersem sonunda doğuyu bulurum” teorisiyle zenginliklerin kökeni olan Hint coğrafyasına ulaşma rüyasında Avrupa'da neredeyse başvurmadık hanedan, kapısı çalınmadık saray bırakmıyor. Amacı, uzun gemi seferine finansman sağlayabilmek, zira o zamanlar henüz “tüketici kredisi” diye bir kavram yok. Portekiz Kralı tarafından iki, Ceneviz, Venedik ve



Christopher Columbus'un karaya (*Hispaniola*) ayak bastığı âni temsil eden bir çizim.

İngiltere tarafından birer kere reddedilen maceracımız, tabii ki İspanyol çiftimize de ulaşıyor. Her ne kadar Columbus'un kendilerine sunduğu projeyi havale ettikleri komisyon bu maddi destek konusunda olumsuz rapor vermiş olsa da çift, özellikle de Kraliçe hazretleri, "Ya hocam, bu adamı bırakırsak sonunda biri dediğine inanacak. Bir de söylediği yöntem hakikaten tutarsa? Eh, niye olası zenginlikleri başkasına yedirelim?" diye düşünerek gerekli finansmanı sağlamaya karar veriyorlar.



Emanue Gottlieb Leutze'nin fırçasından Columbus'un Isabella ve Fernando'nun huzurunda projelerini anlatıp desteklerini istediği sahne. Isabella, farkındasınız, sürekli para istenmesinden bıkmış, "Gene geldi tipini sevdiğim" modunda dinler görünüyor.

Sadece finansman değil, ayrıca Hindistan'da yeni zenginliklere ulaşırsa elde edilecek gelirlerin yüzde 10'u da Columbus'a söz veriliyor. Bu gazı alınca elinde imkân olsa aya bile gidecek olan Columbus da Hindistan yoluna düşüyor. Dümenin başındayken cep telefonu

konusmasından olsa gerek, oraya değil de Amerika kıtasına ulaşıyor. Tabii bunu başta fark edemiyor ve bundan sebep hâlâ Amerika yerlilerine “Hintli” (*Indian*) denilmeye devam ediliyor. 1492’de Columbus’un adım atmasından itibaren üç yüz küsur yıl boyunca Güney Amerika, Karayipler ve bugünkü ABD’nin güney batısını kapsayan geniş ve zengin coğrafyaya da İspanyollar egemen oluyorlar.

“Nasıl çıkıyor Amerika’ya yaa bu Columbus?” derseniz, kuzey Amerika’ya hiç adım atmıyor, hep orta ve güneyde dolaşıyor muhterem. Çıkış hikâyesi de şöyle: Ekim 1492 başında Kanarya Adaları’nı terk etmelerinden yaklaşık 30 gün sonra denizde dal parçaları görmeye başlıyor mürettebat. Bunun üzerine herkes alarma geçiyor, zira Amerika kıtasını ilk görene ömür boyu yıllık 10 bin *maravedi* (İspanyol/İber para birimi) ödül vadedilmiş durumda. Derken ayın 12’sinde, sabahın erken saatlerinde tayfalardan Rodrigo nam bir muhterem göğün denizle birleştiği çizgide bir beyazlık görüyor. Meğersem o beyazlık da henüz tam kaybolmamış ay ışığının beyaz kumda yansıması, yani kara değil miymiş? Tabii Rodrigo kardeşimiz kendini kaybediyor ve “Karaa! Karaaa!” diye basıyor çığlığı. Gördüğü de Karayip Denizi’ndeki Bahama Adaları’ndan biri. “Oh, ne âlâ, artık geçim endişesi olmaz garibin” diye düşünüyor ve Rodrigo’nun söz konusu ödülü aldığını sanıyorsanız, yanılıyorsunuz sevgili okur. Neden? Eh, çünkü akçeli iş söz konusu olduğunda hemen devreye Columbus faktörü giriyor ve Christopher Bey, “Ben daha dün gecedен ışık görmüştüm orada olm, sana n’oluyo? İsrar edersen karışmam tabii ama bence iş oraya gelmesin!” diyerek söz verilen ödülün üzerine yatıveriyor.

Büyük bir donanma ve geniş bir coğrafyaya yayılmış egemenlik alanıyla Roma’dan beri en yaygın emperyal güç olma konusunda, istemli ve istemsiz çabalarıyla, sınırları zorlayan bu eski ticaret imparatorluğu özellikle Amerika kıtasına ulaşıldığı andan itibaren “fatih”leriyle (*conquistadore*) gündeme geliyor. O “fatih”lerin oralardan, yani Yeni Dünya’dan (*Nuevo Mundo*) Avrupa’ya getirdiği yeni şeyler de başta mutfak olmak üzere pek çok alanda yapısal değişikliklere yol açıyor.

Laf aramızda, bu fatihlerin ilk kısmı her ne kadar maceracı denizcilerden oluştuysa da, devamında, yani Yeni Dünya'nın altın ve gümüş zenginliği ortaya çıktıkça külçe aşkı uğruna on binlerce batı ve güney İspanyol asilin yola revân olduğu biliniyor. Hak yemeyelim, bu muhteremlerin bir kısmı dünyevî zenginliklerden sebep değil, Katolisizm ve tanrı aşkına o mesafelere gidip orada yaşamayı göze alıyorlar.

Ne var ki yeni kıtaya ayak basanlar arasında sadece muhtelif niyetten ve sosyal sınıftan insan değil, aynı zamanda ora yerlilerinin hiç aşına olmadıkları, bağışıklık geliştirmedikleri hastalıklar da var. İspanyolların beraberlerinde getirdikleri kızamık, kabakulak, veba, grip ve çiçek gibi hastalıklara karşı hiçbir direnci olmayan Amerikan yerlileri, Karayip Adaları'nda başlayıp Orta ve Güney Amerika'nın daha yoğun nüfuslu bölgelerine sıçrayan salgınlarla kırılıyor, bazı bölgelerde yerel nüfusun yüzde 90'ına yakınının kaybı gibi sıradışı olaylar yaşıyorlar. Hoş, ileriye görebilselerdi, "eğer" ve "keşke"lerle tarih yazılabilseydi, belki hastalıktan ölmeyi ilk başta tanıymışçasına kutsadıkları beyaz adamın mezalimine yeğ tutabilirlerdi.

Ne yapıyor, nasıl bir toplum oluşturarak örgütleniyor İspanyollar Amerika'da? Tabii ki kast sistemiyle (*casta*) örgütleniyorlar. Hiyerarşinin en tepesinde *peninsolare* var, yani otoriteyi temsil eden İspanya doğumlu İspanyol. Onun hemen altında yer alan *criollos* da İspanyol ama Amerika doğumlu, yani ikinci ve sonraki kuşaktan. Eğer *criollos*'un babası bir *peninsolare* ise otorite ve üzerine oturduğu mülkiyetin vârisi olabiliyor. Bu katmanlar genişleyerek ve toplumsal itibarı azalarak devam ediyor aşağıya doğru. Mesela İspanyol ile Amerikan yerlisinin beraberliğinden hayat bulmuş *mestizo* veya İspanyol ile Afrikalı'nın beraberliğinden hayat bulmuş *mulato* yer alabiliyor alt taraflarda. En altta, yani Afrikalı ile Amerikan yerlisinin beraberliğinden oluşan *zambo*'nun da altında *negro* yer alıyor.

Negro'nun ne olduğunu elbette tahmin ettiniz: İşgücü ihtiyacını karşılamak üzere Afrika'dan zorla getirilen siyah derili köleler. Ortalarda bir yerlerde *castizo*, *indio*, *pardo* falan da var ama

ayrıntıya girmeyeyim; maksadım İspanyolların nasıl kesin hatlarla bölünmüş, bu nedenle de hükmetmesi ve birbirine düşman edilmesi kolay katmanlardan oluşmuş bir topluluk oluşturduğunu göstermek sadece. İşler güçler, hep bu hiyerarşik yapılanma çerçevesinde yürüyor ve Madrid (öncesinde Toledo), yani uzaktaki büyük otorite temsilcileri vasıtasıyla kontrol ettiği bu yapıda üretilen gelirin (çoğunlukla maden) beşte birini cebine indiriyor. Bu cebe indirmeyle beraber 1600'lere gelindiğinde en büyük ve güçlü imparatorluğun İspanyollarınki olduğunu görüyoruz zaten.

Amerika'da oluşturulan sosyal sistem din ve siyasetin iç içe girdiği bir sistem. Eski kıtadan buraya Dominikanlar, Fransiskanlar, Cizvitler gibi bilumum tarikat temsilcileri geliyor ve nispeten kuzeye kayarak bugünkü Texas, Arizona, New Mexico, daha sonraları da Florida taraflarında örgütleniyorlar. Bu dinsel örgütlenme bu bölümde ele alacağımız *Theobroma cacao* bitkisiyle de yakından ilintili. O zaman şimdi âdet olduğu üzere bitkiyi önce ismiyle tanımaya başlayalım.



Theobroma cacao:
kakao ağacı, meyve ve
çekirdekleriyle.

Theobroma, iki ayrı Yunanca kelimenin biraraya gelmesinden oluşuyor; *Theo*, tanrılar demek, *broma* ise yiyecek anlamına geliyor. *Theobroma* da “tanrıların yiyeceği” demek oluyor böylece. Kakao ağacının botanik klasmandaki ismi de *Theobroma cacao*, yani “Tanrılarının yiyeceği kakao”. Ağaca bu isim 1753 yılında İsveçli doğabilimci Carl Von Linne tarafından verilmiş. Linne, aynı zamanda botanik sınıflamayı bir düzene oturtan ve bir anlamda da bu alanda herkesin aynı dili konuşması olayını başlatan kişi. Latince’ye düşkün bir muhterem ve hatta kendi ismi de Latinleştirilerek *Linnaeus* diye geçiyor tarihte. Bitki ve hayvanlar için ikili kelimelerden isimler üretiyor ve ondan önceki karmaşık, kimi uzun, kimi kısa tanımların yerine bu ikili isim sistemini oturtuyor (bkz. *KK - III - Parfümler*, “*Sinensis or not sinensis!*”). Bugün hâlâ bu ikili isim sistemi kullanılıyor bitki ve hayvanlar dünyasında. Bir anlamda çikolata ağacı da diyebileceğimiz kakao ağacına resmî ismini kazandıran Linne’nin kendisinin çikolataya çok fazla düşkün olduğunu biliyoruz, ama “tanrılarının yiyeceği” derken hangi tanrılardan bahsettiği konusunda bir bilgimiz yok. Antik Yunan ve Roma efsanelerinden gelerek güncel Batı kültürüne de entegre olmuş ve muhtelif yerlerde işitmiş olabileceğinizi varsaydığım *ambrosia* kelimesi de tanrısal yiyeceği ifade ediyor aslında ama tabii onun *theobroma* gibi bilimsel endekse dayalı bir yönü yok.



Burk & Braun
RADIUM
SCHOKOLADE

zum Essen und Trinken
(NACH Dr. SEIFERTH, D.R.P.)

Sind Sie gesund, so erhalten Sie dadurch Ihr kostbares Gut, sind Sie kland, so erhöhen Sie Ihre Aussicht, wieder gesund zu werden!

Versuchen Sie auch die übrigen Burk & Braun-Edelerzeugnisse: Kakao, Schokolade, Pralinen, Sie werden darin Ihre Marko finden, denn alles, was den Namen *Burk & Braun* trägt, ist einzigartig köstlich!

BURK & BRAUN
KAKAO-U.SCHOKOLADENFABRIK
C O T T B U S

Burk & Braun
şirketinin
radyumlu çikolata
ve kakao tozu
reklamı.

Radyumlu Çikolata mı?!

Radyum, Curie çiftine Nobeli kazandırdıktan kısa bir süre sonra gece ışıyan saatlerden her derde deva şarlatan ilaçlarına kadar pek çok şeyin içine girmeye başlıyor. Radyumlu makyaj malzemelerinden ekmeğe, radyumlu tereyağından diş macununa kadar yüzlerce garip ürün, içinde radyum olsun veya olmasın, atıfta bulunup bilinirliğinden istifade edilerek pazarlanmaya çalışılıyor. Uç örnekler arasında tavuk yemine radyum karıştırma denemeleri dahi yer alıyor.

Elbette çikolata gibi bir keyif ürünü de bu furyadan nasibini alıyor ve “gençleştirici etki” vaadiyle satılan bir Alman çikolata markası, Burk & Braun şirketinin Radium Schokolade’sini de son moda radyumlu ürünler arasında görüyoruz.

Büyük üretici U.S. Radium, madenden çıkarttıkları karnotit cevherinden uranyum elde ediyor, onun içinden de radyum ayırıştırarak saat kadranı gibi parlaması ilgi çeken şeylerde kullanılan patentli boyalarını (Undark) üretiyorlar. Şirket çalışanları mesai saati dışında da ürünleri deneyerek “parlamaya”, hatta diş fırçası üretimindeki kızlar paket öncesi kılları şekillendirmek için dişlerine sürtmeye teşvik edilirken, yavaş yavaş olayın tehlikesine uyanan yönetici kadrosu ürünlere yaklaşımdan kaçınmaya başlıyor.

Şirket, 1917-1926 arasında çoğu kadın, yüzlerce işçi çalıştırıyor. Bu kızların çoğu kansızlık, kemik erimesi, dişlerin dökülmesi, ağız kanamaları ve radium jaw olarak anılan, çenede dev tümör oluşumu gibi sebeplerle yatağa düşüp hayatlarını kaybediyorlar. Bunların sebebinin radyum olduğunu iddia eden bir rapor ortaya çıkınca şirket de başka bir rapor hazırlatıyor ve ölenlerin frengiden öldüğünü iddia ederek soruşturmaların önüne geçmeye çalışıyor.

Kızların beşi dişli çıkıyor ve gidip dava açıyorlar. Dava “Beş Radyum Kızı” olarak anılan bu hanımefendilerin lehine sonuçlanıyor ve kişi başı 10’ar bin Dolara ilave olarak hastane bakım masrafları için yaşadıkları süre boyunca her yıl 600’er Dolar almaya hak kazanıyorlar. Hepsi de maalesef kısa süre sonra ölüyorlar.

Bu davanın hayırlı sonucu ise “iş güvenliği” standartlarının oluşması ve bu konuda yasal düzenlemelerin yapılması oluyor.

Gene de ismi ister *theobroma* olsun, ister *ambrosia* olsun, tanrısal bir anlam verilecek en uygun yiyecek, elbette pek çok kişinin lezzetinden alınan haz üzerinde tereddütsüz anlaştığı çikolatadır, diye düşünüyorum.

Çikolatanın kökeni bu *Theobroma cacao* ağacından elde edilen meyvenin, yani kakao'nun çekirdekleri. Gerek toplumsal hayatta, gerekse ekonomik hayatta çok önemli bir madde kakao; fakat dünyanın hemen her yerinde son derece yaygın tüketilmesine rağmen, aynı yaygınlıkta üretilmiyor. Ekvator çizgisinin 20 derece kuzeyinden ve 20 derece güneyinden bir adım uzaklaştınız mı, kakao ağacı yetiştirme çabalarınız hüsrarla sonuçlanıyor. Bu kısıtlı bölgede yetişen kakaonun çekirdeklerinin yarıya yakınına yağ oluşturuyor. Yarıya yakını diyorum, çünkü yağ oranı yetiştiği bölge ve hasada göre farklılık gösterebiliyor.

İki ana malzeme elde ediyoruz bu meyveden. İlki, çok kıymetli olan kakao yağı ve ikincisi, yağ çıkarma işleminden arta kalan, bizim toz haline getirilmişine kısaca “kakao” dediğimiz katı kütle. Kakao yağının akıbeti, imalatçının iyi niyetine veya kâr hesaplarına kalmış bir durumda. Eğer üreticinin amacı *super fine* dediğimiz üstün nitelikte bir çikolata üretmekse, o zaman doğal halinde olduğundan daha fazla kakao yağı bile ilave edilebiliyor karışıma. Bu hem lezzetini, hem de akışkanlığını artırıyor yediğimiz çikolatanın.

Eğer üreticinin niyeti bu kaliteyi yakalamak değilse, o zaman yağı unutuyoruz tamamen ve yüzde 15 kadar kakao katı kütlesi ve üstüne de şeker, süt tozu ve çok daha ucuz nebâti yağlar eklenerek satılıyor ve kakao yağı da başka endüstrilerde, mesela kozmetik endüstrisinde kullanılmak üzere ayrı pazarlara doğru yola çıkıyor. Çikolatanızı şişirmek için resmî ya da gayriresmî hile hurdaya başvurulması da yeni bir şey değil; XVIII. ve XIX. yüzyıla ait yemek kitaplarında bu hilelere karşı uyarılar bolca var. Zira o dönemlerde bile kakao kütlesine tuğla tozu katmaktan veya kakao yağına hayvansal içyağ ilave etmekten bahsediliyor. “Ben kakao'nun katı kütlesinin lezzetinden hoşlanmıyorum” diyorsanız, o zaman beyaz

çikolata yiyeceksiniz: Beyaz çikolatada kütle yok, kakao yağı, şeker, vanilya ve süt tozu var sadece.

Lezzet kavramının büyükçe bölümünü oluşturan koku duyumuzun bize bir hediyesi aslında çikolata. Kokusunu ve aromasını alamadığınızda, yani burnumuzu tıkayıp çikolata yediğimizde, çikolatanın tadının tebeşirden bir farkı yok. “Yediğimizde” dedim ama çikolatanın yenilebilir olması da aslında çok eski değil. Binlerce yıllık bir tarihi olmasına rağmen, bu tarihin sadece son yakın dönemlerinde yenilebilir bir katı yiyecek oluyor çikolata. Ondan önceki uzun serüvenini bir içecek olarak yapıyor; hatta içilmek üzere kaba konulduğunda üzerinde bolca köpük olmazsa, pek itibar da görmüyor. Çikolata isminin nereden geldiğine dair pek çok söylenti var ve en çok kabul göreni de güney Amerika kıtası kaynaklı “köpüklü su” anlamına gelen *xocolat* kelimesi.

Malumunuzdur, cinsel iştah ve gücü arttırdığı söylenir çikolatanın. Fiziksel olarak cinsel iştahı arttırdığına dair kesin bir kanıt olmasa da, en afrodizyak kabul edilen gıdalardan birisi olduğu kesin. Acımasızlığı ile bilinen kaşif Hernán Cortés ki, İspanya Krallığı adına bugünkü Meksika’yı ele geçiren kişidir, Kral Motecuhzoma Xocoyotzin’in (Montezuma, Moctezuma, Moteuczoma, Motēuczōmah, Muteczuma) pek çok karısından herhangi birini ziyaret etmeden önce bal ve vanilya ile aromalandırılmış çikolata içtiğini müşahade ediyor ve bunu da yazılı olarak kayda geçiriyor. O zamandan beri de afrodizyak besinler listesinde kendinden menkul bir anlamla baş sıralarda yer alıyor çikolata. Hoş, Kral Motecuhzoma’nın günde elli kap çikolata içtiği söyleniyor ama büyük olasılık bu aynı zamanda günde elli kez karılarını ziyaret ettiği anlamına gelmiyordur. O kadar olağanüstü güçler vermese de, Motecuhzoma’nın kendisinin çikolata için “Kutsal bir içecektir, bağışıklığı artırır ve yorgunlukla savaşır. Bu içeceğin bir kabı ile bir erkek bir gün boyunca başka bir şey yemeden ve içmeden yürüyebilir” dediği, sonra da “Ağbi, yenge uzaklaşınca yanıma bi’ gel. Sana başka özelliklerini de söyleyeceğim çikolatanın; öyle böyle değil” diye ilave ettiği rivayet olunuyor.



Motecuhzoma
Xocoyotzin,
ya da bizde
bilinen ismiyle
Montezuma.

Bu arada Hernán Cortés'i de bir cümlemin içinde kısaca anıp geçmeyelim. 1485 doğumlu bu şahıs, bugünkü Küba civarlarını ele geçiren *conquistador*lardan biri. Vali olarak atanan Velasquez'den anakaraya sığırama izni almak için çok uğraşıyor. Sonunda allem ediyor kallem ediyor ve 300 adam, 13 de at ile Meksika kıyılarında Yucatan'da karaya çıkıyor, 1519 yılında. Çıkar çıkmaz da adamlarının fikir değiştirmesini önlemek amacıyla gemileri yakıyor. Çıktığı bölgede doğal kaynak zengini (altın, gümüş) Aztek medeniyeti, başlarında da 40'lı yaşlarını yeni devirmiş olan Motecuhzoma Xocoyotzin var. Motecuhzoma, Batı kaynaklarında "II. Motecuhzoma" diye biliniyor ama aslında Azteklerde kralları

numaralandırmak yok. Bu nedenle muhteremin isminin sonuna *xocoyotzin* (genç) geliyor ki, bir önceki adaşından ayrılabilsin.

Son derece acımasız bir kral. Vergi üstüne vergi bindirmekte ve ödemeyeni cezalandırmakta. Mevcut Aztek kast sisteminde katmanlar arasındaki ayrımı iyice genişletip belirginleştiriyor. Mesela vasat bir Aztek'in saraylarda çalışmasını yasaklıyor. Onun döneminde tebası olan bireyler bu tip muhtelif ızdırabı çekerken kurumsal olarak imparatorluk da sürekli savaşlar sonucu katılan yeni topraklarla en geniş sınırlarına ulaşıyor. Bu arada, saray demişken, muhteremin kendisi 100 odalı bir sarayda debdebe içinde yaşıyor ve nefret edeni de hiç azımsanacak sayıda değil.



XVI. yüzyıldan kalma bu çizim, La Malinche'yi Hernán Cortés'e tercümanlık yaparken gösteriyor.

İşte tebasının kendisinden nefret eden kısmı, mesela Tlaxcalalılar, karaya çıkan Cortés'le ittifak yapıyorlar. Aralarını da Natualı bir yerli entelektüel olan Malinche Hanım (*La Malinche*) buluyor. Cortés'e önce kademeli tercümanlık, sonra danışmanlık yapan Malinche, en sonunda acımasız İspanyol'un gönlünü de alıyor ve karısı (nikâhsız) oluyor. İkisinin çocuğu olan Martin de ilk *mestizo*'larından (İspanyol + yerlinin çocuğu) oluyor bölgenin. Bugün hâlâ Meksika'da ve diğer bazı güney Amerika ülkelerinde

malinchista sözcüğü “yabancı karşısında kendi çevresine ihanet edecek kadar aşağılık kompleksine sahip kişi, yabancı özentisi, yabancı hayranı,” anlamında kullanılan bir sözcük.

Anlaşılan Siz Yucatan!

Hernán Cortés, Cabo Catoche’de karaya çıkınca önce bir “Ağbi ben nereye geldim ya?” oluyor. Hakikaten de birisi gelip “Hernán, dün neredeydin? Whatsapp’ına da bakmamışsın sabaha kadar” dese, verecek cevabı yok. Bunun için de telaşlanıyor ve hemen yanındaki haritacıya dönüp “Olm, bi sor şu yerlilere, burası neresiymiş?” diyor. Haritacı da ikiletmiyor ve hemen yerlilerin yanına koşup “Burası neresi hemşerim?” diye soruyor. Ne var ki yerliler, tahmin edebileceğiniz üzere, Cervantes Enstitüsü’ne falan gitme imkânları olmadığından İspanyolca bilmiyorlar. O yüzden de kendi dillerinde “Ne dediğini anlayamıyoruz” anlamına gelen “Uma’anaatik ka t’ann” diye cevap veriyorlar.

Gelin görün ki haritacı da onların lisanını bilmiyor. Tek duyduğu, yerlilerin bu cevabı verirken ağızlarından çıkan ve kendi zihninde kelimelere dönüştüremediği bir ses. Bir daha soruyor, cevap gene “Uma’anaatik ka t’ann”! Pes ediyor; sorusuna cevap gelen sesi anladığı kadarıyla harflendirip, elindeki haritada karaya çıktıkları bölgenin üzerine not düşüyor: “Yucatan”!

Muhtemelen hiçbiri gerçek olmayan bir sürü Yucatan ismi hikâyesinden en çok dile getirilenini seçip paylaştım sizinle. Elçiye zeval olmaz.

Neden acımasız dedim Cortés’e? Eh, çünkü gerçekten öyle. Cortés Bey ve adamları o zamanlar bugünkü Mexico City’nin yerinde bulunan muhteşem kent Tenochtitlan’ı komple kılıçtan geçirerek 200 binden fazla kişiyi öldürüyor ve kenti yakıp yıkıyorlar. Üstelik sadece savaşçıları veya erkekleri değil, kadınları ve çocukları da öldürüyorlar. Bu yüzden tarihçilerin bir kısmı bu kentin ele geçirilmesini bir anlamda soykırım olarak adlandırıyorlar. Aztekler bu yüz binlerle ifade edilen kayıpları verirken İspanyolların kayıpları çok çok az, 100 kişiyi bile bulmadığı söyleniyor.

Nasıl oluyor da bu kadar dengesiz kayıp oluyor peki? Çünkü iki savaşıan taraf arasında silah teknolojisi ve savaş taktikleri açısından çok büyük bir fark var. Aztekler ateşli silah nedir bilmiyorlar, üstelik atları da yok. İşin gerçeğı, buzul çağından sonra Amerika kıtasına at, ilk İspanyollar vasıtasıyla giriyor. Aztekler at ve üzerindeki insan imgesini iki ayrı parça değil, tek bütünmüş gibi yorumluyor ve sadece görüntü bile dudaklarının korkudan uçuklamasına yetiyor. Ayrıca hani Motecuhzoma Xocoyotzin'dan nefret eden yerliler vardı ya, işte onlar da İspanyolların yanında savaşıa katılıp kıyımın ve kırımın bir kısmını üstleniyor, tecavüz, yağma ve cinayetlerden kendilerine büyük pay ayırıyorlar.

Sonunda Cortés bu kadar “zafer”e rağmen Küba valisiyle kapışmış olmasından sebep geriye çağrılıp yargılanıyor. Yargıdan aklanarak çıkıyor, fakat eski hava ve ihtişam kalmıyor artık tabii. Yaşamının ilerleyen yıllarında bir ara Osmanlılarla deniz savaşına katılıyor ama orada da Barbaros Hayreddin'in elinden canını zor kurtarıyor. İşte, Motecuhzoma Xocoyotzin'nın çikolatayı çok içtiğı, bu yüzden de cinsel gücünün arttığı, dolayısıyla afrodisyak olduğu dedikodusunu ilk defa böyle bir zat-ı kirâmdan alıyoruz yani.

Afrodisyak veya değil, çikolatanın ruh halimizi değıştiren bir özelliğı olduğu kesin. Bu keyif verme hali nedeniyle de özellikle püriten anlayış tarafından Columbus hep şüpheyile karşılanıyor. Böyle şüpheli bakanlar da onu günahkâr bir yiyecek olarak sınıflamaktan geri durmuyorlar. Kimyasal kompozisyonunu incelediğimizde, merkezi sinir sistemimizi uyaran *kafein* ve ayrıca başka besin kaynaklarında da rastladığımız *teobromin* var içinde. *Teobromin*, aynı zamanda kedi ve köpeklerle çikolata vermememizin de sebebi, çünkü bu hayvanların metabolizması için öldürücü olabilir; kalp ve sinir sistemlerini aşırı derecede uyatabiliyor.

Çikolatada ayrıca aminler dediğimiz *tiramin* ve *fenil etil amin* de bulunuyor. Tiramin, peynir veya balık gibi başka besinlerde de mevcut olup bazı bünyelerde migreni tetikleyen bir özelliğı var.

Bu yüzden migren derdi çeken pek çok kişinin yasak listesinde çikolata da bir madde olarak yer alıyor. *Fenil etil amin* ve *tiramin*, uyarıcı kimyasallar olarak görülüyor ve kan basıncımızı, yani tansiyonumuzu yükseltebiliyorlar.

Devam ediyorum, çikolatanın içinde ayrıca yüksek miktarda magnezyum da mevcut. Yani canımız birden çok fazla çikolata çekmeye başladığında, bu aslında vücudumuzdaki magnezyum seviyesinin düşük olduğuna dair de bir sinyal olarak yorumlanabiliyor. Ama bunu duyup da her canınız çektiğinde “vücudumda denge kurayım” diye çikolatanın üstüne atlamayın, çünkü dengeyi ters tarafta bozar, bu kez de magnezyum fazlasından doğacak sağlık sorunları ile boğuşmak zorunda kalabilirsiniz.

İngiltere’de 1996 yılında beyin dalgaları üzerine yapılan bir araştırma var. Bu araştırmada yaşları 17 ila 37 arasında değişen Middlesex Üniversitesi öğrencilerine gözleri bantlı, kulakları tıkalı halde, yani diğer duysal uyaranlardan mümkün olduğunca uzak tutularak muhtelif kokular koklatılıyor. Çikolata kokusunun var olduğu ortamda bu öğrencilerin beyinlerindeki alfa ve teta dalgalarının hareketlendiği gözleniyor. Nedir bu dalgalar? Teta dalgaları, yaptığımız rutin işten beyin olarak uzaklaştığımız, o işi otomatige bağlayıp kendi kendimizle kaldığımızın göstergesi. Yani hani laf vardır ya “Türk’ün akli tuvalette gelir” diye, aslında o sadece Türklere özgü bir akıl gelmesi değil; çoğu kişinin akli ya tuvalette ya da duşta geliyor.

Bu mekânlardaki esas aktivitelerimizi yaparken, yani klozete oturup dışkımızı çıkarırken veya başımızdan aşağı düşün suyu akarken ve biz sabunlanırken, bu işleri otomatige bağlıyoruz. Bir nevi boş kalan beynimiz de rahat bir düşünce akışına, dolayısıyla yaratıcılığa kapılar açabiliyor. Buna benzer duyguları banyo ve tuvalet gibi mekânların dışına çıkarırsak, mesela hoş kır manzaralı bir uzun yolda seyahat ederken de benzer bir yaratıcılığa şahit olabiliriz kendimizde. Çikolatanın kokusu da işte bunu gösteren teta dalgalarının hareketlenmesine sebep oluyor. Buna basitçe, “gözü açıkken hayal görmek” de diyebiliriz. Bu konumdayken son

derece olumlu ve gevşek bir durum içindeyiz aslında ve bu süreç içinde oluşan hayallerimiz bizde suçluluk veya kendini kısıtlama veya sansürleme gibi engellerle de karşılaşmadan özgürce gelişebiliyor.

Efendim, bu öğrencilere sadece çikolata koklatılmıyor elbette. Çilek, kimyon, sarımsak, soğan, muhtelif sebzeler, badem falan da koklatılıyor. Sarımsak ve soğanı sadece açlık durumunda hoş gelebilecek kokular olarak bir kenara ayırsak bile, mesela çilek veya badem için böyle bir genel yargı söz konusu değil ve hoş kabul edilen kokular bunlar da. Ama çileğe rağmen çikolata bu test içinde en çok beğenilen koku olarak işaretleniyor denekler tarafından. Beğenilmenin ötesinde, en çok rahatlatan duygu dalında da birinciliği alıyor.

Fenil etil amin, yani çikolatanın içeriğindeki demin saydığımız madde, amfetaminlere benziyor, yani uyarıcı bir madde. Bu madde sadece uyarmakla kalmıyor, aynı zamanda vücut kimyamız içindeki doğal ağrı kesicileri ve daha da önemlisi endorfinleri harekete geçiriyor. Endorfinler harekete geçtiğinde kendimizi daha hoş ve belki de hafif esrik bir mutluluk içinde hissedebiliyoruz. Uyandırdığı bu duygu, aslında âşık olmanın beynimizde uyandırdığı duyguyla çok benzeşiyor ve bu nedenle çikolata ile aşk arasında da böyle bir paralellik ister istemez kurabiliyoruz. Çünkü aşk veya şehvet hissi duymamız halinde de üç aşağı beş yukarı aynı maddelerin salgılanması komutunu veriyor beynimiz.

Bu nedenle aşk acısı çekenlere çikolata yemeleri önerilebiliyor ve böylece o acı başka bir yeni heyecan ve mutlulukla değiştirilmek istenebiliyor. Bu kurduğumuz paralellik zaman içinde koşullandırmaya ve koşullandırılmış tepkiye de dönüşebiliyor, biz bu iki benzer duyguyu aynıymışçasına algılayabiliyoruz. Çikolata bu anlamda romantikleşiyor, o zaman da bilinçdışımız çikolata kokusunda veya imgesinde böyle bir romans arayabiliyor. Bunun en basit sonucu da Sevgililer Günü'nde havalarda uçan kalp şeklindeki çikolata paketleri oluyor. Eh, endüstri de bir yerden beslenmek zorunda, yoksa bu araştırmalar nasıl fonlanacak?

Durun, daha bitmedi işimiz *fenil etil amin* ile: Kakaonun içinde endorfin üretimiyle ilişkili bir aminin bulunması ağrı ve acıyı görece azaltan bir etkiye de sahip olduğu anlamına gelebiliyor çikolatanın. Kanada’da bu konuda bir deney yapılıyor ve yaşları 16 ila 27 arasında değişen 40 genç hanımefendinin dörder parmak ucuna birer küçük aygıt takılıyor.

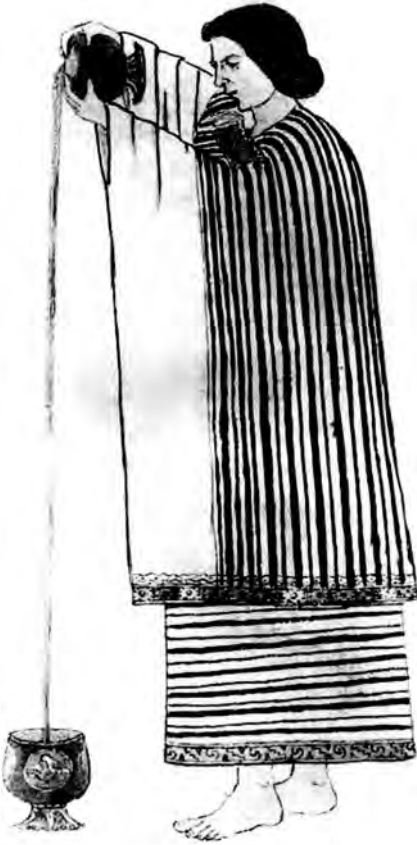
Bu aygıtlar parmak uçlarına basınç verdikçe hanımefendilerin de duydukları rahatsızlığı derecelmeleri isteniyor. Bütün bunlar olurken de deneklere muhtelif yiyecek fotoğrafları gösteriliyor. Pirinç pilavı, siyah zeytin falan da içeren bu fotoğraf serisi içinde ağrıya toleransın en yüksek hissedildiği, yani rahatsızlığın en az derecede dile getirildiği fotoğraf, çikolata parçacıklı kurabiye fotoğrafı oluyor.

İyi de, bu her derde deva kakao nasıl oluyor da Amerika’dan kalkıyor, Avrupalı’nın ve devamında küresel nüfusun hayatına giriyor? Christopher Columbus’un 1502 yılında oğlu Ferdinand’la beraber yaptığı dördüncü ve son keşif gezisinde büyük bir Maya ticaret teknesinin içinde kakao meyveleri görmesiyle beraber beyaz adamın kakaoyla tanışması gerçekleşmiş oluyor. Bu ilk temas, Guanaja (Honduras) civarında oluyor.

Olağan keşif gezilerinden birinde Columbus ve oğlu Ferdinand içinde malzemeler olan büyükçe bir kano, içinde çuval çuval bir şeyler ve ona eşlik eden yerlilere rastlıyorlar. Daha çuvalın içine bakmadan hemen el koyuyorlar tekneye ve yerlilere yükün kendi gemilerine aktarılmasını emrediyorlar. Bu aktarılma işlemi sırasında çuvallardan biri açılıp birkaç kakao çekirdeği suya düşünce yerliler silah tehdidini falan unutup çekirdeklerin peşinden cup! diye suya atlıyorlar.

Columbus’un oğlu Ferdinand bu durumu daha sonra şöyle dile getiriyor: “O acayip kokulu taneler suya düşünce yerlilerin sanki gözleri yuvalarından fırladı ve en değerli varlıklarını kurtarmak istemişçesine onları toplamak için peşinden hepsi suya daldılar.”

Bir Aztek kadını,
yere koyduğu kaba
yukarıdan dökerek
çikolata içeceğinin köpük
miktarını arttırmaya
çalışıyor.



Aztekler'de de çikolatanın hem bir içecek, hem de değişim değeri taşıyan birim, yani para birimi olarak kullanıldığını biliyoruz. Para birimi olarak da kullanılıyor demek, aslında karikatürlerde gördüğümüz o Dolarla purosunu yakan şişman zengini adama da bir gönderme taşıyor. Eğer bir Aztek asili veya zengini değilseniz, başka malları elde edebilmeniz için değişim değeri taşıyan bir ürünü nasıl içerek tüketebilirsiniz ki? Fikir vermesi için söyleyeyim: 10 kakao çekirdeği ile bir tavşan veya fahişe alı-

nabiliyor yahut 100 kakao çekirdeğine bir hindi veya bir köle satın alınabiliyor ve Aztek imparatorları da vergileri kakao çekirdeği cinsinden topluyor. Evet, çok yakın zamana kadar, ister Maya veya Azteklerde olsun, ister İspanyollar veya İngilizlerde olsun, kakao ve türevleri hep bir ayrıcalıklı zengin içeceği olarak telakki ediliyor.

Zenginler olduğu gibi kakaodan yapılmış sıvıyı içebilirken fakir garipler başka sıvının içine baharat gibi bir iki parça katmakta buluyor çareyi. İçecek kelimesinin altını bir daha çiziyorum, çünkü katı çikolata diye bir kavram kakaonun binlerce yıllık tarihinde çok çok yeni, Sanayi Devrimi ile beraber ortaya çıkmış bir şey. Bu yeni zamanı ayrı tutarsak çikolata yüzyıllar boyunca çoğu kez soğuk, nadiren de sıcak, özel bir kaşıkla köpürtülerek içilen, tat olarak acı –çünkü içine tatlandırıcı diğer maddeler çok sonraları konuluyor– ve asla süt içermeyen bir gıda. Süt, o da toz halinde, gene çok sonraları geliyor ve maksadı üretimi ucuzlatıp dayanma süresini uzatarak erişilebilecek pazarı büyötmekten başka bir şey değil.

Popöler tarih, kakao konusunda ya Mayalara ya da Azteklerle start verdiriyor ama kakao kelimesinin çok benzerine, yani *kakawa*'ya kaybolmuş eski bir orta Amerika uygarlığı olan Olmeklerde rastlıyoruz. Kelimeye ve meyveye rastlıyoruz ancak ne yazık ki 2500-3000 yıl öncesine ait bu dev uygarlıkla ilgili bilgilerimiz kısıtlı olduğu için kullanımına ve kullanım şekline ilişkin bir bilgiye ulaşamıyoruz.

O kültür veya bu kültür, Amerika kıtasına, orta ve güney Amerika'ya ait bir içecek sonuçta çikolata. Hazırlanması sabır istiyor. Su ve kakao karıştırılarak kaptan kaba aktarılıyor ve tıpkı nasıl biz ayrıntı köpürtüyorsak öyle köpürtülüyor. Karıştırmakta kullanılan kaşığın da İspanyolca'dan gelen özel bir ismi var: *molinillo*. Kaşık, kaplumbağa kabuğundan yapılıyor ve çok önem veriliyor, çünkü köpüğü sağlayan bu kaşık ve çikolata içeceğinin en kıymetli kısmı da köpüğü. Mayalar çikolata içeceğini, çekirdekleri ısırarak ve döverek toz haline getirdikten sonra mısır unu ve acı biberle fermente olmaya bırakarak yapıyorlar. Aynı zamanda püresini

de yedikleri bu çikolata besinini toplumun daha st katmanları tketebiliyor sadece. Bir ikolata efsanesine göre Aztek tanrısı Quetzalcoatl, yeryüzüne kakaoyu indiren tanrıdır ve bu yüzden de cennetten kovulmuş, zira kakao sadece tanrılar katında, onlara sunulmaya ve sadece onlar tarafından tketimeye layık, ilâhi bir içecektir.



Çikolata ieeğini köpürtmek için kullanılan aparat;
molinillo.



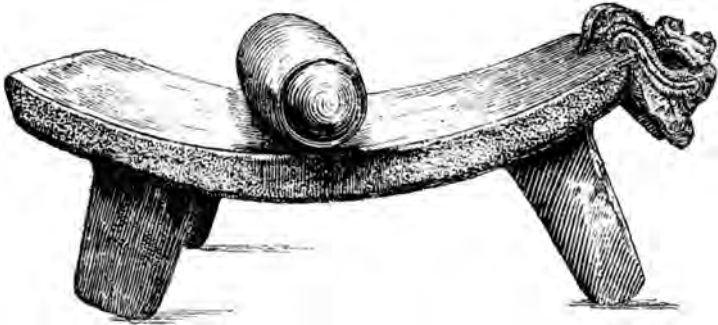
Evet, kakao çekirdekleriyle beyaz adam tanıştı da içecek olmuş hali nasıl geliyor eski kıtaya? Buna ilişkin ilk belgeler 1544 tarihini taşıyor. Bugünkü Guatemala'nın Verapaz, yani İspanyolca "gerçek barış" (*vera*: gerçek, *paz*: barış) anlamına gelen yüksek bölgesindeki yerliler sebep oluyorlar buna. Peki, neden buranın ismi Verapaz? Çünkü İspanyollar yeni kıtaya ayak bastıktan itibaren o kadar

şiddetli bir yıkım ve köleleştirme hareketi başlatıyorlar ki, kıtada kan gövdeyi götürüyor. Bir yandan modern silahları ile İspanyollar, diğer taraftan davetsiz misafirlerin vahşetine direnmeye çalışan yerliler derken, elbette bu mücadelede telef olan insan sayısı oldukça fazla oluyor. İspanyollar aşırı dindar insanlar, bu yüzden de kıtanın içine her ilerlemelerinde, kendilerine muhtelif tarikattan din adamları da eşlik edip oralarda kiliseler kuruyor ve yerli halkı kendi inançlarına koşut ehilleştirmeye, evcilleştirmeye çalışıyorlar. Bu bölgenin nasibine de Dominican rahipleri düşüyor ve başlarında da keşiş Bartolomé de las Casas var. Las Casas, Avrupalıların estirdiği vahşete karşı çıkan ilk Avrupalı diye de biliniyor ve pek çok yazılı eser bırakıyor ardında sonraları. Ondan öğrendiğimize göre 1508 yılında Amerika'ya (Küba) vardığında yerliler dâhil nüfus 60 bin kişi. Bu da daha önce bildirilen rakamla mukayese edildiğinde 1494 ile 1508 tarihleri arasında savaş, madencilik ve kölelik nedeniyle sekiz yılda 3 milyon kişinin ortadan yok olduğuna işâret ediyor. Devamla, "Gelecek nesillerde buna kim inanır? Şu gözler insan doğasına yabancı olan o kadar şeye şahit oldu ki, şimdi bu satırları yazarken aklıma geliyor ve ellerim titriyor" diyor.

Hep kan akmasından, zorlama ve vahşetten bıkıyor; uygulanan politikalara muhalefet ediyor. Vahşete alternatif olduğunu göstermek için de bölgedeki Kekchi Maya yerlileriyle farklı bir yol denemek istiyor ve onları kesmek yerine konuşmaya, kültürlerini anlayarak kendi kültürünü (ve inancını) onların kültürünü zedelemekten, damardan yavaşça zerk etmeye çalışıyor. İşin garibi, daha önce hiçbir İspanyol'un düşünmediği bir şey oluyor ve din dışı vahşiler olarak görülen yerliler de bu yeni yönetime boyun eğiyorlar. Hatta bu nazik çabalar sonucunda, kabilenin ileri gelenlerinden oluşan bir yerli heyetini İspanya'da Prens Phillip'i ziyaret etmeye de ikna ediyor las Casas.

Evet, sonunda bahsettiğim ziyaret gerçekleşiyor. Prens Phillip ilk başta onları görünce şaşırıyor, zira yerliler kendi olağan kıyafetleriyle geliyorlar ve bu kıyafetler İspanya'nın o anki hava koşullarına çok da uygun değil. Endişelenen Phillip, üşüyen de Maya ileri

gelenleri oluyor ama iş getirilen hediyelerin takdimine gelince bu küçük detay önemsizleşiyor. Yerliler elbette bu ziyaret için yanlarında kendilerince kıymetli pek çok armağan getiriyorlar. Bunların arasında kıymetli Quetzac kuşunun tüylerinden 200 adet, toprak kaplar, bitkiler, acı kırmızı biberler, fasulye, mısır vesair bazı kıymetli yiyecek ve kokulu maddeler de var. Bir kaptaki dövülmüş kakao çekirdekleri mevcut ki, onlara göre en değerli hediye de bu oluyor. Prens Phillip de tabii bu nazik hediyeyi geri çevirmiyor ve hemen oracıkta hazırlanan soğuk köpürtülmüş acı çikolatayı afiyetle lüpetiyor.



Kakao çekirdeklerinin öğütüldüğü taş düzenek; *metate*.

O dönemde İspanya ile Amerika arasında çok fazla ilişki ve çok fazla gidip gelme olduğu kuşkusuz. Bu gidip gelmeler de özellikle Amerika kıtasına gönderilen misyonerler ve bağlı oldukları İspanyol kiliseleri arasında gerçekleşiyor. Böyle bir başlangıçtan sebep olsa gerek, çikolata üretimi nedense yakın tarihte bile hep dinsel kurumların elinin altında oluyor. Yakın zaman derken, mesela dünyaca meşhur Cadbury çikolataları da böyle ve Quaker tarikatına bağlı bir aile tarafından dinsel modele uygun kurul-

muş bir fabrika olarak üretime başlıyor. Cadbury ve yakın zaman çikolatalarını bir sonraki bölümde ele alacağız ve biz gene o Yeni Dünya'nın keşfi dönemlerine dönelim. Evet, rahipler arasında başlayan bu kakao taneleri alışverişi sonunda ilk ticari ithalata dönüşüyor ve 1585 yılında ilk resmi ithalat, az önce değindiğimiz Verapaz kentinden İspanya'nın Sevilla kentine doğru gerçekleşiyor. Sevilla, o dönemlerde İspanya'nın Amerika'ya açılan kapısı. Çok fazla mal ve gemi hareketi yaşanıyor, bunun sonucu olarak da veba salgınından en çok etkilenen kentlerden biri oluyor. (Aranızda televizyon dizilerini, hatta dönem dizilerini sevenler varsa, İspanyol yapımı *La Peste* dizisini o dönem Sevilla kentinin ambiyansını görebilmek için izlemelerini öneririm.)

Evet, ithalat gerçekleşiyor ve kakaolar Avrupa'ya, daha doğrusu İspanya'ya geliyor ama o kakaodan hazırlanan içeceğin tadı aynen gelmiyor. Biraz daha yerel Avrupa damağına uygun hale getirilip ehlileştiriliyor. Öncelikle soğuk içilmekten çıkarak, sıcak bir içecek oluveriyor. İlk tatlandırma denemeleri de bu zamanda başlıyor ve bazıları bu acı içeceğin içine şeker kamışı ilave etmeye başlıyorlar. Şekerin devreye girmesiyle beraber binlerce yıllık acılığı ve bu acılığa eşlik eden saf kakao kokusuyla ünlenmiş bir içecek, aniden tatlı ve bize göre daha kolay içilebilir bir içeceğe dönüşüyor. Üçüncü olarak da eski kıtanın daha alışık olduğu muhtelif baharat, çeşni olsun diye orijinal halinde içine katılan yeni dünya baharatının yerini almaya başlıyor. Yani acı kırmızı biber diyebileceğimiz *chilli* biberi yerine karabiber, tarçın veya anason, az az da olsa sıcak çikolatanın çeşitlemelerini oluşturmaya başlıyor.

Çeşitlenerek ve ısınarak biraz da olsa şekli değişen çikolata içeceği bir süre sadece İspanyollar tarafından tüketiliyor. Aynı zamanda İngilizlerin çay ve afyonu, genç Amerika sömürgesinin ise tütünuyla bu şekilde rekabete başlıyor imparatorluk İspanya'sı. Sonra yavaşça Portekiz ve İtalya'ya sıcıyor bu alışkanlık. Diğer kitaplarımda parfümlerden bahsederken sıkça ismini zikrettiğim misk ve amber de burada, yani İtalya'da devreye giriyor. Francesco Redi bir şair, dilbilimci ve doktor, ayrıca Medici ailesinden III.

Cosimo'nun da özel doktoru. Francesco Redi, İspanya'da tanıştığı çikolatayı hem ilaç hem de keyif verici bir madde olarak değerlendiriyor ve muhtelif çikolatalı içecek tarifleri yazıyor. Bu tariflerin kayıtlarıyla beraber çikolata içinde amber ve misk'in kullanımına da ilk kez rastlamaya başlıyoruz. Tatlı bir içeceğin içindeki bu kullanım daha sonra Fransa'ya da sığıyor ve Marie Antoinette'in en sevdiği sıcak çikolata tarifinin içine amber rendelenmiş çikolata olduğunu görüyoruz. Amberin ispermeçet balinasının hazmedemeyip dışarı çıkardığı atığın veya açık söyleyişle balina dışkı ve kusmuğunun (bkz. *Kokular Kitabı*, "Diğer Bazı Hayvanat ve Koku"), kaynağından bağımsız hoş bir kokulu madde olarak en sevilen içeceğin içinde yer alması da bu açıdan ayrı bir ilginçlik oluyor tabii.

Çikolatada amber ve misk kullanımını ilk kez Redi sayesinde görüyoruz ama Redi'yi esas meşhur eden yaseminli çikolata içeceği tarifi. Bu içeceğin tarifini ölene kadar da sır gibi saklıyor ve ancak o öldükten sonra bu ilginç çikolata içeceğinin tarifine ulaşabiliyor. Kısaca ölçülerini değil, içerik maddelerini sayayım bu içeceğin: Kavrulmuş kakao çekirdekleri, taze yasemin çiçekleri, kurutulmuş ve öğütülmüş beyaz şeker, vanilya çekirdekleri, tarçın ve amber.

Burada durup bir an için şöyle düşünelim mi? Size biri gelip "kahve yedin mi, çay yedin mi?" diye sorsa ne kadar anlamsız gelir, değil mi? Ama eminim iki yüzyıl öncesinde yaşayan insanlara da "çikolata yer misin?" sorusu aynı anlamsızlıkta geliyordu. O zaman Francesco Redi'yi Toscana'da Medicilerle baş başa bırakıp hoş kokulu bu Amerika menşeli sıvı nasıl katılaştı, tatlılaştı ve Avrupalaştı; hatta mesela ne oldu da İsviçre'yle falan özdeşleşti, onu bir görelim şimdi müsaadeniz olursa.

Bu Kadar Katı Olmaya Gerek Var mıydı Canım?

1994 yılında Avrupa Birliği, gıda yönetmeliği üzerine çalışırken ve standartları tespit ederken, sıra neyin “çikolata” olarak adlandırılabilceğine geliyor. Bu aşamada Belçika, Fransa ve Almanya diyorlar ki, “Arkadaşlar, yüzde 50’nin altında kakao içeren hiçbir gıdaya çikolata demeyelim. Ayıp yani ya, kakaosu olmayan şeye nasıl deriz zaten böyle bir şey? Lütfen bunu yaptırımlı bir kural haline getirelim.” Fakat İngiltere buna itiraz ediyor. Neden? Çünkü İngiltere’de Avrupa’nın ilk büyük çikolata üreticilerinden biri olan Cadbury var ve Cadbury’nin çikolata ismi altında sattığı pek çok şekerlemede kakao oranı yüzde 10’un bile altına düşüyor. Başta “gerçek çikolata”cılar kazanacak gibi görünürken, son anda Almanya taraf değiştiriyor ve beraber yola çıktığı dostlarına küçük bir kazık atarak İngiltere’nin safına geçiyor. Aylarca müzakereler yapılıyor, bu müzakereler karşılıklı tehditler ve restleşmelere sahne oluyor. Sonunda da İngiltere ve Almanya’nın olduğu tarafın baskısıyla yeni düzenleme hazırlanıyor. Almanya’nın taraf değiştirmesi olayında ülke içindeki büyük Alman sütlü çikolata şekerlemecilerinin ve Avrupa Birliği’nde olmamasına rağmen çikolata dünyasında egemenliği tartışmasız olan İsviçre’nin Almanya üzerine yaptığı baskının da etkisi olduğu söyleniyor.

Cadbury ve Alman destekli İngiltere'nin zaferi ile sonuçlanan bu olaya "son çikolata savaşı" deniyor. Savaş sonrasında da içinde yüzde 1 kakao bile olsa, o şekerlemenin isminde çikolata kelimesi geçebiliyor. Ancak bir küçük rahatlatıcı nokta buna eşlik ediyor ki o da üreticilere getirilen yeni bir zorunluluk oluyor. Bu zorunluluğa göre isminde çikolata kelimesi geçen her şekerlemenin paketinde, ürünün içindeki kakao miktarının yazılması mecburi. Bugün için tabii ki "Ya her şeyin paketinde içerik yazmalı, ne ki bu?" diyeceksiniz ama farkındaysanız 25 yıl öncesinden bahsetmekteyiz şu anda. Tabii tüketici de bazen akıllı olabildiği için hemen yüksek oranda kakao içeren şekerlemelere hücum ediyor ve bunu da üreticilerin karşı hamlesi cevaplıyor. İçinde makul ve cazip oranlarda kakao bulunduran marka ve çeşitler bu oranı dev puntolarla paketin ön yüzünde duyururken, kakaosu düşük çikolatalı şekerleme üretenler paketlerin ön yüzünde orandan falan hiç bahsetmeyip, arka tarafta, gözlüksüz zor okunabilecek büyüklükte harflerin eline bırakıyorlar paketin içindeki kakao oranı bilgisini.

Biraz geriye dönüp savaş havasından çıkalım, söz verdiğim konuya dönelim şimdi. Geçen bölümde bahsetmiştim kakao çekirdekleri, hem içecek hem de para birimi olarak kullanıldıkları orta ve güney Amerika'dan İspanyolların kıtayı işgalleri sonucu eski kıtaya, yani Avrupa'ya ve özellikle İspanya'ya gelmişti. Hatta bu gelişle beraber Avrupa damağına uygun olarak birtakım değişikliklere uğramış, tatlanarak sıcak içilmeye başlanmıştı. Avrupalılar bu yeni alışkanlığa paralel olarak kendi alet edevat ve kural dizilerini de geliştiriyorlar. Nefis ikolata fincanları, o fincanlardaki çikolataları köpürtmek için birbirinden güzel *molinillo*'lar (köpürtme kaşıkları) ve bu içeceği fincanlara dökmek, hanımların, beylerin masalarına servis edebilmek için zarif sürahiler, yani *chocolatiere*'ler, say Vedat say. Ancak bu sıvılık hali artık çok uzun sürmeyecek, bu alet edevat ve kuralların bir kısmı da sadece tarihte ilginç kayıtlar olarak kalacaklar.

İleride ayrıca bahsedeceğim, bir dönem limonata satıcıları ve dükkânları pek bir moda oluyor ve buralarda satılan sıvı ikola-

tanın yanısıra kakao çekirdekleri, vanilya, tarçın, karanfil, ayrıca bütçeniz yetiyorsa amber ve miskle macun haline getiriliyor ve kâğıt üzerine konulup kurutuluyor. Daha sonra da bu macun, tabletler halinde kesilip satılıyor. Satılırken elbette müşteriye tableti elinde uzun süre tutmaması ve sıcak şeylerin pek yakınına konmaması gerektiğinin tenbihi unutulmuyor. Bu şekilde uzun süre dayanan tabletler daha sonra ihtiyaç hasıl olduğunda su, süt, şarap veya yumurtayla beraber ısıtılıp karıştırılarak içiliyor. Süt aslında çok da fazla tavsiye edilmiyor, sadece mecbur kalınırsa. Neden? Çünkü sütle beraber tüketilen kakaonun hazmının çok zor olacağı düşünülüyor. Tarçın, karanfil gibi baharatın ilave sebebi ise lezzetin ötesinde, saf halinde “soğuk” olduğu varsayılan çikolatanın yorgunluk, ağırlık, hazım zorluğu yaşatmaması için baharatla “ısıtılması”, dolayısıyla dengeye getirilme çabasından kaynaklanıyor ve doktorlar tarafından öneriliyor. Ancak daha sonra sanıldığı gibi “soğuk” değil, bilakis kendi başına ısı kaynağı olduğuna inanılmaya başlanıyor ve şarap veya aromatik unsurlarla takviye edilmesinin bünyede yangın başlatacağından korkularak, olduğu gibi tüketilmesi öneriliyor. Herhangi bir ısıtıcı öge ilave edilmemiş bu kakao tabletlerine de “sağlık çikolatası” ismi veriliyor.

1828 yılında Coenraad Johannes van Houten isimli bir Felemenk, kakaonun içindeki yağ ve katıyı ayırabilen bir pres icat ediyor. Bu pres sayesinde yağ ayrı bir yana alınıyor, kalan kakao da tozlaştırılıp su yerine sütle karıştırılmaya başlanıyor. Sütün dâhil edilme sebebi, lezzete katkısının ötesinde alınan yağın yerine az da olsa biraz yağ barındıran bir sıvı koyarak eksikliğin bir nebze de olsa fark edilmesinin önüne geçmek. Çünkü kakaonun yağı, çikolatanın içinden çıkarılıp başka alanlarda kullanılmak üzere farklı pazarlara satılmaya başlanıyor ve kuru kuruya kalmaması lazım. Şunu da biliniz ki 2014’te bir kısım hisselerini satıp ortaklık payı görece azalana kadar, 28 milyar Dolar cirouyla dünyanın en büyük kozmetik şirketi olan L’Oreal’in en büyük ikinci ortağı Nestlé’ydi; ben daha ne diyeyim sevgili okur? Tabii kakaodan çıkarılan yağ yüzde 54’lerde, katılan sütün içindeki yağ ise en fazla

yüzde 5 civarında olduğu için ilave başka yağlı malzemeler de eklenerek durum kurtarılmaya çalışılıyor.

VAN HOUTEN'S
COCOA



"Best & Goes Farthest."
"Thank heaven, I
Am quite well. May
I be permitted to say:
Thank heaven and
VAN HOUTEN?
"Is it not his Cocoa
That makes me feel so
Well?"

MR. PECKSNIFF

PERFECTLY PURE.

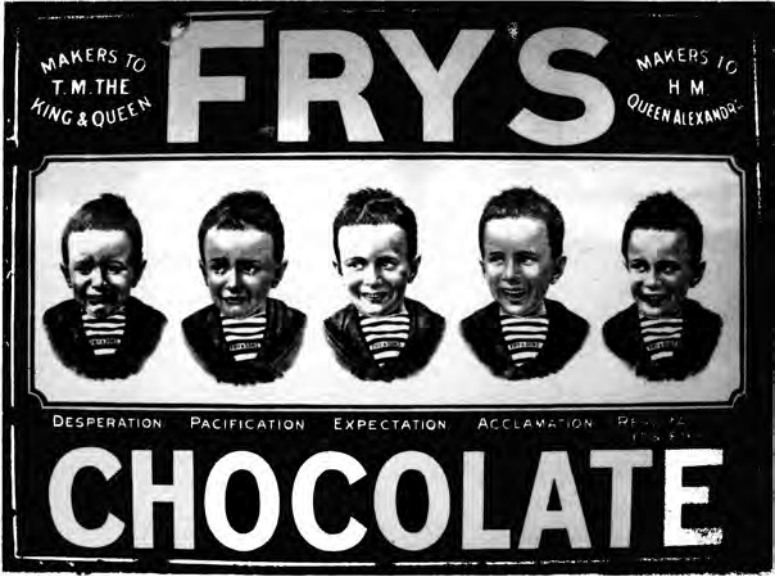
VAN HOUTEN'S PATENT PROCESS
increases by 60 PER CENT. the solubility of the
flesh-forming elements, making of the cocoa
bean an easily digested, delicious, nourish-
ing and stimulating drink, readily assimilated,
even by the most delicate.

Sold in 1-8, 1-4, 1-2 and 1 lb. Cans.
If not obtainable, enclose 25 cts. to either
VAN HOUTEN & ZOON, 106 Reade Street, New
York or 45 Wabash Ave., Chicago, and a can
containing enough for 35 to 40 cups, will be
mailed. Mention this publication. Pre-
pared only by the inventors VAN HOUTEN &
ZOON, Weesp, Holland. 25.

Kakao presinin mucidi Van Houten'in kendi kakao markasına ait bir reklam.

Bundan tam 20 yıl sonra da, Joseph Fry isimli bir girişimci, kendi dev çikolata fabrikasında bu aşırılan yağın küçük de olsa bir kısmını tekrar kakao tozuna ilave etmenin bir yolunu bularak, kalıpla şekil verilebilen bir hale getiriyor ve bizim bugün bildiğimiz çikolataya benzeyen ilk katı şekerlemeyi, *Fry's Chocolate Cream Bar*'ı pazara sunuyor. Fry'ın yaptığı aslında, bir başka bakış açısıyla, o güne kadar mutfaklarda yapılarak sıcak sıcak fincandan içilen çikolatanın üretimini ağız içine taşımak.

Evet, katı da olsa ikolata, 34 °C'nin üzeri ısıyı gördüğünde erimeye ve fincanla içilen kıvamlı sıvının benzerine dönüşmeye başıyor ağızımızın içinde. O erime, onlarca, yüzlerce aromatik molekülün de içinde saklandığı katı kalıptan ağızımızın içine “patlamasına”, koku alma patikalarımızı keyifle doldurmasına sebep oluyor.



Fry's şirketini meşhur eden Beş Erkek ocuğu (Five Boys) görsellerine sosyal medya paylaşımlarında hâlâ rastlamak mümkün. Hoş, “beş ocuk” denilse de aslında aynı çocuğa ait farklı ifadeler resmediliyor. İlk başta paketten ziyade sadece ilan, poster, plaka gibi ortamlarda kullanılan bu beş görsel, beş farklı ruh halini temsil ediyor. Ümitsizlik, sknet, beklenti ve tezahüratı, ikolatanın Fry's olduğunun anlaşılması takip ediyor. Fotoğraflar 1885 yılında çekilmiş. Model, beş yaşındaki Lindsay Poulton, fotoğrafçılar ise babası ve dedesi. Bu iş karşılığında da Fry's şirketinden o zaman için oldukça büyük bir para olan 200 Pound alıyorlar. *Bristol Evening Post* gazetesi 1960 yılında şenmiyor, gidip 80 yaşındaki “ocuk yıldız”ı buluyor ve söyleşi yapıyor. Söyleşide Lindsay'in o güne dair unutamadığı anısının ilk yüz ifadesinin (mitsizlik) ekimi olduğu ortaya çıkıyor. Unutulamama sebebi ise dedesinin özgün ve ağlayan ifadeyi elde edebilmek için fuları amonyağa batırıp torununun boynuna sarması.

Yaklaşık bir 25 yıl sonra, 1875 yılında da iki İsviçreli, Daniel Peter ve Henri Nestlé, çikolataya katılan sütü, bebeklere mama olsun diye ürettikleri tatlandırılmış süt tozuyla değiştiriyorlar. Bu şekilde de ilk katı, uzun süre bozulmayan sütlü çikolata pazara çıkmış oluyor. Bütün bu saydıklarımızla neden uğraşılıyor peki? Çünkü o zamana kadar çikolata hâlâ bir zengin eğlencesi ve yaygın kitlesel tüketimi yok. Çok sevilen ve dolayısıyla çok satabilecek bir ürünü kolay erişilebilir bir hale getirmek de elbette Sanayi Devrimi'nin özüne uygun bir hareket. Bu değişim ve erişilebilirlik sayesinde çikolata gerçek başlangıç noktasından lezzet ve formasyon olarak uzaklaşıyor elbette ama o kadar kusur kadı kızında da bulunur.

XX. yüzyılın başlarına kadar Yeni Dünya, yani Meksika, Costa Rica ve tabii özellikle de Venezuela, kakaonun esas üretildiği ve Avrupa'ya satıldığı yerler. Ancak kakaonun gerek toplanması, gerek çekirdeklerin meyveden çıkarılması, henüz demin bahsettiğim van Houten'in presi icat edilmediği için toz haline getirilmesi, oldukça emek yoğun bir iş ve bir sürü



Alman eczacı Henri Nestlé'nin "sütlü un"u (*farine lactée*), süt, buğday unu ve şeker içeriyor ve ana sütüyle beslenme imkanı olmayan çocuklar için mama olarak satılıyordu. Nestlé, daha sonra bu "un"u çikolata ile birleştirerek "sütlü çikolata"yı üretti. Görseldeki paketin ortasında, müteşebbis Henri Bey'in soyadından mülhem tasarlanan ve halen kullanılmakta olan kuş yuvası (*Nést*) figürünü, yuvada da yavrularını besleyen anne kuşu görebilirsiniz.

insan gerekiyor bunun için. Tabii bu insan ihtiyacını orta ve güney Amerika'dan sağlamak mümkün ama kıtaya ayak basan İspanyollar oradaki yerlilere sadece savaş değil, beraberlerinde getirdikleri salgın hastalıkları da ikram ederek tam anlamıyla ölümü taşıdıkları için, sayıca yetersiz kalmış durumdalar.

Ne yapar bu durumda aklı başında uygar bir Avrupalı? Doğru bildiniz, Afrika'dan köleler getirilmeye başlanıyor. Gemiler dolusu ve yarısı daha yollarda telef olan Afrikalı siyah insan bu sayede kakao üretimiyle tanışıyorlar, ancak Afrika ve kakaonun kaderlerinin kesişmesi bu köle işi olayıyla sınırlı kalmıyor. Bu alanda İspanyolların kıtayı keşfeden ve çikolata içeceğiyle ilk tanışan olmalarından sebep bir ayrıcalık ve üstünlükleri var.

Her ne kadar bir süre sonra hâlâ bir zengin içeceği olan çikolata İspanya dışındaki ülkelerde de beğeniyle karşılsa ve hemen



Jean-Baptiste Charpentier'nin (le Vieux) Penthièvre Dükü'nün ailesini resmettiği ve "Bir Kap Çikolata" ismiyle bilinen tablosunda, çikolata içmenin henüz kitleselleşmekten uzak, "soylu ve seçkin" bir âdet olduğu 1700'lü yılları gözlemleyebiliyoruz.

alkollü içeceklerin yerine, nerdeyse kutsal bir içki olarak başköşeye yerleşse de, kakao ticareti İspanyolların tekelinde. Dönemin diğer emperyal ve sömürgeci güçleri, İngilizler, Fransızlar, Portekizliler ve Hollandalılar bunu hazmedebilir ve şişkin kârların sadece İspanyolların cebine girmesine göz yumabilirler mi? Hayır, asla böyle bir şey olamaz. O zaman ne yapmak lazım? Geçen bölümde bahsettiğim gibi ekvatorun 20 derece kuzey ve güneyinden bir çizgi çekildiğinde sadece bu çizgilerin arasında kalan iklimin koşullarında yetişebilen kakao için, aynı koşullara sahip ve kendi kontrollerinde başka topraklar bulmaları, oralara kakao ağaçları ekerek kendi kültivasyonlarını başlatmaları lazım. Böyle de oluyor zaten ve kakao ağacı tohumları önce Karayiplere, oradan Afrika'ya, çok az bir kısmı da Asya'ya taşınmaya başlıyor. Büyük alanlar açılıyor bu ekim ve yetiştirme işlemleri için, hatta yağmur ormanlarının bir kısmı da bu sebeple telef oluyor.

Bugün için dünya kakao üretiminin yaklaşık 2/3'si batı Afrika'da gerçekleşiyor. Bu miktarın da yarısını, yaklaşık bir buçuk milyon ton çekirdekle tek başına Fildişi Sahili Cumhuriyeti sağlıyor. Uluslararası şekerleme devleri, Nestlé, Cadbury falan ihtiyaçlarının yarından fazlasını bu ülkeden karşılarken tek başına kakao ticareti ülkenin milli gelirinin 2/3'sini karşılıyor. Maalesef bu bölgedeki her şeyi kontrol edebilmek mümkün değil. Plantasyonlarda işçilerin, hatta çocukların çok uzun mesai saatleriyle çalıştırıldıklarından, bu nedenle de ufaklıkların hiç okul eğitimi almadıklarından bahsediliyor. Bu yoğun üretime ve fedakarlığa rağmen ülkenin yerlileri arasında ağızlarına çikolata almamış çok sayıda insan var. Benim de derslerde gösterdiğim ve internette rahatça bulabileceğiniz bir video, bir grup Fildişi Sahili yerlisinin ilk kez çikolata deneyimi yaşamalarını gösteriyor. Videoyu izlerken yerlilerin verdikleri tepkiler belki ilk başta insanı gülümsetiyor ama üretime yabancılaşmayla beraber düşündüğünüzde kesinlikle çok iç acıtıyor.

Dünyaya çikolatayı kazandıran Mayaların, Azteklerin toprakları ise artık küresel üretimin sadece yüzde 2'sini karşılayabiliyor.



Toblerone ikolatalarının kurulduğu yer olan Bern (İsviçre) yakınındaki Matterhorn Dağı'nı temsil ettiği söylenen üçgen/piramidal form, 1909 yılında tescil ediliyor. Tescil belgesindeki imzanın, 1902 ila 1909 yılları arasında Bern'deki Federal Fikri Mülkiyet Bürosu'nda alışan Albert Einstein'a ait olduğu yönünde söylentiler varsa da, bu söylenti doğru değil. Antrparantez, bir rivayete göre, birazcık zorlanıp "kahve falı bakar gibi" baktığınızda logoda yer alan dağ grafiğinin içine gizlenmiş Bern'in sembolü olan ayıyı görebilirsiniz.

İlk katı çikolatayı üreten ve zamanının en büyük çikolata üreticisi olan Fry şirketi ve onun rakibi olup, daha sonra büyüklükte Fry'ı geçerek sonunda satın alan Cadbury şirketi veya dönemin diğer bir devi olan Rowntree şirket ve aileleri ilginç bir şekilde dini cemaatlere bağlı, bu bağlamda üretim anlayışları olan şirketler. Her üçü de Quaker tarikatına bağlı aileler tarafından kuruluyorlar. Cadbury'nin mesela, fabrikasının kurulduğu şehir de kendi dinî görüşlerine göre yeniden tasarlanarak fabrikalarda çalışan işçileri cemaatlerinin bir parçası haline getirecek şekilde inşa ediliyor.



Rowntree'nin çikolata kaplı gofretleri, "ıtır çikolata" ya da Chocolate Crisp. Bu gofretin ismi 1938 yılında şirketin epey önce (1911) tescil ettirdiğı ama o güne kadar pek kullanmadığı isimlerden Kit Kat'e dönüştürülecek. Değışen ismiyle bu gofret halen Rowntree'yi satın alan Nestlé'nin ürün gamında yer alıyor.

"Model kent" olan bu yerleşim birimine tam şehir diyememek bile rahatça kasaba olarak adlandırabiliriz. Bourneville isimli bu yerleşim biriminde tek tip evler, kiliseler, okullar tamamen fabrika sahibi Cadbury ailesinin kontrolünde. Diğer İngiliz kentlerinde sıradan mekânlar olan bar, meyhane veya alkollü içki satan dükkânlar ise yok Bourneville'de, çünkü Quaker tarikatı alkol karşıtı. Bu şirketlerde işe girebilmek için de tabii ki o inanca yakın olmanız, yaşam pratiğınızı de inancınıza uydurmanız gerekiyor. Karşılığında da başka bir kentte benzer işlerde çalışanlarla mukayese edilemeyecek kadar iyi yaşam koşullarına sahip oluyorsunuz. Bugün muhtelif birleşme ve el değıştirmeleri takiben artık Cadbury'nin tek sahibi daha önceleri Kraft olarak bildiğimiz gıda devi Mondelēz.

Fry ve Cadbury aynı tarikatın üyeleri olmalarına rağmen ömürleri boyunca birbirleriyle savaşıyorlar. Bu savaşta Cadbury'nin biraz daha yaratıcı tarafı temsil ettiğini söyleyebiliriz, zira ilk teneke kutuda çikolatalı şekerleme Richard Cadbury'nin bir pazarlama dehası örneğı olarak çıkıyor karşımıza.

Quakerlar: Hep mi Para?

Quakerlar (ya da “Kilisenin Dostları”), 1644 yılında İngiltere’de bir dokümacının oğlu olan George Fox isimli muhteremle başlayan ve reformist anlayıştaki Hristiyanların içinden çıkarak şekillenen, savaş ve kölelik karşıtı, yemin etmeyen ve oldukça sade giyinen pasifist bir Hristiyan mezhebi.

Muhteremler İngiliz Kilisesi’ni (*Church of England*) tasvip etmiyor ve Hz. İsa ile iletişime geçmek için arada rahipler gibi araçlar gerekmediğini düşünüyorlar. Tabii bu da yerleşik anlayışla çelişiyor bu yüzden de kâfir addedilip bayağı bir baskı görüyorlar. Aralarında kadın vaizlerin de yer aldığı bir kısım *quaker* Amerika’ya göç ediyor. Burada da cadılıkla falan suçlanıp idam ediliyorlar. Zaman içinde sayıları ve etkileri artıyor; belli bölgelerde bayağı söz sahibi olmaya, aralarından vali gibi politikacılar çıkarmaya başlıyorlar. Bu bölgelerden birisi de bir *quaker* olan William Penn’e, tahtın babasına olan borçlarına karşılık II. Charles tarafından verilen ormanlık toprak.

Bölgeye de zaten “Penn’in Ormanı” anlamına gelen Pennsylvania (Lat. *sylvania*: ormanlık) ismi veriliyor. Sayı artınca tabii bölünmeler de başlıyor kendi içlerinde. Bugün farklı gruplar halinde ve yarısından fazlası Afrika’da olmak üzere yaklaşık 300 bin üyeli bir cemaat oldukları tahmin ediliyor.

Sağlam kapitalistler çıkıyor cemaatin içinden. Bankacı Barclays, sigortacı ve bankacı Lloyds, çikolatacılar Cadbury ve Fry, çikolata ve şekerlemeci Rowntree, ayakkabıcı Clarks gibi markalar, akla gelen ilk cemaat markalarından. Ha, bir de ABD’nin ilk tescilli kahvaltılık yulafı olan *Quaker Oats* var. Bu markanın kurucularının Quakerlıkla falan ilgileri yok ama piyasayı iyi gözleyen uyanık tipler. O dönemde de Quakerlar hep sözüne sadık, dürüst insanlar olarak bilinirlermiş.

Tüketicide ürüne dair böyle bir ilişkilendirme ve algı oluşturmak için bilinçli olarak seçilen Quaker kelimesi ürünün isminde yer aldığı gibi ambalajda da Quaker kıyafetli bir adam görseli var.

“Hep mi para, hiç hayır işi yok mu bunlarda?” dersiniz, oldukça ünlü bir yardım kuruluşu olan Oxfam’ı da cemaatin hayır kuruluşlarına örnek olarak verebilirim.

Daha sonra değişen sermaye piyasaları ve hisse yapılarıyla bu tip bir din olgusunun dışına çıkmış olsa dahi kakao’nun “tanrıların yiyeceği”, *Theobroma cacao* olmasından sebep olsa gerek, dinle ilişkisi pagan dönemlerden geç Hristiyanlık dönemlerine kadar öyle veya böyle bir şekilde devam ediyor.

Başlarda oruç bozup bozmayacağı da çok tartışılıyor. Burada bahsettiğim oruç Müslüman orucu değil, zira bildiğiniz gibi hem Hıristiyanlık hem de Yahudilikte, hatta daha da geriye gittiğimiz zaman pagan inanç sistemlerinde oruç farklı kural ve sürelerle de olsa inanç pratiğinin bir parçası. Katolik ve Ortodoks mezheplerinde de böyle birtakım oruç ritüelleri var ve dönemsel değişkenlik içinde bazılarında sadece et dışı ve katı olmayan gıdalar tüketilebiliyor. Kakao, yani çikolata da bu aşamada bayağı yoğun tartışmalara sebep oluyor. “İçecektir, ama yiyecek kadar besleyicidir ve yasaklanmalıdır” diyenlerle “bu sadece bir içecektir ve alkolün de yerine geçerek ahlaki normları yükseltir” tartışmaları başlıyor.

Bu tartışmalarda kakao çekirdekleri ticaretini elinde bulunduran Cizvit ve Dominikan rahipleri, yani eli kuvvetli olan kazanıyor. Büyük gelir kaynağı olan kakao çekirdeği satışıyla oruç dönemlerinde de çikolata içilmesini Papa’nın onayından geçirterek kiliselerine gelir ve güç sağlamaya devam ediyorlar. Haklarını yemeyelim, “çikolatayı iç, ama içine ekmek banma” diye de müridlerine yol göstererek onları günahlardan uzak tutmaya çalışıyor Cizvitler. Bu kararı 1569 yılında Papa Pius V açıklıyor ve besleyici özelliklerine rağmen çikolata oruç sırasında tüketilebilen bir içecek olarak din kayıtlarına geçiyor.

Bapalar sadece kırmızı Prada *loafer*larını değil, çikolatayı da çok seviyorlar ve Pius V’den sonra, Gregory VIII’den Benedict XIV’e kadar 190 yıl boyunca gelen her papa bu kararı onaylıyor. Hatta sadece serbest olmakla kalmayıp biraz da uhrevî bir anlam kazanıyor. Ancak bu mutluluk ve serbestlik, 1774 yılında Papa Clement XIV, çikolatasının içine katılan zehirle öldürülünce elbette bozuluyor. Çikolatanın içine zehir katılması saray ve kilise çevrelerinde gerçekleşen muhtelif entrika içinde sık rastlanan bir durum, zira kakaonun kuvvetli bir aroması var, içine katılan yabancı öldürücü maddenin aromasını (mesela acıbadem) rahatça bastırabiliyor.

Boş Gezenin Ayakkabısı

Loafer, kolay giyilen ve bağciksız bir ayakkabı modeli. İsmen bilmeyen varsa dahi görse, “Aa, tabii ki biliyorum” diyecektir, eminim. Loafer’ın kelime anlamı “boş gezen, aylak dolaşan” falan gibi bir şey. İlk *loafer* ayakkabı da evde giyilen özel dikim bir kapalı terlikten esinlenilerek İngiltere Kralı VI. George için, gene kır evinin içinde veya bahçesinde giyebilmesi için Raymond Lewis Wildsmith isimli bir ayakkabıcı tarafından tasarlanıyor (1847).

Fakat asıl üne kavuşması Norveç’in Aurland kasabasında yaşayan Nils Gregoriussøn Tveranger’ın diktiği (1910) “Aurland *Loafer*”ını gören Amerikalı gezginlerin, 1930’larda bu modeli ülkelerine getirmeleri, ülkedeki ayakkabıcıların da benzerlerini üretmesiyle oluyor.

Rahat kullanımı ve her kıyafete uygunluğu nedeniyle öğrenciler tarafından tercih edilmeye başlıyor. Yavaş yavaş sınıf atlayarak İngiltere’de kır evinde veya avda, Norveç’te ise balık tutulurken giyilen ayakkabı modeli olmaktan ceket-pantolon-kentli erkek kıyafetleriyle giyilen ayakkabıya, hatta zaman ilerledikçe kadınların da rahatlıkla giyebildiği ayakkabıya dönüşüyor.

Papa’nın *loafer*larına gelirsek; kırmızı renk tabii ki. Hz. İsa çarımha gerilmek üzere Via Dolorosa’da sürüklenir ve kırbaçlanırken ayaklarına akan kanı çağırıştırdığı için seçiliyor. Hoş, zaman zaman papalar ayakkabının model ve rengine müdahil olabili-

yor, mesela toka taktırabiliyor veya çıkarttırabiliyorlar.

Bu ayakkabının Prada markasıyla ilişkilendirilmesi ise 2005 yılında XVI. Benedict’in fazlaca parlak kırmızı renk seçmesi nedeniyle çıkan bir dedikodu olmaktan öte gitmiyor. Gerçekte o *loafer*ları Prada değil, Adriano Stefanelli dikeyor.



“Kızlı erkekli” *loafer* kullanımı.

Çikolata, aslında kendi kendimizi farkında olarak veya olmayarak tedavi etmekte kullandığımız bir yiyecek. Neden? Gordon Parker ve Joanna Crawford 2007 yılında *British Journal of Psychiatry*'de yayımlanan makalelerinde çikolata arzusu veya açlığı duyanların (*craving*) çoğunun depresyonda olduğu veya depresyona girme aşamasında olduğu gibi bir gerçeği dillendiriyorlar. Sadece bu iki araştırmacı değil, daha pek çok farklı kurum ve bilim insanı bu yönde çalışmalar yaparak benzer bulgulara ulaşıyorlar. Bu tabii ki canı her çikolata isteyen depresiftir anlamına asla gelmiyor ama tatlı ve karbonhidratlı yiyecekler için açlık duyanların genelde depresyon semptomları gösterdikleri, bu insanlara antidepresan verildiği zaman çikolata gibi tatlı maddelere yönelik arzularının azaldığı veya kaybolduğu biliniyor.

Çikolatanın, daha doğrusu kakaonun içindeki maddelerin hafifçe ayar verdiği dopamin ve serotonin gibi nöroaktarıcıların beyin kimyamızı keyifli bir dengeye getirdiğini biliyoruz. Bu nedenle çikolata yeme arzusunun bu mutluluk hâli veren maddelerin yeniden o dengeyi kurmasını istemeye yönelik bir çağrı olduğunu düşünebiliriz. Bunu ani çikolata arzusu duyanlar için kesin olmamak koşuluyla söyleyebiliyoruz sadece, yoksa tüm toplumların yüzde 97'sinin sevdiği bir yiyecek ile ilgili böyle kesin bir yargıda bulunmamız saçma olur. Bağımlılık yapabiliyor mu peki çikolata? İçinde ruh halini hoş seviyelere getiren, enerji veren, hatta acıya ve ağrıya dayanıklılığı arttıran unsurların bulunması böyle bir olasılığı elbette mümkün kılıyor. Ancak bu biraz da bizim bu etkilerin hangisine ne kadar duyarlı olduğumuz ve ne miktarda ihtiyaç duyduğumuzla ilgili.

Unutmamamız gereken ve daha önce kısaca değindiğim bir duruma daha dikkatinizi çekmek istiyorum: Bir kokuyu ilk duyumsama ânımızla onu duymamızın sürekli hale gelmesi arasındaki psikolojik süreç birbirinden farklı. Kokuyla ilk temas etkinin en kuvvetli olduğu an. Bu etki beğeni duygusu da olabiliyor, iğrenme duygusu da, ancak ikinci veya üçüncü nefes, koku moleküllerinin reseptörlerimizle tekrarlanan buluşmaları ilkinin seviyesini yakalayamıyor (adaptasyon/uyum). Sıcak bir yaz günü

buz gibi bir bardak biradan aldığınız ilk yudumun lezzetini diğer yudumlarda yakalayamamanıza benzeyen bir olgu bu.

Bu bağlamda koku duyusunun lezzet karışımı içinde en önemli rolü üstlendiği yiyeceklerden biri olan çikolatayı yediğimizde de, ağzımıza alıp erittiğimiz ilk parçanın lezzetine ve hazzına ikinci ve üçüncü parçalarda da ulaşmamız olası değil. Hatta elinizdeki çikolata paketini bitirdiğinizde ilk lokmadaki hazla karşılaştırıldığında neredeyse olumsuz denebilecek bir duygu yaşamamız bile olası. Buna isterseniz bizi fazla yemekten veya doyduktan sonra bile yemekten alıkoyan ve içimizde mevcut bir savunma mekanizması da diyebilirsiniz. Çikolata bağımlılığı olabilir mi diye sormuştum biraz önce ya, işte o bağımlılığın varolduğu insanlarda adaptasyon veya uyum sağlanamıyor, dolayısıyla ilk ve diğer lokmalar arasındaki gittikçe azalan duyusal uyarı farkı gerçekleşmiyor. Onlar hep ilk lokmadaki lezzeti alıyorlar, eh, almışken de pek bırakmaya meyyâl olmuyorlar.

Neye Adapteysen Osun

Efendim, adaptasyon, yemek yeme şeklimizi dahi etkiliyor. Duyusal uyarıya karşı en dikkatli ve duyarlı olduğumuz dönem, uyarı kaynağının vücudumuza yakın, hatta içinde olduğu dönem. Yani beş kilometre ilerideki kokuyla ağzımızın içinde, damak üzerinden yükselen kokuya aynı hassasiyetle karşılık verme gereğimiz yok, aynı hassasiyeti de göstermiyoruz zaten.

En yüksek risk barındıran zaman dilimi uyarı kaynağının, yani yudum veya lokmanın ağıza dâhil olduğu zaman. Dolayısıyla burada hep “tetikteyiz”. Sürekli ve hızlı güvenlik sağlamaları yapıyoruz. Lokma veya yudum bizim için risk teşkil etmiyorsa hemen başka değerlendirmelere geçiyoruz. Bu da yukarıda bahsettiğim örneğe uygun bir örüntü oluşturarak aynı gıdadan aldığımız ilk lokmayla diğerleri arasında azalan bir uyarı durumuna işaret ediyor.

Tabağa koyduğumuz iki çeşit yiyeceği, mesela etin yanında pilav veya balık yanında haşlanmış sebzeyi düşünelim. Birini “yemeğimiz”, diğerini de “garnitür” olarak kabul ediyoruz. Tabaktakileri yerken de hiçbir zaman önce eti bitirip sonra garnitüre geçmiyor; bir ondan bir öbüründen alarak bilinçli olarak olmasa da adaptasyonumuzu şaşırtarak lezzet algımızı mümkün olan en uzun süreye yaymak istiyoruz.

Aroma, yani kokulu uyarandan gayrı aynı durumu dokunsal uyarı ile de ilişkilendirebiliriz. Sert lokmayı (örneğin et dilimini) hep yumuşak olan (örneğin patates veya pilavveya içecek) takip ediyor; böylece de aktif bir eylem olan çiğnemekle harcadığımız çabayı görece pasif bir eylemle, yumuşak olanı yutmakla ödüllendiriyoruz.

Fotoğraflarda gördüğümüz çikolata imgesi belki herkese aynı gibi geliyor ama kaziye-i anha öyle değil, çikolatanın lezzeti her çikolata yiyene aynı gelmiyor. Çikolatanın lezzetine varma yetinizi ve seviyesini belirleyen şey; koku alma duyunuzun hassaslığı. En sofistike çikolatalardan birini, mesela ismini Christopher Columbus'un kakaoyla ilk tanıştığı yerden alan ve dünyanın muhtelif yerlerindeki kakao çekirdeklerinin başarılı bir harmanı olan Guanaja 70'i (Valrhona) yerken bile burnunuzu tıkasanız, alacağınız lezzet izlenimi tebeşirden pek de farklı olmuyor. Bu açıdan baktığınızda, koku duyusu yeterince kuvvetli veya açık olmayan birisi ile normal koku alan birisinin aynı çikolatadan algıladığı lezzetin farklı olması gayet doğal.



“Kaziye-i anha öyle değil”

Kaziye “hüküm”, “yargı”; *anha* da “onun” demek. Yani “onun kararı” anlamına gelen bir deyimden, “Böyle diyorsun ama onun hükmü böyle değil” ya da “o öyle olmuyor işte” demekten bahsediyoruz.

“Hüküm” veya “yargı”yı mesela, hâkim olan “kadı”ya bağlayabilir, hüküm çevresi olan “kaziye”yi de “kadiye” diye okuyabilirsiniz. *Elif'in Öküzü*'ne göre Arapça'daki *zad* veya *dad* harfinin sesinde kararsız kalmamızdan oluyor bütün bunlar. Yeri geldiğinde “d” ile kadı, yeri geldiğinde de “z” ile kaza olarak okuyoruz.

Ha, dil nasıl bu kadar döndü, “Kaziye-i anha öyle değil”, ne zaman “Kazın ayağı öyle değil”e evrildi, haydi “kaz” orijinalinde de var da, ayak nereden çıktı, anlamak mümkün değil. İnsan gerçekten hayret ediyor...



Ancak lezzetten bağımsız olarak çikolatanın kokusunda hedonik diyebileceğimiz haz veren bir yön var ki, bunu inkâr etmemiz mümkün değil. Canınız çikolata çekmese dahi bir şekerlemeci dükkânının önünden geçerken içeriden çikolata kokusu yükseliyorsa, bu kokudan hoşlanabiliyorsunuz. Girip içeri çikolata almaya kalkmıyorsunuz belki ama gene de o kokuyu duymanız hoş bir âna dönüşüveriyor. Çikolatanın toplam kimyasal yapısı

içinde yaklaşık 600 civarında uçucu molekül var. Bu moleküllerin pek çoğu da çikolata henüz hammadde, yani kakaoyken mevcut değiller. Sonra, çekirdeklerin fermente olmasıyla beraber oluşan ve yol açacakları reaksiyonlarla bildik kakao aromasını oluşturacak öncüller sebebiyle oluşuyorlar. Sonuçta da ortaya böylesine geniş bir moleküler koleksiyon çıkıyor. Geniş bir koleksiyon ve yaklaşık 600 molekülden bahsediyoruz ama bunların 25 veya 30 tanesi ile gerçeğe yakın bir çikolata kokusu elde edebiliyorsunuz. Bu gerçeğe yakın algıyı oluşturmak için kullanacağınız moleküller de aslında farklı malzemeler içinde de ortak olarak mevcut olan moleküller. Ter, toprak, salatalık, bal, şeftali, lahana veya pişmiş et gibi. Uzun lafın kısıası, çikolata asla vanilyayı tek başına temsil eden *vanilin* gibi karakteristik bir moleküle sahip değil. Ancak çikolatalığın sınırında dolaşan beyaz çikolata için böyle bir şansınız var elbette. Bir tür yağlı vanilya kokusu veren *isobutavan* molekülünü kokladığınızda sanki beyaz çikolatayla burun burunaymışsınız gibi hissedebiliyorsunuz.

ÇİKOLATA SANDIĞIMIZ ÇİKOLATALAR

Çikolata bahsinin sonlarına yaklaşırken kaçınılmaz olarak şu soru aklımıza geliyor: Biz neden Mayaların, hatta daha yakına gelelim, İspanyolların çikolata deneyimlerini yaşamaktan uzağız? Sebep tamamen daha fazla kazanma arzusuyla maliyetleri aşağı çekme ve çikolata kullanımını yaygınlaştırma endişesi. Çikolatayı artık saf halinden çıkarmış bir durumdayız ve içinde ya eser miktarda katı kakao var, ya da kakao yağı yerine *lesitin* falan gibi daha ucuz birtakım ikâme maddelerle şişirilmiş çikolataları gerçek çikolata zannederek yiyoruz.

Kakao tozu ve kakao yağının ayrışmasıyla beraber kakao yağının başka mecralara ve pazarlara akması, bizi yerine konacak daha ucuz yağlı kaynaklarla baş başa bırakıyor. *Lesitin*, bunlardan biri ve üreticiler için oldukça cazip bir malzeme. Hem katı çikolatadan eksiltelen kakao yağının yerini tutuyor, hem de hemen su veya sütle

karıştırıp içebildiğimiz o sıcak çikolata tozlarında bir kaynaştırıcı veya emülsifiyer olarak kullanılabilir.

Lesitin kullanılmadığı zaman yağı azalmış kakao tozunun su veya sütle kaynaşması imkânsız ve bardakta katman katman kalabiliyor. *Lesitin* ise doğal bir malzeme aslında ve yumurtanın sarısından elde ediliyor. Diyeceksiniz ki, “Eh, ne var bunda? Yumurtanın sarısı da az besleyici değildir ve ne yapalım, kakao yağı yoksa yumurta sarısıyla idare ederiz.” Ama işin arka yüzü böyle değil. Zira zaman içinde yumurta sarısından *lesitin*’in daha ucuz alternatifleri çıktıği için bugün yediğimiz veya içtiğimiz çikolataların içindeki *lesitinler* genelde soya fasulyesinden üretilmiş olanlar, yumurtadan değil.

Türk Gıda Kodeksi

2017 yılında Türk Gıda Kodeksi’nde bazı çikolata çeşitlerinin evsafı aşağıdaki gibi tanımlanmış:

Çikolata: Kakao ürünleri ile şekerlerden elde edilen, en az yüzde 18 kakao yağı ve en az yüzde 14 yağsız kakao kuru maddesi içeren, toplam kakao kuru maddesi içeriği en az yüzde 35 olan ürün (...“bitter” ifadesi kullanılabilir. Bu durumda, kakao kuru maddesi/kakao yüzdesi “bitter” ifadesi ile aynı yüzde belirtilebilir).

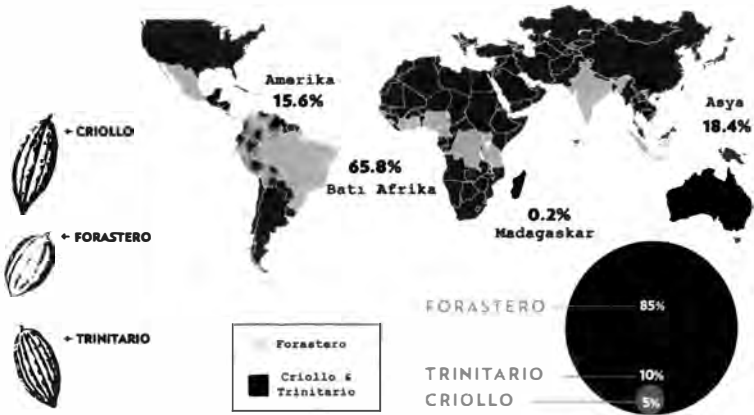
Sütlü çikolata: Kakao ürünleri, şekerler ve süt veya süt ürünlerinden elde edilen, en az yüzde 25 toplam kakao kuru maddesi, en az yüzde 14 süt kuru maddesi, en az yüzde 2,5 yağsız kakao kuru maddesi, en az yüzde 3,5 süt yağı, en az yüzde 25 toplam yağ (kakao yağı ve süt yağı) içeren ürün.

Bol sütlü çikolata: Kakao ürünleri, şekerler ve süt veya süt ürünlerinden elde edilen, toplam kakao kuru maddesi en az yüzde 20, süt kuru maddesi en az yüzde 20, yağsız kakao kuru maddesi en az yüzde 2,5, süt yağı en az yüzde 5, toplam yağ (kakao yağı ve süt yağı) en az yüzde 25 olan ürün.

Beyaz çikolata: Kakao yağı, süt veya süt ürünleri ile şekerlerden elde edilen, bileşiminde en az yüzde 20 kakao yağı ve en az yüzde 14 süt kuru maddesi bulunan ve süt yağı içeriği en az yüzde 3,5 olan ürün.

Tane Çikolata veya Pralin: Toplam ürün ağırlığının en az yüzde 25’ini oluşturan şekilde çikolata, sütlü çikolata, bol sütlü çikolata veya beyaz çikolataların herhangi birinden veya bunların diğer yenilebilir maddelerle kombinasyonundan veya karışımından oluşan bir lokma büyüklüğündeki çikolata ya da dolgulu çikolatadan oluşan ürün.

Hadi bir fantazi kuralım ve diyelim öyle bir çikolatacı bulduk ki, bize yağı alınmamış saf kakao çekirdeklerinden üretilmiş çikolatalar yapıyor. Tam burada da devreye kakao meyvesinin cinsi giriyor. On çeşit civarında kakao cinsi olmasına rağmen genelde üzerine konuşulan ve her birine farklı anlamlar atfedilen üç cins kakao var, bilinen. Bu işlerin ilk başlarında çikolata içeceğinde kullanılan meyveler, *criollo* cinsi kakao meyvesi ve çekirdekleri. Kast sisteminde Amerika doğumlu İspanyollara verilen isim olarak hatırlayabileceğiniz *criollo*, sadece Orta Amerika ve Karayip adalarına özgü, çevre ve iklim koşullarına fazlaca hassas ve ağaç başına verimi düşük, yetiştirmesi ve bakımı oldukça pahalı bir kakao cinsi. Gelin görün ki en lezzetli olan da tahmin edebileceğiniz gibi *criollo* çekirdekleri. Son derece kompleks bir lezzet profiline sahipler ve alışmadığımız için klasik çikolata kokusundan ilk başta biraz uzak düşseler de ikincil notalarda, yani çikolatayı yedikten sonra ağızda kalan izlenim (*aftertaste*) açısından benzersizler. Genelde üzerine konuşulan üç çeşidin de, tahmin etmişsinizdir, en seçkini sayılıyorlar.



Üç farklı kakao çekirdeği; yukarıdan aşağıya *Criollo*, *Forastero* ve ikisinin melezi olan *Trinitario*. *Criollo* ve *Trinitario* aromatik yapılarıyla daha seçkin lezzete sahipken *Forastero* genelde “market çikolatası” denilen anaakım markaların yer aldığı daha hesaplı pazarın hâkimi.

Ancak dedim ya, *criollo* yetiştirmek pahalı bir iş, onun için bunun yerine biz *forastero* veya *trinitario* cinsi kakaodan üretilen çikolataları yiyoruz. Afrika menşeli her kakao, *forastero*. *Forastero*'nun anlamı zaten “yabancı” demek. Kakaoyla ilk karşılaşan Avrupalı olan İşpanyolların gözünden baktığımızda bu isimlendirme de gayet olağan tabii. Verimi yüksek ve oldukça dayanıklı bir cins, bu nedenle son derece uygun geliyor kârlılık açaşından çikolatacılara. Zaten *criollo* seçkin addedilirken *forastero*'ya da düşen ticarîlik oluyor ve tüketilen kakaonun yüzde 85'ini oluşturuyor. Son sıradaki *trinitario* ise bir cins *forastero* türevidi diyebiliriz. Trinidad'daki kıymetli *criollo*'lara *forastero* aşılanmasıyla elde edilmiş melez bir tür. Onun da elde edilmesi oldukça ekonomik; bu açaşdan da *forastero*'dan sonra ikinci en çok tercih edilen (tüketimin yüzde 10'u) kakao cinsi oluyor endüstri tarafından. *Forastero* ve *trinitarioların* ilk izlenimleri, tam alıştığımız çikolata lezzetinde. Ancak ikincil notaları, yani yedikten sonra ağızda bıraktığı izlenim, bunun için bir şey söylemeye-yim ve marketten bir paket çikolata alarak o ilk izlenime değil, ağızınızda kalana bakarak siz karar verin buna. Peki, bu kakao meyvesindeki farklılık ne zamandan beri böyle? Son altmış yıldır bu iş böyle ve artık *criollo*'dan üretilmiş, tarihsel orijinaline yakın, *xocolatl* gibi bir çikolata tüketebilmemiz bu nedenle sıvı-katı karmaşasının da ötesinde imkânsıza yakın bir uzaklıkta.

Evet, gelelim artık bu konudaki son kelimelerimize. Keyifle yenebilecek sağlıklı bir çikolata nasıl olmalıdır? Öznellikten mümkün mertebe kaçarak ve farklı kriterler kullanarak bu soruya baktığımızda cevap basit: Kesinlikle koyu renkli, “bitter” tabir ettiğimiz, içinde en az yüzde 70 veya daha fazla kakao katı maddesi olan çikolatalar; zira bunların şekeri daha az ve doymuş yağ oranı oldukça düşük. Eğer “bitter çikolata beni zorlar” derseniz ya en az yüzde 40 kakao katı maddesi içeren sütlü çikolata ya da en az yüzde 30 kakao yağı içeren beyaz çikolatalar bulup tüketmeniz de fayda var.

Panzer Çikolatası

Amfetamin ve *met* (metamfetamin), uyarıcı, verim artırıcı, yorgunluğu azaltıcı, uyanık tutucu özellikleri dolayısıyla bilhassa II. Dünya Savaşı sırasında neredeyse tüm taraf ülkelerde kullanılıyor. Hitler'in 1942'den itibaren *met* bağımlısı haline geldiği, bu nedenle de esnekliği olmayan, mesela taktik çekilmeyi bile kabullenmeyen, takıntılı ve zararlı askeri kararlar verdiği söyleniyor. Söyleyen de yabancı değil, bizzat Albert Speer.



Gamalı haç ve kartallı ambalajıyla *Scho-Ka-Kola*. Bugün satılanlarında bu figürlerin olduğu alanda, çevreden merkeze doğru ve daha kalınlaşmış düz çizgiler yer alıyor.

Olay, Alman Temmler İlaç Şirketi'nin *enfedrin*'i çok ucuz ve kolay yoldan *metamfetamine* dönüştürecek bir yöntem geliştirmesi, bu yöntemle elde edilen uyarıcı hapi da *Pervitin* markasıyla pazarlamasıyla kopuyor. *Pervitin*'in en büyük müşterisi Alman ve Fin orduları oluyorlar. Sadece Alman ordusunun (hava kuvvetleri dâhil) kullanımı için 1940 yılının Nisan ve Temmuz ayları arasında milyonlarca doz (35 milyon deniyor!) *Pervitin* üretiliyor.

Japonlar da bugünkü Dainippon Sumitomo İlaç Şirketi'ne 1939 ila 1945 arasında *Philopon* markasıyla bir milyar *met* hapi ürettiriyor, sadece ordu değil savaş sanayisinde çalışan işçilere de kullanıyorlar. Finliler sadece özel kuvvetlerin, ABD Hava Kuvvetleri de bombardıman pilotlarının kullanımını sağlıyorlar.

Alman Kara Kuvvetleri'ndeki tank birliklerinin mürettebatına dağıtılan *pervitin*lerin lakabı da *Panzer Schokoladen*!

Gene II. Dünya Savaşı sırasında Alman Hava Kuvvetleri pilotlarına ve denizaltı mürettebatına, *met* değil ama kavrulmuş kahve (*kafein*) ve kola özütü (gene *kafein*) içeren ve ilk kez 1936 Yaz Olimpiyatları'nda sporcularda denen bir başka uyarıcı, uyanık tutucu çikolata çeşidi daha *Fliegerschokolade* (Havacı Çikolatası) adıyla dağıtılıyor. Bu ürün *Scho-Ka-Kola* adıyla ve kafein miktarı görece azaltılmış olarak hâlâ satılıyor.



1972 Nobel Edebiyat Ödülü sahibi Heinrich Böll, 9 Kasım 1939'da Köln'de yaşayan ailesine askerden şu mektubu yazıyordu: "Sevgili ebeveynlerim ve kardeşlerim, Polonya'da görevdeyiz. Burada işler çok zor. Size neden seyrek yazabildiğimi anlayacağınızı ümit ediyorum. Bugünkü esas yazma sebepim ise sadece bana *Pervitin* göndermenizi istemek. Sevgilerimle, Hein."



Zaten geriye çikolata kalmadı, bunlar uymadıysa seçenekleriniz artık çikolata değil, çikolatalı şekerleme. Çikolata paketi etiketlerinde minicik harflerle yazılmış içerik listesinde rastlayabileceğiniz "hidrojene nebâti yağ"ın, yani trans yağların, çikolatanın doğal haliyle hiçbir ilgisinin olmadığını, aksine sadece ve direkt olarak çikolata şirketlerinin bilançolarıyla bağlantılı olduğunu lütfen unutmayınız efendim.

Çikolata paketi etiketindeki yazılardan bahsetmişken, izninizle, Saadet Özen Hanımefendinin kaleme aldığı *Çikolatanın Yerli Tarihi* kitabında okuduğum ilginç bir olayı da özetleyerek paylaşmak istiyorum sizinle. Efendim, 1950'li yılların başında Royal Çikolataları yeni bir çikolata çeşidini piyasaya sürüyor. Satışı arttırması için de çikletlerdeki sporcu veya "artiz" kartları gibi bayraklı reklam kartları koyuyor içlerine. Ne var ki satışa yönelik bu masum çaba beklenmedik bir şekilde işleri karıştırıyor. Muhteremin biri bayraklı kartlardan birinin üzerinde kendince bir orak-çekiç figürü tespit edip hemen "Bunlar komünist propagandası yapıyorlar" diye polise ihbar ediyor. 50'li yıllar diyoruz sevgili okur, şaka değil. Tam da soğuk savaş dönemleri.

II. Dünya Savaşı bitmiş, iki yeni büyük güç köşelerine çekilip karşı tarafın hamle yapmasını bekliyor, kendilerine bağladıkları ülkelerde de politikalarına koşut idare ve kamuoyları oluşturuyorlar. Yani dünya iki kutba bölünmüş ve bahsedilen figür bizim ait olmadığımız ama coğrafi konumumuz sebebiyle mecburen komşuluk yaptığımız kutbun mümessili. Üstelik bir yıl önce de şaşaalı bir şekilde komünist tevkifatı yapılmış, Mihri Belli, Şefik Hüsni falan, 200'e yakın kişi içeri alınıp sayfa sayfa haber olmuş matbuatta. Yani ortam böyle söylentilerin gerçekmiş gibi algılanmasına gayet müsait. Diyeceksiniz ki "Yahu, ihbar ettiğiyle kalmıştır. Sonuçta bir aklı başında komiser falan vardır illa ki meşhur 1. Şube'de".

Yokmuş valla, sevgili okur. Polis ihbarı "değerlendirip" önce Royal Çikolataları'nın deposunu, oradan da hızını alamayıp matbaayı basıyor. "Sinsice komünizm propagandası" yapıldığına kanaat getirip fabrika sahibi Apostol Ethnopulos'u, çikolataların içindeki bayraklı kartları basan matbaacıyı ve klişeyi dizen ustayı tevkif ediyor, mahkemeye veriyor.

Açıkcası ben, kendi yaşadığım dönemlerde sigara paketi tasarımında gamalı haç figüründen rakı etiketinde orak-çekiçe kadar çok efsane duymuştum ama hiçbirisi bu çikolatalı komünizm hikâyesi kadar tatlı değildi!

Sayfalardır ikolata konuşuyorum, konuya da kakaonun ve çikolatanın kokusundan girdik. ikolatanın kokusuna değinip de görüntüsüyle ilgili iki laf etmeden hayatta kapatmam bu bahsi. Efendim, Hitchcock’un meşhur *Sapık* veya *Psycho* filmini ve o meşhur, duştaki bıçaklanma sahnesini hatırlayanınız var mı? Orijinali siyah beyaz olan 1960 yapımı bu filmde, duş perdesindeki el izi olarak gördüğünüz, daha sonra da küvete akan su ile beraber girdap yaparak kaybolan kan, aslında o an sette bulunan çikolata sosundan başka bir şey değil.

Yağından da Biraz Rica Edeceğim Lütfen

Şimdi okuyacaklarınız en azından ilk bakışta yeme/içme eylemiyle âlâkasız görünen konular gibi gelebilir size, zira uçucu yağ, eterik yağ, esansiyel yağ gibi isimlerle de anılan özyağ'dan (*essential oil*) bahsedeceğiz. “Hoppala! Bu da nereden çıktı? Parfüm mü yapacağız?” demeyin hemen lütfen. Müsaadenizle önce malzememizi bir tanıyalım, daha sonra nerelerde kullanacağımıza, bu kitabın bağlamı içine dâhil edip edemeyeceğimize beraberce karar veririz.

Efendim, özyağ bitki ve çiçeklerin içinde doğal halde mevcut olan ve onlara karakteristik kokularını veren uçucu kokulu bileşiklerin sudan pek de hoşlanmayan (hidrofobik) yoğun bir sıvıya dönüştürülmüş haline deniyor. Bazen isimlendirmeyi kısaltarak bu yoğun sıvıyı direkt olarak kaynağını aldığı bitkinin yağı olarak, mesela karanfil yağı, gül yağı gibi isimlendirebiliyor, özlük halini es geçebiliyoruz. Bu yağları kokladığımızda bizde kaynak aldıkları doğal malzemeye dair bir referans oluşturmaya yeterli oluyor, kokuyla kaynağı eşleştirmemize imkân verebiliyorlar. Peki ama kaynak madde ile özyağı arasında gerçekten fark yok mu? Elbette var, zira başta yaşanan ısıtma işlem süreci olmak üzere muhtelif etkenler nedeniyle gülün kendisi ile özyağı tam olarak aynı kokmuyor. Ne

var ki bu durum bizde kaynak maddeye dair neredeyse dolaysız bir izlenim uyanmasını engelleyecek kadar büyük bir fark yaratmıyor.

Özyağlar, tarih boyunca muhtelif maksatlar için kullanılmış. En çok fayda sağladıkları alan ise tıp ve eczacılık olmuş. Modern tıp kavramının ve ona bağlı ilaç sanayisinin oluşumundan önce cilt hastalıklarından kansere kadar envai çeşit derde deva olduklarına inanılmış. Her yağın doğal olarak birden fazla molekülden meydana gelmiş bileşikler olmaları, içlerinde gerçekten tedavi sağlayabilen moleküllerin yanı sıra bazen işe yaramayan, bazen de belki zararlı olabilen moleküllerin mevcudiyeti, kanıta dayalı ve daraltılmış alanda sorunu çözme (nokta atışı) amacı taşıyan modern tıp yaklaşımının özyağlara kuşkuyla yaklaşmasına sebep olmuş.

Tedavi için keklik üzümü yağını bir bütün olarak kullanmanın yerine, onun doğal formülü içinde mevcut etken madde olan *metil salisilat* molekülünü alıp ilaca dönüştürmek ve mesela *Ben Gay* olarak paketlemek geçmiş. Veya bir tür söğüt ağacının kabuğundan istifade etmek yerine kabuğun içindeki etken madde olan *asetil salisilik asit'i* paketleyip *Aspirin* diye satmaya başlamışlar. Yanlış anlaşılmasın lütfen, tarih boyunca hem ilaç hem de zehirin aslında aynı malzemeler olduğunu, ulaşılan olumlu veya olumsuz etkinin kullanım miktarı ve şekline göre değiştiğini bildiğimizden, “doğal olan doğal halinde kesinlikle yararlıdır” gibi bir söylemde bulunmuyor, modern tıbbı reddetmiyor, sadece mevcut durumun saptamasını yapıyoruz. Bunu demişken, “modern tıp” tanımı ile “endüstriyel tıp” tanımı arasındaki farkın da bilincinde olduğumuzu eklemeyi unutmayalım.

Özyağlar yaydıkları koku sebebiyle sadece tedavi amacıyla sınırlı kalmıyor, kokularındaki hoşluktan istifade parfüm ve bilimum kokulu kozmetik imalatında da kullanılıyorlar. XIX. yüzyıla kadar yaşanan uzun zaman diliminde kokulu ürün tasarımcılarının ellerinde de zaten özyağlardan (veya benzeri doğal malzemeden) başka pek de fazla bir hammadde seçkisi olmadığını lütfen unutmayalım. Bu da demek oluyor ki yüzyıllar boyunca seçkinlere has bir ayrıcalık olan parfüm kullanımı özyağlar sayesinde mümkün olabilmiş.

Papirüsten Asprine

Aspirin olarak bildiğimiz ilacın etken maddesi olan *asetil salisilik asit'i* içeren söğüt ve benzeri bitkilerin, ateş düşürücü veya baş ağrısı kesici olarak kullanımı oldukça eski, Eber Papirüsü'nde bile geçiyor. Keza Hippocrates doğum sancısını azaltmak için kadınlara söğüt yaprağı infüzyonu içirilmesini öneriyor. Yani insanlar bazı bitkilerin bir şeylere iyi geldiğini biliyorlar ama henüz etken madde nedir diye bir fikir yok tabii kafalarında.

Kimyasal yapı, etken bileşik gibi kavramlar özellikle Sanayi Devrimi döneminde kimya alanındaki gelişmelerle birlikte anlaşılıyor. 1828 yılına gelindiğinde Münih Üniversitesi'nde ecza çalışmaları yapan Profesör Johann Andreas Buchner söğütün içinden *asetil salisilik asit'i* izole etmeyi başarıyor. 1853 yılında da Fransız kimyacı Charles Frédéric Gerhardt laboratuvarında maddeyi sentezlemeyi başarıyor.

1876'da klinik deneyler yapılıyor ve hem ateş hem de eklem romatizması üzerinde olumlu etkileri saptanıyor. Konuyu ilaç ve boya kimyası üzerinde uzmanlaşmış Bayer firması ele alarak daha verimli (ve ekonomik) bir üretim yöntemi ile beraber patent altına alıyor.

Bayer'in *asetil salisilik asit'i* 1899 yılında *Aspirin* adıyla satışa çıkıyor. Aspirin ismindeki "A", *asetil'i*; "spir" *salisilin* içeren *Spiraea ulmaria* (su rezenesi) bitkisini temsil ediyor. Sona gelen "in" ise hem telaffuzu kolaylaştırmak hem de ismi "ilaçlaştırmak" maksadıyla ekleniyor.

1950'lerin sonunda yeni rakiplerin, yani Parasetamol ve Ibuprofen'in piyasaya çıkmasıyla Aspirin'in tahtı biraz sarsılıyor. 1971 yılında Londra Üniversitesi'nden Prof. Dr. John Vane, aspirinin çalışma mekanizmalarını, özellikle de kan pıhtılaşmasını önleyici özelliği olduğunu kanıtlayarak Nobel Ödülü'nü alıyor. Bu yeni bilgiyle beraber kalp ve damar rahatsızlıklarını da tedavi seçkisinin içine alan Aspirin, yeniden tahtına kavuşuyor.



Bayer'in ilk Aspirinlerinden bir örnek. Şişenin içinde toz var, zira henüz tablet formuna geçilmemiş.

Sonuçta hem tedavi edici hem de güzellik algısında y nlendireci bir unsur olması nedeniyle özyağlar için tarih boyunca oldukça ilgi gören, kıymetli, pahalı, zaman zaman da inanç sistemine göre kutsal anlam atfedilebilen malzemelerdir, diyebiliriz.

İnanç sistemi de nereden çıktı demeyin. Konu sapabileceği için uzun uzun burada anlatmayacağım ama merak edenler *Parfümler*'e bakabilir (bkz. *KK - II - Parfümler*, " zyağ, Karışım, Bileşim derken...") veya eğer "uff, bir kitap daha okuyamam ama yaa..." derlerse, Youtube'a girip İngiliz Kraliyet ta  giyme törenine göz atabilirler. Kilisede gerçekleşen bu törende tanrısal olanı simgeleyen din görevlisinin dünyevî olan taht sahibine nasıl bir  zyağ dokunması gerçekleştirerek sembolik yetki aktarımında bulunduğunu görmek ilginç gelebilir.

KOKULU YAğLAR NASIL B TK LERDEN ALINAB L YOR?

Elinle sıkıp suyunu çıkarır gibi yağını çıkarsan, olacak iş değil gibi. Hoş, aslında "elinle sıkıp suyunu çıkarır gibi" derken bir an tereddüt ettiğimi itiraf etmeliyim, zira pek çok narenciyenin özyağı kabuklarından soğuk sıkım vasıtasıyla elde ediliyor (Bu bahsettiğim soğuk sıkım konusu eminim küçük ölçekte nitelikli üretim yapan zeytinyağcı dostlara yabancı gelmemiştir).

Ancak soğuk sıkım sadece yağ verimi yüksek bitki ve meyveler için uygulanabilirken, biraz daha nazlı olanlar için *damıtma* dediğimiz bir başka yöntem uygulanmak zorunda kalınıyor. Damıtma işleminde malzeme suyun üzerinde imbik içine konularak ısıtılıyor. Isınmayla beraber buharlaşmaya başlayan su malzemenin içinden geçerken uçucu molekülleri de peşine takarak uzunca bir soğutma kanalının içine giriyor. Kanalda soğuyan buhar yoğunlaşıp sıvı haline gelerek  taki biriktirme kabına damlamaya başlıyor. "Yağ verimi" kavramı da burada ortaya çıkıyor zaten. İki yüz kilo lavantadan bir kilo yağ damlatılır/damıtılırken aynı miktar yağı g lden elde edebilmek için   ton g l ta  yaprağının (*petal*)  zerinde bir miktara ihtiyaç duyuluyor. Bu işlem sonunda kısaca maddenin hallerinin değişimi gerçekleşiyor ve buhar basıncının da yardımıyla katı madde gaz, gaz ise sıvıya dönüşerek süreç tamamlanmış oluyor.

Sürecin son ayağında, yani sıvının damladığı yerde iki katmanlı bir oluşum birikiyor ve özyağ ismini hak eden de sudan pek hoşlanmadığı için kendini geri çekerek üstte toplanan yağlı katman oluyor. Sonuçta elde edilen sadece yağ olmuyor tabii; uçucu kokulu moleküllerin bir kısmını içinde barındıran ve altta yer alan su da (*hidrolat*) yan ürün olarak ortaya çıkıyor.



Café Blanc'ın gül suyuyla yapılmış bir farklı bir versiyonu. Bu içeceğe “kahve” denmesinin sebebi; içiminde kullanılan fincanların, çayı fincan değil bardakla içen bir kültürde çay veya infüzyonları değil, kahveyi çağrıştırması.

Gül suyu veya lavanta suyu gibi bazı örneklerde bu yan ürün de ayrı değerlendiriliyor. Hatta portakal çiçeğinde mesela, bol bulunduğu ve işlendiği Lübnan veya Tunus gibi ülkelerde, elde edilen kokulu su daha sonra bir fincan kaynamış suyun içine bir çay kaşığı tutarında ilave edilip az miktar balla karıştırılarak “beyaz kahve” (*al qahwat-ul bayda / café blanc*) olarak içiliyor. Bu işlemde yapılan şey aslında şekerli suyu aromalandırarak çeşitlendirmek/çeşnilendirmek olarak özetleyebileceğimiz durum. Yeri gelmişken bu durumun bütün şişeli meşrubatların varlık prensibi (su-şeker-aroma) olduğunu da hatırlatmak isterim. Ancak her damıtma suyundan yukarıdaki örnekler gibi istifade etmek mümkün değil, bazılarının tadı acı, kokusu nâhoş olabiliyor. Bu gibi durumlarda ise tek ürün olarak yağla yetinilmek zorunda kalınıyor.

Portakal çiçeği suyuyla yapılan bizim gül suyu veya lavanta suyuyla yapmamak için bir sebebimiz var mı? Hayır, yok. Gül suyunu mesela, kişisel bakım dışında sadece su muhallebisi veya güllaç üzerine serperek kullanıyoruz. Sıcak suya damlatıp balla karıştırarak *café blanc a la Turc* yapma yolundaki tek engelimiz ise alışkanlıklarımızın oluşturduğu sınırlar. Çemberi bir kırsak çok fazla kullanım alanı bulabileceğimizden, lavanta veya gül suyuna yapılan ve sıcak içilen bir beyaz kahve örneğinden yola çıkarak, soğuk demleme kahve misali buzlu içimine kadar gidebileceğimizden eminim.

Damıtılacak malzeme bitkinin herhangi bir bölgesi, yani meyve, çiçek, yaprak, kabuk, gövde, tohum veya kökleri olabiliyor. Bazı bitkilerin sadece bir bölümünden, turunç gibi harikaların ise her tarafından istifade edilebiliyor. Ancak “her tarafından istifade edilir” derken, aynı bitkinin ayrı bölgelerinden elde edilen yağların koku profillerinin birbirlerinden farklı olduğunu, bundan sebep farklı isimlendirildiğini belirtmem gerek. Turunç örneğinden devam edersek, meyvesinin yağına *turunç yağı (orange bigarade)*, çiçeğinin yağına *neroli*, dal ve yaprakların yağına ise *petitgrain* deniliyor. Ülkemizde bu gelişmişlikte bir özyağ sanayisi ve talebi mevcut olmadığından, biz bu kıymetli ve verimli meyvenin sadece kabuğundan istifade ederek reçel yapıyoruz. Onu da biz mi çok tüketiyoruz, yoksa Antalya Havalimanı’nı kullanan turistler mi yanlarına alıp götürüyorlar, ondan pek emin değilim.

Yerel kullanıma dair tüm bu serzenişlerime rağmen şunu da biliyorum ki yapmamış olmamız yapamayacak olmamız anlamına gelmiyor. Koku ve tadın ayrı duyular olduğunu ama eşgüdüm içinde işlev gördüklerini, zaman zaman birinin diğerine başrolü bırakarak yardımcı oyunculuğu kabullendiğini önceki bölümlerde izah etmeye çalışmıştım. Bu kez bu beraberliği önce ayırtırmayı, sonra da tekrar biraraya getirmeyi amaçlayan başka bir öneriyi dile getirmeye çalışacağım.

Yakın zamana kadar lezzet için kullanılan malzeme ile parfüm için kullanılan malzeme arasında pek çok kesişme noktası mevcut. En azından baharatın ve aromatik bitkilerin her iki kulvarda da

ortak olarak kullanıldığını biliyoruz. *Tevrat*'ta bire bir formülü verilen ve *kutsal yağ* veya *mesh yağı* olarak isimlendirilen parfümün içeriğinde tarçın ve sinameki var mesela ve biz bu iki kadim malzemeyi mutfakta da kullanıyoruz. Hatta bu kutsal yağ parfümünde taşıyıcı unsur olarak zeytinyağı kullanıldığını düşünürsek, yenilmeyen hiçbir şey yok içinde hammadde olarak. Hep söylediğim gibi, aynı kaynaktan gelen ve aynı alıcıya yönelen iki kardeş üründür; parfüm ve yemek.

Gerek baharat gerekse aromatik bitkileri yemeğin içine dâhil ettiğimizde dört önemli değişiklik yapmış oluyoruz, servise hazırladığımız öğünde. Baharat söz konusuysa bir acılık (yakıcı acı/*hot*), aromatik bitkiler söz konusuysa da başka bir acılık (kinin acısı/*bitter*) devreye giriyor ve bunların ikisi de tat duyumuza hitap eden uyarılar. İkinci uyarı dalgası görsel duyumuza geliyor, zira katılan bu malzeme toplam servisin rengini değiştiriyor. Tarçın kullanıldıysa kızılaştırıyor, kekik kullanıldıysa yeşilleştiriyor, hatta kekiğin tazesesi söz konusuysa yeşilleştiriyor ama kurutulmuş kekik kullanıldıysa renk yeşilden siyaha çalabiliyor. Bitti mi? Hayır. Eğer yakıcı acının hissedildiği güçlü baharat, karabiber veya kırmızı biber kullanıldıysa bunlar bizim trigeminal sinirimizi de uyarıyor ve ağzımızın, burnumuzun, bazen de gözlerimizin sulanmasına sebep oluyorlar. Olağan bir durum bu, çünkü organizmamız bu yakıcı acılığa tepki verip sıvı ifrazatımızı arttırarak sebeplerini kendinden uzaklaştırmak istiyor. Dördüncü ve son uyarı dalgası ise konulan malzemenin kokusuyla geliyor ve daha önceki bölümlerde bahsettiğimiz gibi kokuda da iki aşama söz konusu. İlki lokma ağıza girmeden burunla aldığımız dış koku (*ortonazal*), ikincisi ise lokma ağızdayken damak üzerinden aldığımız (*retro-nazal*) ve lezzet kavramının esas belirleyicisi olan “aroma”.

Nasıl elde edildiklerini yukarıda anlattığım özyağların kullanılma ihtimali de burada devreye giriyor zaten. Bu dört farklı uyarandan üçünü devre dışı bırakarak ve sadece biri üzerinden giderek klasik uygulamayı değiştirme olasılığımız, daha önce âşına olmadığımız yeni bir toplam lezzet algısına ulaşma şansımız var.

Bitkiler, Acılı Bileşenleri Neden Üretiyorlar?

Tabii ki kendilerini korumak için. Hatta “kendilerini” kelimesi çok bencil kalır, türlerini, soylarını korumak için üretiyorlar. Hem kara hem kırmızı biberin yakıcı acılığı tohumların çevresinde yer alıyor, meyvelerde değil. Her ikisinin de hoş bir görselliği ve farklı da olsa meyve halindeyken hoş kokuları var. Ama iş ısırp tüketmeye geldi mi *TRPV1*’lerimiz devreye giriyor ve 42 °C’nin üzerinde algılanan bir ısıyla beraber yanma/acı hissi oluşuyor.

Biz insanlar dışında da bu meyveleri tüketebilen, hatta sadece bütün tüketmekle kalmayıp bir de parçalayarak yakıcılığını daha da açığa çıkarıp tüketebilen başka bir memeli türü neredeyse yok zaten. İnsan dışında tek istisna, kuşlar.

Onların da tüketebilmesi bizim gibi sebeplerle olmuyor, çünkü bırakın alınacak toplam haz için tolerans göstermek gibi soyut düşünceleri, yediklerinin yakıcı acı olduğunu bile anlayamıyorlar. Anlayamamalarının sebebi de tahmin edebileceğiniz gibi kuşlarda *TRPV1* reseptörünün olmaması. Alıcı unsur olmayınca acı da olmuyor, bu da bitkinin türünün devam etmesini sağlıyor, zira kuşlar meyveyi yiyebiliyor, çekirdeği de uçarken dışkı olarak atabiliyorlar. Atılan çekirdek de düştüğü yerde uygun koşullar varsa yeni bir ağaç ve yeni meyvelere dönüşebiliyor.

Dolayısıyla meyvenin ağacı da doğmamış bebeklerini o yakıcı acı sayesinde koruyor; bir nevi sözdeısısal (*pseudothermal*) savunma sistemi yani.

Kısacası, hazırlanan yemekte baharat veya aromatik bitkilerin kendilerini oldukları gibi koymak yerine, bunların sadece özyağlarını kullanabiliriz. Bu durumda dâhil ettiğimiz şey kaynak malzemenin kokusu (her iki aşamasıyla) oluyor sadece.

Sevgili okur, aranızda “Her şeyi kurcalama, bi’ rahat dur yahu!” diyenler olduğunu tahmin ediyorum. Sanmayınız ki cinslik olsun diye öneriyorum bu kullanımı. Müsaade edin, neden böyle yapma ihtiyacını hissedebileceğimizi açıklayayım: Birden fazla sebebi olabilir. Örneğin, bu malzemelerin tat duyumuza yaptığı uyaranlar genelde yukarıda bahsettiğim üzere iki formuyla “acı” oluyor. O acı katkısından hoşlanmıyor veya zarar görüyor olabiliriz. Biliyoruz

ki acı aslında insanın kabul edebileceği bir tat değil ve biz acıları zaman içinde beğeni geliştirip sevmeyi öğrenerek tüketebiliyoruz. Tat konusundaki hazza dayalı yargının ötesinde sağlık boyutu da olabiliyor. Mide rahatsızlığımız varsa misal, biberlerin kullanımı bizim için istenen ve önerilen bir şey değildir. Bu söylediğim, keza, trigeminal sinir uyaranları için de geçerli. Oysa pek çok malzeme damıtılmayla beraber bu tip uyaranların ekseriyetini imbiğin içinde artıkları olarak bırakıp sadece kokulu özellikleriyle özyağın içine dâhil oluyorlar.

Üçüncü sırada dışarıda bırakılan görsel değişkenlik ögesi ise bunlara nazaran çok daha keyfe keder bir unsur elbette ama pahalı sunumlarda ilave malzemede renksizlik bazen aranıp da bulunamayan bir durum oluyor. Gene keyiften devamla, bir diğer sebep de kullanılmak istenen malzemenin mevsimsel uygunluğunun olmaması. Mevsimi olmadığı için erişemediğimiz ve lezzetine uzak kaldığımız herhangi bir malzemenin verdiği haz duygusunu özyağın kullanarak yakalama şansımız var. Böyle bir durumda onların doğal hallerinden beklediğimiz fayda ve besleyici özelliklerini unutarak sade hazza yönelik bir manipölasyon gerçekleştirmek üzere olduğumuz akıldan çıkmamalı.

Ne var ki kuramsal olarak mükemmel görünse de beslenmede özyağ kullanımı düşünüldüğünde dikkat edilmesi gereken bazı noktalar var. Kısaca üzerinden geçmemiz gerekirse, ilk dikkat etmemiz gereken şey; bütün özyağların sindirilerek kullanıma uygun olmaması. Yoğunlaşmış haliyle masamıza taşınan özyağlar aslında kullanıldıkları miktardan çok daha fazla kaynak maddeye işaret ediyorlar. Bu yoğun olma hali yağın içine taşınan ve koku dışındaki varlıklarıyla özyağın safsızlığını oluşturan moleküller söz konusu olduğunda zararlı olabiliyor. Dolayısıyla eğer böyle bir kullanıma niyetimiz varsa, öncelikle hangilerinin ne miktarlarda endişe etmeden kullanılabileceğini iyice araştırmamız lazım. İsmi masumluluğu da bizi aldatmamalı, rezene gibi zararsız izlenim uyandıran bazı özyağlarda güvenlik limitinin altını yakalayabilmek için kullanım miktarının çok çok düşük olması gerekiyor.

Genelde en çok kullanılan özyağlar lavanta, nane, limon, portakal, bergamot, turunç, tarçın, kakule, zencefil, kekik, anason ve kişniş; ancak elbette nasıl bir etki yaratmak istediğinize bağlı olarak bu çeşitlemeyi çoğaltmak ve bu topraklarla özdeşleşmiş gül gibi bazı yağları bu seçkiye dâhil etmek mümkün.

Kaynak malzemeye oranla daha yoğun olma hâli sadece gıda güvenliği değil kokusu için de geçerli. Bir tutam tarçının toz haline gelmiş ile aynı miktar tarçın yağı arasında koku kuvveti arasında çok büyük fark var. Her madde için değişken olmakla beraber bazen koca bir kaşık, hatta koca bir çanak kaynak madde-nin kokusal karşılığı sadece bir damla yağ olabiliyor. Kaynak mad-delere göre değişkenlik gösteren bu durumun üstesinden gelmek için gereken şey de lezzet zevkimize uygun kullanım miktarını en azdan başlayıp arttırarak optimum kokusal değeri deneme ve yanılma yöntemiyle bulmak.

Bir diğer konu ise hazırlanan besin eğer içecek değil yiyecekse, yani sıvı değil katıysa, kaynak maddenin fiziksel çokluk avantajından faydalananak homojen bir dağılıma imkân sağlaması. Bir kaşık tarçını pilavınızın içine neredeyse her tarafına eşit gelecek şekilde karıştırabiliyoruz ama aynı homojenliği bir damlacık yağla yakalamamız imkânsız. Bunun üstesinden gelebilmek için ise “seyreltme” dediğimiz bir ara çözüme müracaat etmemiz gerekiyor. Sudan hoşlanmadıklarını ne olduklarını tanımlarken belirttiğimiz özyağlar, kendi yakın akrabalarıyla, yani diğer yağlarla gayet uyumlu olabiliyorlar. Kullanılacak bir damla özyağı, örneğin bir kaşık zeytinyağında seyreltmek ve sonrasında kullanmak bize toplama homojen bir müdahalede bulunma imkânı veriyor. Eğer bir tatlı sunumu söz konusuysa seyreltme malzemesi olarak bal veya herhangi bir meyvenin şurubunu kullanmak gene homojen dağılım sorunu için önerebileceğimiz çözümlerden biri.

Özyağ kullanımında dikkat edilmesi gereken son husus ise kullanım sebebi, yani dış koku ve aromayı oluşturan öğelerin uçucu moleküllerden oluştuğu gerçeği. Bu yağların içlerindeki moleküller havaya karışarak ve bizim reseptörlerimizle buluşarak

koku algılama sürecimizi başlatıyorlar. Oldukları yerde uçtukça uçmaları etkilerini bir süre sonra yitirmelerine sebep olabiliyor. Yani bir özyağın, hele ki ıslı işlemde geçecek bir yemekte, saatlerce kokusunu muhafaza etmesini bekleyemeyiz.

Bu nedenle yemek hazırlama sürecinde özyağlar kabın içine ne kadar geç dâhil edilirlse etki etme olasılıkları da o kadar fazla oluyor. Hatta eğer sözkonusu olan tencere yemekleriyse, yağın ancak pişirme işlemi bittikten hemen sonra ilave edilmesi öneriliyor. Bu söylediğimi daha iyi anlayabilmek için neden karabiberi hazır toz olarak değil de tanelerden taze çekilmiş tercih ettiğimizi hatırlamakta fayda var.

Özyağların yavaş yavaş ve emekleyerek dünya mutfaklarında kendilerine yer aramalarında, yeniden canlanan ve gittikçe büyüyen bir pazar haline gelen aromaterapik yaklaşımların rolü yadsınamaz. Ancak bu yaklaşımlar yukarıda saydığım nedenlere ve toplam lezzet algısı içinde farklı duyuların değişken ve dinamik rollerine değil, yağların kokularına atfedilen sağaltıcı etkilere odaklanmış durumdalar. Bunu söyleyerek iki yaklaşım arasındaki derin farkı belirtmekte fayda görüyorum.

Keza dikkat çekmek istediğim bir diğer husus da, her ne kadar temel bir ihtiyaç değil, tamamen hazzıya yönelik bir önerme yapmış olsam da, o hazzın işkenceye dönüştüğü noktanın kullanım yaygınlığı ile koşut olduğunu unutmamamız gerekiyor. Eğer bir fantaziyi fantazi değil de bir ihtiyaçmışçasına suiistimal ederek gerçekleştireceksek, hiç kalkışmayalım bu işlere, yeterince böyle suiistimal örneği var zaten hayatımızda.

Koku algısının hem burun hem de damak üzerindeki varlığıyla toplam lezzet içindeki önemli yeri, mutfakta kullanılan kokulu malzemeyi sadece özyağlarla sınırlı kılmıyor elbette. Damıtma işlemini anlatırken bahsettiğim kokulu sular da özyağlar kadar önemli bir araç. Beyaz kahve örneğinden hareketle pek çok yiyecek veya içecekde kokulu su kullanımıyla farklı lezzet birliktelikleri oluşturmak mümkün. Bu bölümü yazma fikrini bana veren de geçen yıl Fransa'nın güneyindeki küçük bir kasabanın dar bir

sokağında bulunan minik fırından aldığım turunç çiçekli (*neroli*) ekmek oldu. Ekmek elbette çoktan yendi, bitti ama aynı yerden aldığım bir başka çiçek kokulu yenilebilir ürün, lavanta suyuyla yapılmış marmelat, nefis aromasıyla hâlâ mutfağımdaki kavanozunun içinde duruyor.

Kırk Yıl Hatır Boşa Değil

Kültürler'in okuyucuları (bkz. *KK - III - Kültürler*, “Ozon, Elektrik, Kehribar”) bu bölümün girişinde anlatacağım mitolojik hikâyeyi hatırlayacaklardır. Hoş, o kitapta anlattığım hikâyedeki örgünün içinden başka bir ilmek yakalayıp peşine düşmüştük; burada ise peşine düşeceğimiz ilmek başka. O nedenle tekrara düşme endişesi olmadan yazabiliyorum. Yunan işi mitos sevenlere gelsin efendim:

Phaeton, Güneş Tanrısı Helios'un oğlu. Genç bir çocuk, yakışıklı bir çocuk, arkadaşlarıyla falan takılıyor genelde. Bir gün bir arkadaşı ona takılıyor, kızdırıyor ve diyor ki “Sen Helios'un oğlu değilsin!” Şaşıyor çocuk ve annesi Clymene'ye gidiyor. Clymene diyor ki “Oğlum olur mu öyle şey? Tabii ki Helios'un oğlusun. İstersen git babana sor!” Helios da aynı oğlu gibi yapılı, yakışıklı bir adam. Kafasının etrafında da parlak bir hâre var. Eh, olacak tabii; sonuçta adam Güneş Tanrısı yani, pardon.

Helios'un bir de günlük rutini var. Her gün dört atlı arabasıyla dünya etrafında tur atıyor, arkasında güneşle. Doğudan başlıyor, batıda bitiriyor. Sonra gece tekrar doğuya dönüyor. Phaeton, Helios'un tur arası nefeslendiği bir anda yanına gidiyor ve malum mevzuu soruyor. Baba da diyor ki “Oğlum, tabii ki bendensin. İspatlamamı istiyorsan, dile benden ne dilersen. Ancak bir baba oğlunun isteklerini sınırsız karşılayabilir.” Bunu duyan Phaeton da babasından bir iki tur atmak için arabasını istiyor. “Lafı mı olur oğlum, dükkân

senin” diyor ve anahtarları uzatıyor Helios, Phaeton’a. O da atlıyor arabaya ve başlayan keyifle göklere yükselmeye.

Fakat küçük bir problem var, çocuk ilk kez at arabasına biniyor, atlar da bunu anlıyor, bir süre sonra çocuğun komutlarına uymamaya başlıyorlar. Kısa bir süre kontrolü tamamen kaybediyor ve araba arkasında sıcak kütleyle serseri mayın gibi dolaşmaya başlıyor göklerde. Bu arada da tabii bazen yere çok yakın geçiyor ve bu yakınlaşan sıcaktan sebep, Afrika’nın bütün bitki örtüsü kavurulup çöle dönüyor. Sadece bitki örtüsü kavrulmuyor, orada yaşayan ölümlülerin de üzerine gelen sıcak dalgası ciltlerinin kömür gibi kararmasına sebep oluyor. Yaklaşan felaketi sezen diğer tanrı ve titanlar gidip hemen Zeus’a haber veriyorlar.

Zeus da daha büyük bir felaketi önlemek için bir yıldırım gönderiyor ve delikanlıyı arabayla beraber Eridanus Nehri, yani bugünkü Po Nehri (İtalya) üzerinde toprağa çakıyor. Hikâyenin devamı bizi çok ilgilendirmiyor, çünkü o sırada olan oluyor ve Afrika geri dönülmez şekilde çölleşiyor. Keza orada yaşayanlar da karaderili hale geliyorlar. Hem o coğrafya hem de yeni cilt rengi, Yunanların bildiği, aşına oldukları bir renk değil; dolayısıyla isim bulmak durumunda kalıyorlar. Yunanca *aithein* (yanık) ile *ops* (surat) biraraya geliyor ve *ethiop* yanık suratlıların, *Etiyopya* da yaşadıkları yerin ismi haline geliyor.

Kahvenin insan hayatı içine dâhil olması da en yaygın rivayete göre işte bu Etiyopya’da gerçekleşiyor. Hâlidî isimli genç bir çoban var, aynı zamanda da bir ozan. Gündüzleri keçilerini otlamaya götürüyor. Onlar otlarken de kendisi kaval çalıyor, muhtelif şarkılar söylüyor. Ancak gün içinde ne çalarsa çalsın, akşam saati geldiğinde hep aynı melodiyi seslendiriyor. O belirgin melodiyi duyan dağılmış keçiler de onun yanında toplanıyor, sonra hep beraber köyün yolu tutuluyor. Amma velâkin günlerden bir gün Hâlidî toplanma şarkısını çalmasına rağmen keçilerin görünmediğini fark ediyor. Tekrar tekrar çalıyor, hiç hareket yok. Oturduğu yerden kalkıyor, aramaya başlıyor.



Hâlidî kahveyi içince bir canlanıyor, bir canlanıyor, başlıyor keçileriyle dans etmeye.

Bir tepenin ardından seslerini duyup o tarafa meylettiğinde bütün keçilerin neşeli bir şekilde zıplayıp dans ettiklerini görüyor. “Ne oldu bunlara?” diye düşünürken fark ediyor ki keçiler arada dans etmeye ara verip daha önce hiç görmediği bir ağacın altına gidiyor, hem kiraza benzer meyvelerini hem de yapraklarını yedikten sonra dönüp tekrar dans etmeye başlıyorlar. Tabii keçilerini coşturan bu ağaçtan kuşkulanıp endişeleniyor önce. Sonra görüyor ki pek bir zararı yok; yenilen yaprak ve meyveler ne öldürüyor ne de başka bir zarar veriyor hayvanlara. Sonunda uğraşa uğraşa âllem edip kâllem edip bir şekilde hayvanları toplamayı ve peşi sıra köye yönlendirmeyi başarıyor.

Ertesi gün gene aynı yere gittiklerinde keçiler hemen aynı ağaca meylediyor, meyvelerini hapır küpür yiyerek dans etmeye, neşeyle şarkı söylemeye başlıyorlar. Çok meraklanıyor ve dayanamayarak kendisi de birkaç tane meyve kopararak ağzına atıyor. Tadını biraz acı buluyor ama çiğnemeye devam ettikçe keyifli bir ürpertinin ağzından doğru tüm benliğine yayıldığını fark ediyor. Hikâyeye göre birkaç meyve daha yedikten sonra o da katılıyor

hayvanlarına ve o güne kadar hiç söylemediği coşkulu şarkıları bağıra bağıra seslendirmeye başlıyor. Öyle coşuyor ki sanki bir daha hiç yorgun hissetmeyecekmiş gibi dans ediyor.

Doğal olarak bu ilginç meyvenin etkilerini saklayamıyor ve akşam eve gittiğinde babasıyla paylaşıyor. Meyvenin şöhreti oğuldan babaya, babadan da bütün köye yayılıyor ve yerel kültürün bir parçası haline gelmeye başlıyor. İlk başlarda Etiyopyalılar tıpkı keçiler ve çobanın yaptığı gibi çiğniyorlar meyveleri ama zaman geçtikçe, insan aklı ya bu, mevcut halinden tatmin olmayıp kurcalamaya, çay gibi infüzyonunu yapmaya başlıyorlar.

Demem o ki yaprak ve meyveleri sıcak suya atıyor, bir müddet beklettikten sonra o suyu içmeye başlıyorlar. Devamında meyveleri ezip toz haline getiriyor, o tozu da hayvan yağıyla karıştırarak macuna dönüştürüyorlar. Macunu da top gibi yuvarlayıp bu şekilde tüketmeye meylediyorlar. Bazıları daha da ileri gidiyor; ya macunu fermente olmaya bırakıyor ya da çekirdeğini kavurup suyla demliyor, o şekilde içiyor. Herhalde bu yaprak ve meyvelerin kahve ağacının (*Coffea arabica*) yaprak ve meyveleri olduğunu söylememe gerek yok, tahmin etmişsinizdir.

Keçilerin zıplayabildiği bir ağaç dememe aldırmayın, bazen kahve ağaçlarının boyu dokuz metreye kadar uzayabiliyor. Her ağaçta birbirine aksi istikamette duran yağlı yüzeyle yapraklar mevcut. Bu yaprakların altındaki dallarda da “kahve kirazı” denilen meyveler yetişiyor. Sürekli üreyen meyveler olduğundan aynı ağaçta hem çiçek, hem ham hem de olgun meyvelere rastlamak mümkün. İlk çiçekten sonra meyvenin olgunlaşması yaklaşık bir yılı buluyor; beş yılda da bütün ağaç meyveli hale geliyor. Ağaçların en verimli oldukları yaşlar 7 ila 20 arası. Bütün bu bahsedilen ağaçlar “kahve kuşağı” adı verilen bölgede, zengin toprak, yumuşak iklim, sık sık yağın yağmur ve arada gölgelenen güneşle en iyi yetiştirme koşullarına sahip oluyorlar. “Kahve kuşağı” ise ekvatorun 25 derece kuzeyi ile 30 derece güneyi arasında kalan bölgeye verilen isim.



Kahve bitkisinin
yaprak, çiçek, meyve ve
çekirdekleri.

Evet, kahve tutkusu dünyaya yayılıyor. Meşhur oluyor, hatta ilaç diye kullananlar oluyor. İbni Sina'ya atfedildiğine göre (sadece atıf) kahve cildi temizliyor, *epidermis*'in nemini alıyor ve bütün vücudu hoş bir kokuyla sarıyormuş. Her halükarda o zaman uygulanan metodların, demleme veya fermantasyonun bugün, yani XV. yüzyıl sonundan itibaren kullanılanlardan farklı olduğunu söylememiz gerekiyor. Kadim kaynatma ve ikram seremonileri hâlâ kahvenin menşeyi olan Etiyopya'da mevcut. Bu seremoniler yaklaşık bir saat, hatta bazen daha uzun sürüyor. Bir tarafta kilden bir mangalda köz parlarken, güneşte kurutulmuş kahve çekirdeklerinin kabukları soyuluyor. Külün üzerine günnük ağacı (*Boswellia sacra*) reçinesi atılıyor. Daha sonra, evin hanımı ateşin üzerinde yayvan bir kapta demir bir çubukla çekirdekleri karıştır-

maya başlıyor. Çekirdekler renkleri karardıkça çatlamaya başlıyorlar. Evin hanımı renk dönüşümü ve çatlama tamamlanınca onları ateşin üzerinden alıyor, bir havana doldurup toz haline gelene kadar tokmakla dövüyor. Toz haline gelmiş çekirdekler bir başka kaba aktarılıyor ve tekrar közün üzerine konuluyor. Arzuya veya erişilebilirliğine bağlı olarak kakule ve/ya tarçın ilave edilebiliyor.

Etiyopyalıların Yemen üzerinde söz sahibi oldukları elli yıl boyunca bu geleneğin Kızıldeniz kıyısındaki Arap kültürlerine yayıldığını görüyoruz. Zaten kelime kökeni de Arapça'dan geliyor. Ya özsu/içecek anlamındaki *kahwah*, ya da kuvvet anlamındaki *kuwwa* kelimesinin, kahvenin etimolojik yolculuğunun başlangıç noktasını oluşturduğuna dair iki farklı söylenti var. Bir başka varsayım da gene Etiyopya'daki Kaffa bölgesinin isme neden olabileceği yönünde. İlk başlarda yoğun olarak dinsel amaçlarla veya ilaç olarak kullanımından söz ediliyor. Özellikle gece vakti dini pratikler yerine getirilirken uyanık kalmaya yardımcı olduğu için. Ancak elbette zaman içinde bu iki alanla sınırlı kalmayıp, yayılıyor hayatın içine.

Başlarda çoğu kez tıbbî veya gece de dua ederken uyanık kalabilmeyi sağlamasından sebep, dinî bir kullanım alanı bulurken, yavaş yavaş bu iki bağlamın dışında da gündelik hayata nüfuz ediyor.

Keyif vermesi, canlandırıp zindeleştirecek bazen tartışma ortamlarının kızışmasına, konunun ve konuya taraf olanların hareketlenmesine sebep olduğu için farklı kültürlerde dönem dönem yasaklanılmaya çalışıldığını görüyoruz kahvenin. Bu yasaklar hiçbir zaman tam anlamıyla başarılı olamıyor, zaten bugün için de kahveden bahsedilirken “sosyal olarak da kabul edilmiş son legal uyarıcı madde (*stimulant*)” diye tanımlanıyor. Uyarıcılığının entelektüel bir yanı da var ve yasaklara sebep olan, pek dillendirilmese de, daha çok bu yönü oluyor zaten. Zihni diri ve canlanmış insanların sohbet ve muhabbetleri, yaratıcı konulara kolayca kayabiliyor. Üstelik bunu sadece bu iş için ayrılmış ve “kahvehane”, “caffee”

veya “coffee house”, ismi ne olursa olsun, bir tür sosyal etkileşim alanlarında yapabiliyorsunuz.

Yüzyıllar boyunca insanların sosyal etkileşimde bulunabileceği, evlerine çok yakın olan, komşuları hariç pek çok farklı insanla kaynaşabilecekleri ve tartışabilecekleri başkaca bir alan seçeneği yok gibi. Pardon, belki de var, çünkü her inanç sistemi kendisine bir mekân atamış durumda ve o mekânlarda biraraya gelen inanmış bireyler birbirleriyle etkileşimde bulunabiliyorlar. Ne var ki bu mekânlardaki etkileşimlerin başlığı önceden verili bir başlık; sadece oraya ait inancı veya onunla bağlantılı konuları konuşabiliyorsunuz. Bir fincan kahvenin üzerinde yer aldığı masanın etrafındaki insanlar ise inanca bağlı olma koşulu olmadan gerek gündelik konular, gerek sanat ve edebiyat, gerekse ticaret ve iş anlaşmaları üzerine konuşuyor, midelerine kahve, zihinlerine yeni fikir ve olasılıklar doldurarak ayrılıyorlar bu mekânlardan.

Üç aşağı beş yukarı kahvenin tüketildiği bütün sosyal alanlarda eşitlikçi bir yaklaşım dikkat çekici. O çatının altına (çatı bir metafor; bazıları bahçe gibi açık alanlardan oluşuyor) bir girip ocakçının masaya getirdiği kahveye yöneldiğinizde sosyal sınıf farkı kavramı geçici bir süre için de olsa yok hükmüne giriyor. Bu görece eşitlik durumu “o çatının altına girdiğinizde” geçerli. Kahvehane öncesi ve sonrasındaki etkileşimlerde, aynı kişiler arasında bile olsa bu nisbi eşitliğin aynı kuvvette yaşam bulabildiğini söyleyebilmemiz zor.

Her kahvehane kendi küçük evrenini (veya mikrokozmos) yaratıyor ve o evrenin sınırları içinde müdavimlere eşitlik alanı açıyor. Bu da demek oluyor ki başka bir kahvehane çatısının altında marjinalize edilip dışlanmanız hiç de sıradışı bir olay olmayabiliyor. Toplumsal gerginlik ve kutuplaşma dönemlerinde bu küçük evrenler de birbiriyle çatışabiliyor elbette. 1950’lerin sonlarına doğru, yani hemen darbe öncesi toplumsal yaşama dair aktarılanları hatırlayalım lütfen burada: Siyasi görüşleri farklı olanların farklı kahvehanelere gitmesinden, “kahvelerini bile ayırdılar” denilerek söz edilmemiş miydi?

Tabii kahvehanelerin sosyal etkileşim işlevini üstlenmeleri sadece doğuyla sınırlı kalmıyor. XVII. yüzyılda kahvenin Arap dünyasından gelip yerleştiği Osmanlı coğrafyası dışına çıkarak Avrupa'ya geçtiğini ve ilk kahvehanelerin açıldığını görüyoruz. Aradaki iki yönlü trafiğin yoğunluğu nedeniyle bunun ilk gerçekleştiği yer de Venedik oluyor; zira hem gelen hem de gidenle yoğun bir ticarî bağ ve onun koşutunda oluşan bir kültürel hareketlilik var.

İngiltere'de çok geniş kullanım buluyor kahve, ta ki tahtını çaya teslim edene kadar. İlk İngiliz kahvehanesi 1600'lerin ortalarında Oxford'da açılıyor. Açan da Lübnan doğumlu Osmanlı tebaasından Yakob Efendi isimli bir girişimci muhterem. Katlanarak çoğalıyor bu kahvehaneler ve 1700'lerin başına gelindiğinde sayıları iki bini buluyor. Bu sürede kahvehanelere takılan bir de isim var. Orada dönen muhabbetler o kadar öğretici oluyor ki, kahvenin güncel fiyatından mülhem “kuruş üniversiteleri” (*penny universities*) ismini alıyorlar. Bizdeki



Entelektüel bir tartışma ve fikir alışveriş mekânı olarak Londra ve Oxford kahvehaneleri “penny universities” lakabını hak ediyorlardı.

tarifine benzer alanlar bunlar: Her mekânın ayrı bir müdavim profili var. Bazılarında doktorlar, veya protestan, katolik, püriten, musevi din uleması, bazılarındaysa muhtelif ticaret erbabı, avukatlar, sanatçılar, muhasebeciler, politikacılar vesaire toplanıyorlar.

Bu kahvehane sohbetlerinde insanlar konuları ve sosyal statüleri ne olursa olsun çekinmeden ve eşitlikçi bir anlayışla daha önceden hiç tanımadıkları kişilerle ortak konuları ve

ilgileri bağlamında fikir alışverişinde bulunma imkânını yakalıyorlar. Bu kendi içinde homojen yapılar farklı kurumların da oluşmasına sebep olabiliyor. Örneğin gemi sahipleri ve tüccarların müdevimi olduğu Londra'daki Edward Lloyd'un kahvehanesinde duvarlara gemi hareketleri ve yük cinsi, miktarı yazan bültenler yapıştırılıyor, buna dayanarak da sigorta poliçeleri akdediliyor. Kahvehanenin bu yapısı ve dönüşen işlevi sonucunda da dünyanın en meşhur sigorta şirketlerinden birinin doğduğunu görüyoruz: Lloyd's of London!



Sanayi Devrimi, 1700'lü yıllarda köyden kente göçenlere oldukça sert vuruyor, hele ki kentteki ağır yaşam koşulları içinde bir şekilde yalnız kalan, eşini kaybeden kadınlara. Eğer çevreleri ve akrabaları da yoksa, yaşamlarını sürdürebilmek için çok fazla seçenek bırakmıyordu. Bugün için şirin bir turistik mahal olan Covent Garden'da o dönemde gündüz meyve ve çiçek satılıyor ama geceleri iş değişiyor, hava kararınca mahalle birdenbire Londra'nın fuhuş merkezine dönüşüveriyordu. Bölgede bu işe aracılık eden çok sayıda kahvehane vardı, ancak en meşhurları Tom'un yeri idi. Tom King's Coffee House (ölümünden sonra Moll King's Coffee House), normal teamülün tersine akşam, tavernaların kapandığı saatlerde açılıyor, şafak vakti gün ışıırken kapanıyordu. İçeride fuhuş yasaktı, ancak fahişeler müşterileriyle anlaşıp dışarı çıkabiliyorlardı. Mekânda bir şilte bile olmadığından ve yalnızca "iki yetişkin arasında sohbet" gerçekleştiğinden fuhuşla suçlanamıyor, resmi otoriteler yasal bir yaptırım uygulayamıyordu. William Hogarth'ın "Günde Dört Kez" (1738) serisinden bu ayrıntıda mezkûr kahvehanenin önünü görüyoruz.

Kahvehanelerdeki entelektüel yapının dışarıya taşmasına bir başka örnek olarak Adam Smith'i verebiliriz. Modern iktisat teorisinin babası ve kapitalist felsefenin kurucusu olarak bilinen Smith, *Ulusların Zenginliği* isimli, her ekonomi fakültesinde referans kitap kabul edilen kitabını kendisi gibi İskoç asıllıların devam ettiği *British Coffehouse* isimli kahvehanede yazıyor, üstelik o kahvehanenin adresini de posta adresi olarak kullanıyor. Ancak, bu kadar canlandırıcı etki veya yeni kurumlara yol açabilecek fikirlerin tartışılması yönetici elit tarafından istenen bir durum mu? Elbette, hayır. Bundan sebep pek çok kez pek çok değişik ülkede kahvehanelerin yasaklandığını görüyoruz. Birkaç örnek vereceğim, ama emin olun verdiklerimden fazla örnek bulmak mümkün.



İllüstratör Walter Hodges tarafından çizilmiş (1951) haliyle Edward Lloyd's'un kahvehanesinin ilk adresi olan Tower Street'teki görünümü. Burası özel bir "klüp" değildi ve halka açık bir kahvehaneydi. Ancak 1774 yılında Royal Exchange'e taşınmasıyla beraber hem dışarıya kapandı, hem de şirketleşme başladı. Lloyd's'un sigorta piyasasının oyun kurucusu olması Amerika'nın bağımsızlık mücadelesi, Napolyon Savaşları gibi deniz taşımacılığı için yaşamsal risklerin ortaya çıktığı dönemlerle beraber gerçekleşti.

KAHVEHANE YASAKLARI

İlk yasak sadece ekonomik nedenlerle geliyor ve kahve çekirdeklerinin ihracıyla ilgili. Başlarda kahve ticaretinin kontrolü Arap tüccarların elinde olduğundan bu kıymetli emtia üzerindeki tekellerini kaybetmemek için kavrulmuş kahve dışında her tür kahvenin veya bitkisinin gemilere yüklenmesi, yani ihracı yasaklanıyor. Endişe, filizlerin başka bir yere götürülüp orada ekime başlanması; hem tekelin elden gitmesi hem de fiyatların düşmesi. Bütün yasak ve kısıtlamalar gibi bu da tabii ki zaman içinde çığneden bir yasak.

Avrupa'ya kaçırılan ilk kahve fidesi de Yemen'in Moka limanından hareket eden bir Hollanda gemisiyle oluyor. Burada bahsettiğimiz erken dönem, yani ateş üzerine madenî kapta icra edilen kavurma tekniklerinin dönen büyük silindirlerle endüstriyel hale getirilmiş XIX. yüzyıl kavurma teknikleriyle mukayese edildiğinde çok daha iptidai olduğunu herhalde söylememe gerek yok. Uzunca bir süre de kavrulmamış kahve ticareti tercih ediliyor zaten, çekirdekte risk almamak, ne nedir görebilmek, kandırılmamak için.

Dünyanın ilk çokuluslu şirketi, yani Hollanda kökenli V.O.C.'a (Birleşik Doğu Hindistan Şirketi) çay bahsinde kısaca ve ismen değinmiştim. İngiliz rakibine sahneyi teslim etmeden önce dünya ticaretini yaklaşık 100 yıl boyunca kontrol eden bu şirket kolonileri vasıtasıyla Seylan, Java, Timor, Sumatra ve Bali'de kahve plantasyonları kuruyor. Onların ardından Fransızlar geliyor ve bu nedenle de doğu Hint adalarına ek olarak Batı Hint adalarında da pıtrak gibi kahve plantasyonları bitmeye başlıyor. Daha sonra bu kahve plantasyonu çılgınlığı Amerika kıtasına sıçırıyor, Jamaica ve Brezilya'ya. Son ulaştığı yerlerden biri olan Brezilya (1774), bugün dünya kahve üretiminin yüzde 60'ını tek başına gerçekleştiriyor. İkinci sıradaki ülke şaşırtıcı gelebilir: Vietnam! 2016 yılında dünya kahve üretimi 9,3 milyon tona ulaştı. En büyük üretici Brezilya'nın ardından Vietnam, onun ardından da Kolombiya geliyor. Bu rakam yaklaşık 600 milyar fincan demek. Toplamda en fazla tüketildiği ülkeler ABD, Brezilya, Almanya, Japonya ve İtalya. Toplam değil ama kişi başına tüketimi temel aldığımızda ise Kuzey Avrupa

lkeleri yani Finlandiya, Norveç, Danimarka ve İsveç'in adam başı yaklaşık 8'er kilo yıllık tüketimle başı çktiğini görüyoruz.

Tohum kaçakçılığı ve ekonomik endişeleri bir yana bırakırsak, ilk yasaklardan birinin radikal düşünce ve bireyselliği teşvik ettiği endişesiyle Mekke'de konduğunu görüyoruz. Devamında Osmanlı İmparatorluğu'nda 1623 yılında tahta geçen IV. Murat'ın İstanbul'da kahveyi yasaklayıp bir ceza sistemi oluşturduğu görülüyor. İlk kez yakalanırsanız ceza dayak ama ısrarcı olursanız iş idama kadar gidebiliyor. Kahvenin popülaritesi İngiliz Kralı II. Charles'ı da tedirgin ediyor. 1675 yılında kahvehaneleri yasadışı ilan ediyor. Sadece kahvehaneleri yasaklamıyor, aynı zamanda insanların bir ev veya dükkândan kahve, çikolata, şerbet ve çay satmalarını da engelliyor. İsveç ne yapıyor dersiniz bu arada? Orada da yönetim kahve ve içiminde kullanılan enstrümanları yasaklıyor. Yani kahve fincanları veya değirmenlere krallık el koyuyor. Hatta Kral III. Gustav, kahveden o kadar endişeli ki doktorların idam mahkmlarını gözlemesini emrediyor. Gözlem de şu, acaba mahkûmlar ne kadar uzun süre kahve içtiklerinde ölüyorlar. Tabii mahkûmlar için pek zararı olmuyor bu gözlemin ama doktorların can sıkıntısından patladıkları düşünülebilir.

1777 yılında Prusya'da Büyük Frederik biranın kahve üzerindeki üstünlüğüne dayalı bir manifesto yayınlıyor. Tezi, kahvenin bira tüketimini engellediği yolunda. Manifesto'da şu cümle geçiyor: "Majesteleri kahveyle büytlmedi ki?" Bu cümlenin yer aldığı ve ekonomik bir endişenin güvenlik zaafı ihtimaliyle birleşmiş bir dışavurumu diyebileceğimiz paragraf tam olarak şöyle: "Tebamın kahve tüketim artışını gözlemlemek ve bu nedenle ülke dışına çıkan parayı düşünmek üzüntü verici. Herkes kahve içiyor; bunun önüne geçilmeli. Majesteleri kahveyle büytlmedi, ebeveynleri ve subayları da. Bira içen asker ve subaylarla pek çok savaş kazanıldı ve Kral kahve içen askerlerin bir başka savaş olması halinde oluşacak zorluklarla baş edebileceklerine inanmıyor."

Bazı yasaklama girişimleri de geri tepiyor. Mesela 1600 yılında Papa VIII. Clement'e çevresi küffar tehdidini (That's us, bitchez!)

temsil ettiği ve şeytan içeceği olduğu için kahveyi yasaklamasını öneriyorlar. “Getirin bir tadına bakayım,” diyor. İçiyor, beğeniyor. Yasaklayacağı yerde, “Bu keyfi sadece inanmayanların eline bırakmamak lazım,” diye fetva veriyor ve bir anlamda kahveyi vaftiz etmiş oluyor.



Haham Hersch Kohn, Maxwell şirketinde kavurma makinesinin önünde çiğ ve kavrulmuş kahve çekirdeklerini inceliyor.

Hamursuz Orucu sırasında Almanya ve orta Avrupa kökenli Musevilerde (Aşkenaz) bir kısım bakliyatın gelenekselleşmiş bir şekilde yenilmeyecekler listesinde telâkki edilmesi, 1900’lerin başında kahvenin de aslen ne olduğu üzerine tartışma başlatıyor. Bir kısım tutucu Aşkenaz, kahvenin de bir baklagil olduğu, dolayısıyla tüketilmemesi gerektiğini iddia ediyor. Buna muhalefet edenler ise “Yahu bu sadece bir gelenek. İersen günah olmaz, geleneği zorlamış olursun sadece” diye karşı çıkıyorlar. Tartışmaların ayyuka çıkması ve satışları da etkilemeye başlaması üzerine bir kahve markası (Maxwell House) bu sorunu çözme çabası içine

giriyor. Reklam ajanslarının da yönlendirmesiyle önde gelen din adamlarından haham Kohn'u davet edip tesislerini gezdiriyor, hem yeşil hem de kavrulmuş kahve çekirdeklerini incelettiriyorlar. Muhterem de "yahu bu baklagil falan değil, bildiğin meyvenin çekirdeği" diyerek onay verince Aşkenazların da oruç dönemlerinde kahve tüketebilmelerinin önü açılmış oluyor.

KAHVE DİPLOMASİSİ

Yasakların dışında kahvenin kendini gösterdiği bir alan daha var: Kamu diplomasisi. Kamu diplomasisi veya "halk diplomasisi" yabancı halklarla iletişim kurmak için organize edilmiş her tür sivil girişime verilen isim. Veya yabancı kamuoyunun hedeflenmiş kesimini kültürün stratejik hedeflerine tolerans göstermeye veya ikna etmeye yönelik çabalar da denilebiliyor ve "yumuşak güç" kavramı içinde yer alan bir araç. Herhangi bir kısa dönem politik hedef gütmenden markalama veya kültürel etkileşimle kaynak ülkenin hedef halk nezdindeki imajının, izleniminin geliştirilmesini amaçlıyor.

Bu sayede uzun dönem işbirlikleri yaratmak mümkün olabiliyor, çünkü hedef ülke halkı kaynak ülke halkına sebebini tam çözemediği bir sempati beslemiş oluyor. Sokağın beslediği bu sempati elbette yönetici muktedirlerin kararlarını da etkiliyor. Herhangi bir gündelik uygulama bu kamu diplomasisinin aracı haline gelebiliyor, tabii ki gastronomi de. Thailand mutfağı, Fransız gastronomisi, İtalyan *espresso'su*, Alman birası, Türk kahvesi, herhangi bir kısa dönem politik kazanç beklemeyen ulusal markalamaların örnekleri arasında rahatça yer bulabiliyor.

Bu bağlamda sadece pişmiş ürünleri değil, ürünün pişirilme mekân veya yöntemlerini de kamu diplomasisi araçları içine dâhil edebiliriz. Çok fazla Amerikan dizisi veya filmi izlemenin sonucunda 70'lerin sonunda pek fazla bir içki çeşidi olmayan ülkenin evlerinde "Amerikan bar" ünitelerinin görülmeye başlaması veya tencere yemekleriyle maruf bir mutfak kültüründe salonla mutfak arasında serbest geçiş barındıran açık mutfak kullanımının

yaygınlaşması, aklıma ilk gelen örnekler. Açık mutfak kavramının ortaya çıktığı ülkelerde tencere yemeği alışkanlığı olmadığını düşünürsek, yerel mutfağımızın soğan kavurma gibi önemli bir hazırlık aşamasının görselliğine âşık olunan bu tip ev tasarımlarının işlevselliğini nasıl problemli hale getirdiğini tahmin etmek çok da zor değil. Birinden vazgeçmek, yeni seçenekler oluşturmak gerekiyor. Hangisinden mi vazgeçmeliyiz? Oldu canım, bu akşam da pizza söyleriz!

Kahvenin kültürel ve tarihi yönü üzerine epey laf ettik. Peki, bizi içtiğimizin leziz bir içecek olduğuna ikna eden şey neydi? Öncelikle şunu bilelim ki bizler eğer evrimsel süreçte acı tatları tüketebilmeye evrilmeseydik, kahve falan içemezdik. Sade içilen kahve acı (bitter) bir sıvıdır. Eğer *ortonazal* veya *retronazal* olarak algılayabileceğimiz bir koku ve aroması olmasaydı, yanından bile geçmezdik. Bu pek çok gıda için geçerli. Zeytin ve zeytinyağı hemen akla gelen ikinci ve üçüncü örnekler olabilir. Kahvenin acılığı kafeine atfedilir genelde ve bu acılık da aslında bitkinin savunma sisteminin bir tezahürüdür. Ama kahveye acılığı veren sadece *kafein* değil, *klorojenik asit* laktonları ve *hidroksile fenoller* de o tat acılığına katkıda bulunuyorlar. Ne sebep olursa olsun, acı bir içeceği seve seve içilebilir gibi kabullenmemizde dış ve iç kokusunun etkisini yadsımak mümkün değil. Kahve, koku ve aroması olmayan bir sıvı olsaydı, mesela akü veya ütü suyuna benzeseydi, ne hayatımızın içinde yer bulabilecek ne de bu bölüme konu olabilecekti. “Şükür” diyelim, sevgili okur.

Koku uyarısı limbik sisteme neredeyse dolaysız ulaşıyor, dolayısıyla geçmiş deneyimleri geri çağırdığımızda kokulu uyarılar belleğimizi diğer duylara oranla çok daha duyguyğun olarak canlandırıyorlar. Sıkça tükettiğimiz besinler için sanal bellek kartları oluşturuyoruz. Kahve içtiğimizde yaşadığımız canlanma ve enerjik olma hali aynı zamanda beynimizdeki kahve kokusu etiketinde de yansıma buluyor. Bu sebepten kahveyi daha içmeden hafifçe koklamamız dahi bizde yeniden o bellekte kaydı olan ener-

jik pozilyonda konumlanma, o keyfi ve canlilyı yeniden yaşama haline sebep oluyor.

Efendim, kahve ağacı *Rubiaceae* ailesinin *Coffea* cinsine ait. 80'den fazla kahve türü olmasına rağmen sadece ikisinin ekonomik değeri var. *Coffea arabica*, yani pazarın yüzde 70'ine hâkim olan *arabika kahvesi* ve geri kalanına hitap eden *Coffea canephora*, ki biz bunu ilk yetiştiricinin ticari ismiyle yani *robusta* olarak biliyoruz. Pek çok yönden farklı bu türler. İdeal yetişme iklimleri, fiziksel görünümleri, kimyasal yapıları, demlenmelerindeki karakteristik farklılıkları ve hissedildikleri kuvvet.

Robusta konusunda kafanız karışmış olabilir ticari isim deyince, kısaca anlatayım: 1898 yılında o dönem Belęika Kongo'su olan bölgede rastlanıyor. Emil Laurent isimli Fransız muhteremin ilgisini çeken bu kahve türü, o ortamda kendi halinde ryor, yani kltive bir meyve değil başlarda. XX. yüzyıla girildiğinde bir Belęikalı şirket pazara sunmak üzere kontrollü ekim ve hasadına girişiyor bu türün. Aslında tre onu ilk bulan (Batılı beyaz anlamında) Laurent Bey'e atfen *Coffea laurentii* ismi verilmiş durumda ama Belęikalı girişimciler bu ismi değiştiriyor ve pazarlanmasına kolaylık sağlayacak şekilde "güçlü" anlamına gelen *robusta* kelime-
siyle vaftiz ediyorlar.

Arabica



Robusta



Çekirdeklere dikkatli bakıldığında hangisinin *arabica*, hangisinin *robusta* olduğunu ayırt edebilmek mümkün.



Vietnam'da
yetişen
robusta
cinsi kahve
meyveleri.

Güçlü mü gerçekten peki *robusta*? *Kafein* ve *klorojenik asit* içeriği açısından baktığınızda, evet daha güçlü ve daha acı. İlk yudumda insanı dürtüverecek bir özelliği (*kick, hit*) var. *Espresso* pişirilen kahvelerin genelde *robusta* da içeren harmanlar olması biraz da bu yüzden. Ancak düşük rakımda yetişen, daha verimli ve dayanıklı *robusta*'nın fiyatı daha ucuz olmasına rağmen özellikle nitelikli kahve sevenler arasında doygunluk ve zenginlik anlamında daha çok tercih edilen türün yükseklerde yetişen *arabica* olduğu da bir gerçek.

Bir de *robusta* benzeri alçak bölgelerde yetişen ve aroma profili düşük olduğu için pek üzerine konuşulmayan *liberica* türü var ki, o da kendince dünya kahve ticaretinin yüzde 2'sine cevap veriyor.

Ham ve yeşil kahve çekirdeklerinin kısıtlı bir aroma profili var ve daha çok yeşil taze nüanslar taşıyorlar. Bu bizim bildiğimiz kahve kokusu veya aroması değil. Ancak, aromatik profili kısıtlı olmasına rağmen yeşil çekirdekler kavrulma süreciyle beraber ulaşılan daha zengin ve çok bileşenli aromatik yapının da başlangıç noktasını, yani *prekürsör*lerini oluşturuyorlar. Bu aromatik bileşenler Maillard reaksiyonu, karamelizasyon, *polifenol* degradasyonu, *karbonhidrat* polimerizasyonu gibi çoklu kimyasal reaksiyonlar

sebebiyle oluşuyorlar. Bazı bileşenler kavurma sırasında yok olurken bazıları yeni hayat buluyorlar. Bunlara aroma ve toplam lezzet algımızı etkileyen yüksek ve orta uçuculukta biyoaktif bileşikler de dâhil. Kavrulan kahve çekirdeklerinde 900 ila 1.000 arası uçucu organik bileşik yer alıyor ama bunların düşük algı eşikli (*threshold*) ve yüksek konsantrasyonlu 40 kadarı “kahve içiyorum” duygusunu yaratan karakteristik koku ve aromanın sebebi oluyorlar. Kavrulmuş kahvenin 900-1.000 uçucusuna karşılık ham yeşil çekirdeklerde tanımlanabilen uçucu sayısı ise 100 civarında.



Karamelize Sevenlere Gelsin

Maillard Reaksiyonu, ilk keşfeden Louis-Camille Maillard isimli doktor/kimyagerin ismiyle anılan ve hepimizin her gün defalarca deneyimlediğimiz bir kimyasal reaksiyon. Amino asit ve indirgenmiş şekerler arasında gerçekteşen etkileşim, yani proteinlerindeki amino gruplarının indirgenen şekerle yeni biçimler oluşturmasıyla söz konusu maddenin (et, ekmek vs.) renk, tat ve aroma profilindeki olumlu yöndeki değişime işaret ediyor.

Malzemenin ısıya maruz kalan kısmında gerçekteşen bu reaksiyon sayesinde biz fırınlanmış ürünlerin kahverengi kısımlarını, mesela ekmek kabuğu, kurabiye, kek veya fırın dışında ısıtılma tabi tutulup rengi koyulaşmış olan ızgara eti, pilavı ve benzer gündelik gıdayı daha lezzetli olarak algılıyoruz.

Tava veya fırının, bazı yemek tariflerinde önceden ısıtılmış / kızdırılmış olmasının istenmesi de bu yüzden, zira hedef malzemenin reaksiyonu başlatacak ısıyla buluşması isteniyor.

Eğer ısı daha yüksekse ve ortada protein yoksa, bu sefer şeker yanmaya başlıyor ve bir başka reaksiyon olan karamelizasyon başlıyor. “Et mühürleme” gibi işlemlerde ağza ve buruna sanki ikisi aynı gibi gelse de aslında bu iki reaksiyon birden gerçekteşiyor.



Kakaodakine benzer bir şekilde tek başına kahvenin kokusuna dair güçlü izlenim yaratabilen bir molekül yok. Yani koku birden fazla molekülün birlikteliğiyle oluşuyor. Bunların bazıları *β -damasnon* (pişmiş elma / bal), *2-furfuriltiyol* (kızarmış / sülfürlü),

2-isobutil-3-metokspirazin (topraksı), *gayakol* (füme, baharlı), *2,3-butanediyon* (tereyağimsı) ve *4-hidroksi-2,5-dimetil-3(2H)-furanon* (karamela / tatlı).

Bu saydıklarım sadece omurgayı teşkil edebiliyorlar, zira güçlü bir izlenim için gereken bileşik sayısı elbette daha fazla. İşin ilginç tek bir meyvenin içindeki iki çekirdekten bile iki farklı koku profiline ulaşmak mümkün. Bunun için dışarıdan aroma ilave etmeniz de gerekmiyor; ısının süresi ve miktarıyla oynayarak çok şeyi etkileme imkânı bulunabiliyor. Dolayısıyla elinizde ortalama veya düşük kalitede bir çekirdek stokunuz varsa bu çekirdekleri yüksek ısıda ve uzun süre kavurarak koku profilini etkilemeniz, işlemin sonucunda çekirdeklere yanık bir aroma ilâştirmeniz mümkün. Aslında teknik olarak Türk kahvesinde de yapılan bu. Antrparantez; “Türk Kahvesi” diye ayrı bir botanik kahve çeşidi yok. Zaten iklim ve toprak olarak burada kahve meyvesi yetiştirebilmek de mümkün değil. Türk kahvesi dediğimiz şey, aslında çekirdekten bağımsız olarak, pişirme metoduna verilen isim.



İtalya’da her restoran, bar veya kafede bulabileceğiniz *prosciutto e melone*, yani pastırma ve kavun ikilisi, modern tıp öncesi dönemlerde Doğu’da revaçta olan sıcak, soğuk, kuru ve ıslak arasındaki dengenin Avrupalı örneklerinden biri.

Hazır “Türk kahvesi” demişken çokça rastladığım bir tartışmayı da sonlandırmak istiyorum müsaadeniz olursa. Kahvenin yanında su içilmesi eski tıp anlayışında vücudun sağlık dengesini sağlamak için alınan bir önlem. Söz konusu denge, kuru, ıslak, sıcak ve soğuk arasında kurulduğunda sağlıklı olunacağına inanılıyor. Bundan sebep de sıcak ve kuru kahvenin yanında soğuk ve ıslakı temsil eden su içiliyor. Bu tıbbi eşleşmenin (*pairing*) kültürlerötesi bir anlayış olduğunu da söyleyebiliriz, zira aynısı, mesela İtalya’da, domuz pastırması ve kavunun (*prosciutto e melone*) beraber servisinde de geçerli oluyor. Bizim eşleştirmemizdeki öncelik sırasına bu açıdan baktığımızda, “önce kahve mi içilir, su mu?” sorusunun cevabı da ortaya çıkıyor zaten. Eğer kahve içiyorsanız, dengeyi ardından içtiğiniz suyla sağlıyorsunuz. Yani her kahve içimi, peşinde su içimini getiriyor ama her su içimi peşinden kahveyi gerekli kılmıyor.

Ve Kahve Avrupa’da

Avrupa’nın kahveyle Viyana Kuşatması’nı takiben Osmanlı vasıtasıyla tanışmış olmasına dair rivayetleri duymuşsunuzdur: Kahvenin Viyana’ya II. Viyana Kuşatması sırasında geri çekilen ordunun bıraktığı çuvallar vasıtasıyla ulaştığına dair söylentiler var.

Hatta bunun da geçmişte Osmanlı’da mukim Kulczycki isimli bir Polonyalı vasıtasıyla olduğu ve ilk kahvehaneyi onun açtığı söyleniyor. Ancak bu iddia ispatlanmış değil.

Viyana’da bilinen ilk kahvehane 1685 yılında Johannes Teodat isimli bir muhterem tarafından açılıyor.

Kahvede nitelik arayışları daha meyvesi toplanırken başlıyor. Toplama, fermentasyon, kavurma, öğütme, demleme gibi birden fazla süreç yaşayarak yudumlanabilir hale gelen kahvede mümkün olan en fazla sürecin en titiz şekilde kontrol edilmesi, son

yıllarda adını duymuş olabileceğiniz “nitelikli kahve” akımıyla özdeşleştiriliyor. Sadece kavurarak yanık aromayı iliştiirmek değil, düzgün çekirdeği üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirecek şekilde hazırlayarak yanıklık dışında kendi içinde barındırdığı daha meyvemsi özelliklerin açığa çıkmasını amaçlayarak bu akımın felsefesine uygun olarak hazırlanan kahvelere alışmak için biraz çaba göstermeniz gerekiyor, hele de eğer yıllardır kahvenin ilk ve ikinci jenerasyonlarına alışmış olanlardansanız. Bunu demem gözünüzü korkutmasın lütfen, bu yaklaşımla hazırlanmış kahveleri de bir sevmeye başladınız mı, kolayla artık başka bir şey tüketemiyorsunuz.

Üstelik ilk iki akımdan farklı olarak etik endişeleri barındıran çevreci politik mesajların da iliştiirildiğini söyleyebiliriz bu akıma. Benim tanışmam, sağ olsun Cihan Başpınar Bey vasıtasıyla oldu, yıllar önce. İlk başta hafif ekşimsi gelen o lezzete anlam veremedim ama tattan kopup aromaya yoğunlaştıkça giderek o aromatik doygunluğu arar, diğer kahvelerden tatmin olamaz oldum. İlk seferlerde daha önce hiç ismini duymadığım *chemex*ler, *hariolar*, garip garip cam aygıtlar, vakumlu araçları gördükçe, itiraf edeyim, pek de akıllı işi gelmemiştii bu işler bana. Şimdi ise “Ya hazır çözülebilen kahve çok iyi. Hele bi de üçü birarada...” diye lafa başlayana “tatava etme, bas geç” diyebiliyorum çok şükür.

Efendim, ağaçtan fincana kadar olan süreçlerden de kısaca bahsedeyim. Geleneksel yöntemde meyvelerin sadece olgunlarının elle toplanması gerekiyor olmasına rağmen yüksek miktarlardaki üretimlerde tabii ki bu mümkün değil. Olmuşuydu, hamıydı ayırmadan hepsi aynı anda makinelerle toplanan meyveler aslında belki de pazara sürülen kahvenin çoğunluğunu oluşturuyor. Toplanan yeşil kahve ya daha kolay olan kuru yöntemle işleniyor ya da lezzeti daha yumuşak hale getiren yaş veya ıslak yöntemle. Bir üçüncü seçenek de melez, yani yarı ıslak yöntem oluyor. Sonrasında geniş platformlara yayılarak kurutulan kahvelerde yüzde 12 civarında (yüzde 9-yüzde 13) nem olması gerekiyor.

Nitelikli kahveciler kuru çekirdeklerde hata sayımı dahi yapıyorlar. 100 gram çekirdekte ne kadar ve ne cins hata varsa ona göre bir sınıflandırmaya tabi tutuluyor kahveler. Eğer 100 gramda hata yoksa bu kez 300 gramlık bir numune üzerinde hata arama çalışması yapılıyor. 300 gramlık yeşil çekirdekte en fazla beş hata varsa, bu beş hata da birincil önemde hatalardan değilse, üstelik hatasızlığın yanısıra “mükemmel” nitelenebilecek kriterlerden de en az birine sahipse en üst kalite yeşil kahve kabul ediliyor. Ama tabii yeşilin en üst kalite kabul edilmesiyle iş bitmiyor, çünkü devamında daha kavurma var, demleme var, var oğlu var, var kızı var.

Kavurmada çok sayıda reaksiyonun gerçekleşip farklı moleküllerin oluştuğundan bahsetmiştim. Ancak şeylerin değiştiği tek aşama kavurma aşaması değil. Kavrulmuş ve öğütülmüş kahveyi demlerken veya pişirirken uçucu moleküller aynen kalmıyorlar. Suyun polar yapısı nedeniyle pek çoğu sıvıya transfer oluyor. Bundan sebep dışarıdan koklanan çekilmiş kahveyle içilen sıvı kahve arasında, burun ve damaktaki koku algıları arasındaki farka gelmeden önce oluşan bir kokusal farklılık da mutlaka mevcut oluyor.

İçilen kahvenin kimyasal kompozisyonunu etkileyen bir diğer değişken de demleme metodu. İstisnalar hariç her yerde sıcak suyla demleniyor kahve. Uzmanlar demleme suyunun derecesinin 90 °C–95 °C’yi geçmemesini öneriyorlar. Ancak gene de pek çok kişiyi kahve kaynatırken görmek de mümkün ki Türk kahvesi buna iyi bir örnek sayılabilir. Kahvenin suya oranı da kişisel ve kültürel olarak değişkenlik gösterebiliyor. Genelde 100 ml. suya 8-20 gr. kahve uygun görülüyor. Suyun içinde ne kadar kahve bıraktığınız kadar tanecik büyüklüğünün (*granulometri*) önemini de yadsınamamak gerekiyor. Parçacık büyüklüğü, demleme metoduna uygunluğuna göre iri parçacıklardan neredeyse pudra kıvamına kadar inceltilmiş arasında bir çeşitlilik gösterebiliyor. Türk kahvesi en ince öğütülen kahvelerden biri.

Her deneyim gibi kahve içme deneyimi de bir çokluduyu deneyimi. Kahvenin hem hazırlanması hem de içimi görsellik,

koku, tat, doku gibi birçok duyuşal uyarıdan etkileniyor. Isı ve içildiğı ortam dahi bizim toplam algımızda karşılık buluyor. Kahveyi kulplu porselen bir fincan veya cam bir bardaktan içmeniz birbirinden farklı nüanslara sahip. Cam kap diğerlerine göre ısıyı daha çabuk iletiyor, yarattğı rahatsızlık nedeniyle yudum büyüklüğünüz küçülüyor, bu da daha az aromatik bileşim almanız demek.

Kahve içmek, meraklısı için hazırlıkla başlayan ve içmeyle sonlanan dolu dolu bir duyuşal deneyim. Paketi açtığınızda aldığınız dışsal koku, tanelerin görselliğı –ki bu görselliğe renk ve pişme aşamasında oluşan köpük de dâhil–, eğer dışarıda bir yerde içiyorsanız mekândaki ses, misal bir öğütme makinesinin sesi bile algıda değişik yönlendirmelerin sebebi olabiliyor. Doğal olarak pazarlamacı ve perakendeci kuruluşların ilgi gösterdiği ve fonladığı bir kısım araştırmalardan biliyoruz ki işitme duyuşu tüketicilerin güncel etkileşimlerinde önemli rol oynuyor, onların bilişsel süreç ve davranışlarını etkiliyor. Sesin yüksek olduğu ortamlarda yiyecekler daha az tatlı ve daha az tuzlu algılanıyor mesela. Sürekli bir motor dip sesiyle beraber yol alınan seyahatlerde, yani uçak kabinlerinin içinde, sunulan yemeğın ayağımızın yere bastığı doğal gürültülü ortamdan farklı lezzette gelmesinin sebeplerinden biri de bu. Tek sebep demiyorum, en önemli sebep de değil ama sebeplerinden birisi en azından. (En önemli sebep ise, zaten biliyorsunuzdur, o yükseklikte kabin içi basıncıyla beraber oluşan kuruluk ve gerek koku gerekse tat moleküllerinin içinde çözülecek mukoza bulmakta zorlanmaları).

Sesten gayrı kahvenin içildiğı kabın renginin de içilen bir fincan kahvenin bıraktığı toplam izlenim üzerinde etkisi var. Beyaz fincan, kahvenin yoğunluğuna dair değerlendirme puanının yüksek olmasına sebep oluyor, aynı kahvenin içildiğı şeffaf veya renkli fincana kıyasla beyazdaki kahve daha yoğun, daha acı gibi algılanabiliyor.

DENEYİMİNİZİN FARKINDA MISINIZ?

Evet, aynı kaynak, aynı algı ama yukarıda sayılanlar gibi önemsenmeyen ama etkisi olan pek çok değişken var sürecin içinde, dolaşısıyla duyuşsal deneyimlerde sandığımız gibi olmayan sonuçlarla karşılaşmak olası.

Paul Rozin, Pennsylvania Üniversitesi'nde psikoloji profesörü ve yoğun olarak ilgilendiği alan, fizyolojik, kültürel ve biyolojik etmenlerin yemek tercihlerimizi nasıl etkilediği. "Nereden de bulur bu adamlar bu konuları?" demeyin lütfen ve bu alanlarda yoğunlaşan ilginin pratik sonuçlarına geelim. Yiyecek tercihleri ile kültürel etmenlerin ilişkisini inceleyen Profesör Rozin, bugün etnik kültürel çatışmalar üzerine de önemli bir uluslararası uzman ve bu uzmanlığı, kültürlerin beğeni ve nefretlerini en net bir şekilde ortaya koyuldukları lezzet tercihlerini incelemesiyle başlamış. "Nereden nereye?" diyelim ve devam edelim. Profesör Rozin basit bir deney yapıyor. Deneklere dört alışılmadık meyve suyunu defalarca koklatarak, kokularını ezberleterek beyinlerine bir anlamda kazıyor. Öyle bir eğitiliyor ki denekler, gözleri bağlandığında koklatılan meyve suyunun hangisi olduğunu yüzde yüz isabetle hatasız olarak bilebilir hale geliyorlar. Bu çok zor değil, çünkü kokuları öğrenebiliriz ve onlara kıymeti kendimizden menkul kişisel etiketler takarak hatırlamamızı kolaylaştırabiliriz. Zaten koku okullarında ilk pratik derslerde yapılan da çoğunlukla budur.

Rozin'in denekleri gözleri kapalıyken bile dört kokuyu tanımlayabilir hale geldiklerinde bu kez deneyin ikinci aşamasına geçiliyor. İkinci aşamada aynı meyve suları bir şırınga yardımıyla deneklerin ağızlarına sıkılıyor ve isimlendirmeleri talep ediliyor. Sonuç neredeyse hüsrana. Dış koku tanımında son derece başarılı olan denekler, iç koku işin içine girdiğinde tabir caizse çuvallıyorlar ve tanımlamalar yanlış oluyor. Bu da bize ne gösteriyor? Burunla damak koklaması yakın bile olsa birbirinin aynı değil. Aynı madde, ağızımızın içine girdiğinde bizi değişik bir algıya götürüyor. Bu deneyin sonuçlarını bir kenara alarak ve bir de tat duyusunun devreye girdiğini düşünerek işleri karıştıralım.

Böyle çok fazla çelişik duygu deneyimi yaşadığımızın farkında mısınız? Kahve gibi tadı berbat ama kokusu nefis olan bir içecek ile *gorgonzola* veya *roquefort* ailesinden küflü peynirler gibi sert kokulu ama lezzetinden inanılmaz zevk alabildiğimiz gıda kaynaklarından bahsediyorum. Elbette beş dakika vakit ayırıp üzerine düşünürsek, bu çelişik örnekleri çoğalttıkça çoğaltabiliriz. İç ve dış koku algısı, tatla birleştğinde toplamlarından farklı bir duyguya yol açabiliyor diye özetleyelim şu an geldiğimiz noktayı ve bir adım daha ileri giderek bu kez işin içine görselliği de sokalım.

Bu kez sahneye gene bir psikoloji profesörü olan Bayan Debra Zellner'i davet ediyoruz. Tahmin edebileceğiniz gibi Profesör Zellner de gıda ve aromaların kültürel farklılıklar ve insan psikolojisi üzerine etkileri üzerine çalışmalar yapan bir biliminsanı. Zellner renksiz şeffaf bir kokulu sıvıyı ikiye bölerek iki küçük cam kaba koyuyor ve bunlardan birini hafifçe renklendiriyor. Gözleri bağlı olarak odaya alınıp "Hangisi daha kuvvetli kokuyor?" diye sorulduğunda deneklerin çoğunun cevabı "İkisi de aynı kuvvette kokuyor" şeklinde oluyor. Gözlerindeki bağ açılıp soru tekrar edildiğinde denekler bu kez renklendirilmiş sıvının daha kuvvetli koktuğunu söylüyorlar. Burunla dışsal koku algısı üzerine görsel algımızın oynadığı bu küçük oyunun net sonucundan sonra Profesör Zellner bir adım daha ileri gitmeye karar veriyor ve "acaba retronazal, yani damak yoluyla oluşan koku algısında durum nasıl olurdu?" diye düşünüyor. Aynı sıvı, bu kez sıkı sıkıya kapalı ve üzerindeki kapaktan sadece bir çubuk çıkan kaba konuyor. Kabin çubuk, yani pipetin raptedildiği kapağının altındaki kısmı şeffaf, yani sıvının rengi denek tarafından görülebiliyor. Kapak ve hiç hava boşluğu bırakmadan çıkan çubuğun sebebi, burunla koku almalarının önüne geçerek kokuyu deneklerin sadece damaklarına bırakmak. Bu koşullar altında tekrar edilen deneyde, sonuç bu kez tam tersi çıkıyor ve renklendirilmiş sıvıdan damak yoluyla alınan kokunun daha düşük kuvvette olduğunu beyan ediyor denekler.

Aslında Debra Hanım'ın bu konuya ilgi duymasının başlangıcı da ilginç: Yiyecekler ve insanla ilgili lisans dersleri verirken bir gün

derslerin birinde insanların aşırı iştah ve istek duydukları yiyecekler konusu işleniyor. O günkü derse özel olarak kadınların hemen âdet öncesi dönemlerde çikolataya yönelik aşırı iştahlarından bahsedilirken, sınıftaki bir İspanyol öğrenci söz istiyor ve bu konuyu hiç anlayamadığını söyleyerek biraz daha açıklanmasını talep edip “İspanya’da ben dâhil hiçbir kadın çikolataya siz Amerikalılar kadar yoğun bir ilgi duymaz. Dolayısıyla bu genelleme benim için anlamlı değil” diyor. Bu cümleyle beraber kültürler ve iştahla arzu duydukları yiyeceklerin farklılıkları konusu Profesör Zellner’in hayatına bir daha çıkmamak üzere giriveriyor.

Soruyu soran genç İspanyol ile beraber geniş bir araştırmanın içine giriyorlar ve Amerikalı, İspanyol, Mısırlı erkek ve kadınların ağızlarını en çok sulandıran yiyecekleri araştırmaya başlıyorlar. Sonuçlar şöyle: Amerikalı kadınlar çikolata, Amerikalı erkekler ise pizza ve bira; İspanyol kadınlar kola, kızarmış patates ve üçüncü sırada çikolata, İspanyol erkekler salam, kızarmış patates ve spagetti. Mısırlı erkekler ve kadınlarda çikolataya dönük herhangi bir ilgi yok –ki bu sıcak iklim koşulları ve çikolatanın düşük erime derecesi ile ilgili olabilir. Onun yerine hem kadın hem erkek Mısırlılar tuzlu yiyecekleri tercih ediyor ve bunlara yoğun iştah ve arzu gösteriyorlar. İştah ve arzu diye Türkçeleştirmeye çalışıyorum aslında ben kelimeyi, çünkü *craving* kelimesinin tam karşılığı yok bizim dilimizde. Neyse, bu anlattığım küçük olay ile başlıyor Profesör Zellner’in konulara ilgisi ve bugün bize konu olan deneyi dâhil pek çok başarılı çalışma yapmış bir bilim insanı olarak ünleniyor.

Karışık işler değil mi bunlar? Aynı kaynak, nasıl iki farklı algıya yol açıyor. Aslında işin içine renklendirme de girdiğine ve duyu uyaranları çeşitlenip arttığına göre, belki de olayı daha bütüncül ele alıp “aynı kaynak” bile demememiz lazım.

Tat ve kokunun ayrılmaz bütünlüğü içinde yorumladığımız lezzet olgusu, kendi bileşenleri içinde de sonsuz iletişim ve etkileşime açık. Pek çok kokuyu, tat duyusundan ödünç kelimeler ile açıklıyoruz. Bazı yiyeceklerin kokularını da bu ödünç alınmış kelimelerle isimlendirip, bir tur daha bindirerek işleri biraz daha karmaşık hale

getiriyoruz. Kısaca bize göre bal tatlı, sirke de ekşi kokar. Avusturyalı Psikolog R.J. Stevenson’a göre edinimle ulaşılan öğrenilmiş bilgi yoluyla kokular beynimizde tatlarına ait niteliklerle eşleşiyor. Daha önce duymadığınız bir koku bize *sükroz* kokusu diye koklatılsa, bir süre sonra onu “tatlı kokuyor” diye tanımlamaya başlayabiliyoruz. Oysa aynı yönlendirmeyi *sitrik asitle* yapsak, bu kez aynı kokuyu “ekşi” diye adlandırmamız işten bile değil.

Bu algı oynamasını tersine çevirerek koku yanılmasıyla tat duyumuzu manipüle edebilir miyiz? Elbette ederiz ki zaten gıda endüstrisi, özellikle işlenmiş gıdalar endüstrisi, bunu çokça yapıyor. Çilek kokusunu düşük şekerli bir yiyeceğe iliştiirdiğimiz zaman o yiyeceği olduğundan daha tatlı algılayabiliyoruz. Veya az biraz soya aroması o an çiğnemekte olduğumuz yiyeceği olduğundan da tuzluymuş gibi algılamamıza yol açabiliyor. Aroma üreticisi şirketler artık bu konuda ciddi çalışmalar yapıyorlar. Hayır, sadece kendi ceplerini düşündükleri için değil, bizler artık daha sağlıklı gıdalar talep eder hale geldiğimiz için. Yani evet, son tahlilde tabii gene ceplerini düşünüyorlar ama zaten sivil toplum kuruluşlarından bahsetmiyoruz, kâr amacıyla kurulmuş tüzel kişilikler konumuz. Nasıl çalışmalar peki bunlar? Az önce yazdığım gibi çalışmalar. Mesela frutoz, sukroz vs hangi cins olursa olsun şeker ilave ederek lezzet oluşturmak yerine şekerin miktarını düşürüp eksikliğini hissetmemizi engelleyecek aromalarla, örneğin çilek aromasıyla ikame etmeyi denemek gibi. Karışık durumlar, değil mi? Daha biyolojik tat nedir, kültürel tat nedir, damaktaki koku nereden çıktı derken bir de bu duyuların birbirlerini kandırmalarıyla uğraşıyoruz şimdi.

Kahve diye başladık, gene nerelere geldik. Tekrar ana konumuza dönüp buraya kadar olanları bir toplayalım ve görelim bakalım, kahvenin lezzeti üzerindeki değişkenler nelerdi:

Üretildiği yer (*terroir*): Yetiştigi yüksekliklerin, toprak yapısının, aldıkları nem veya güneşin farklı olması çekirdeklerin kimyasal yapılarını etkiliyor.

Toplama yöntemi: Elle tek tek yoklayarak toplama homojen bir seçkiye neden olup kaliteyi arttırıyor.

İşleme yöntemi: Suda veya yükseltilmiş platfromlarda fermente olmaya bırakılması, güneşte veya mekanik yöntemle kurutulması büyük etki yapıyor. Hatta çiğ kahvedeki en büyük etkiye sahip bileşen bu aşama diyebiliriz.

Kavurma: Isının miktar ve süresi, ayrıca ısıl işleme tabi tutulan kahve miktarı aroma açısından çok şeyi değiştiriyor.

Öğütme: Pişirilen kahve tipine göre saptanan tanecik büyüklüğü suya aroma salımı sırasında fark yaratıyor.

Piştirme: Çok farklı yöntemler var. Türk kahvesi, *espresso*, damlamalı filtre kahve, *french press* filtre kahve, *aeropress*, *chemex*, *hario v60*, sifon ve daha niceleri. Bu saydıklarımın içine sulandırılmış *espresso* veya sütlendirilmiş çeşitleri almıyorum bile.

Balzac, biliyorsunuz, büyük bir kahve tutkunuydu. Hatta başka pek çok kişiye atfedildiği gibi onun hakkında da “Günde 60 fincan içerdi; kahveden öldü zaten” gibi söylentiler çıkmıştır. Kaç fincan içtiğini kesin olarak bilemeyiz ama çok ilgi duyduğu kesin. Bakın hatta, “Kahvenin Hazzı ve Sancısı” yazısında neler söylemiş:

Bir süreliğine –bir hafta, en fazla iki– öğütülmüş kahvenin sıcak suyla demlenmesiyle hazırlanan bir veya iki fincan kahveyle doğru miktarda uyarı elde edebilirsiniz. Diğer hafta için suyun miktarını azaltarak ve daha ince öğüterek, soğuk suyla demleyebilir ve aynı zihin gücünü elde edebilirsiniz.

Kahveyi en ince ayarda öğüttüğünüzde ve mümkün olan en az suyla demlediğinizde, iki fincanı çifter dozdan, aynı anda içerek özellikle enerjik durumlarda üç fincan da tolere edilebilir. Bu şekilde birkaç gün daha çalışmaya devam edilebilir.

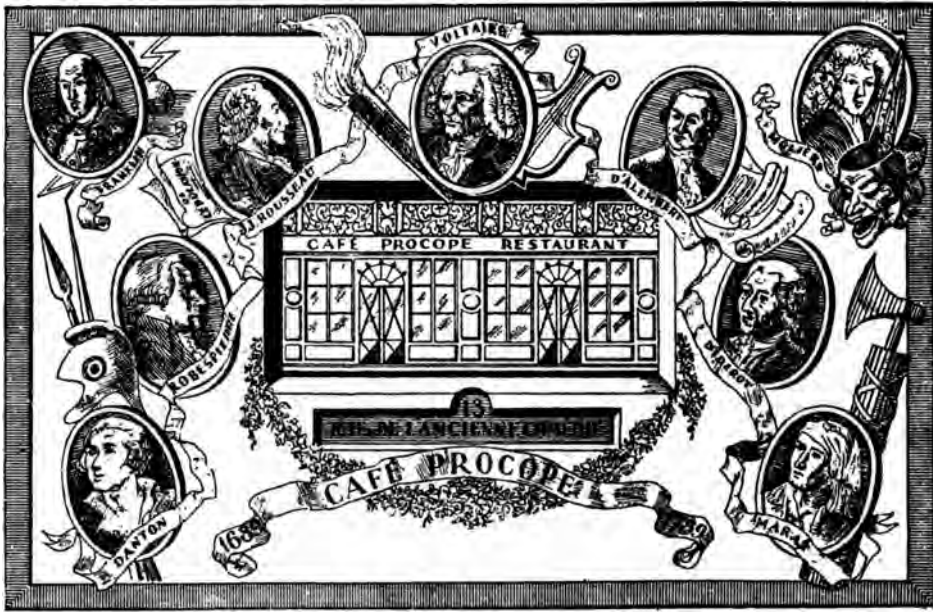
Sonunda sadece fazla güçlü, kalın siyah saçlı, benlerle kaplı cildi olan, büyük kare elli ve bacakları bowling lobutuna benzeyen adamlara önerebileceğim korkunç ve oldukça vahşi bir metot keşfettim. Çok ince öğütülmüş yoğun kahve, soğuk ve susuz olarak boş mideye yenilir. Bu kahve midenize düştüğü anda mide buna gıda gibi davranır ve sindirim sıvısını salgılar ve bu salgıyla sinir ağları ateş alır, kıvılcım beyne sıçrar.

O andan itibaren her şey çalkalanır. Fikirler büyük bir ordunun taburları gibi efsanevi savaş yerine doğru marş marş harekete geçer. Anılar şarj olur, parlak bayraklar göğe çekilir; metafor süvarisi muhteşem şekilde dört nala yayılır; mantığın ağır topları patırdayan vagonlar ile hayal gücünün emrinde, keskin nişancı görüşü ve ateşinde süratle fırlar; formlar, şekiller ve karakterler şaha kalkar; mürekkep kâğıda yayılır –gece işi– sanki bir savaş açılır ve siyah tozla sonuçlanır gibi bu siyah su sağanağıyla başlar ve biter.

Belki bunu söylemeye gerek bile yok ama gene de hatırlatmış olayım: Kavrulmuş kahve çekirdeklerinin dayanma süresi, kavrulmuş ve öğütülmüş olanlara göre daha uzun. Öğütüp yüzeyi genişlettiğinizde, ne kadar kapalı tutarsanız tutun, hem uçucu bileşenlerin uçma olasılığı var hem de bazılarının okside olma riski yüksek, dolayısıyla havayla temas halinde istenmeyen bir değişim sürecine giriyorlar. Çekilmiş kahve tüketiyorsanız da maksimum lezzet alabileceğiniz süre çekildikten sonraki iki hafta içinde. O da maksimum tabii ki. Önerilen, kavrulmuş çekirdeği alıp kendinizin öğütmesi. Her kahve aldığınızda aklınıza karabiber değirmeninin gelirse, eğer atlıyorsanız da unutmamanızı sağlayacak zihinsel bir işaret oluşturmuş olursunuz, zira karabiber de, biliyorsunuz, aromasından azami fayda sağlayabilmek için hemen yemek öncesi çekilerek tüketilmesi gereken bir bahar.

Son bir laf daha edip kapatıyorum bu bahsi: Kahvehane, *coffee-shop* falan derken kabullenmemiz gerek bir gerçek var ki, “kafe” (*café*) kelimesi biz dâhil dünyanın neredeyse her tarafında (İtalya

hâlâ *bar*'da ısrarcı) kahve servis edilen, dinlenen, sohbet edilen yer anlamına geliyor. Bazı kafeler de ismen "kahve + yapılan yer" anlamına gelen "kafeterya" (*cafe+teria*) kelimesine dönüşmüşler. Oysa artık bu mekânlarda kahve servisi neredeyse yok denecek kadar az ve öne çıkan belli öğün saatlerinde yiyeceklerin kendi kendine sunum (*self service*) yapılması oluyor. Ama farkındaysanız gene de isimden sebep bir kafelik hal mevcut. İyi de, bu *frankofon* durum Fransa'nın kendisinde nasıl ortaya çıkıyor acaba? Bunu anlayabilmek için tabii Fransa'daki kahvehanelere bakmak gerekiyor. Hatta eğer konu Fransa ise kahveden önce şarap satan dükkânlardan, yani şaraphanelerden söz etmek gerekebilir.



François Procope (Procopio Cuto), bir Ermeni ustanın limonata tezgâhında (*la loge de la limonade*) limonatacılık ve kahveciliği öğrendikten sonra 1686 yılında 13 Rue de l'Ancienne Comédie, Paris adresinde kendi mekânını açıyor. Ara ara kapanmasına rağmen bu kafe, hâlâ açık ve bu anlamda bir rekorun da sahibi. Reklamında sıralanmış isimlerden görebileceğiniz gibi bu mekân, açık olduğu zamanlarda dönemin sanat, edebiyat ve politika hayatındaki ünlüleri misafir ederek bir entelektüel buluşma mekânı oluştuyordu.

Ülke olarak Fransa ismi ile şarabı birarada duymak sizi şaşırtmamıştır sanıyorum. Ama başka bir şey söyleyeceğim şimdi ve muhtemelen o sizi şaşırtacak. Bir dönem için, 1750 ila 1800 arasında, Paris'te limonata satan limonatahane sayısı şaraphane sayısından fazla. Net rakam vereyim: 1780 yılında, 1676 yılında saraydan onay alıp kurulmuş Limonatacılar (*Limonadiers*) Loncası'nın kayıtlarına göre başkentte 2.800 adet limonatacı var. Buna mukabil şarapçı sayısı 2.000 civarında. Mesleklerin lonca şeklinde örgütlenmesi ve hem yönetim erki karşısına tek ve güçlü bir sesle, bir temsil yeteneğiyle çıkabilmeleri, hem de kendi ticari alanlarının ve rekabetin sınırlarını, bazen tekelciliğe varan boyutlarda kontrol edebilmeleri açısından önemli. Bundan sebep de zaten bu tip meslek kuruluşlarını yakın zamanlara kadar görebiliyoruz. Limonatacılar Loncası da böyle çıkıyor ortaya.



Şık bir Paris
limonatacısı
(*Limonadière*).
Tepsideki
limonata
kadehlerinin
boyutu dâhil
sunumun şıklığı
dikkat çekiyor.

Limonatacılar da gravürlerde gördüğünüz ve bizim coğrafyamızda da örneklerine rastlayabileceğiniz, sırtta güğüm şerbet satan satıcılar benzeri başlıyorlar işe ve kısa sürede satılan ürün sırttan dükkâna geçip çeşitleniyor; meslek ve mekânın da kıymet ve itibarı artıyor. Bu dönemlerde bir limonatahane ile şaraphanenin

itibarını mukayese etmeyi düşünmek bile abes, zira şaraphaneler her türlü pis işin dönebildiği mekânlar olarak kabul ediliyorlar. Aslına bakarsanız başta daha da “pis iş dönen” mekânlar da, önce 1630 yılında kâğıt oyunu ve satrancın yasaklanması, buralara fahişe, asker ve dilencilerin girmesine artık izin verilmemesi, sonra da 1647 yılında şarap dışındaki diğer içkileri, yani bira, elma veya armut şırası (*cidre/cider*) ve sert içkileri satmalarının yasaklanmasıyla, nispeten daha “temiz” kabul edilmeye başlanıyorlar.

Limonatahaneler tabii ki sadece limonata satmıyor, yanında envai çeşit atıştırmalık da sunuyorlar. Hepsinin ortak özelliği, kristal avizeli falan çok şık dükkânlarda, gümüş veya porselen takımlarla çok şık sunum yapıyor olmaları. Zaten öyle koca bardaklarla satılmıyor limonata. Bilakis, küçük, hani gençler arasında “şat” denilen bardaktan hallice, eski likör bardaklarına benzer şekilde ve boydalar. Bir anlamda bugünkü *limoncello* ikramına benzetebiliriz o zamanki limonata servislerini. (*Limoncello* nedir diye merak edenleri de Reyhan Yaman’ın “Likör Hikâyeleri” kitabına alalım bir zahmet.)

Temel sunum, limonata olmasına rağmen bu şık ve küçük kadehlerin içindeki limonataları çeşnilendirmek üzere başka aromatik malzeme de ilave edilebiliyor. En üst tabakaya (*crème de la crème*) hitap eden dükkânlarda revaçta olan ilave malzemesi de amber! Nasıl ki Marie-Antoinette sıcak çikolatasına amber rendeletiyorsa tebaasından gücü yetenler de imam-cemaat misali limonatalarına amber ilave ettiriyor; serin, hafif ekşi ile tatlı arasında gidip gelen taze ve oryantal kokulu bu egzotik karışımdan büyük keyif alıyorlar. Sadece keyif vermiyor tabii amberli limonata, aynı zamanda mideyi güçlendirip hazmı kolaylaştırdığı gibi bir tıbbî iddia da taşıyor. Zaten o dönem, muhtelif meslekler arasındaki yetki sınırlarının iyice netsizleştiği, flulaştığı dönemler. Daha önce eczacılarda satılan, muhtelif ot ve meyveden mamul pek çok alkollü likör limonatahane raflarında boy gösterebiliyor.

Böylece herhangi bir tıbbi geçmiş olmamasına rağmen bir limonatacı, bir başka mekânda ilaç olarak konumlandırılmış bir içeceği keyif verdiği söylemiyle satabiliyor. Limonatacıların

ve limonatahanelerin meslekî ayrıcalıkları onların limonatanın yanısıra başka içecekleri de servis etmelerine olanak tanıyor. Çay, çikolata (elbette sıvı), *eaux de vie* (meyve brendisi), *malmsey* (bir çeşit fortifiye tatlı şarap çeşidi, *madeira*) ve muskat (*moscado*) dâhil “likör gibi” diye tanımlanan bütün şaraplar, hatta “çekirdek, toz veya içecek halinde kahve” de satmalarına izin veriliyor.

Söylemeden geçemeyeceğim; yer yer suiistimale varan bu karışıklık bana bugün için biraz attar dükkânları ile eczanelerin “OTC” (“Over The Counter”, yani “tezgah üstü” veya reçetesiz ilaç) reyonlarındaki envâi çeşit “mucize ürün”ü çağrıştırıyor. 1685 yılında Philippe Sylvestre Dufour nam bir muhterem, bu tip ürünlerle ilgili, tehlikesi belki bugüne kadar gelen önermesini yapıyor ve “*Eau de vie*, biber (kara), şarap ve baharat içimizi ısıtırlar. Tam tersi istikamette hindiba, marul, su ve bitkisel çaylar da bizi canlandırırlar. Bunu bilmek için konunun uzmanı olmaya gerek yoktur” diyor. Bu gerek olmama hali veya herkesin sağlık gibi bir konuda söz söyleyebilmesinin sorgusuz kabulü ile beraber bugün raflardan taşan mucize ürünlerden aşî karşılığına kadar geniş bir cephe açılmış durumda.

Kahvenin bu dönem yükselişi biraz ona atfedilen tedavi edici değerlere bağlanıyor. İnsanı uyanık tutmasının yanısıra yaratıcılığı özendirmesi, sosyalleşmeyi teşvik etmesi, kafayı çalıştırması gibi özelliklerle beraber, bahsedilen mekânlarda muhtelif alkollü içeceklerle vakit geçirmiş ve hafiften çakırkeyif olmuş müşterilerin finali kahveyle yapmaları sık rastlanan bir durum. “Ayık içecek” olarak da isimlendirilen koyu renkli bu sıvıyla kendilerini sarhoşluktan kurtulmuş, daha dingin ama hevesli yeni bir normallîğe oturtmaları, dönem tıp adamlarının kahveyi reçeteli ilaç gibi önermelerine kadar varıyor. Zaten nasıl bugün bir tüketici glutensiz, rafine şekersiz gibi seçeneklere dikkat ediyorsa, o dönem limonatahane müşterileri de sağlık iddialarına karşı çok hassaslar ve keyfin yanısıra böyle arayışları da karşılayan içecekleri tercih ediyorlar. Uzun lafın kısıası, limonatahanelerin kahve satmaya başlamalarıyla beraber isimleri de yavaşça değişiyor, baskın lezzet baskın dil kullanımına geçiş veriyor ve insanların dilinde *limonadier*’ler *café*’lere evriliyorlar.

LİMONATANIN HİKMETİ

Limonata dükkânı sayısındaki bu fazlalık ve limona yönelik bu dönemsel Fransız ilgisi, özellikle başkentin Avrupa'yı kırıp geçiren salgınlardan da nispeten daha az hasar almasına sebep oluyor. "Ne alâka bro? C vitamini geyiğine mi bağlayacaksınız bizi?" demeyiniz ve az sabır gösteriniz.



François Pierre de la Varenne, *Traité de Confitures*'de misk veya amberin biraz şekerle beraber havanda dövülerek kağıt parçalarında servis edilen porsiyonlara bölünmesini ve limonatanın içine ilave edilmesini tavsiye ediyor. Altını çizdiği konu, misk ve amberin tek tek değil, beraber kullanılmasının gerektiği. Varenne misk ve amberin şekerle dövülmüş halde beraber kullanımını sadece limonata değil, şekerleme, pralin, marzipan ve şarap servislerinde de öneriyor.

Efendim, limon bir Asya meyvesi. 1600'lü yıllara kadar da seyrek bulunan ve görece pahalı bir meyve zaten. Eski kıtaya getirilen tohumlardan yetiştirilmiş limon ağaçları var, hatta Roma fresklerinde de limon benzeri meyveler görülüyor ama onların limon değil ağaç kavunu olduğu tahmin ediliyor. Bilginiz için limon (*Citrus limon*); ağaç kavunu (*Citrus medica*) ile turunc (*Citrus aurantium*) melezi bir meyve. Uzun yıllar boyunca Avrupa'da hem ekonomik olmaması hem de çiğ limonun sağlığa zararlı olabileceğine dair inançtan sebep içinde limon yer alan tarife pek rastlanmıyor. Ancak 1600'lerin başlarına gelindiğinde Roma başta olmak üzere İtalya'nın

yer aldığı coğrafyada bir limon merakıdır başlıyor. Bu merak kısa sürede Fransa'ya sığıyor ve 1651 yılında François Pierre La Varenne tarafından kaleme alınmış olan *Le Cuisinier François* kitabında limon suyu, şeker ve suyu biraraya getiren bir tarife rastlanıyor.

Başka Bir Limonata: *Shikanji*

Limonataya dair ilk örnek olarak MS. 700 yıllarında Mısır'dan bahsedilse de bir kısım kaynakta alternatif iddia olarak en çok bahsi geçen *shikanji* isimli içecek. Limon, diğer narenciyeler gibi Asya kökenli bir meyve.

Limondan yapılan içeceğin de bundan sebep önce Asya'da ortaya çıkması mantıklı geliyor. *Shikanji*, Hindistan'ın kuzeyinde yer alan Pencap bölgesine has geleneksel bir limonata. Lehçe veya dile göre *shikanji*, *shikanji* veya *shikanjbe* en ya da *limun paani* veya *nimbu paani* de denilen içecek, limon veya misket limonu suyu, su, buz ve zencefil suyunun karıştırılması ile yapılıyor.



Çeşnilendirmek için de tuz, safran veya kimyon konulabiliyor içine. Orijinalinde olmamasına rağmen, günümüzde şekerle tatlandırılan çeşitleri, hatta hazır olarak satılan sıvı veya toz *shikanji* içecekleri de mevcut.

Bu kitabın yayımlanması ve tarifin kulaktan kulağa yayılmasıyla beraber limonata içmek isteyen, doğal olarak da limonata yapan ve satan Fransızların sayısı artıyor. Bu artış, az önce bahsettiğim gibi sonunda bir meslek örgütüne de dönüşüyor. Artan sadece limonata yapanların sayısı değil elbette, çöpteki limon kabuklarının sayısında da bir patlama oluyor.

Limon kabuğuna neden özellikle değindim? Çünkü limon kabuğunda *limonen-D* molekülü var. *Limonen-D* molekülünün

hoş kokması ve yağ çözebilmesi dışında bir önemli yeteneği daha var: Pire öldürücü olması!

“Kara Ölüm” de denilen vebanın bulaşma sistemiği temelde şöyle çalışıyor: Hastalığı taşıyan pire fareye yapışıyor. Ancak hastalanan fare çabuk öldüğünden yumurtalarıyla beraber ilk bulduğu insana geçiyor. Geçtiği insan hasta olup ölürken de gene farelere geri dönerek bir hastalık bulaşma döngüsü yaratıyor. Her ev sahibinin öldüğü bir döngü yani bu bahsettiğimiziz.

Limonen-D ise çöplük alanlara dadanan fareleri çöp yığının-daki taze sıkılmış limonların kabuğunun içinde karşılıyor ve hem pireyi hem de yumurtalarını “etkisiz” hale getirdiğinden döngüyü kırıyor. O dönem bunun farkında olmadan çılgınca limon ve limonata tüketen Fransa’nın, özellikle de Paris’in, salgın hastalıklardan az hasarla kurtulabilmesi, işte bu kadar basit bir içecek modasından kaynaklanıyor.

Bu Akşam Yemeği Roma'da mı Yesek?

Sevgili okur, Roma mutfağı ve yeme içme kültürü oldukça geniş bir konu. Antik Yunan'dan el alan bir sürü uygulamayla beraber düşünüldüğünde, bırakın yemek tariflerini, sadece kültürel incelemesini yapan yüzlerce kitap mevcut kütüphanelerde. Gelin görün ki bütün bu genişliğine rağmen Roma, kollarını pek çok farklı konuya açıp kucaklamaya çalışan bu kitabın içinde ancak fazlasıyla mütevazı bir bölüm olarak yer alabiliyor. O nedenle bu bölümdeki örneklemeleri yaparken o kültürün beslenme alışkanlıklarından aklımızda kalabilecek ilginç ve öne çıkan özelliklerini seçmeye çalışacağım. Bu da haliyle kronolojik atlamaları kaçınılmaz kılıyor. Demem o ki, lütfen bu çekinceyle okuyunuz bu bölümü.

Evet, ayarı verdik, rahatladık ve şimdi eski Roma'da bir ziyafet sofrasındayız; sofrayı, yemekleri, kokuları ve âdetleri tanımaya çalışıyoruz. “*Event management*” şirketleri akıllı olsunlar, dikkatli okusunlar bu bölümü.

El aldığı eski Yunan'da da rastlanıldığı üzere, Roma'da bir ziyafet sofrası parfümün katkısı olmadan mükemmel addedilmiyor. Kısaca özetlemek gerekirse, taze çiçekler, kokulandırılmış kremler ve tütsüler gibi kokusal uyarı kaynakları başarılı bir ziyafetin olmazsa olmazları arasında yer alıyor. Krem dediğim zaman bugün kullandığımız alkol bazlı parfümler yerine yağ bazlı, yani koku moleküllerini taşıtmak için alkol değil yağın kullanıldığı parfüm-

leri kastediyorum. Yoksa yanık merhemi falan gibi şeyler gelmesin aklınıza. Alkollü parfüm ise, biliyorsunuz zaten, 1300'lere kadar yok ortalıkta.

Evet, önce zemine bakalım. Zemine genellikle taze çiçekler serpiliyor. Bir görkemli ziyafette zeminin o kadar kalın bir tabaka halinde değişik çiçeklerle kaplandığı görülüyor ki o ziyafetten “kutsal bir çayırılıkta verilmişti” diye bahsediliyor. Masaya ise çiçekler zemindeki gibi gelişigüzel serpiştirilerek değil, muhtelif uygulamalarla dâhil ediliyor. Yemekten çok önce, yani daha konuklar gelmeden masa taze nane yapraklarıyla ovalanarak (antik Yunan geleneğinin devamı olarak) siliniyor. Yemek yenilecek kaplar etraflarına geçirilen çiçek ve yapraklardan oluşmuş çelenklerle süsleniyor; bu çelenklerde çok çeşitli çiçek ve bitki kullanılabiliyor. Örnek vermek gerekirse mevsimine göre güller, sümbül, menekşe, elma ağaçlarının çiçekleri, defne, kekik, biberiye, maydanoz, tabak çevresine takılan çelenk veya taç yapımında kullanılan kokulu nebat sayılabilir. Bu kokulu çelenkler sadece tabakların etrafına geçirilmekle kalmıyor, aynı zamanda konuklar tarafından da taç takar gibi başlarına takılıyorlar. Başa takılmasının sebebiyse sadece görsel bir hoşluk algısı yaratmak değil, zira pratik bir fayda sağladığına, çelenklerden yayılan kokuların alkol tüketiminin etkilerine iyi geleceğine inanılıyor.

Yemek süresince, aralarda, taslar içinde kokulu sular masada dolaştırılıyor ve konuklar yağdan yapış yapış olmuş ellerini bu sulara bandırıp temizleyerek yemeğe devam edebiliyorlar. Evet, haliyle o zamanlar henüz çatal kullanımı bilinmiyor. Kaşık mevcut ama tahmin edebileceğiniz üzere yemekler genelde elle yeniliyor. Bu tas içindeki kokulu sulara ilaveten servis görevini üstlenen köleler tarafından kaymaktaşıdan yapılmış küçük muhafazalar içinde parfümlü kremler de dağıtılıyor konuklara. Bu parfümün nasıl koktuğu, evsahibinin ne kadar yenilikçi olduğunun da bir göstergesi. Yani ziyafetten ziyafete farklılığı boyutunda bir nevi entelektüel deneyim de yaşanıyor. Bu kokular sadece köleler tarafından dağıtılmıyor, bazen de tavandan sarkan bir zincir ve ucun-

daki çengele takılmış asılı duran bir sepet içinden servis ediliyorlar. Bir anlamda günümüzün “self-servis” sunumunun farklı bir yorumu, gelen konuklara parfümlü krem dağıtmak için kullanılıyor da diyebiliriz.

Ziyafet ortamını kanadına esans yağları sürdürdüğü güvercinleri tavanda uçurarak kokulandırmasından bildiğimiz İmparator Neron bununla da yetinmiyor ve salonun gene tavanına döşettiği borulardan konukların üzerine arada kokulu sular püskürttürüyor. Bir başkası, Elagabalus ise kokulu suyu değil, kokunun kaynağını, yani çiçek yapraklarını püskürtmeyi tercih ediyor.

Kokulu sular sadece ziyafetlerde değil, gündelik hayatta da Roma’da yaşamın bir parçası. Bizde nasıl bir misafire kahve ve eskiden kolonya ikram ediliyorduyorsa, antik Roma’da da benzer şekilde parfüm ikram ediliyor. Plautus’un *Mostellaria* adlı oyununda bir Romalı hanımefendi, beraber bir şeyler içip zar oyunu oynamak üzere âşığını karşılıyor:

“Gel, otur. Çocuk, ellerimiz için biraz su getir! Zarlar nerede?”

Âşığına dönerek: “Biraz parfüm alır mıydın?”

Evet, *Mostellaria*’daki bu sahnede de gördüğümüz üzere tiyatro eserlerindeki gündelik konuşmaları yansıtan satırlarda bile koku ögesinin belli bir düzeyin üzerinde gelir sahibi asil Romalılar için neredeyse bizdeki kolonya ikramı kadar sıradan bir uygulama olduğu hali ortaya çıkıyor. Ancak ziyafetler söz konusu olduğunda parfüm ikramı bazen aşırıya kaçıp yemeğin kendisini gölgede bırakmıyor değil.

Gerek ortamın, gerek masa ve kap gibi servis unsurlarının, gerekse de konukların kendilerinin parfümlü krem ikramlarıyla kokulandırılması elbette yiyecek kabının içindekinin, yani ziyafetin asıl nedeni olan yiyeceklerin algılanmasında sapmalar yaratıyor. Ne var ki “alan memnun, satan memnun”, bize pek laf düşmüyor bu konuda.

Bir Garip Gelin Aleti: Çatal

Çatal başlarda yemek için değil, önce yemek hazırlığı sonra da servisi için kullanılan bir alet. El, kaşık, hele ki bıçak öyle değil ama. “Hele ki bıçak” niye dedim? Çünkü aynı zamanda silah; en tedirgin ânımızda, yani beslenirken gelebilecek tehlikelere karşı da bize yardımcı olabiliyor. “En tedirgin an” dememi de “boş konuşuyor Vedat gene” diye değerlendirmeyin. Doğumundan beri bakıp büyüttüğünüz kedi veya köpeğiniz yemek yerken ağzına doğru hele bir hamle ediverin de, görün “canlının beslenme ânındaki tedirginliği” mi daha etkilidir, “kalecinin penaltı ânındaki korkusu” mu?!



Roma döneminden bir bronz çatal. Henüz iki uçlu ve servis için kullanılıyor.

Çatalın, o da seçkin sofralarda olmak üzere, VII. yüzyıl civarında Doğuda servis aletleri içine girdiği söyleniyor. Hatta bizim buralarda, yani Bizans’ta kullanımı mevcut. Rivayet o ki, 1004 yılında Bizans İmparatoru II. Vasileos’un yeğeni Maria Argyropoulina’nın Venedik Doğu’nun oğlu “Dalmaçya Fatihi” Giovanni Orseolo’yla evlenmesinden sebep tanışıyor, Avrupa’da seçkin sofralar çatalla.

Fakat yeni gelinin yanında getirdiği bu garip aleti kullanması hiç hoş karşılanmıyor, özellikle tutucu ve dindar çevrelerde. “Allah insanlara doğal çatal, yani parmaklarını vermiştir. Sen kimsin ki madenden mamul yapay nesnelerle onun tasarımını sorguluyorsun?” diye bayağı hiddet yapıyorlar. Aslında “Çatalın yaptığı her şeyi parmak da yapabildiğine göre pratik fayda sağlamayan, sadece görüntüyü kurtaran bir alet bu. Ne gerek var kanki bunu kullanmana?” falan deseler, belki daha somut eleştirmiş olacaklar ya, neyse.

Efendim, aradan iki sene geçiyor ve hem Giovanni hem de Maria vebadan ölüyorlar. Ölümleri de vebaya değil, “Hah! Bak, Allah’ın sopası yok!” kabilinden çataldan sebep gazaba uğramalarına bağlanıyor.

Tarihteki “çatal-gelin” bağlantısı sadece bundan ibaret değil. Fransızlara da çatalı bir başka gelin, bu kez Bizans değil Floransa’dan Catherine de Medici öğretiyor.

Keza tat duyusuna hitap eden öğeleri kokulu katkılarla beslenmiş yemek çeşitleri, hem damağa (*retronazal*) hem de üzerinden tüten dumanlar ve dumanla taşınan koku molekülleriyle ortamın kokusuna (*ortonazal*) katkıda bulunuyorlar. Biliyorsunuz, “parfüm” kelimesi de zaten Latince *per fumum*, yani “dumanla taşınan” kökenine dayanıyor. Her ne kadar kelimenin kökeni aslında tütsü geleneğinde yatsa da, bu durum bir Roma sofrasında da karşımıza çıkabiliyor. “Bütün ev zengin koku buharıyla doluydu” cümlesi, pek çok Roma ziyafet hikâyesinde ortak olarak rastlanan bir cümle.

Yoksa Siz de mi Gurmesisiniz?

Zamanında “şikemperver” denilen kişi. “Haydaa, o da ne?” demeyin. “Şikem” dediğimizde “ışkembe” kelimesinin kökeninden bahsediyoruz; “per-ver” de malum, “koruyan, kollayan” demek. Dolayısıyla buradan yapacağımız çıkarım, “midesini kollayan, midesine düşkün, yemeksever” gibi bir anlam olabilir ki, tam da bu anlama geliyor gurmelik. Fransızca kelimenin kökeni şarap tadımcılığına (*groume*) kadar gidiyor.

Toplumsal hiyerarşide hangi basamağın üzerinde durduğunuzun belirleyicisinin soyunuz olmaktan çıkıp ekonomik veya politik gücünüz olmaya evrilmesiyle beraber, yani Fransız Devrimi sonrasında, tüccar, banker gibi varlıklı kişiler için dünyadaki konumlarını yeniden belirleme şansı ortaya çıkıyor.

Eskiden saray mutfaklarında çalışan şeflerin artık kendilerine özel alanlarda görünebilir olma ve hünelerlerini sergileyebilmelerinin başladığı bu dönem, hem modern gastronominin ciddi bir bilimsel disipline dönüşmesinin başladığı, hem de karnını doyurmak ile keyifli yemek yemek arasındaki ince çizginin kalınlaşmaya başladığı dönem oluyor.

Bugün için birisine *gurme* dediğimizde yemek ve içmekten keyif alan, bu alanda rafine bir zevke sahip olan, benzerleri arasından eleyerek yemek seçimi yapan, bu seçimi yaparken de kriteri haz ve keyif olan kişileri tarif ediyoruz. Yani yemekten zevk alıyor diye ne bulduysa yiyen obur bir tipi kastetmiyoruz.

Oysa *gurme* kelimesi yerine zaman zaman yanlışlıkla kullanılan *gurman* (*gourmand*) kelimesi tam da o kaçındığımız anlamı ifade ediyor. *Gurman* da yemekten ince bir zevk alabilir ama bu gerekli şart değil. Onun tanımlayıcı özelliği aşırıya varabilen yeme ve içme arzusu oluyor daha çok. Hiç çekinmeden “Bu yanlış kullanım aslında seni tanımlıyor” da diyebilirsiniz sevgili okur; yabancı değiliz artık, lafınızı sakınmayın.

Antik Roma'daki aşçılar da zaten aslında hazırladıkları yemeklerin değişik ve derin kokularıyla övünüyorlar. Pek çok başka amaç için kullandığımız “ölüyü bile diriltir” deymi, o dönemlerde yemek çeşitlerinin koku kuvvetlerini tarif etmek için kullanılan bir deyim, zira Romalılar kuvvetli aromalı gıdaya düşkünler. Peynir, sarımsak, soğan, hatta salatalara çeşni katmak için kullanılan *garum*. *Garum* için kısaca “fermente olmuş deniz mahsulleri turşusu veya sirkesi” diyebilirim. Hem balık, hem fermentasyon; siz varın tahmin edin kokunun kuvvetini. Hoş olup olmadığı tabii ki döneme ve kültüre göre değişir ama ne olursa olsun *garum*'un oldukça kuvvetli bir kokusu olduğu aşîkar.

Garum kullanılan tarifler için Apicius'un kitabına bakınca 350 yemek tarifinde *garum*'un bir içerik unsuru olarak sayıldığını görüyoruz. Arada hemen lüzumsuz bilgi olarak ekleyeyim: *Apicius Kitabı*, bir Roma yemek tarifleri derlemesi. Milattan sonra IV. veya V. yüzyılda derlendiği varsayılıyor. Genelde aynı dönemlerde yaşamış bir gurme olan Marcus Garvus Apicius'un kitabın yazarı olduğu zannediliyor, ama değil. Tarifleri kimin derlediği konusu müphem, yani belirsiz. Keza tarifler de zaten kulaktan kulağa aktarılmış anonim tarifler.



Garum için fermentasyon kuyuları, İspanya. Bütün balık yerine balığın artıklarından da yapılabilen *garum*un fermentasyon aşamasındaki kokusuna Romalılar da pek dayanamıyor, imalathaneleri şehir merkezinden uzak tutuyorlarmış. En makbulü, ton balığından yapılanı olan *garuma* genellikle bir “şifa” değeri, yani tüketeni güçlü, canlı, sağlıklı yapacağı da ekleniyor ve bundan sebep asker, sporcu, zayıf bünyeli, çocuklar tarafından lezzetin ötesinde ilaçmışçasına da tüketiliyor.

Bir Roma Sosu: *Garum*

Garum'un başlangıç noktası balık ama o balığın yağlı bir cins olması gerekiyor. Sıkı kapanabilen bir kabin dibine kişniş, dereotu, kereviz, nane, kekik, rezene ve başkaca bulunabilen aromatik bitkiler konuluyor. Üstüne bir sıra balık ve tekrar bir sıra saydığım bitkiler diye devam ederek börek hamuru sıralar gibi konuluyor ve kap tam dolana kadar böyle devam ediliyor.

Devamında her gün çalkalanmak kaydıyla kap 20 gün dinlenmeye bırakılıyor. Bu sürede kabin içindekiler kendi halinde sulanıyorlar. İşlem bittiğinde salatalarda ve yemeklerde ya gene kokulu bitkilerle beraber ya da olduğu gibi veya az seyreltilerek sos olarak kullanılıyor.

Garum, yani fermente olmuş balık sosu size ilk bakışta, en azından ismen, yabancı gelebilir. Neden "ilk bakışta" diye sınırlı bir süre veriyorum? Çünkü bugün hangi büyük markete girsek, et soslarının olduğu raflarda Worchestershire sosunu görebiliyoruz. Tipik ve küçük şişenin üzerindeki etikette de kocaman *Lea & Perrins* yazıyor. İngilizlerde çok meşhur olan bu sos da aromatik bitkiler ve fermente olmuş balıktan yapılıyor, yani bir nevi modern *garum*.



CHEESE

Just a little on
Cheese is delicious.
It adds zest to
Welsh Rarebits,

Macaroni with Cheese, Cheese Toast, Rice
with Cheese and all Chafing Dish Cooking.



LEA & PERRINS SAUCE

THE ORIGINAL WORCESTERSHIRE

Its rare, rich flavor makes Lea & Perrins Sauce the most useful of all seasonings.

1908 yılından kalma bu reklamda, peynirle tüketilmesi önerilen Worchestershire sosu. Rivayete göre Doğu Hindistan Şirketi'ndeki görevini tamamlayıp memlekete dönen bir İngiliz soylusu, orada beğendiği ve yanına alıp getirdiği bir sosu John Lea ve William Perrins isimli iki eczacıya verip aynısını yapmalarını talep ediyor. Yapıyorlar ve hemen deniyorlar, heyhat, ne kendileri ne de beyefendi beğeniyor. Birkaç yıl sonra eczanenin mahzeninde yer açmaya çalışırken tozlu kavanozlara rastlayıp "Neydi bu ya?" diye tekrar deniyorlar. Aman aman, sos yumuşamış, kıvama gelmiş, muhteşem bir şey olmuş! Satışına başlamalarıyla birlikte, tahmin edebileceğiniz gibi, "Yürü ya kulum" durumları...

Bütün bu sirkeli soğanlı yemekler yenildikten sonra gene kokularla bezenmiş tatlılara geliyor sıra. İşin ilginç sadece kompoze tatlılar değil meyveler bile kendi kokularından ayrı olarak kokulandırılıyorlar. Bu da yetmezse köleler karlı dağlara koşturuluyor, getirilen karlar meyvelerin sularıyla çeşnilendirilip yemeğin sonuna hazmettirici ve ferahlatıcı bir serinlik ögesi olarak yerleştiriyorlar.

Dağlardan getirilen karların meyve suyu şerbetleri ile çeşnilendirilmesi, bugün bildiğimiz dondurmanın da başlangıç hikâyesinden birine işaret ediyor.

KÖLE SADECE KÖLE MİDİR?

Bu arada bu ziyafet hazırlıklarını anlatırken hep köleler getirir, köleler götürür diyorum ama sanmayın ki köleler de hep kölelik yapıyor. Neden böyle dedim? Kısaca anlatayım da, lüzûmsuz bilgiler dağarcığımızda o da yer edinsin.

Senede bir hafta Saturnalia isimli bir festival düzenleniyor antik Roma'da. Paganik inançlar gereği bir nevi bayram olan bu festival, tanrı Satürn'ü onurlandırmayı amaçlıyor. Adaklar adanıyor, kurbanlar kesiliyor, Satürn'ün Forum Meydanı'ndaki tapınağında bütün yıl boyunca kurdelelerle süslenmiş heykelindeki bağlar çözülerek önüne bir divan yerleştiriliyor. Bu dönem tam bir yeme, içme ve mutlu olma dönemi.

Geleneksel *togalar* giyilmiyor, daha renkli, daha spor veya gayri-resmi diyebileceğimiz *synthesis*lere, yani renkli kumaşlara sarınıyor, hatta şapka takılıyor. Eğitim kurumları da bu bir haftalık karnaval süresince tatile çıkıyor, keza insanlar birbirlerine kendi yaptıkları hediyeleri veriyorlar. Keza gene bu dönemde varlıklı Romalılar hayatını zor idâme ettiren yoksullara yardım edip, mesela kira masraflarını üstlenebiliyorlar.

Bakın sevgili okur, tatil dedim, hediye dedim, yetmediyse üstüne bir de Saturnalia'nın kutlanma tarihlerini söyleyeyim bari de, bağlantıları kuruverelim artık.

Yemeğe Özel “Synthesis”

Evet, synthesis dedik ama, zaten anlamış olacağınız üzere dile hâkim olan kelimeyi kullandık, doğrusunu değil. Neden doğru değil? Çünkü syntesis Latince değil, Yunanca. “Biraraya getirilmiş, beraberlik oluşturulmuş” anlamına geliyor (Zaten farklı bağlamlarda da olsa, sentez kelimesinin bütün kullanımları böyle değil mi? Hani şu tez-antitez-sentez olayı falan?)

Giysi söz konusu olduğunda “birbirine yakıştırılıp beklentiye uygun giyilen şey” de diyebiliriz. Yukarıdaki metinde bahsedildiği durum için eğer çok özel bir tanım gerekiyorsa Latince cenatoria, yani “yemek kıyafeti” kelimesi kullanılabilir. Ne var ki her iki kelimenin de birlikte kullanımına rastlıyoruz Roma’da.

Giysiden özellikle, Martial kısa ismiyle bilinen şair Marcus Valerius Martialis bahsediyor. Kaynak sayısının kısıtlı olması da gerçekliği konusundaki tartışmaların hâlâ sürmesini beraberinde getiriyor. Martial’e göre Roma erkek giysisi olan toga, yemek yerken yanipri uzandığınızda oranızın buranızın görülebilmesine sebep olduğundan uygun bulunmuyor.

Bunun üzerine özellikle I. ve II. yüzyılda hem kadın hem erkek Romalı seçkinlerde alternatif olarak yemeklerde sythesis giyme modası çıkıyor. Modanın başlangıç noktası da erkeklerden ziyade kadınlar olarak tahmin ediliyor. Yani sythesis, ilk başta bir kadın giysisi iken, sonradan üniseks kullanımı buluyor.

Toga yemek yerken giyilmediği gibi synthesis’i de yemek (ve Saturnalia Festivali) haricinde, yani gündelik giysi gibi kullanmak görgüsüzlük kabul ediliyor.

Saturnalia, her ne kadar önceleri o kadar uzun bir kutlama olarak başlamamış olsa da geldiği noktada yedi gün boyunca sürüyor ve 17 Aralıkta başlayıp 23 Aralıkta zirveye çıkarak (ilerleyen dönemlerde bu tarihler ileriye kayıyor) sonlanıyor. Evet, tahmin edebileceğiniz gibi pek çok kaynak İsa’nın doğum günü olarak kutlanan Noel’in o tarihlerde tatil yaparak kutlamaya alışmış paganların Hristiyan dinine uyum sağlayabilmesi için ilâhiyatçılar (teolog) tarafından planlanarak yapılmış bir hareket olduğunda hemfikirler. Biliyorsunuz, İsa’nın doğum tarihi yazılı olarak ilk kez

MS. II. yüzyılda yaşamış Hippolitus'un *Chronicon*'unda dile getiriliyor. Bu konuda bir diğer görüş ise Noel'in kaynağının *Sol Invictus* için 25 Aralıkta yapılan festival ve kutlamalar olduğu yönünde. (Onun da ne olduğunu merak edenleri bir zahmet *Kültürler*'e alalım. Bkz. *KK - III - Kültürler*, "Roma Organize Sanayi Bölgesi".)

Saturnalia'yı Noel'e bağladık da, biz lafa nereden girmiştik? Kölelerden. Saturnalia'nın belki de en ilginç özelliği de bu dönem boyunca kölelerin sahiplere değil, sahiplerin kölelere hizmet etmesi. Evet, bu dönem içinde kölelere, mesela kumar oynamak gibi, normalde yasak olan pek çok şey serbest bırakıldığı gibi sahipleri tarafından –nasıl oluyorsa– saygı da gösteriliyor. Hatta ceza dışında sahiplerine görece kötü davranmalarına da müsaade ediliyor.

Ancak tabii fazla da iyi niyetli bakmamak lazım bu sınıfsal rol değişimine. Kölelere sahipleri tarafından servis edilen ziyafet yemeklerini gene köleler hazırlıyor çünkü. Yani hem kendilerine hem de sahiplerine iki ziyafet sofrası kurmak gibi (bazı kaynaklar köleler ve sahiplerinin aynı anda ve aynı masada beraber yemek yediklerinden de söz ediyor) bir görev ağırlaşması oluyor kölelerin görece özgür kaldıkları bu dönemde. Sadece köleler değil, toplumsal hiyerarşi içinde pek çok rol değiştirilebiliyor bu dönemde. Bir nevi *role-playing* dönemi yani sevgili okur. Eh, Roma dedik, pardon yani.

Elbette bütün bunlar Roma'nın sıkı kurallarla bağlanmış sosyal yaşamı içinde bunalmış kitlelere bir nebze özgürlük ve ferahlama getiriyor. Yönetim erkini elinde bulunduranlar da bir anlamda düdüklü tencerenin basıncını alıp patlamasını önlercesine daha radikal toplumsal tepkiler oluşmasının önüne geçme imkânı buluyorlar (sosyal demokrat dostlarımız orrayn mı?).

Dönelim ziyafetlere ve bu ziyafetlerin gizli kahramanı olan aşçıların dünyasına. Şimdi müsaadenizle Athenaeus'un *Deipnosophistae* (*Öğrenilmişlerin Sofrası*) isimli eserinden bir bölümü çevirerek (yaklaşık olarak) okuyalım:

Karnaval Zamanı

Hristiyan dünyasında oruç, kırk gün sürüyor ve bitişi Hz. İsa'nın çarmıha gerildikten sonraki üçüncü günde dirilmesine denk getirilerek, yani bayram yapılarak (paskalya/easter) kutlanıyor. Bazı Hristiyan disiplinlerinde bu kırk günün içinde pazarlar yer alırken, bazılarında pazarlar sayılmıyor ve arada oruçsuz "es" vermek mümkün olabiliyor. Oruç derken tamamen aç kalmak değil, kırmızı et başta olmak üzere hayvansal gıdalar, yağlı, güçlü, besleyici yemekler gibi bir kısım besinden uzak durulması kastediliyor.

İncil'de, "Büyük Perhiz" olarak da nitelendirilen bu oruçtan direkt bahis yok, ama genel olarak oruç ve dünyevi zevklerden uzak durmayı çağrıştıran bölümler var. Orucun sistemleşmesi ve sürenin kesinleştirilmesi IV. yüzyılda gerçekleşiyor. Kırk günlük süre de, Hz. İsa'nın dinini tebliğe başlamadan önce şeytanın baştan çıkarma çabalarına direnerek çölde geçirdiği kırk günün sembolik bir ifadesi aslında.

Kaçınılan, imtina edilen şeyler sadece kırmızı et gibi besleyici özelliği yüksek bir kısım gıda değil, yalan söylenmemesi, küfür edilmemesi, normalde keyif alınan rutin bir işin o dönemde yapılmaması (televizyon izlememek?), hatta bazen sigaranın dahi "geçici de olsa" terk edilmesi bekleniyor. Bir nevi fiziksel ve ruhsal arınma dönemi gibi diyebiliriz yani. Gelin görün ki bütün bunlar bir yana, bu orucun en belirgin gözlenebilir özelliği kırmızı etin bu süre içinde tamamen menünün dışına çıkarılması oluyor.

Bütün bu anlatılanları toparlayıp tek kelimeye bağladığımızda ise şunu görüyoruz: Latince *caro* "et", *levare* ise "çıkarmak, terk etmek" demek. *Carnevale* (karnaval) de "etin çıkarılması" anlamına geliyor ve yukarıdaki paragrafta anlatmış olduğum oruç döneminin başlangıcına işaret ediyor.

Bu yemeğe "Güllerin Yemeği" diyorum. Öyle bir hazırlanır ki sadece başınızın üzerindeki kokulu çelenkte değil, kendi içinizde de kokuyu hisseder ve tüm vücudunuzla bu görkemli sofradaki ziyafete katılırsınız. Bir havanda bolca gül yaprağını döverim. Üzerine haşlanmış ve sinirlerinden arındırılmış kuş ve domuz sakatatı, ilave olarak da yumurta sarısı, zeytinyağı, turşu suyu, karabiber ve

şarap eklerim. Servis yapılırken tabağın kapağı açıldığında ortamı tatlı bir koku sarar, zira bu karışımın içinde güllerin kokusu oldukça baskın hissedilir.

Adamın tarife bakın, sevgili okur, muhterem sanki parfüm formülü veriyor. Hoş, o dönem için bir Romalı aşçı ile parfümörün görevlerini birbirinden ayırmak da o kadar kolay değil doğrusu. Parfümlerde bugün de sıkça kullanılan gül, Roma mutfağında da baştacı. Gülün kokusu, yemeklere insanı tebessüm ettiren hoşluklar ekliyor. Ancak gül gibi “tatlı” değil de mesela “acı” bir kokusu olan mür/mürrüsâfi (*Commiphora myrrha*) kullanıldığında yemeğe bir şeyler katmaktan ziyade eksilttiği söyleniyor. Veya şöyle düşünebiliriz: Toplam lezzetin içinde tada ayırdığımız orana bile tecavüz ediyor acı kokular ve mür katılmış yiyecekler özellikle bugünkü algımızla sanki çok da yenebilir gibi olmuyorlar.

Aslında Romalılar da bunun farkındalar ve bu nedenle acı koku kaynaklarını yiyeceklerden ziyade içeceklerde kullanıyorlar. Şaraplarda, bal kullanarak tatlılığı arttırmanın yanısıra çiçeklerle kokulandırmak ve mür kullanarak aromaya ve tada acılık ekseninde müdahale etmek, sık rastlanan bir uygulama Roma’da. Unutmayalım ki bugün için bile acı bitkilerin aromalarıyla yapılmış pek çok içki gerek İtalya gerekse dünyanın geri kalan pek çok ülkesinde içiliyor. Bu konuda aklıma gelen ilk örnek Campari mesela. Belki de ben sadece buz ve bir dilim portakal ilave edilmiş Campari’yi çok sevdiğim için aklıma ilk o geliyor ama Campari dışında da her ülkenin alkollü içecek veritabanında aromatik bitkilerle acılandırılmış Jagermeister, Angostura, Martini veya Becherovka gibi örnekler var.

Gene içerikler hakkında fikriniz olması için aktarıyorum; Plautus’un *Curculio* isimli oyununda bir şarap âşığı şarabına şöyle hitap ediyor: “Benim mürüm, benim tarçınım, benim gülüm, benim safranım, benim sinâmekim, benim kokulu yoncam.”

İŞLERİ TERSİNE ÇEVİRSEK!

İşi tersine çevirmek de mümkün elbette. Yani parfümler şaraba ilave edildiği gibi, şaraplar da parfümlere ilave edilebiliyor. Neden? Üzüm kokularını parfüm içinde de bir nebze olsun hissedebilmek için tabii. Ne kadar başarılı bir üzüm notası hissedilir, bilemiyorum ama o zamanki üzümlerin katışıksız kalitesini de unutmamak gerek. Bugün bırakın üzümü, domates bile kokmuyor maalesef.

Keza bir diğer yiyecek olan bal, hangi çiçekten üretildiğine göre değişen kokusuyla parfümlerin içinde sıkça kullanılan bir içerik maddesi o günlerde. Bugün artık çok sık bal notasına rastlayamıyoruz parfümlerde ama duş jelleri veya vücut losyonları gibi pek çok kişisel bakım ürünüde, balın sağlık ve uzun ömür çağrışımından da yararlanmanın kurnaz beklentisiyle bal akorları ürünü kokulandırmak için kullanılıyor.

Yiyecek ve parfümleri çok ayrı iki kategori gibi düşünüyor, aromatik veya kokulu şeyleri sürülmelik ya da yenebilirlik diye iki ayrı kulvarda ele alıyoruz. Oysa antik zamanlarda böyle bir ayırım yok. Yiyeceklere parfüm katılabildiği gibi, parfümlere de zaman zaman yiyecek olarak bildiğimiz içerikler dâhil edilebiliyor. Bugünkü formülasyonlarıyla tabağımıza parfüm sıkmak; bırakın lezzetsiz olmayı, son derece zararlı olabilecekken, o gün için basit bir antik parfüm, yani gülyağı, tarçın, bal karışımı son derece keyif verici algılanabiliyor yemeğin içinde. Lezzet, tat ve koku tamamen birbirine geçmiş olarak kullanılıyor ve birden fazla duyudan elde edilen hazla beraber “konuk ağırlama” anlamına (yemek dâhil komple ağırlama paketi sevgili okur, *alles inklusive* yani) gelen “ziyafet” kelimesi de anlamının tam hakkını verebiliyor.

Sadece yenilen, içilen ve koklanana değil, bunların nasıl tüketildiğine de elbette dikkat ediliyor ki konukların tam bir zevk âlemi deneyimi ile evlerine dönüşleri sağlanabilsin. Ortada *mensa* ismi verilen yuvarlak masalar, etrafında at nalı şeklinde diğer yerleşim birimleri yer alıyor. *Mensa* sadece masanın ismi değil, servisin de ismi. İlk servis, yani çiğ sebze, yumurta, deniz mahsülleri gibi iştah açıcılar

gustus, şarap eşliğinde sunulan pişmiş sebze ve etlerden oluşan ana yemek *cena/prima mensa*, son ikram olan tatlı ve meyve servisi ise ilk sunulan iştah açıcılar yemekten sayılmadığı için, *secunda mensa* yani ikinci masa olarak anılıyor. Bu şekilde *ab ovo usque ad mala*, yani “yumurtadan elmaya” tam bir resmî yemek sunumu yapılmış oluyor.

Yalnız herkese aynı sunumun yapıldığını düşünmeyin lütfen. Konuklar sosyal hiyerarşideki konumlarına göre farklı yiyecek ve içeceklerle karşılaşabiliyor, bunu da normal karşılayıp kabulleniyorlar. Demem o ki, öyle pek de matah bir mekân yoksa şarabın daha ucuzunun ve etin az daha sert yerinin ikram edilmesine şaşırmanın, tepki vermemeniz ve “cık! cık!” diye ayıplamamanız gerekiyor. Ayıp olan bu farklılık değil, farklılığın dile getirilmesi. Yani evsahibi konuşurken konuklarına yapılan ikramlar arasındaki farklılığı dillendirirse, işte o çok ayıp oluyor. Kısaca evinize davet ettiğiniz gruptan birisine bonfile (ve yanına *Domaine de La Romanée Conti*), diğerine bildiğiniz kıymalık dana döş (ve yanına *İtimat* ayran) ikram edebilirsiniz ama herkes neler olup bittiğini bilse bile ortalık yerde bunu yaptığınızı söyleyemezsiniz. Bu arada lütfen ayrıntı kötülediğimi sanmayın, bilakis çok sever ve evde yaptığımız yoğurttan çok içerim. Ama arada da fiyat farkı diye bir gerçek var yani kardeşim, daha da ne örnek vereyim?

At nalı şeklinde yerleşim birimleri demiştim. Neden? Çünkü servis yapacak kölelerin nal boşluğunda rahatça dolaşıp aradan servis yapabilmeleri gerekiyor. Her at nalı üç bölümden (soldan sağa ev sahipleri için *lectus imus*, onur konukları için *lectus medius* ve daha düşük statüdeki konuklar için *lectus summus*) oluşuyor ve yaklaşık sekiz veya dokuz kişiyi ağırlayabiliyor. Öyle iskemlede oturup yemek yemek falan yok. Bütün saydığım yiyecekler ve içecekler bahsettiğim kanepemsi bölümlere yan uzanılarak yeniliyor ve içiliyor. Şekil de şu: sol dirsek üzerine yan yatılıyor, ayaklar da kanepeden dışarı taşıyor. Hemen içiniz kalkmasın, yemekten önce hem eller hem ayaklar yıkanılarak sofraya geliniyor. Oturarak yemek yemek üst düzey bir Romalı için kabul edilebilir bir şey değil. Çok keyifsiz bir deneyim, hatta işkence gibi algılanıyor.

Mesela Julius Sezar'a şiddetle muhalefet eden ve onun iktidarda olmasından nefret eden bir Romalı politikacının, Sezar iktidarda olduğu süre içinde iskemlede oturur şekilde yemek yiyerek kendini çileci bir işkenceye mahkûm ettiğinden bahsediliyor.



Seçkin Roma yemek davetlerinin yerleşme düzeni; *triclinium*.

OTURMAYA MI GELDİK YAW

Hem yemek hem de sonrasında müzik bir diğer duyuşal pazarlama unsuru olarak muhakkak yer alıyor. Yemeklerin arasında müziklere dansçıların gösterisi veya hokkabazlar da eşlik ediyor. Yemek sırasında olmasa bile sonunda mutlaka tütsüler yakılıyor ve konuklar tütsü kokuları arasında şarap yudumlayarak günün olaylarını tartışıyorlar. Tütsüler sadece salonda ziyafetten kalan yiyecek kokularını temizlemek ve havayı/ortamı yenilemek için değil, aynı zamanda ziyafet sofrasında görünmez varlıklarıyla mevcut olan tanrılara da sunulmuş bir ikram olarak yakılıyor. Tabii ki tanrılara sadece tütsü değil, et, safranla renklendirilmiş ekmeksi bir kek ve şarap da sunuluyor.

Diyeceksiniz ki “Vedat, bir sürü yiyecek, bir sürü içecek saydın. Sıradan bir insanın midesi bu kadar besini nasıl alabiliyor?” Kolayı var efendim; doydusanız müsaade isteyip kusabiliyor, sonra kaldığınız yerden devam edebiliyorsunuz. Kusmak için de seçkinlerin uyguladığı en nazik yöntem bir kuştüyünü alıp ağızlarından içeri uzatarak boğazlarına değdirmek ve işin gerisini Allah’a bırakmak. Bakın sevgili okur, biliyorum siz de benim gibi meraklı tiplersiniz ama lütfen sakın denemeyin bunu.

İşin gerçeği, bu kusup yeniden yemeğe başlama olayı gereğinden fazla abartılmış durumda. Bazı seçkinlerin yaptığı bir uygulama olduğu doğru ama yaygın bir şekilde Roma hayatının içinde yer aldığını söylemek mümkün değil. Şunu da belirteyim, evlerde, daha doğrusu zengin evlerin misafir kabul alanlarında kusma işlemi için *vomitorium* adı verilmiş özel alanlar olduğu yolunda da pek çok söylenti var ama bu söylentiler birer şehir efsanesi olmanın ötesine geçemiyorlar. Epeycedir dillendirilen efsanenin yaygınlaşma sebebiyse muhterem Aldous Huxley kardeşimizin 1923’te yazdığı *Antic Hay*’de böyle bir alandan bahsetmiş olması. Gerçekte Roma mimarisinde (dolayısıyla arkeolojide) *vomitorium* diye bir alan var ama o alan evlerde değil stadyum veya amfi tiyatrolarda kalabalığın giriş ve çıkışlarda yöneldiği geniş koridorlara verilen isim. Günümüzdeki stadyumlarda girişten sonra tribünlere dağılımın olduğu veya maç bitince çıkışı bulmak için yol alınan ana koridorlar gibi düşünebilirsiniz *vomitorium*’u. Kusmayla musmayla ilgisi yok yani.

Elbette Roma sadece bu sofraları kurabilen asiller veya zenginlerden ibaret değil. Bu saydığım pek çok yiyeceğe, parfüme veya kokulu aroma bitkiye ulaşmak bayağı bir maddi güç istiyor. Safran, karabiber, gülyağı falan dedim yani. Bunların o dönemde nelerden nasıl getirilebildiğini bir düşünürseniz, işin maliyet kısmı biraz daha berraklaşıyor. Gerçi gülü, leylak ve menekşeyi yerel olarak temin edebiliyorlar ama yerel demek de illa ucuz demek değil, üstelik safran mesela İran veya Anadolu’dan gidiyor.



Yakından ve uzaktan iki *vomitorium* görseli.

Esas sükse yapan, Arap yarımadası üzerinden gelen Hindistan veya uzak Asya menşeli kokulu maddeler. Akasya, tarçın, kakule, karanfil, zencefil falan yani. Bütün bunlar önce İskenderiye'ye, yani imparatorluğun en büyük ithalat gümrüğüne gelip buradan ayrıştırılarak Roma'ya yollanıyor. Roma'da ise modern parlamento örneği diyebileceğimiz senato binası, yeni gelen mallardan yapılan tütsülerin ilk kullanıldığı yani yeni partinin sifтахının yapıldığı mekân oluyor.

Hatta erkeklerin traş olma âdeti de burada başlıyor. Elbette traştan sonra da yüzler parfümlü merhemlerle yumuşatılıp keskin bıçakların yarattığı tahribat ve acı, bir nebze olsun hafifletilmeye çalışılıyor. Bu traş sonrası rahatlatıcıda, yani *afterus shaveus* mu derler, ne derlerse onda, ağırlıklı olarak rezene yağı kullanılıyor. *Kültürler'i* okuyanlarınız hatırlayacaklardır, Roma lejyonları da sefere çıkarken yanlarına böyle bir kişisel bakım seti almadan adım atmıyorlar (bkz. *KK - III - Kültürler*, "Kurtlar Vadisi: Roma"). Savaşmadıkları zamanlarda da bu setin içindikilerle uğraşıyorlar ki değişik coğrafyalara yapılan seferlerde kuruyan ciltleri memleketlerindeymiş gibi nemlensin ve pürüzsüz kalsın.

Bilirsiniz Romada askerler komutanlarından her ay belli ölçüde sabit bir tuz istihkakı alıyorlar. Tuz, hem yoldaki yiyecekleri tatlandırmak, hem savaşta yaralanırlarsa yaralarına basmak için (“yaraya tuz basmak”, sevgili okur?) kullanılıyor. Tuzun miktarı da çıkılan seferin mesafesi veya zorluğuyla orantılı olarak değişiyor. Aylık tuz istihkakına da tuzun Latince’sinden mülhem *salarium* deniliyor. İngilizce aylık maaş anlamına gelen *salary* sözcüğü de zaten buradan kaynaklanıyor.

Sıradan halk için bu koku unsurlarını yemek içinde deneyimleyebilmek, ancak bu sofralara bir şekilde çağrılı olmaktan geçiyor. Onun ötesinde gündelik hayatta bu kadar zengin içerik maddeleri veya ritüeller elbette yok. Keza az önce anlattığım dekadans tabloları maddi sebeplerle gerçekleşemediği gibi bazen felsefi sebeplerle de itibar görmüyor. Pisagorcular mesela, zaten vejetaryenliğin kurucularından sayılıyor; et, balık veya bakliyat yemiyor, etik anlayışları gereği bir kap su ile bir somun ekmeği karınlarını doyurmak için yeterli gıda addediyorlar. Ancak yenilen sadece bir parça ekmek bile olsa ekmek sepetinin üstüne gül yaprakları dökülerek bir nebze olsun koku duyusuna hitap edilmeye, o da mütevazı bir şekilde doyurulmaya çalışılıyor.

Peki, zengin veya yoksul, Romalıların yemeklerine kattıklarından, aromalardan falan bahsettik. Ya bilmedikleri ve kullanamadıkları? Roma’dan mülhem, bugün İtalyan mutfağı deyince aklımıza gelen pek çok şey, tabii ki o dönemde bilinmiyor. Bunların çoğu yüzyıllar sonra, yeni dünyanın “keşfi” ile beraber Avrupa’ya girmiş besin maddeleri. “Nelerdir bunlar?” dersiniz, patates, domates, yeşil biber, kırmızı biber, balkabağı, kabak, mısır, yerfıstığı, vanilya, çikolata, say Allah sayabilirim. Buna bir de geç dönemlerde Asya’dan gelenleri, patlıcanı, makarnayı falan eklerseniz sonuçta bugünkü torunlarının *spagetti alla Bolognese*’inden de, *fettuccine Alfredo*’sundan da, *tiramisu*’sundan da bihaberler büyük ataları.

Ya bu arada vanilya demişken aklıma geldi... Neyse, bir sonraki bölümde anlatayım onu da.

Vanilya Bahane, Bütün ve Parçaları Şahane

İçinde yaşadığımız ekonomik ve sosyal sistemin oluşumunu hazırlayan kritik değişimlere baktığımızda temel olarak iki ayak görüyoruz. Biri, farklı bir sermaye yapısı ve buna bağlı yeni mülkiyet yapılanmalarına yol açan toplumsal kontratların oluşması; diğeri ise “Sanayi Devrimi” ismini verdiğimiz teknik değişimlerin hayatımıza girmesi. Bu iki ayağın içerik olduğu yeni bütünde daha önceleri aşına olmadığımız emek ilişkileri ve üretim teknikleriyle karşılaşırız; hayatımız farklılaşıyor. Bizim için bu bölüm bağlamında öncelik elbette ikinci ayak olarak nitelendirdiğimiz teknik değişimler, daha doğrusu bu değişimlerin lezzet kavramını ve lezzetin tetiklediği tüketim alışkanlıklarını ne kadar yakından ilgilendirdiği.

“Bütün, parçalarının toplamından büyüktür.” Muhtemelen Kurt Koffka’nın tarihe geçmiş bu tanımlamasını hatırlıyor, hatta belki de gündelik yaşamınızda kullanıyorsunuzdur. Ne var ki bu tanımlama, doğru aktarılan bir tanımlama değil. Koffka’nın da sık sık düzeltmek zorunda kaldığı gibi esas olan bir toplama işlemi, yani sonucun daha “büyük” olması değil, “başka” olması. “Büyük” dediğimiz zaman çizgisel bir değerlendirme yapmış oluyoruz. Gerçekte anlatılmak istenen ise bütünün onu oluşturan bileşen-

lerden bağımsız ve farklı bir algıya yol açması. Kolay anlaşılır bir örnekle şöyle anlatayım: $2+2=5$ 'ten değil, $2+2=A$ 'dan bahsediyoruz. Dolayısıyla Koffka'nın dile getirdiği ve yanlış aktarılan cümlenin doğrusu şu: Bütün, parçalarının toplamından *başkadır*.

Bileşenlerinden farklı bir algıya yol açan bütünlerden biri de lezzet algımız. Bir besin yediğimiz veya içtiğimizde bizde oluşan algıyı parçalarına böldüğümüzde, toplamla mukayese edildiğinde anlamlı bir sonuca ulaşamıyoruz. Lezzet; tat, koku, doku, ısı, trigeminal uyarılar ve görselliğin toplamından farklı bir şey. Bu bütünün nasıl bir farklılık oluşturduğunu anlayabilmek için de elimizde bileşenlerini incelememiz gerekiyor. Lezzeti zihnimizin inceleme laboratuvarına alıp mercek altına yerleştirdiğimizde, fark yaratma gücüne bakarak oluşturduğumuz hiyerarşinin tepesinde kokunun yer aldığını görüyoruz. Lezzetin kokusu dışarıdan, yani burnumuzla aldığımız kokudan ziyade içeriden, yani damak üzerinden aldığımız koku.

Bu gerçeğin çok bilincinde olmadan ve doğru tanımlamalara yanlış nitelendirmeler yaparak da olsa, kokusu, aroması ve toplam algıya bu yöndeki katkıları nedeniyle pek çok malzeme binlerce yıldır yemek hazırlama alanımızın içinde yer alıyor. Her toplum önce kendi coğrafyasında yetişen, daha sonra da farklı ama ulaşılabilir coğrafyalardaki malzemeyi içerik seçkisine dâhil ediyor. Tüketilen yiyecek maddelerinin kendilerine has doğal aromaları dışında başka katkıların eklenmesiyle farklılaştırılması, mesela ekmeğin un, su ve mayanın ısıl işleminden geçirilmesiyle oluşan kokusal bütünlüğüne bir tutam biberiye'nin ilave edilmesiyle beraber başlarda basit olan gıda kompozisyonları gittikçe karmaşılaşmaya, eğer olumlu bir nitelendirme yapacak olursak da “zenginleşmeye” başlıyor.

Kullanılan malzemenin yanında “ısıl işlem” diyerek işlem sürecinden de bahsetmiş olmamız tesadüfi değil, zira besini hazırlarken müracaat ettiğimiz yöntemler toplam lezzet algımız üzerinde tahminimizden çok daha fazla etkili oluyor. Bunun ne anlama geldiğini çözebilmek için bir ekmek fırınına gidip önce o uzun

küreğin üzerinde bekleyen yumuşak beyaz kütleyi, daha sonra da aynı kütlenin fırından çıkmış halini koklamamız ve tatmamız yeterli. Bu mukayese bize işlem sürecinin toplam lezzet algısı üzerindeki etkisinin gücü hakkında fikir verebiliyor. Çünkü o sürecin de katkısıyla bütünsel algımız parçalarından farklılaşıyor.

Ancak bu hazırlanma süreçlerinin zaman zaman arzulan sonuçları arzulanmayan şekilde etkilediğini de unutmamamız lazım. Bir pastacılık ürünü, mesela kek hazırlıyorsak ve yerken kekimizin temel aromasına ek olarak muzun da hissedilmesini istiyorsak, akla gelen ilk çözüm fırına vermeden önce kekin içine muz parçaları yerleştirmek oluyor. Ne var ki muz, ısl işlemden geçtiği zaman aromatik özelliğini kaybediyor ve fırından çıkarttığımız kekin içinde bildiğimiz kokusundan uzak, sadece tatlı bir pelte olarak kalakalıyor. Bu olumsuz sapmadan sebep pastalara muz, pişirme işleminden sonra, çoğunlukla da kremasının içine veya üzerine yerleştiriliyor. Muz örneğinde yaşadığımız olumsuz sapma, çilek ve başka pek çok malzeme için de geçerli. Oysa gündelik hayatımızın içinde muz, çilek ve muhtelif aromalı kek, bisküvi, hatta gofret çeşitlerine rastlayabiliyoruz. O halde nasıl oluyor da olamayan oluyor, bu yiyeceklerin içinde muz, muz, çileği çilek aromasıyla duyumsayabiliyoruz? Bu sorunun cevabı ilk paragrafta bahsettiğimiz “Sanayi Devrimi”, yani yaklaşık 160 yıllık teknik değişimlerin içinde yer alıyor.

Sanayi Devrimi’yle beraber önce tekstilde üretim süreçlerine enerjinin dâhil olmasıyla kendini gösteren değişimlerin yanısıra hayatımızı kökten değiştiren önemli yeniliklerin pek çoğunun kimya alanında ortaya çıkmaya başladığını görüyoruz. Bu yeniliklerin önemli bir kısmı üzerinde konuşmaktan pek keyif almadığımız bir alan olan savaş teknolojileri alanında gerçekleşiyor. Bugün “sempatik” bir isimle “savunma sanayisi” olarak isimlendirdiğimiz, ancak aslen “daha az kaynakla, daha kısa sürede, daha çok hayatı nasıl sonlandırabiliriz?” sorusunun cevabının arandığı bu “sektörde” o dönemde pek çok yeni patlayıcı üretiliyor.

Teknik yenilikler sadece bu sevimsiz alanda değil, onun dışında da ortaya çıkıyor. Mesela o zamana kadar sadece bir kısım böcek ve bitkiden elde edilebilen boyaların hammaddeleri artık laboratuvar ortamlarında sentezlenebiliyor. Bununla beraber gerek eskiye oranla çok daha yüksek miktarlarda üretilen tekstil eşyanın renklendirilmesi, gerekse kırdan kente, yani üretimin yapıldığı merkezlere doğru yaşanan yoğun göç sırasında oluşan yeni konut ihtiyacının çözümünde görece pratik fayda sağlıyorlar. Ayrıca yeni ve sentetik renklendirici malzemeyle üretilen boyalar salt renk verme özelliğinin de ötesine geçerek koruyuculuk, geçirgenlik kontrolü gibi başka niteliklere kavuşuyor ve tüm bu özellikleri eskiye oranla daha ulaşılabilir fiyatlarla sunuyorlar.

Yenilikler ve değişimler daha başka alanlara da sıçırıyorlar ve bu yeni alanların bazıları da elbette koku ve lezzetle ilgili. O zamana kadar ya malzemenin kendisinin olduğu gibi kullanımı ya da kendisinden elde edilen özyağın işe dâhil olmasıyla elde edilen koku algımıza yönelik uyarıların yapısı çözülmeye başlanıyor ve görülüyor ki yeni yöntemlerle bazı toplamaları parçalarına ayırtırmak mümkün. Nicholas-Theodore Gobley, 1846 yılında yumurta sarısının içinden *lesitin*'i, 1858 yılında ise kuru vanilya çubuklarının içinden *vanilin*'i ayırtıyor. Gobley'in mutfığa yansıyan bu iki önemli çalışmasının ilkinin sonuçları *emülgatör*, ikincisi ise koku hammaddesi olarak işe yarıyor. Belki burada geniş bir parantez açarak her ikisinin de gündelik hayatımızda neleri değiştirdiğine sırayla bakmamızda fayda var.

Emülgatörler, kaynaşamayan iki sıvıyı kaynaştırarak homojen bir hale getiriyorlar. En bilindik örnek ise su ve yağın karışımı. Emülgatör kullanmadığımız sürece bu ikisini tek ve kaynaşmış bir sıvı haline getirmemiz mümkün değil; biri dibe çöküyor, diğeri üste çıkıyor, iki katmanlı halde kalıyorlar. Emülgatör bunu engelleyerek iki sıvının ayrılmayacak bir şekilde birbirlerine yapışmalarını sağlıyor. Örneğin yağ ve limon suyunu biraraya getirmeye çalıştığımızda birarada tutabilmek için yumurta sarısı eklemek zorunda kalıyoruz.

Mayonez: Adalardan Bir Yar Gelir

Yedi Yıl Savaşları (1756–1763), bir yaklaşıma göre XX. yüzyıla damga vuran kanlı ve çok taraflı dünya savaşlarının küresel provası sayılabilir. Tam yedi yıl boyunca süren bu savaşta çarpışılan ve kaybedilen yerler genelde Avrupa dışında olmasına rağmen, özellikle Amerika kıtasında el değiştiren devasa toprak parçaları ve çarpışan tarafların bütçelerinde oluşan dev gedikler, sonrasındaki 25 yıl içinde dünya üzerinde kartların yeniden dağıtılmasının da kıvılcımını yakıyor.

Mesela hangi kartların mı? Almanya'nın ayrı bir devlet olabilmesi, Fransız Devrimi, ABD'nin kurulması...

Rivayete göre, Yedi Yıl Savaşları'nın daha ilk yılında henüz hayat Fransızlar için tozpeybeyken İngilizleri, Minorca Adası'ndaki Port Mahon'da bozguna uğratan Richlieu Dükü Armand de Vignerot du Plessis, zaferini kutlamak için bir ziyafet tertipliyor. Menüdeki yemeklerden birinin eşlikçisi de krema ve yumurta kullanılarak yapılan bir sos.

Ancak aşçıbaşı mutfağa girdiğinde ortalıkta krema olmadığını fark ediyor ve krema yerine zeytinyağı kullanmaya karar veriyor. Zeytinyağı, yumurta ve sirke (sonraları limon) ile yapılan ve çok beğenilen bu lezzetli sosa da Port Mahon'da kazanılan zaferin onuruna mahonnaise ismi veriliyor. Dilden dile ismi “mayonez”e dönen bu sosta yumurta, lezzetinden sebep değil, içerdiği lesitin nedeniyle kullanılıyor.

Pişmiş şeylerde, mesela mayonezin yakın akrabası Hollandaise sosta alışık olduğumuz bir durum var: sonuç içerikten farklı doku ve görüntüde olabiliyor. Ancak mayonez pişmeden, sadece karıştırılarak bileşenlerinden, bitkisel yağ, çiğ yumurta ve asidik sıvıdan farklı bir doku ve görselliğe ulaşıyor. Bu anlamda mutfak ile kimya ve fiziğin aslında ne kadar iç içe alanlar olduğunun da en lezzetli örneğini oluşturuyor.

Anlattığım hikâye, mayonezin isminin kökeni hakkındaki rivayetlerden sadece biri. Bu aktardığım hariç Port Mahon'da nasıl ortaya çıktığına dair bile iki tane daha farklı hikâye var ki İspanyollar da bundan sebep “mayonez aslında İspanyol sosudur” diyorlar.

Ada dışına çıktığımızda ise Bayonne şehrinde kaynaklandığını (bayonnaise) söyleyen de var, eski Fransızca'da “yumurta sarısı” anlamına gelen moyeau'dan da.

İyi de, bu üçünün homojen birlikteliğine neden gereksinim duyuyoruz? Çünkü anlattığımızın ismi *mayonez* ve onun sayesinde normalde soğuk olarak tüketmeyeceğimiz pek çok sebze, tahıl veya eti keyifle yeme şansı buluyoruz. Gobley'in yaptığı da yumurta sarısının bütünü içinde bu işe yarayan, yani emülgatör görevini üstlenen *lesitin*'i bulup ayırtmak (*izolat*) oluyor. Olmasaydı neler eksik kalırdı hayatımızda? Örneğimizdeki mayonez ve benzeri soslar, bir dönemin beslenmesine damga vuran margarinler ve bugün bildiğimiz anlamdaki çikolata başta olmak üzere daha pek çok şey.

Gobley'in ikinci el attığı konu olan *vanilin*'in ayrıştırılması konusuna gelmeden önce ise belki vanilyanın kendisine bir göz atmamızda fayda var.

Vanilya (*Vanilla planifolia*) Orta Amerika kökenli ve orkidegillerden bir bağ, yani sarmaşık bitkisi. Ekvator'un her iki tarafına doğru 20 derecelik genişliğe uzayan bir alan içinde yetişiyor. Nisan

ve mayıs aylarında açan yeşilimsi sarı renkte çiçekleri var ve yaklaşık beş santim boyundaki bu çiçekler sadece 24 saat açık kalıyorlar. 24 saatlik sürenin ilk sekiz-on saati içinde çiçekler döllenebilirse de meyveler, yani 15-20 santimlik fasulyeye benzer çubuklar oluşuyor. Dört beş ay içinde olgunlaşan meyveler ise toplanarak kurutuluyor ve kurutulmuş meyveler de bize o muhteşem vanilya



Franz Eugen Köhler'in 1887 tarihli Tıbbi Bitkiler (*Medizinal Pflanz*) kitabında *Vanilla planifolia* çizimi.

kokusunu veriyor. Kuru meyvenin karmaşık doğal yapısı içinde karakteristik kokuyu veren ise kristalleşen *vanilin* molekülleri.

Meksika yerlilerinden, vanilyanın bilinen en eski üretici ve tüketicileri olan Totonac'ların efsanelerine göre vanilyanın hikâyesi bir Totonac soylusu olan Prenses Xanath'ın ormanda duyduğu ıslıkla çalınan melodiyle başlıyor. ıslık sesini takip eden Xanath Hanım, kendisini tarifsiz bir mutluluğa sevk eden hoş ezgiyi ıslıkla çalanın genç ve yakışıklı Tzarahuin olduğunu görüyor. Gençlik işte, Tzarahuin'in ıslıkla çaldığı melodiye o da bir başka melodiyi ıslıkla çalarak karşılık veriyor. Bu müzikal değiş tokuş sırasında her iki gencin de kalp atışları hızlanıyor, yanakları kızarıyor, ne olduğu tarifsiz bir esriklik hissetmeye başlıyorlar, kısacası aralarında büyük bir aşk doğuyor. Sık sık buluşmaya başlıyor iki genç. Ancak birisinin prenses, diğersinin ise vasat bir köylü olmasının doğuracağı tepkilerden çekindikleri için olsa gerek, buluşmalarını hep gizli tutuyorlar.

Günlerden bir gün Xanath telaşla sevgiliyle buluşmaya koştururken, ölümlüleri seyrederek vakit geçirmekte olan Mutluluk Tanrısı'nın gözüne takılıyor. Xanath'ı koşarken gören tanrı, prensesin hem kırılgan ve masum, hem de kararlı ve diri güzelliğinden çok etkileniyor. Öylesine etkileniyor ki sonraki günlerde de uzak-tan uzağa genç kızı takip etmeye başlıyor. Anlayacağınız, Tanrı Bey de Xanath'a aşık oluyor.

"Seviyorsan git konuş ağbi" derler ya hani, o da o hesap, iki kere kızın yanına varıp konuşmaya hamle ediyor. Ancak koskoca bir tanrının, prenses de olsa sonuçta ölümlü bir canlı olan kendisinden ne isteyebileceğini anlamlandıramayan Xanath, her iki seferde de korkarak kaçıyor. Mutluluk Tanrısı'nın üçüncü hamlesinde ise nasıl olduysa kaçamıyor ve konuşmaya başlıyorlar. Tanrı kıza ona karşı boş olmadığını itiraf edip bundan sonra beraber yaşamalarını talep ediyor. Xanath ise dikkatle dinledikten sonra "Seninle beraber olmam, çünkü kalbim boş değil" diyerek geri çeviriyor teklifini.

Koca tanrı tabii, prenses dahi olsa basit bir insan olan kız tarafından refüze edilmek, haliyle pek bir ağırına gidiyor ve hırsından küplere biniyor. Hemen kızın babasına koşuyor ve sadece kendisinin bildiği tanrısal birtakım teknikleri Peder Bey ile paylaşarak

tarlalarda hasadın, dolayısıyla kralın servetinin artmasını sağlıyor. Zenginliği ve itibarı artan kral baba da bu yeni durumunu borçlu olduğu Mutluluk Tanrısı'nın isteğini elbette reddetmiyor ve kızını çağırarak onu tanrıyla evlendireceğini söylüyor.

Genç kız babasının bu talebini de hiç düşünmeden geri çeviriyor ve genç sevgilisi Tzarahuin'den ayrılmayacağını haykırıyor. Muhterem Peder Bey kızını iknâ edebilmek için ne yapacağını düşünse dursun, Xanath'ı elde etmek için yapabilecek bir şeyi kalmadığını gören tanrı, çaresizlikle karışık bir öfke krizi içinde kızcağızı “flop!” diye beyaz çiçekli, hoş kokulu bir bitkiye dönüştürüyor. Olayı duyarak taze bitkinin yanına koşan diğer genç âşık Tzarahuin ise kederinden hemen o beyaz çiçeklerin yanı başında kendi canına kıyıyor.

Bu Amerikan efsanesinin devamında Tzarahuin'in ruhunun her baharda iğnesiz bir arıya, *Melipona*'ya dönüşerek çiçeğin yanına geldiği, saatlerce orada uçarak, taçyaprakları arasında dönüp durduğu, neredeyse mecazî bir anlamda genç kızla seviştiği anlatılıyor. Bu efsaneden sebep Totonaclar vanilyaya Xanath'ın “gizemli çiçek” anlamına gelen ismini veriyorlar.



Aşklı-vanilyalı-hüzünlü Totonaclan efsanesinin figürleri heykel halinde. Biraz “şeyden bacak” görünüyorlar ama o da kültürel algı farkına sayılacak artık.

Bu ilginç hikâyeli bitkinin dar alanından çıkarak kıta içinde kullanımının yaygınlaşması Totonapacan bölgesinin (bugünkü adıyla Vera Cruz) Aztek istilasına uğramasıyla başlıyor. Yeni ulaştıkları topraklarda rastladıkları bu ilginç ve güzel kokulu bitki Azteklerin çok hoşuna gidiyor. Kullanmaya ve yönetimleri altına aldıkları Totonaclardan vergi/haraç olarak yetiştirdikleri vanilya çubuklarını toplamaya başlıyorlar.

Aztekler vanilyayı, kakao tanelerini öğüterek yaptıkları acı içeceğin, yani çikolatanın lezzetine farklı bir hoşluk katmak için yaralandıkları mısır veya kırmızı biber gibi pek çok “lezzet katkısı”ndan biri olarak kullanıyorlar. Ancak sadece keyif vermesi amacıyla değil, tıbbi faydalarına ve cinsel arzuyu arttırdığına inanarak ilaç veya takviye edici olarak da istifade etmeyi ihmal etmiyorlar. Toplandıktan kısa bir süre sonra renginin koyulaşması, hatta neredeyse kararması nedeniyle de meyveleri kendi lisanlarında vafiz ederek “siyah çiçek” anlamına gelen *tlilxochitl* kelimesiyle isimlendiriyorlar.

Bizde ve Batı’da kullanılan vanilya ismi ise “kın” veya “kılıf” anlamına gelen Latince *vajina* kelimesinden türeyor. Bitkinin ait olduğu aile olan orkidenin etimolojik kökeni *orkhis* (Yun.) kelimesi. *Orkhis*’in anlamı ise “testis” ve aralarında sahlebin yapıldığı türlerin de yer aldığı 600’den fazla üyeye sahip geniş orkidegiller ailesinin yaygın bazı türlerinin çift kök yumrulu oluşuna baktığımızda bu ismin neden seçildiğini anlayabiliyoruz. Vajina ve testis kelimelerini okuduğumuzda ilk akla gelen muhtemelen cinsellik ve üreme oluyor. İlginç olan şu ki bu kelimeler kadim zamanlardan kök alıyorlar ve vanilyanın üremesine ilişkin bilgiler o zamanlarda mevcut değil. Üremesi başlı başına inceleme konusu olabilecek bir bitkinin isim macerasında karşı cinsleri temsil eden organ nitelendirmelerine rastlamak ise nasıl açıklanabilir, bilemiyorum. Ama şunu biliyorum ki şimdi aklınızdan “Neymiş üremesinin ilginçliği?” sorusu geçiyor.

Avrupa’ya vanilya Hernán Cortés sayesinde geliyor. Avrupalılar ilk başlarda vanilyayı gene Amerika’ya ayak bastıktan sonra tanıştıkları kakaolu içeceğin (demiştik; çikolata, içecektir) aromalandırılmasında kullanırken, kokusunun tarifsiz hoşluğu,

kuvveti ve uzun süre dayanması nedeniyle bu ilginç kuru meyve yavaş yavaş başka kullanım alanları da buluyor. Sadece mutfak tezgahlarında değil, parfümörlerin tezgahlarında da yer almaya başlayıp sürülmek üzere tasarlanan kokulu malzemenin, parfümlerin ve kremlerin içine de dâhil oluyor. Bu da elbette talebi arttırıyor ve ithal bir ürün olarak kıymetini yükseltiyor.

İspanyollar dışında kalan Avrupalılar sadece Meksika'da yetişebilen bitkiyi kendi kontrollerindeki diğer sıcak bölgelere taşıyarak daha ucuza mal etmek için çok çaba harcıyorlar, ancak vanilya meyvesini endemik alanının dışına çıkartıp üretme çabaları yaklaşık 300 yıl boyunca hep sonuçsuz kalıyor. Neden mi? *Parfümler*'i okumuş olanların zaten bildiklerini varsaydığım bu nedeni, müsaadenizle kısaca tekrar anlatayım.

Efendim, vanilya hermafrodit, yani iki cinsi de bünyesinde barındıran bir bitki. Erkek organ (*anther*) ile dişi organ (*stigma*) arasında bir zar katmanı (*rostellum*) var. O katman organların birleşmesine engel oluyor ve organlar birleşmedikçe de üreme gerçekleşmiyor. Vanilyanın doğal olarak çapraz polenizasyonunu, yani başka bir vanilya çiçeğinin polenini taşıyarak döllenebilmesini sağlayabilen tek bir uçucu cinsi var: Melipona arısı. Melipona ise sadece bitkinin endemik alanı olan Meksika civarında yaşayabiliyor. Bir başka deyişle, Melipona'ya dönüşen ölümsüz sevgili Tzarahuin, Xanath'ı yılda bir ziyaret edip hasretle kucaklamadıkça, sıcağı yatak edip sevişmedikçe, vanilya meyvelerini üretemiyor.

Diyeceksiniz ki “İyi de, biz vanilya olarak Madagaskar'da yetişen vanilyayı biliyoruz. Afrika'daki Madagaskar nire, Amerika'daki Meksika nire? Anlat bakalım, ne oldu da bu üreme engeli aşılabildi, vanilya oralara gidebildi?”

Hemen hikâyeye dalmak yok sevgili okur, pardon. Bütün ve parça ilişkisinden bahisle girmiştim lafa: Peki, bütünü oluşturan parçaların tek başlarına anlam içerip içermedikleri sanıldığı kadar önemli ve belirleyici mi? Önemli belki ama esas olan bağımsız anlam veya anlamsızlıklarından öte hepsinin birlikteliğinin nasıl olup da farklı bir algı yarattığı. Yaşamın her ânında ve alanında mevcut algoritmalar içinde “Acaba neyi

kaçınıyoruz da, beyni çözmek konusunda attığımız adımlar zihni (*mind*) çözmeye henüz yetersiz kalıyor” diye kafa yorulması, hatta bizzat “zihin” kavramının ortaya çıkması da belki bu yüzden.

Çözebilmek için bütünü oluşturan parçaları, belki daha da önemlisi, parçaların birbirleriyle olan ilişkilerinin sistematüğını kavrayabilmemiz gerekiyor, zira bütünlükler sadece parçalardan değİL, aynı zamanda parçalar arasındaki ilişkilerden oluşuyor. Mesela koyu renkli bir sıvının kokusunun, kokusu aynı olsa da açık renkli bir sıvınınkinden daha yoğun olduğuna hükmediyoruz. Bu hükme yol açan sadece iki duyu, görmek ile koklamak değİL, aynı zamanda aralarındaki ilişki. Bir ilişki örneğİ daha, bu kez tat ve koku duyuları üzerinden: Çilek kokulu bir tatlı ile süt kokulu bir tatlıyı mukayese ettiğİmizde, şeker oranları aynı olmasına rağmen çilek kokulu olanı daha şekerliymiş gibi algılıyoruz.

Anlamanın formülü ayan beyan olandan farklı değİL ve soğan kabuğundan mamul görünmez mürekkeple yazılmış bileşenleri yok. Tek sorun, henüz sistematüğını tam anlamıyla çözememiş olmamızda. Acaba *yapısalcı*, *post-yapısalcı*, *davranışçı*, *gestaltçı* falan, bütünlük bilinen akımları paçal edip kategorilerin dışına çıkabilsek anlamlı bir çözüme yaklaşabilir, bütünlük sonuçların sebeplerini bulabilir miyiz? Belki, ama gelin görün ki bu iddialı yolculuğa çıkmak beni ve bu kitabın bağlamını aşıyor. Derdimiz hayatın sırlarını çözüp Nirvana’ya ulaşmak değİL, lezzet algısı ve bu toplam algı içinde koku duyusunun rolünü anlamak. O zaman gevezeliğİ bırakıp geçen bölümde kaldığımız yere dönelim ve işimize bakalım!

Meksika’da yılda bir ton, taş çatlasın iki tona yakın vanilya üretilabiliyor ama talep çok yüksek, dolayısıyla yetmiyor. Kendi halinde hoş kokusu veya gerek kakaolu içecekler gerekse diğerk besinlerin lezzet algısını olumlu bir yöne çevirmesiyle vanilya hep revaçta bir çiçek. İnsanlar bu nedenle dünyanın Meksika’dan başka sıcak bölgelerinde de vanilya üretebilmek için çırpınıyorlar. Bu bölgelere erişimi olan sömürgeci/denizci uluslar, mesela İspanyollar Filipinler’de, Hollandalılar Java’da, İngilizler Hindistan’da vanilya plantasyonları kurmayı deniyorlar, amma velâkin beyhûde çaba,

bir türlü olmuyor. Vanilyayı ekiyorlar ekmesine, tamam da, bitki bir türlü çiçekten meyveye geçemiyor. Meyveleşme için çiçeğin döllenmesi gerek. Döllenme için *Mellipona* arısı lazım. Fideleri gemilerle diğer sıcak bölgelere getirebiliyorsunuz ama döllemeyi sağlayan arıyı nasıl getirip yaşatacaksınız?

İspanyollar, Hollandalılar, İngilizler dener de Fransızlar durur mu? Durmuyorlar ve 1820'lerde onlar da vanilyayı Afrika'ya, Madagaskar'ın dibindeki Reunion adasına getirip diyorlar. Unutmayalım ki o yıllarda denizcilik ve ticaretle uğraşan neredeyse bütün ulusların, dünyanın kendilerine göre doğusunda kalan bölgelerinde sömürgeler oluşturup oralandaki kaynakları kendi topraklarına aktaran bir "Doğu Hindistan Şirketi" mevcut. İlk bölümde çaydan bahsederken gördüğümüz İngiliz (*Honorable East India Company, EIC*) veya kendine esas model aldığı Hollanda (*Vereenigde Oost-Indische Compagnie, V.O.C.*) şirketi kadar etkin ve güçlü olmasa da, Fransızların da yeni topraklara erişimini ve ticaretini sağlayan böyle bir şirket (*Compagnie Française pour le Commerce des Indes Orientales*) var. İşte vanilyanın getirildiği Reunion'a Fransız bayrağını diken de ülkenin denizaşırı ticaretini gerçekleştiren bu Fransız Doğu Hindistan Şirketi.

Reunion adası, başka hiçbir nedenle değilse bile en azından sadece sürekli isim değiştirmesiyle yeterince ilginç bir ada. Adaya ilk adım atan Avrupalılar; Portekizliler. Ancak onlar yerleşmeyip zaman içinde çekilince Fransızlar işgal edip (1642) sürgün kolonisi haline getiriyorlar. O yıllarda Fransa'da yönetici hanedanın Bourbonlar olmasından sebep, ada 1649'da Bourbon Adası ismini alıyor. 1665'te Fransız Doğu Hindistan Şirketi sürgün ve mahkûmlar dışında ilk sivil iskânı başlatıyor. Ancak zaman geçip de Fransa'da devrim olunca adanın ismi Reunion Adası olarak değişiyor. Takiben Napoléon, Birinci Konsül olunca isim bir daha değişiyor ve oluyor Bonaparte Adası. Yetmedi, devamında İngilizler işgal edip eski adına Bourbon Adası'na döndürüyorlar ve ada Viyana Kongresi'yle Fransızlara geri gelene kadar isim öyle kalıyor. 1848'de Bourbonlar ikinci kez iktidardan düştüğünde gene Reunion Adası oluyor (hâlâ öyle).



Mauritius'un
100 mil güney
batısında bir
Fansız toprağı,
Reunion Adası.

Adanın bulunduğu bölge iklim yapısı itibariyle sıcak ve vanilyanın yetişmesi için gayet elverişli bir ortam sağlıyor. Adada kurulan ama istenen başarıyı sağlayamayan vanilya plantasyonunda çalışan bir de genç köle çocuk var, Edmond Albius. Anasız babasız büyümüş bu 12 yaşındaki gariban, Fereol Bellier-Beaumont isimli plantasyon sahibinin yanında, patronunun botanik merakına eşlik ediyor. Günün birinde Albius merakla vanilya çiçeğini incelerken açıklamış olduğumuz yapısal özelliği, yani erkek organla (*anther*) dişi organ (*stigma*) arasında bir zar katmanı (*rostellum*) olduğunu fark ediyor.

Hamle edip, tırnağının ucuyla zarı kenara çekiyor, boşta kalan erkek ve dişi organları da başparmağıyla birbirine bastırıyor ve *voilà!* Baharat dünyasının en büyük icatlarından biri, yani vanilyanın elle kendi kendini dölleyebilmesinin yolu açılıyor. Bitki kendi kendini dölleyebildiği sürece çapraz polenizasyona, yani arılara da gerek kalmıyor. Albius'un bu basit yöntemi (1841) halen kullanılan en yaygın yöntem. Elbette zaman içinde insanlar kirli tırnaktan kürdan veya benzeri çubuklara geçmiş durumdalar ama temel prensip olarak hâlâ aynı emek yoğun yöntem kullanılıyor.

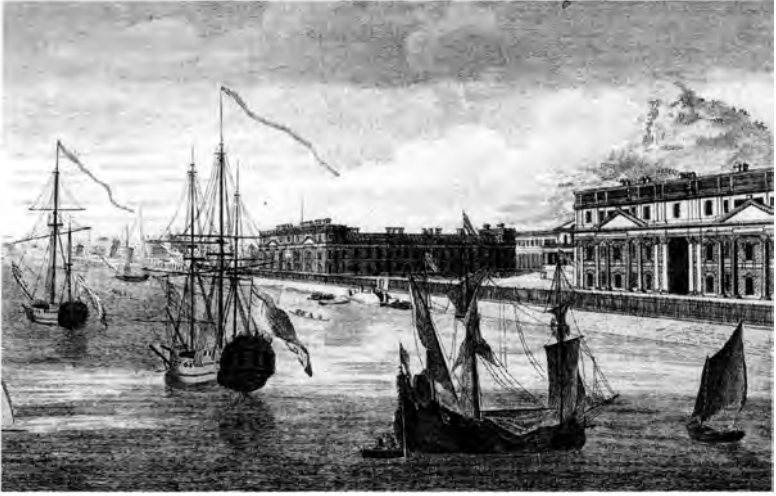
Reunion Adası'ndan gelen vanilya halen dünyanın en meşhur doğal vanilyası ve adanın eski ismiyle yani *Vanille Bourbon* olarak

anılıyor, yani “marka değeri” var. Ancak orada veya başka bir yerde, topraktan yetişen vanilya miktarı acaba dünya vanilya talebini karşılamaya yetiyor mu? Asla. Şu an için doğal vanilya üretimi en iyimser tahminle, kolasından dondurmasına yediğimiz veya içtiğimiz vanilya aromalı gıdaların, süründüğümüz parfümlerin, arabanın aynasına taktığımız muhtelif şekilli kokulandırma uygulamalarının gereksinim duyduğu miktarın sadece yüzde 1’ini (hacim olarak) karşılayabiliyor.

Bir aroma üreticisi şirketin (*Symrise A.G.*) açıkladığına göre yenilebilen / yenilemeyen 18 bin değişik ticarî üründe vanilya kokusunu duyumsuyoruz. Bu da yaklaşık 16 bin metrik ton vanilya kokulu hammaddenin dünya pazarına sunulması anlamına geliyor. Unutmayalım ki bir kilo vanilya çubuğu elde edebilmek için yaklaşık 600 vanilya çiçeği tek tek ve elle döllendirilmek zorunda. Bununla da bitmiyor, fermentasyonlarını da beklemeniz lazım, zira o çubukların daldaki yeşil ve taze hallerinde *vanilin* molekülleri kristalize olmuyor. Bu da fermentasyon için gereken bekleme süresinin finansman ve depolama maliyetlerini beraberinde getiriyor. Elinizdeki fermente olmuş ve kararmış çubukların da sadece yüzde 2’si *vanilin* kristali olarak ayrıştırılabilir. İyi de, doğal böyle zor elde ediliyorsa, pahalıysa ve talebin de bu kadar azını karşılayabiliyorsa, o zaman geri kalan yüzde 99’luk arz nereden geliyor?

ARTIK HİÇBİR ŞEY ESKİSİ GİBİ OLMAYACAK

Bunun cevabını verebilmek için Sanayi Devrimi’ne geri dönüyoruz. Nicholas-Theodore Goble, 1858 yılında vanilya dediğimiz zaman aklımıza gelen kokunun müsebbibi olan *vanilin* molekülünü neredeyse saf bir halde vanilya özütünün içinden ayrıştırıyor. Bu olay aynı zamanda “maddenin kendisinden” elde edilen ilk lezzet bileşimi olarak da tarihe geçiyor. Aradan geçen on beş küsur yılın sonunda bu kez Ferdinand Tiemann ve Wilhelm Haarmann isimli iki Alman biliminsanı, kimyasal sentezleme yoluyla vanilyayla hiç alakası olmayan bir doğal malzemeden, çam ağacının kabuklarından başlayarak sonunda *vanilin* molekülüne ulaşıyorlar (1874).



Avrupa'da kim varsa hepsi Hint diyan ile ticaret yapmak için şirket kurar da Fransızlar durur mu? Durmadılar elbette. XIV Louis'in efsanevi maliye bakanı Jean-Baptiste Colbert'in (merkantilizmin öncülerinden) örgütlemesiyle "Compagnie Française des Indes Orientales" için harekete geçildi. Yatırımcı bulmak için ilanlar verildi, 119 kentin tüccarlarına bizzat kralın imzalı olduğu mektuplar gönderildi, "Neden biber, tarçın veya pamuğu yabancılardan satın alalım?" diye sorularak iştahlar kabartıldı. Sonunda da baharata niyetlenmesine rağmen ağırlıkla pamuklu kumaş ithalatı yapacak olan şirket kuruldu. Madras yakınındaki Pondichery, şirketin Hindistan'daki en önemli yerleşkesiydi.



Takip eden yılda iki kafadar daha da ekonomik üretim süreçleri geliştirip bir *vanilin* fabrikası açıyor, dünya lezzet pazarının seyrini değiştirmeye başlıyorlar. O tarihten itibaren de artık hiçbir şey eskisi gibi olmuyor. Küçük bir not düşelim, sentezinin başlangıç noktası gene topraktan üreyen bir malzeme, yani çam ağacı olduğu için bu yol haritasıyla elde edilen *vanilin*'e *semi-sentetik* deniliyor. Sadece çam ağacından değil, karanfil veya kâğıt hamurundan (*lignin*) da *vanilin* elde edilebiliyor. *Vanilin* hep aynı *vanilin*, ama her başlangıç noktası farklı bir maliyete işaret ediyor.

Vanilin'in damakta (dondurma, çikolata, kek, bisküvi, şarap, viski, rom, vs.) algılanma eşiği oldukça düşük. Bu da mesela yüzde 40 alkol içeren bir içecekte 0.1mg/L mevcudiyetinin güçlü bir vanilya izlenimi yaratmasına yeterli oluyor. İyi de, içeceklerde *vanilin* dışarıdan konulmadıkça nasıl oluşuyor? Azıcık fermantasyon çoğucuk da dinlenme aşamasında oluşuyor. Hemen az önce anlattığımdan çıkarımda bulunabileceğiniz gibi, fiçıların üretildiği ağaçların (meşe) doğal bileşenlerinden olan *linylin*, alkol ve oksijen ile buluştuğunda etkileşime girerek yeni aromatik bileşikler oluşturuyor; *vanilin* de bunlardan biri. Bir diğer yöntem ise bekletme fiçısının doldurulmadan önce içini yakmak. Bu yöntemde de bir nevi incecik bir aktif karbon filtresi oluşturularak çürük yumurta, pişmiş lahana veya kuşkonmaz gibi sülfürik, istenmeyen kokuların filtrasyonu ve onların dışında kalan “hoş” aromaların belirginleşmesi sağlanabiliyor.

PEKİ, VANİLYA İLE *VANİLİN* ARASINDA NE FARK VAR?

En kısa anlatımla vanilya, *vanilin*'i de içeren geniş ve doğal bir formüle sahip. Çubuğu kokladığınızda veya çubuğun içindekiyle aromalandırılmış bir besin yediğinizde sadece *vanilin* değil *asetaldehit*, *furfural*, *öjenol*, *metil sinamat* gibi sayısı 200'e ulaşan farklı aroma molekülü daha duyumsuyorsunuz. Ne var ki *vanilin* molekülü baskın yapısıyla geri kalan 199 molekülün kat be kat önüne geçip tek başına bize bütünü çağrıştırmaya yetiyor. Buna bir de tükettiğiniz gıdayla beraber gelen sözel veya görsel yönlendirmeleri ilave ederseniz, aslında sadece *vanilin* yiyor ama kendinizi vanilya yemiş gibi hissedebiliyorsunuz.

Bunu Yapan Kaç Kişi?

Çin işi Japon işi derler ya hani bazı şeyler için, kâğıt da öylelerinden. Belgelenmiş ilk ortaya çıkışı, Çin'de. Yaygın kullanımı, hatta yazı yazma dışında paketleme malzemesi olarak dahi kullanımı, Çin ve Japonya'da. Tamam; önce-sinde *amate*, *parşömen*, *papirüs* falan var, hatta papirüs *paper* kelimesine de kaynak oluyor, ama onların belirgin özelliği yazı yazılacak ortamı oluşturmaları. Yani teknik olarak tam kâğıt sayılmazlar. Hadi, "kâğıdın öncüleri" diyelim, haksızlık etmeyelim.

Sır olarak saklanıyor kâğıt yapım teknikleri Çinliler tarafından, ta ki Talas Savaşı'na kadar. Talas Savaşı sadece Çin'in egemen olduğu alanın kısıtlanarak yerine Arap egemenlik bölgesinin oluşmasına sebep olmuyor; aynı zamanda ele geçirilen Çinli esirlerden kâğıt yapımına dair sırların Arapların eline geç-mesini sağlıyor.

Farkındasınız, Talas-Türkler-Müslümanlık bağlantısına girmiyorum; epey tartışmalı bir alan zira. Devamında Haçlı seferleri ve ticari ilişkilerle batıya doğru ilerliyor kâğıt yapım bilgisi. XIII. yüzyıldan itibaren su değirmenlerinin yanına yöresine kâğıt imalathaneleri kurulmaya başlanıyor. İlginç olan şu ki pamuk malzemeye erişim zorlanana kadar kâğıt hep kumaş artığı, yani paçavradan, kenevirden, bir dönem için de Asya'da ipekten yapılıyor.

Kâğıt hep odundan yapılır gibi geliyor ama o sadece "geliyor" işte, zira bizim bildiğimiz anlamda, yani odundan kâğıt yapımı çok çok yeni, ancak XIX. yüzyılda başlıyor. İlk denemeler pek başarılı değil, hamurdan çektirme yerine yongaların yapıştırılması ve düz bir plaka oluşturmaya deniyor ilk önce. Bu yöntemle basılan tek bir kitap var ve maliyeti de çok yüksek. Zaten bu nedenle hem yayınevinin sahibi hem de yöntemin mucidi olan muhterem iflas ediyorlar. Paçavradan kâğıt yapılırken kullanılan tekniklerin ağaç kütüklerine uyarlanabil-mesi ancak 1800'lerin ortalarında gerçekleşiyor.

Devamında kâğıt hamurunu ağartarak yüzeyi görece de olsa beyazlaştı-rmanın başarılmayla çok kısa sürede bütün kâğıt imalatçıları paçavralar yerine odunu hammadde olarak kullanmaya başlıyorlar.

Bunu yapmaya neden ihtiyaç duyuluyor? Çünkü pek çok üretici malını cazip kılıp satabilmek için bir şekilde formülün içine vanil-yanın damak üzerinden hissedilebilen kokusunu, yani aromasını dâhil etmek zorunda. Kısacası biz tüketiciler şekerli ve sütlü soğuk pelte değil, vanilya kokan şekerli ve soğuk sütlü pelte, yani "don-

durma” yemekten daha fazla keyif alıyor, paramızı da ona veriyoruz. *Vanilin*’in gerçekten vanilya orkidesinden elde edilen doğalını koymaya kalksalar özütünün kilosuna dünya para ödemeleri gerekirken, o paranın cüz’i bir kesrine dahi sentetiğini bulabilmeleri mümkün.

Bahsettiğim ürünler de öyle yüksek paralar ödeyerek satın aldığımız ürünler değiller. Küçük bir paket bisküvi, bir kutu dondurma, bir kare çikolata veya bir şişe “gazlı” meşrubat gibi görece ucuz ürünler. Görece ucuz oldukları için de üretici toplam lezzet algısına ulaşabilmek için en ucuz aroma seçeneği neyse onu tercih ediyor. Bütün bu saydığım ürünlerin ortak noktası ise, tahmin etmişsinizdir, hiçbirinin aslında bizim biyolojik ihtiyaçlarımızı karşılamaya yönelik olmaması. Fantaziler var ya sevgili okur, işte onlar sadece cinsel hayatımızın içinde yer almıyor. Hayatımızın her alanı aslında cüzdanımızı boşaltacak kadar güçlü bir şekilde fantazilerden oluşuyor ve beslenme fantazilerimiz de bunların en belirginlerinden sayılabilir.

İşin ilginç, doğal bir başlangıç noktasıyla sentezlense de *vaniline* 10 ABD Doları gibi ucuz fiyatlarla ulaşmak pek mümkün değil. Bu nedenle *vanilin* olmayan ama onun sentetik benzeşi diyebileceğimiz *etil vanilin* giriyor hayatımıza. *Etil vanilin*, petrokimyasal malzemenin kimyasal senteziyle elde ediliyor. Doğada herhangi bir malzeme içinde tek başına *etil vaniline* rastlamak mümkün değil, tamamen insan icadı bir molekül. “Sanayi Devrimi” dedik sevgili okur, sadece seri halde ürettirip ucuzlatmıyor, bir anlamda “yoktan var” ettiriyor, neredeyse hayatın her alanında üstelik. Ormanda yetişen plastik olmadığı gibi, *etil vanilin* de işte bu yoktan var olanlardan biri. Ancak *vaniline* göre üç ila beş kat daha kuvvetli kokması sebebiyle vazgeçilmez hammaddelerden biri haline geliyor. Kaba bir hesapla en az üç ölçü *vanilin*’in halledileceği aromalandırma işini bir ölçü *etil vanilin* hallediveriyor.

Peki, bizler vanilyalı diye tükettiğimiz ürün içinde ne kullanıldığını anlayabiliyor muyuz? Bu sorunun cevabını merak eden sadece biz değiliz ve bu konuda yapılmış bazı duyusal analiz deneyleri mevcut. Duyusal analizden kastım, herhangi bir laboratuvar ölçüm cihazı kullanmadan deneye katılan insanların gıdayı

tüketerek edindikleri izlenime dair ifadelerine müracaat etmek, bir başka deyişle (her ne kadar fark ettiğiniz üzere toplam bir lezzet algısının tek bir duyuyu ifade eden “tat” kelimesine sıkıştırılmasına karşı olsam da) galat-ı meşhur bir deyimle “tadına baktırmak”.

Evet, bu deneylere katılanların çoğu muhtelif gıda içinde vanilya (hani şu *vanilin* hariç 200 küsur molekül daha içeren vanilya) ile *vanilin*i (hani şu vanilya içinde beraberinde 199 molekülle beraber kokan *vanilin* ama burada yalnız olan) ayırt edemiyor. Ne kullanılırsa kullanılsın, yediklerini beğeniyor, “vanilyası güzelmış” diyorlar. Sadece dondurma söz konusu olduğunda doğal vanilya kullanılan örneklerin beğenilmesinde bariz bir olumlu fark ortaya çıkıyor. Bu sonuç da açıkçası beni biraz şaşırtıyor, zira emin olun doğal vanilyanın nasıl koktuğunu bilmeyen ya da çubuğu görünce “aa, bu muydu” diye tepki gösteren çok sayıda insan tanıdım. Ne var ki bugün elde edilen bu sonuçlar iki nesil sonra aynı çıkar mı, ondan pek emin değilim.

Sanayi Devrimi sonrası ortaya çıkan yeniliklerin beslenme hayatımızı nasıl etkilediğine tek örnek elbette *vanilin* değil. 1858 yılında vanilyanın ayrıştırılması ve devamında sentezlenmesiyle başlayan yolculuk, 1859 yılında keklik üzümünün karakteristik kokusunu veren *metil salisilat*’ın, 1870 yılında acıbademin karakteristik kokusunu veren *benzaldehit*’in sentezlenmesiyle devam ediyor. Bu malzemelerin ilk müşterileri şekerleme ve meşrubat üreticileri. XIX. yüzyılda internet sitesi veya B2B gibi kavramlar mevcut olmadığından üreticilerin yeni ürünleri, ulusların da aslen birer güç gösterisi olan teknolojik gelişimlerini muhtemel alıcılara, ve tabii dosta düşmana sergileyebildikleri en önemli mecra bazı ülkelerde belli aralıklarla gerçekleştirilen ve “Büyük Fuar”, “Sanayi Fuarı” gibi isimlerle anılan fuarlar. Bu fuarlar aynı zamanda Sanayi Devrimi’nde geline aşamaların da birer vitrini vazifesini görüyorlar. Yapay olarak aromalandırılmış ilk şekerlemeler de Londra’da gerçekleştirilen Büyük Fuar’da “kimya” tabelası altında sergilenecek fuarı gezenlere modern bilimin harikası olarak sunuluyor.

XX. yüzyılın hemen başlarında bilinen yapay aroma molekülü sayısı 20 civarında. Ancak bunların bazılarının aynı ürün içinde

birlikte kullanımlarıyla ortaya çıkan kompoze lezzetleri, mesela muhtelif meyve aromalarını birarada barındıran sakızların “tek bir meyve” değil “karışık meyve sepeti” gibi algı yaratan farklı koku profillerini elbette bu rakama ilave etmek gerekiyor.

Lütfen bir yanlış anlaşılma olmasın: İki bölümdür anlatıyorum ama ne doğal, ne sentetik *vanilin*’i, ne de etil *vanilin*’i sağlığa zararlı sınıfına sokuyor değilim. Merak etmeyin, gereksiz ile zararlı arasındaki farkı biliyorum. Zaten gıda üretim süreçleri ve kullanılan malzemeler özellikle Avrupa’da çok sıkı denetleniyor ve böyle bir duyum olsa muhtemelen hemen ayağa kalkardık. Biz kalkamasak da onlar kalkardı, biz de internetten takip edebildiğimiz kadarıyla ederdik. Eh, bu da bir şey sevgili okur.

Keza biz burada kokunun kaynağı olarak da aynı molekülden söz ediyoruz, aynı izlenimi veren farklı malzemeden değil. Son söylediğim karışık gelebilir, örnekleyerek anlaşılır kılmaya çalışayım: Kırmızı rengi doğal olarak böcekten (*Kermes vermilio*/kırmızı böceği) veya kimyasal sentez yoluyla elde edebilir, elinize geçen boyalarla da bir parça kumaşı boyayabilirsiniz. Gördüğünüz, yani izleniminiz aynı renkte ve tonda kırmızı kumaş parçaları olmasına rağmen, bu eş izlenime yol açan rengin malzemesi kimyasal olarak birbirinin aynı değildir. Bir başka deyişle, iki kumaşta da aynı kırmızıyı görürüz ama o kırmızılığı veren boyalar aslen farklı kimyasal yapılardadır.



Kaktüs yaprağına yapışmış gördüğünüz Koşinea böceğinden elde edilen kırmızı boya, orta Amerika’daki İspanyol sömürgelerinin gümüşten sonraki en önemli ihracat kalemiydi.

Kırmız Böceği

Kırmızı boyanın böcekten elde edilmesi ile ilgili o kadar çok haber ve yazı var ki; buna ayrı kutu açıp bilgiyi paylaşıp paylaşmamakta mütereddit kaldım. Eğer şu an okuyorsanız, bu da editör kişinin “Yok, bilmeyen vardır. Bunu da koyalım” yönündeki tasarrufundan sebep olmuştur, kesin. Bakmayın aslında, böyle yaparak vicdan rahatlatıyor, çünkü bu kutu karşılığında en az on kutuyu “Ağbi, bunun konuya katkısı yok, olmaz böyle!” diyerek tırpanladı.1

Sanayi Devrimi öncesinde bütün boyar maddeler, bitki, hayvan, böcek, yosun gibi doğal malzemeden elde ediliyor, bu malum. Hem kırmızı hem de crimson, bitten, böcekten gelen isimler. Bitin ne alakası var dersiniz, çok alakası var. Kabuklu bit ve böcekler, yani gerek *Dactylopius coccus* gerek Kermes vermillio, diğer adıyla renge bizim kullandığımız ismi veren “kırmız böceği” gerekse de *Kermes ilicis* bu tip hayvansal kırmızı boya kaynaklarından.

Aztekler, kaktüslere yapışan *Dactylopius coccus*’tan elde ediyorlar canlı kırmızı rengi. Koşineal böceği denilen bu böceğin boyası kırmızı’ya göre daha güçlü olduğundan İspanyollar tarafından Avrupa’ya getirilince boya pazarını domine ediveriyor hemen.

Bu böceğin dişisi yumurtlama döneminde renk değiştiriyor. Tam bu değişim olurken de larvalarıyla beraber insanlar tarafından toplanıyor. Çalkalanarak, kaynatılarak veya fırınlanarak öldürüldükten sonra kurutulup üzerlerine bir çözücü sıvı dökülüyor ve rengin sıvıya aktarımı sağlanıyor. Filtre de ediliyor ki içinde böcek parçası kalmasın. Oksidasyona çok dayanıklı, bu yüzden de uzun süre renk kaybı yaşamadan parlaklığını sürdürebiliyor.

Başlarda kumaş boyamada sonraları gıda, kozmetik falan, kırmızıya ihtiyaç duyulan neresi varsa orada kullanılıyor. Gene de diğer bazı bitkisel veya sentetik boyalara göre oldukça pahalı kalıyor. Fiyatından sebep kullanıldığı rivayet olunan bazı ucuz meşrubatın içinde yer alması da ekonomik olarak mümkün değil. Ama sosis, salam gibi et ürünlerinde kullanılıyor tabii.

Vegan, vejetaryen, hayvan hakları savunucusu, Müslüman veya Yahudiyseniz tabii ki yememek için neyin içinde olduğunu bilmeniz lazım. Şu tanımlara dikkat o zaman: E120, koşineal, karminik asit, karminler.

Bu konuda duyarlı hanımefendilerin ruj içeriklerine de bir göz atmalarında fayda var, zira bu tip boyalar renkli kozmetiklerde de kullanılıyor.

1 İşte editörlük böyledir sevgili okur, yazılması için dil döktüğün kutuların, yazıların “esâmisi” okunmaz da çıkartılmasını önerdiklerin böyle karşına çıkarılır. Üstelik bu da “böcekli” bir kutuda yapılır! (e.n.)

İşte aroma molekülleri söz konusu olduğunda, bu verdiğim örnekler geçersiz kalıyor, zira hem etki hem de etkiye neden olan kaynak, kimyasal olarak birbirinin aynısı olmak zorunda. *Vanilin*'iniz sentezlenmiş veya doğal olarak bitkinin kendisinden elde edilmiş olabilir (yeter ki *etil vanilin* olmasın, o aynı izlenimi yaratmaya çalışan benzeş bir molekül sadece), sonuçta ortaya çıkan iki molekül de birbirinin aynısı. Yapay *vanilin*'le aromalandırılmış bir dondurma yemenizle doğal *vanilin*'le aromalandırılmış bir dondurma yeme deneyiminiz arasında, en azından damağınızdaki lezzeti sağlayan koku bileşikleri açısından kimyasal bir fark yok. Hemen "Aaa, ama hani doğal vanilya kullanılan dondurma daha çok beğenilmişti?" diye itiraz etmeyin; vanilya-*vanilin* değil, *vanilin-vanilin* mukayesesi yapıyoruz.

Ancak bu aynılıktan kaynaklanan zararsızlık hali elbette sadece tüketim deneyimimizle sınırlı bir sonuç. Biraz çerçeveyi genişletip söz konusu malzemenin yapay olarak üretilme sürecinde çevre ve doğayı nasıl etkilediğine bakabilir, bu etkinin dolaylı olarak bizi veya bizden sonraki nesli nasıl bir geleceğe yönlendirebileceğine kafa yorabiliriz. Keza gene daha önce belirttiğim üzere bu tip ürünlerin bizim biyolojik ihtiyacımızı karşılamaktan uzak olduklarını fark edebilir, dolayısıyla bunlara neden ihtiyaç hissettiğimiz konularına girebilir, bütün bunları yaparak da sisteme dair apayrı bir tartışmayı mümkün kılabiliriz.

Böyle bir tartışma da kaçınılmaz olarak sadece teknik değişimleri değil, sermaye yapılanması ve üretim araçlarının mülkiyeti, devamında içimizdeki arzunun nasıl ve neden imal edilip hangi kritik noktadan sonra arzu değil de ihtiyaçmış gibi algılanmaya başladığı gibi konuları peşine takarak içinde yaşadığımız ekonomik ve sosyal sistemin tüm bileşenlerini karşısına alır. Elbette gün gelir bunları da tartışırız ama bu kitapta değil elbette.

Yaramazlık yapmayı bırakalım ve bu tartışma önerisini bir kenara koyarak konumuza son kez geri dönelim: Elimizde paraya kıyıp aldığımız doğal vanilya çubuklarından üretilmiş mükemmel bir özüt var veya bilindik bir üreticiden iyi kalitede *vanilin*

temin ettik. Sadece koku duyumuza uyarı gönderen bu malzeme tek başına bizde belirli bir lezzet algısı yaratabilir mi? Hayır. Parçalarının toplamından başkalaşan o muhteşem olguyu, yani lezzet algısını elde edebilmek için koku her ne kadar en önemli bileşen olsa da tek başına yeterli olmuyor ve başta tat duyumuz olmak üzere daha pek çok farklı duyuşsal uyarana ve aralarındaki sistematik ilişkilere gereksinimimiz var. Tat, koku, doku gibi bütün duyuşsal uyarılar, aralarındaki ilişkilerle birlikte biraraya geldiklerinde oluşın bütüncül algı, onu oluşturan parçaların toplamından farklı bir şey; “lezzet” oluyor.

Nerelerden Nerelere

Birkaç yıl önce, bir kitapçıdan *National Geographic*'in *Duyularımız* isimli bir DVD'sini almıştım. Şimdi tabii artık DVD falan yok, çevrimiçi film veya dizi izlenebilir platformlar, torrentlerin bile pabucunu dama atmış durumda. Neyse, işte o DVD'nin içeriğinde sıkça rastlanan hoş bir deney var. Bir profesör hanımefendi, üniversitenin bahçesinde elinde bir tabak ve kaşıkla dolaşıp öğrencilere göz ve burunlarını elleriyle kapamalarını söylüyor ve sonra kaşığa doldurduğu maddeyi ağızlarına sokuyor. Öğrencilerin hiçbirinden anlamlı bir tahmin gelemiyor, ağızlarının içindekinin ne olduğuna dair. Burunlarını açma izni verildiğindeyse, hepsi hayretle tarçını tanımlayabiliyorlar.

Tarçının ne kadar kuvvetli bir bahar olursa olsun, kıymeti aromasından menkul olduğu için koku almadıkları sürece maalesef doğru tanıma ulaşmaları imkânsız oluyor. Ben de ders ve sunumlarımda benzer bir deney uyguluyorum katılımcılara. Hatta bir adım ileri götürerek gözleri de açık bırakıyor, buna mukabil yenilecek maddenin rengini aromasıyla ters düşecek yanıltıcılıkta bir renk seçiyorum ki deney sonunda burun açılıp kokuya yol verildiğinde ve yenilenin ne olduğu meydana çıktığında daha güçlü bir sürpriz etkisi oluşsun. Kendi notlarımda bu deneye “Kokunun Gücü” adını veriyorum. Bu güçlülük diğer duyuları daha aşağıda değerlendirmekten sebep bir güç değil, sadece yeme içme eylemimizde

kokunun önemine dikkat çeken, bu eyleme özel duyular hiyerarşisi içinde kaçınılmaz olarak var olan bir güçlülük ve konumlanma hali.

Evet, koku diğer duyuusal uyarılarla birleşiyor ve toplam algıyı, yani lezzeti oluşturuyor. Bizler bunun çok farkında değiliz, oysa bilen biliyor. Satılan yiyecek veya içeceğin lezzet algısını arttırmak ve dolayısıyla satış şansını yükseltmek veya tam tersi, maliyeti düşürerek hacme bağlı olarak kârları katlamak doğru aroma kullanımıyla mümkün. Yiyeceklerde kullanılan aromalar da tıpkı parfümlerde kullanılanlar gibi ya maddenin kendisinden alınarak ya da o madde ile ilgisi olmayan başka malzemelerden elde edilerek istenilen etkiyi öne çıkarıyor. Sonuçta ortaya çıkan lezzet aynı ama o lezzete ulaşmanın kökenleri farklı oluyor.

Yiyecek ve içecek paketlerinin üzerinde gördüğünüz “doğal aroma” veya “doğala özdeş aroma” kelimeleri işte bu farkı ifade ediyor. Cornell Üniversitesi’nden Terry Acre olayı şöyle açıklıyor : “Bir doğal aroma, eski teknolojiyle üretilmiş bir aromadır. Doğal ve yapay aromalar bazen aynı kimyasalları içerebilirler ama değişik yöntemlerle üretilirler. Mesela muz lezzetinin baskın ana unsuru *izo amil asetat*’tır. *İzo Amil asetat* bir solvent yardımıyla muzdan elde edilirse doğal olur. Bir başka yöntemle, sirke, *amil alkol* ve katalist olarak da *sülfürik asit* kullanılarak üretilirse bu kez yapay aroma olur.” Her iki yöntemde koku algımız aynıdır. İkincisine, yani yapay aromaya da kelimenin iticiliği nedeniyle “yapay” denmez, “doğala özdeş” denir.

Daha önce Ellen Ruppel Shell’den, yani Boston Üniversitesi’nde “Bilimsel Gazetecilik” üzerine dersler veren bir öğretim üyesi ve Smithsonian Enstitüsü’nün dergisi için hazırladığı dosyadan, dosya içeriğinde de *IFF* (International Flavors and Fragrances) ile yaptığı görüşmede muhatabı olan lezzet uzmanının (flavorist) kurduğu cümleden bahsetmiştik: “Yapılan en iyi yaban mersininin bu olduğunu düşünüyorum. İçinde bir dirhem yaban mersini yok.” Bu açıklama, bugünün endüstriyel gıda üretiminin en kısa ve net özeti sayılabilir.



“Ulusal Tavanarası”

Hani “adamlar yapıyor yaw!” denir ya, Smithsonian Enstitüsü işte, bu deyişe “cuk!” oturacak bir örnek. Sadece 19 müze, 9 araştırma merkezi ve onlarca farklı bilgi üretme ve sergileme birimiyle, toplam 200 noktada 154 milyon nesne sergileniyor ve sürekli popüler etkinlikler düzenleniyor enstitünün bünyesinde.

James Smithson isimli bir İngiliz biliminsanının vasiyetiyle oluyor üstelik bütün bunlar. Vasiyet de ne vasiyet, intikal ânında ABD bütçesinin 1/66’sına denk geliyor rakamsal büyüklüğü. 1846 yılında kurulan enstitü ve bağlı müzeler, yılda 30 milyon ücretsiz ziyaretçi kabul ediyor. Yıllık bütçesi de bir milyar iki yüz milyon Dolar. “Ulusal tavanarası” diye lakaplandırılan kurumun bütçesinin bir kısmı lisans gelirleri, üyelik ücretleri, dergiler (yazıda bahsettiğim dergi ve havacılık odaklı bir diğeri), kurumsal ve kişisel bağışlardan sağlanırken, çoğunluğu federal fonlardan geliyor.

“İnsanlar arasında bilgi artışı ve dağılımı için bir kurum” olarak tanınıyor kuruluş senedi Smithsonian Enstitüsü’nü. Miras bırakılan para altın olarak İngiltere’den 105 çuvala getiriliyor. Getiriliyor da, müzeleri, araştırma merkezlerini oluşturmak zaman işi. Bırakın oluşturmayı, neyi nasıl yapacağına karar vermek bile zaman alıcı bir iş. İyi de, onca para nasıl değer kaybetmeden, hatta mümkünse üstüne iki, üç, Allah ne veriyse konularak bekletilecek bu süre boyunca?

Hem getirisi olsun hem garanti olsun diye gidip Arkansas eyaletinin ihraç ettiği tahvillere yatırılıyor paralar. Gelin görün ki eyalet iflas ediyor ve tahvillerin geri ödemesi de yalan oluyor (1933’e kadar iflas edip tahvilini ödemeyen eyalet sayısı oldukça fazla ABD’de). Bunun üzerine eski başkanın (Adams) bastırmasıyla kongre olaya el koyuyor ve başka kaynaklardan aktarım yaparak açığı kapatıyor.

Hem teknoloji (özellikle uzay ve havacılık) hem de doğa tarihi örneklerini sergilemesi açısından tabii ki insanın içi giderek baktığı oluşumlardan. Haydi, teknolojiyi geçtim, bari münferit iyi niyetli oluşumlardan ayrı olarak geniş kapsamlı, profesyonel olarak idare edilebilen, merkezî konumda bir doğa tarihi müzemiz olsaydı, bakın “on dokuz tane” değil, “bir tane” diyorum, fena mı olurdu?

Yapay aromalar aslında 1900'lerin başında üretilmeye başlanmış olsalar da, yaygın kullanımları 1960'ların başına rastlıyor. O dönemde, çok kısıtlı yiyecek ve içecek maddesinde ve zaten doğal halde mevcut aromaya katkı sağlamak üzere az miktarlarda kullanılıyorlar. Kısıtlı yiyeceklerden kastım, başta şekerleme ve alkolsüz içecekler. Mevcut aromaya katkı sağlama işlevi giderek yardımcı oyunculuktan başrol oyuncululuğuna, muavinden şoföre doğru bir dönüşüm gösteriyor. Sebep basit, çünkü asıl olandan çok daha ekonomikler ve kim ucuz bir alternatifi elinin tersiyle ötelemek ister? Isıl işlem vesair koşullara dayanabilmeleri, uzun süre varlıklarını ürün içinde sürdürebilmeleri gibi "avantajlar"la mutfakların veya daha doğrusu market raflarının içine yerleşiyor ve yayılıyorlar.

Tabii ki ilk başlarda kimse yapay aromaların doğal lezzetlerin yerine tamamen geçeceklerini beklemiyor. Buna uygun olarak o dönemin lezzet uzmanları da az önce bir cümlesini örnek olarak verdiğim muhteremden çok daha mütevazılar. 1950'lerde aroma kimyasalları üreten bir şirketin sektöre yönelik bir dergide yer alan reklamında şu ifadeyi görebiliyoruz: "Yeni kiraz aromamızı duyurmaktan gurur duyarız. Mükemmeldir, ama elbette tabiat ana ile mukayese edilemez." Aynı işi yapan iki kişinin zaman içinde değişen beyanları arasındaki farkı görebiliyoruz, değil mi sevgili okur?

1960'larda, bu alanda elde edilen her başarı, bu alanda çalışanları biraz daha kamçılıyor ve meyvelerden sebzelere, sebzelerden etlere kadar pek çok lezzetin sentetik olarak yaratılması çabası büyüyor. Elbette hepsinde mükemmel başarı elde edilemiyor ve bazı aromalar, mesela çikolata, kahve veya ekmek, doğala özdeş bir aroma formülüne tam anlamıyla ulaşabilmiş değil.

Ekmek ve çikolata çok uç örnekler oldu, farkındayım. İlki pek çok kültürde başlangıç veya ana besin, diğeri sonuç veya aksesuar besin diye de tanımlanabilir elbette. Ekmek bizim kültürümüzde önemli ama sadece bizim kültürümüzde değil; pratik, ucuz ve doyurucu olması açısından buğdaya erişimi olan bütün kültürlerde neredeyse kutsal bir anlamı var. Sabah sekiz akşam sekiz bitap

düşene kadar çalışmamızın karşılığını hangi refah seviyesinde olursak olalım “ekmek parası” diye tanımlıyoruz mesela.

Sınırlarımızın ötesinden bir başka örnek vereyim. İngiltere’de “yakın arkadaş”, “yoldaş”, “eşlik eden” anlamına gelen *companion* kelimesinin kökeni Latince’den geliyor; *panis*’den, yani ekmekten. *Companion*, bir ekmeği bölüp paylaşılan kişi demek. En önemli gıda maddesini paylaşabilecek kadar yakın kişi veya “ekmeğime ortak” anlamında yani. Japonlarda buğday değil, onun yerine pirinç var. Bundan sebep onlar da iki karşıt cins arasında mahrem ve özel yakınlığı tanımlamak için “aynı kâseden pirinç yemeyi” tarif ediyorlar. Hasıl-ı kelâm, kâsenin içindeki pirincin veya sevilen kişiyle paylaşılabilir bir somun ekmeğin lezzetine yapay olarak tam anlamıyla (veya tatmin edici bir şekilde) henüz ulaşılabilmiş değil aroma üreticileri.

Ancak aslının aynısı gibi algılanabilecek lezzetine tam olarak ulaşılamasa bile bunların çeşitlendirilmesinde yapay aromalar elbette kullanılıyor. Yani vanilyalı kahve veya ne bileyim, biberli çikolata vs. gibi. Sakızlı Türk Kahvesi aradım mesela geçen gün ve bana satıcıların önerdiklerinin pek azında gerçekten sakız vardı. Hoş, kahvenin içinde sakızın kendisini kullanmak elbette birtakım sorunları beraberinde getirebiliyor, sakız parçacıkları cezvenin dibine yapışabiliyor. Ancak ben de doğal olarak paramın karşılığında ne aldığımı bilmek istiyorum. Sakızlı kahve talep ettiğimde sakız aromasıyla desteklenmiş kahve değil çünkü kast ettiğim. Etiket üzerindeki font büyüklükleriyle oynanarak ve “aroma” kelimesi minnacık yazılarak veya paketin arka yüzündeki içeriklerin altına atılarak yapılmaya çalışılan küçük yönlendirme oyunları da bu nedenle hiç ama hiç sempatik gelmiyor. Sakız aromasının sağlığım için bir zarar oluşturmadığını biliyorum ama bunu bilmem, istediğimin yerine sanki oymuşçasına başka şey sunulmasına sinirlenmeme mâni değil.

Evet, bugün için süpermarket raflarında yer alan gıda ürünlerinin ezici çoğunluğunda bir şekilde bir veya birkaç aroma mevcut. Ürün ucuzladıkça bu olasılık da artıyor elbette, zira hepimiz

“doğru olamayacak kadar iyi” (*too good to be true*) lafını biliyor, ancak gündelik hayatta kendi karşımıza çıkan durumlarda aklımıza getirmiyoruz. Özellikle ana besin maddelerinin dışında kalan “atıştırmalık” ürünlerde bu kural mükemmelen çalışıyor. Tekrar ediyorum, kullanılan malzemenin uluslararası standartlarda sağlık endişesine yol açacağını, en azından bugünkü bilgilerimiz dâhilinde söylüyor değilim. Ancak çocuk gibi kandırılmak da keyifli bir duygu değil. Sadece rengi koyu kahverengi ve şekerli diye bize sunulan her şekerleme kaplamasını biz çikolata diye kabul etmek zorunda mıyız, sevgili okur? Ya kurabiyelerin içine konulmak üzere satılan o küçük kahverengi damlacıkları? Hiç mi çikolata yemedik, hiç mi bilemeyiz gerçeğinin neye benzediğini Allah aşkına?

Sadece aroma değil, yapısal olarak tanımına uygun olmayan ürünler de bizlere orijinal tanımıyla beraber satılıyor. Misal, marketten hazır paket tavuk şnitzel mi alacaksınız? Tavuk şnitzelin tavuğun etinden imâl edilmiş olması gerekiyor, kıymasından değil. Dolayısıyla kıymasından imal edilip şnitzel formu verilmiş olanı “şnitzel” diye etiketlemek “unutmuşuz”, “canım ne fark eder ki?” veya “yönetmeliklere uygun ama?” diye açıklanacak bir durum olmaktan çıkıyor ve algımız iyi niyet kavramından uzaklaşarak yönlendiriliyor. Bakın, şnitzel diyorum, nagıt (*nugget*) denilen ve Türkçesi mevcut olmayan garabetin yapısına, ne kadarının tavuğun yenilebilir etinden oluştuğuna, şekilsiz görülen o ufak parçaların aslında dört farklı kalıpta şekillendirilip doğal halinde öyle oluşmuş parçalar algısı için karışık halde servis edilmesi konusuna falan girmiyorum bile.

Daha bizden bir örnek vereyim. Sucuk mu alıyorsunuz? Ambalajın üzerinde sadece “ısıt işlem” veya “fermente” kelimelelerinin değil, bunların birer cümlelik açıklamalarının da yer alması gerekiyor. Hem, söyleyin Allah aşkına, kaçımız fermente ile ısıt işlem arasındaki farkın ne olduğunu biliyoruz? Sonuçta tüketici talep etmeli ki, üretici eğer bunları kendi iradesi ile uygulamıyorsa, düzenleyici kurallar yani yönetmelikler devreye girebilsin.

Bir İcat Olarak Nagıt

1963 yılında Cornell Üniversitesi'nde bir gıda bilimci olan Robert C. Baker icat ediyor nagıt denilen yiyeceği. Tavuğa kişisel olarak da epey düşkün olan Robert Bey, önce kıyma haline getirilmiş sonra üzerinde ekmek kırıntılarıyla dondurulmuş tavukları sosis gibi çubuk formunda yapıyor.

Bu sayede de o zamana kadar bağırsak gibi bir zar içine hapsedilmediği sürece dağılmasının önüne geçilemeyen kıyma ürünlerine çözüm getirmiş oluyor.

Tabii hemen gidip akademik bir dergide yayımlatıyor çalışmasını. Sadece bu değil, tavuk sosisi ve hindi salamı da dâhil olmak üzere 50'den fazla tavuklu üründe onun imzası var.

Ancak bu basit icatlarını akademik dergilerde yayımlarken hiçbirini patentlemediği için meşhur burger zincirinin 1970'lerde kendi adına patentledikten sonra sattığı milyarlarca nagıttan hiç ekonomik çıkarı olmuyor.

Malum zincirdeki nagıtlar da rastgele tavuk parçaları gibi görünüyor olsalar da aslında dört ayrı şekilden ibaretler. 2006 yılında ölen Robert Bey'e buluşları nede-niyle teşekkür mü etmeli, yoksa sitem mi, bilemedim...



Tabakta karışık gelince tesadüfi zannedebileceğiniz nagıt çeşitleri, aslında bu dört şekilden oluşuyor.

Bugün geldiğimiz teknolojik nokta itibariyle sebze proteinlerinden tavuk şeklinde ve dokusunda bir cisim oluşturabildiğimizde aroma kimyasalı şirketleri buna hemen tavuğun göğüs eti aroması, tavuk yağı aroması, tavuk derisi aroması ilâve etmeye hazırlar. Doğal gıda kaynaklarımızın yetiştirme alanlarının yerlerine yerleşim alanları oluşturmak konusundaki hevesimiz de göz önüne alınırsa, çok yakında gıda standardımız da bu olacak gibi görünüyor zaten.

Yağda Pişmiş Et Dilimi

Çok uzun yazılabilir ama mümkün mertebe kısa tutacağım. Schnitzel (şnitzel); dilimlenmiş et. İsim Almanca ama Alman kökenli değil. En meşhuru Wiener Schnitzel ama Viyanalı da değil. Sadece süt danasından yapılır deniyor ama tavuktan, hindiden, biftekten veya domuzdan da yapılabilir.

Wiener, yani Viyanalı olması taş çatlasın 1800'lü yılların ortasına kadar geri gidebiliyor. Ama ekmek kırıntısı ile kaplanıp yağda pişirilmiş, ince dövülmüş et dilimi dersiniz, Roma İmparatorluğu'na kadar (Apicius Kitabı, gençler?) yolunuz var. Hatta ekmek kırıntılı yiyecek dersiniz, Bizans'a da buyurabilirsiniz.

Kızarmış ekmek kırıntısı, altının sarı ve parlıtlı görselliğini yakalamak için kullanılıyor. Kayda geçen ve kemikli olması hariç bugünküne en benzeyen örneğin Milano'dan çıkması (St. Ambrigio Katedrali'nde bir davet; yıl 1134), bundan sebep şaşırtıcı değil.

Cotoletta alla Milanese'den bahsediyorum, yani dövülmüş, kemikli, ekmek kırıntılı ve kızarmış ince et diliminden. Bu çok sevilen et yemeği 1857'de önce Habsburg kontrolündeki Milano'dan gene Habsburg Viyana'sına, oradan da Almanya'ya, Avrupa'ya falan yayılıyor.

Wiener olan en havalısı tabii. Kuralları var. Et, süt danasından olacak. Başka et kullanıldıysa yemeğin ismine onu ekleyip tamlama yapmak gerekiyor. Nasıl ki havyar, mersin balığı yumurtasındandır da, somondan yapılırsa "havyar" değil "somon havyarı" denir, onun gibi düşünün. Keza kemiksiz ve incecik dövülmüş olması gerekiyor.

Piştirilme yağı olarak ilk başlarda hayvansal yağ, hatta sade yağ kullanılmış. (Tereyağının suyu ayrıştırılarak çıkarılmış, yani "çektilererek" daha saf hale getirilmişine sade yağ denir; bkz. *KK - II - Parfümler*, "Birkaç Malzeme: Civet, Amber, Paçuli, Neroli".) Serviste ete genellikle bir dilim limon, tereyağı ve patates salatası eşlik ediyor. Yanına kızarmış patates koyayım, pilav koyayım, turşu koyayım, yok öyle şeyler.

Hayvansal ürün tüketmiyor olabilirsiniz veya yağda kızarmış gıdayı sağlıksız bulabilirsiniz. Gene de schnitzel'in hayatı kolaylaştırdığına dair kabul etmemiz gereken bir gerçek var: Eğer Viyana'ya yolunuz düşerse ve uygun fiyath bir restoran aranmak durumunda kalırsanız yapacağınız tek şey muhtelif restoranların kapı önüne astıkları menülerdeki schnitzel fiyatlarını karşılaştırmak.



Yağ var, yağ var. Bu gördükleriniz muhtelif kanatlı hayvanlara ait ve çektirilmiş, yani sade yağ gibi konsantre hale getirilmiş yağlar (schmalz). İnanç sistemleri gereği (kaşrut) kızartma için sütle et bir araya gelmemesi gerektiğinden tereyağını, yasaklı hayvan olduğu için de domuz yağını kullanamayan orta Avrupa Musevileri ne yapacaklar? Zeytinyağı kullanılabilir gibi düşünülse de, orta Avrupa dedik, zeytini kim kaybetmiş ki onlar bulsun? Koyun veya sığırdan yağ çıkarabilirsin, ama onlar da çok pahalı, kızartma yapmak için mantıklı ve ekonomik seçimler değil. Muhteremler de el mahkûm elde kalan tek seçenek olan kümes hayvanları üzerine kafa yormaya, onları daha yağlı hale getirebilecek besleme şekillerine yoğunlaşmaya başlamışlar. Roma İmparatorluğu'nun çöküşünden sonra uzunca bir zaman ortadan kaybolan yağlı kaz ciğerinin (*foie gras*) Avrupa'da tekrar ortaya çıkmasının, Musevilerin bu çözüm arayışlarının kazlara uygulanmasının yan ürünü olduğu söylenir.

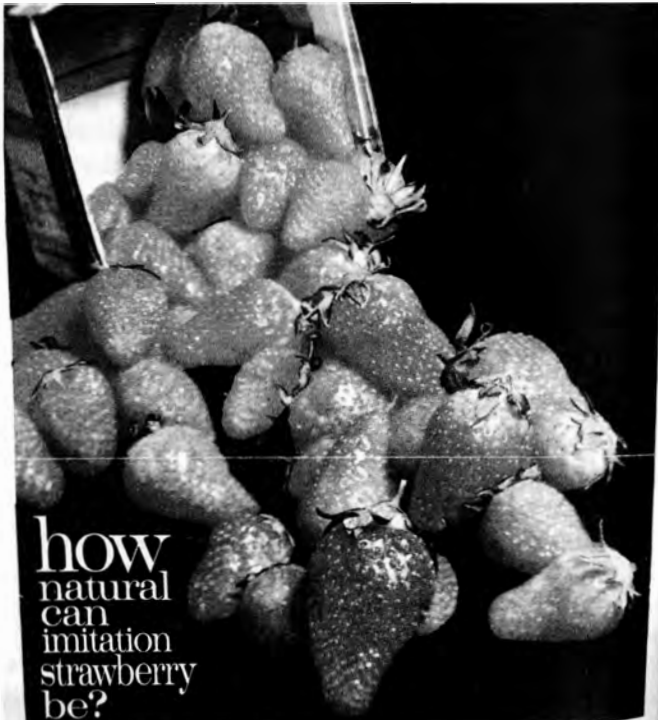
Kahve veya fırınlanmış et gibi bazı kompleks aromalar, 1.000'e yakın farklı uçucu molekül içeriyorlar. Çileğin doğal halindeki aroması mesela 350 değişik molekülden oluşuyor. Ancak koklayanın zihninde çilek izlenimini oluşturabilmek için hepsini kullanmak şart değil. Sadece öne çıkan bazı molekülberaberlerinde diğer duysal yönlendirmelerle birlikte bizde "çilek" izlenimi yaratmaya yeterli oluyorlar.

Keza gıda maddelerinin içinde insanların belirli bir yiyeceğe has olarak bildikleri koku o kadar eser miktarlarda yer alıyor ki bildiğimiz mutfak ölçüleri, yani bir kaşık şundan, bir tutam bundan gibi birim ölçüleri bile o miktarların yanında dev gibi kalıyorlar.



Yapay aromalandırılmış üzümlü içecekler, o aromaya yedikleri üzümün doğal halinden alışık olan Amerikan pazarında bir dönem için favori meşrubat oluyorlar. Etiket ve reklamlarında “yapay üzüm aroması” (“imitation grape flavor”) ibaresinin iri ve net olarak seçilebildiği bu tip meşrubat içinde en “kült” olanı da NuGrape elbette. Üzüm aroması için kullanılan *metil antranilat*, eski dünya üzüm cinslerinde (*Vitis vinifera*) değil, Amerika’ya has üzümlerin, özellikle de Concord üzümlerinin (*Vitis labrusca concord*) içinde, doğal yapılarının bir parçası olarak bulunuyor. Bu da Avrupalıların *metil antranilat* kullanılan üzüm aromasını (yumuşak şekerlemelerde veya reçetesiz satılan “grip karşıtı” iddialı ürünlerde rastlayabilirsiniz) doğal malzemenin kültürel belleklerindeki izdüşümüyle değil, üzüm aromalı içecek ve yiyeceklerle beraber alıştırarak benimsemeye başladıklarını gösteriyor.

Dolmalık biberin kendine has, karakteristik kokusunu veren ve kısaca dolmalık biber pirazini (*bell pepper pyrazine* veya 3-iso-butil-2-metoksipirazin) olarak isimlendirilen molekül mesela, koku kuvveti itibarıyla son derece güçlü. İnsan burnu milyarda bir varlığını bile algılayabiliyor ve bu nedenle de en yoğun aroma moleküllerinden biri olarak yer alıyor hayatımızda.



**how
natural
can
imitation
strawberry
be?**

TRY THE NEW GIVAUDAN STRAWBERRY AND SEE Many words fail to describe the remarkable breakthrough in flavor science this new Imitation Strawberry represents. For sheer juicy freshness...for a true fruity quality you'd never expect (except from the berry)...for flavor that lasts and lasts after months of shelf life...the new Givaudan Imitation Strawberry has no peer. Well balanced, stable, superbly blended, this Strawberry is especially recommended for gelatins, puddings, drink powders, candy, pops, ice cream. Write for samples and information on Imitation Strawberry Flavor...another proven product of Givaudan Flavors Inc.

321 WEST 110 STREET, NEW YORK 30, N.Y. *Givaudan Flavors Inc.*

Reklamı veren, “aylar boyu süren raf beklemesine dayanabilen” çilek aromalarının özellikle jöle, puding, içecek tozları, şekerleme, lolipop ve dondurmalarda kullanılabileceğini söylüyor ve bu kadar mükemmel başka bir çilek aromasını çileğin kendisinden başka bir yerde bulmayı beklememeniz gerektiğini söylüyor.

Demem o ki, bir damlacığıyla orta boy bir havuzu pişmemiş biber dolması gibi kokutabilmek mümkün oluyor (Ben tabii ki havuza *pirazin* atmayı denemedim sevgili okur, Eric Schlosser’in yalancısıyım).

Aromaların çoğu bu nedenle miktara göre çoktan aza doğru sıralanan o minicik etiket bilgilerinde sondan bir önceki sırada falan yer alıyorlar. Tahmin edebileceğiniz gibi alkolsüz içecekler, başta kolalı içecekler ve gazozlar olmak üzere bu aromaların neredeyse kullanım şampiyonları. Ucuzlar da muhteremler; bir teneke kutu kolada, size o lezzeti veren aromanın maliyeti sıvıyı kucaklayan tenekenin maliyetinin çok daha altında.



Fermantasyon: Güç Sende

Kelimelerin her kullanıldıklarında işaret ettikleri anlamlarla beraber gelen olumluluk veya olumsuzluk bildirimleri konusunda fikrimizi sorduklarını farz edelim. Böyle bir durumda söz konusu olan “çürüme” kelimesi olduğunda, işler çok karışacaktı.

Meyvemiz çürüdüğünde, eğer bunu kontrollü yapmıyorsak, olumsuz; kontrollü yapıyorsak olumlu olabiliyor zira. Fermantasyon da çürümeye olumlu anlam vermemiz halinde var olabilecek bir kelime. Havasız ortamda, bazen ısıyı da yanımıza alarak kimyasal bir izlekte başlangıç maddesini başka bir yapıya dönüştürme işlemine verilen isim de diyebiliriz.

Meyve veya meyve suyunu çürüterek şarap veya şıra, tahılı çürüterek boza veya ekmek, bitkiyi çürüterek lahana turşusu veya kimchi, sütü çürüterek peynir veya yoğurt, çay yaprağını çürüterek siyah çay, kahve çekirdeğini çürüterek kavrulmaya hazır kahve yapmak mümkün.

Gereken şeyler sadece başlangıç malzemeniz, maya veya kültür ve ısının kontrolü. Bunları kullanarak sadece lezzet ve form değişikliği yapmıyor, kelimenin anlamını da değiştirebiliyorsunuz.

Kısacası, “güç sende” sevgili okur.



Aromalar pek çok farklı molekülün bileşiminden oluşmalarına rağmen, bazen baskın kokuyu veren tek bir molekül de olabiliyor. Tam lezzeti vermese bile o tek molekül size kesin olarak ne olduğuna dair fikir verebiliyor demektir bu. Yok, vanilyadan bahsedecek değilim gene. Onun gibi örnek çok var çünkü ve mesela *etil-2-metil butirat* elmayı, *metil-2-piridil keton* patlamış mısırı çağrıştırmaya yetiyor *retro nazal* koku algımızda.

İşlenmiş atıştırma malzemesi yiyeceklerin pek çoğu aslında boş lezzet kütleleri ve bu nedenle satılabilmek için aromaların da dâhil oldukları çokluduyu hedefli “lezzetlendirme paketlerine” (*flavour pack*) ihtiyaç duyuyorlar. Lezzet yaratma konusunda seçenekler neredeyse sonsuz. Görüntü veya besin değeriyle oynamadan sadece yapay veya doğal aroma kullanarak neredeyse istediğinizi istediğiniz lezzete getirebiliyorsunuz; yeter ki satış fiyatı ile oranlandığında kârlı bir iş olduğuna aklınız bassın. En basit örnek olarak bayram zamanı marketlerin içinde insan trafiğinin en hareketli olduğu alanlarında sergilenen renk renk şekerleri düşünün lütfen.

Canınızı sıkmayacağımı umarak size şimdi o en büyük hızlı-yiyecek zincirinin en büyük rakibinin, hani şu kömür ateşindeki burgerleri ile ünlenen (burada bizde kömür ateşinde pişmiş algısı yaratan o isli et aromasını tasarlayan aromakimyasalı fabrikasını da ayrıca kutlamak lazım) bu rakip firmanın 2000’li yılların başında kullandığı *çilekli milk shake* formülünü aktaracağım. Formül derken, elbette oranları vermeyeceğim, sadece içerik maddelerinin bir kısmının (hepsinin değil) isimlerini sayacağım: Evet, *çilekli milk shake* şunlardan oluşuyor: *amil asetat, amil butirat, amil valerat, anetol, benzil asetat, benzil isobutirat, butirik asid, sinamil isobutirat, sinamil valerat, konyak yağı, diasetil, dipropil keton, etil asetat, etil amil keton, etil butirat, etil sinamat, etil heptanoat, etil heptilat, etil laktat, etil metilfenilglisat, etil nitrat, etil propionat, etil valerat, heliotropin, hidroksifenil-2-butanon, alfa iyonon, isobutil antranilat, isobutil butirat, limon özyağı, maltol, 4-metilasetofenon, metil antranilat, metil benzoat, metil sinamat, metil heptin karbonat, metil naftil keton, metil salisilat, nane özyağı, neroli özyağı, nerolin, neril isobutirat, feniletil alkol, rom eteri, g-undekalakton, vanilin ve çözücüler.*

Çok fazla kimyasal isim gördünüz, biliyorum. O kadar da ürkmeyin lütfen, çünkü bu isimlerin bir kısmı formüldeki doğal malzemenin içinde yer alıp yasal zorunluluklar nedeniyle ayrı olarak yazılıyorlar.

Izgaranız Ne Güzel İz Bırakıyor...

Bir burgerci, tavukçu ya da zincir sandviççi dükkânına gittiniz diyelim, hani şu her tarafa şubeleri olan ve uygun fiyatlı menüler satanlardan birine. İddiası da mesela burger köftesinin ateş üzerindeki ızgarada pişirildiği olsun. Siz de verilen burgeri alın, üstteki ekmeği kaldırın ve gerçekten de köftenin üzerinde kömür karası ızgara izlerini görün. Ya da markete gittiniz, evde ısıtıp servis edebileceğiniz, üzerlerinde kara kara ızgara izleri duran, ön pişirimi yapılmış tavuk dilimlerinden aldınız. İzleniminiz nedir? A) Gerçekten ızgarada pişmiş; B) ızgarada pişerken görmediysen inanma.

Bizi köftenin ızgarada piştiğine ikna eden kömür karası çizgilerin, gerçekte olduğu gibi renkleri açıklı koyulu düzensizlikte, çizgi sınırları da bazen eğri bükü olabilir. Sonuçta kömür ızgarasına aralıklı çubukları üzerine koyduğunuz her köfte aynı ağırlıkta değil, kömürden sebep ızgaranızın her tarafı da eşit sıcaklıkta ısınmıyor. Hem, köftenin dümdüz, kalemle çizilmiş gibi görünen ve her tarafı aynı renkte çizgileri olsaydı hiç inandırıcı olmazdı zaten, değil mi? Aynı şeyi sadece burger köftesi değil, tavuk dilimleri için de düşünebilirsiniz.

Char marker [kömür izi] 1976'da başvurusu yapılp bir yıl sonra da patenti verilen (US4026201A) bir aygıt. Görevi, bir hat üzerinde pişmekte olan köftelere ters çevirmeye gerek kalmadan iki taraflı kömür ızgarası çizgileri yapmak. Bu çizgiler gerçekte olduğu gibi mazgalı bir kömür ızgarasının düzensizliklerini barındırıyorlar. Yani "gerçek olabilecek kadar düzensiz"ler. Çok az farkla bu aygıtın benzeri işler yapan yirmi tane daha aygıt patenti var.

İnternete girip *char marker*, *bar marker* veya *char marking* yazdığınızda, Koppens, Stein, Cook King gibi onlarca farklı ürünü, hatta ikinci el satışlarını görebilirsiniz. Bunlar tek başlarına aynı bir alanda çalıştırılabilirlikleri gibi bir pişirme ünitesine de ilave olarak monte edilebiliyorlar.

Bu aletlere konulan köfte, et veya tavuk, kimi modellerde ızgara benzeri bir çubuklu yüzeye dokunmuyor bile. Yapılan şey, çok çok sıcak havanın hızla ve basınçla bantta yürüyen veya dönen yiyeceğe püskürtülmesi ve çarptığı yüzeyde bir "kömür ızgarası yanığı" izi elde edilmesi. Unutmayalım, toplam bir lezzet algımız var ve gıda maddesi ağza girene kadar bu algının bileşenleri arasında görsellik de yer alıyor. Dolayısıyla görsel izlenim, lezzete dair kanaatimizi etkileyebiliyor.

Evet, soruyu tekrar edelim: A mı, B mi?



Fotoğraf taki tavuk eti mangal ızgarasında pişmiş gibi görünse de, değil. Üreticinin kataloğundan alınan bu görseldeki izleri *char marker* yapıyor.

Aroma alanında gelişmeyi hızlandıran; *Parfümler* kitabımda (bkz. *KK - II - Parfümler*, “Angel vs Angel”) bahsettiğim gaz kromotograf / kütle spektrometre teknolojisi. Bu cihazlar sayesinde her şeyin kokusu bir kaba hapsedilip daha sonra hangi moleküllerden oluştuğu analiz edilebiliyor ve eğer şirket için ekonomik olarak anlamlıysa yeniden biraraya getirilerek üretilebiliyor. Bu analizin sonucunda belki o yiyeceğin doğasının kokusunun yüzlerce molekülden meydana geldiği ortaya çıkabiliyor ama bu şirketler, bu yüzlerce molekül içinden o yiyeceğe ait en karakteristik olan pek azını kullanıp yeterli etki yaratabilecek yapay aromayı üretebiliyorlar. Elenen azınlık moleküller yerine daha fazla kullanılan karakteristik moleküller de bizim yapay olanları daha lezzetli olarak algılamamızı sağlıyor.

Gene parfümlerde olduğu gibi, lezzet aromalarında da hoş olmayan kokular kullanılarak hoş sonuçlara gidilebiliyor ve sinerji her zaman olduğu gibi koku dünyasında çok önemli. Mesela

ter kokusunda bulunan bazı moleküller, yapay rom veya tereyağı aromasını formüle edebilmek için mutlaka gerekiyor. Aynı şekilde peynir veya fındık aromaları da bildiğimiz dışkı kokusunun doğal yapısında yer alan bazı molekülleri ortak olarak içeriyorlar. İşlenmiş gıda ürünleri, yani “önceden pişmiş” olarak aldığınız bazı donmuş gıdalara dipten hafif bir yanık koku veriliyor ki bizde o an pişirilme algısı tam olarak oluşabilsin. Grafik dokunuşlar diyebileceğim bütün bu rötuşlar biraraya geldiğinde, bize sanal bir tat ve aroma dünyası sunuluyor ve biz de bu dünyayı kabullenip içinde yaşıyoruz.

Bir Yağ Asidi: Margarin

Michel Eugene Chevreul, 1813 yılında yeni bir yağ asidi bulmasa, renginin parlaklığından sebep “margarik asit” (*margarin*, Yun.: inci) ismini vermese, 50 yıl sonra bir başka kimyager, Hippolyte Mège-Mouriès de bu konuda açılan yarışmayı duyup katılmasa, bugün içerdiği çok miktarda doymuş katı yağ ve trans yağlar nedeniyle uzak durduğumuz margarin nedir, bilmiyor olabilirdik.

Şunu da söylemeliyim ki çocukluğumda margarin markalarının yemek kitaplarındaki tariflerle büyüdük, margarin sürülü ekmeklerle de ikinci açlığımızı bastırdık. “Alacağınız olsun!” desek şimdi, neye yarar?

Dönelim yarışmaya: III. Napoléon’un hem yoksul tebaasını hem de ordu mevcudunu besleyebilmek için ucuz tereyağı ikamesine ihtiyacı var. Tereyağı süte bağlı bir ürün; hem her yerde, hem her mevsim bulunamıyor, hem pahalı, hem de çok çabuk bozuluyor. Bunun üzerine besleyici, ucuz ve dayanıklı bir alternatif için yarışma düzenlenmesini emrediyor İmparator Bey.

İlk adı *oleomargarin* olan ürün, temelde hayvansal yağ, bitkisel yağ ve su ile oluşturulan bir emülsiyon. İlk denemelerde hatta, sadece hayvansal yağ çalışılıyor. Daha sonraları ise ayçiçek, pamuk ve en nihayetinde palm yağı gibi bitkisel yağlar, hayvansal yağları önce kısmen sonra tamamen ikame ediyor. Bütün margarinler tereyağı algısına uygun olarak renklendirici ve aroma verici içeriyorlar. Tereyağı gibi görünmezse ve süt kokmazsa ne tereyağı yerine kabullenilebilmesi, ne de yemeğe, pastaya girebilmesi mümkün.

Sarımsı tereyağı rengi de aslında standart değil, hayvanın beslenmesine bağlı bir durum. Ama insanların ön kabulleri var ve margarin lobisi zorlukla tereyağı renginde üretime geçebiliyor. Bazı ilk örneklerde boyar maddeye hiç izin verilmiyor; verilse bile pembe gibi renkler dayatılıyor ki tereyağından ayrışsın.

Mucit Mège-Mouriès'e ne oluyor? Ürün ilk anda çok tutmuyor, o da iflas ediyor. Batmadan önce de formülü Hollandalı Antonius Johannes Jurgens'in firmasına satıyor. Jurgens de en büyük rakibi Samuel van den Bergh ile birleşip *Margarine Unie*'yi kuruyor. *Margarin Unie*'nin en büyük ithal hammadde girdisi ise palm yağı.

Aynı yağın peşinde bir de İngiliz sabun imalatçısı var, *Lever Brothers*. İki farklı ülkedeki iki ithalatçı, tek elden alıp maliyetleri düşürmek için 1930'da birleşiyorlar. O birleşmenin sonucu da bugün 55 milyar Euro ciro lu bir kozmetik ve gıda devi. Eh, artık birinin adında *Unie* diğ erininkinde *Lever* olan iki şirketin ortaklığının hangi isimle anıldığını söylememe herhalde gerek yoktur.

SANA'lı bir dilim....
...sıhhat ve güç verir.

Çünkü SANA bol vitamindir.
Dikkatle seçilmiş en iyi nebatî yağlarla yapıldığından besleyici ve sıhhtir.
Gelişme çağında olan çocuklar SANA'yı seve seve yerler.
Bundan dolayı, SANA'lı netis bir dilim, herkesin aradığı en iyi gıdadır.

Sana
Ağzına tat, vücuduna sıhhat!



Hâlâ tereyağı gibi ekmeğe sürüp çocuğuna yedirenler var mıdır, çok merak ediyorum.

Tabii ki işin üretim ayağında, yani aroma uzmanlarının cephesinde bu işlerin başlangıcında mevcut olan ve doğayı kut-sayan tevâzu da yerini inanılmaz bir böbürlenmeye bırakmış durumda. Tabiat Ana'ya saygının yerini, girişte belirttiğim "öyle

bir yaban mersini aroması yaptık ki yaban mersininden daha yaban mersini” benzeri söylemler almaya başlıyor. Kaçınılmaz olarak zamanla ve nesil değıştikçe gerçekliğe ilişkin referanslar da değışmeye başlıyor. Ağzınızı sulandıracak, belirgin tatlılığı ile nefis bir yapay portakal aromasının yanında hafiften ekşi gerçek bir portakal, hangisinin yapay olduğu konusunda sizi kolayca yanıltabiliyor. Üstelik doğal meyve ve sebzeler sadece mevsimlerinde bulunurken, yapay olanlar her mevsim, hem de lezzetlerinin doruğunda veya onları kabullenmeye alıştığımız algısal düzlemlerde mevcutlar.

Bazı yapay aromaların, gene parfüm içerik maddelerinde olduğu gibi doğada örneğı yok. Mesela muhtelif meşrubatın bazısındaki kola aroması ile gerçek kola cevzinin hiçbir benzerliğı yok. Bu tip doğal mevcut olmayan, somut bir karşılığı bulunmayan soyut aromalara “fantazi lezzetler” deniliyor. Çok sık kullanılmıyorlar, çünkü genelde tercih edilenler tabii ki doğayı iyi taklit edebilen aromalar. Dolayısıyla parfümün kokusunda aranan soyutluk iken, aromada aranan somutluk oluyor.

KIZARMİŞ “KUTSAL” PATATESLER

Dünyanın en büyük hızlı-yiyecek zincirini yaygınlaştıran ve devleştiren insan, Ray Kroc, kızarmış patates için “kutsal bir üründür” diyor ve devam ediyor: “Hazırlanması sanki bir dinsel ayin gibidir ve kurallara sıkı sıkıya uyarak yapılması gerekir.” Kızarmış patatesin bir *fast-food*çu için kutsallığı nereden geliyor ? Elbette kutsal kelimesinden mülhem uhrevî özelliğinden değil, tamamen dünyevi sebeplerden. Çünkü bu zincir veya benzerleri her ne kadar hamburgerci veya kızarmış tavukçu diye bilinseler de sattıkları ürünler içinde en kârlı olanı, kızarmış patates. Hatta sadece dış kaynaklı bu yiyecekler değil, bu toprakların âşına olduğu döner vs. gibi yiyecekler de kızarmış patatesle beraber sunuluyor. Neden? Hem leziz, hem de doyurucu.

Burgercinin Tema Parkı

Burgerci McDonald's'ı kurucularından satın alıp bugünkü yaygın haline getiren Ray Kroc ile aynı dönemde yıldızı başka bir alanda parlayan Walt Disney, gençliklerinden tanışıyorlar. İkisi de I. Dünya Savaşı sırasında dünyayı bedava dolaşabilmek için orduya yazılıyorlar. Bedava derken canlarından da olmayıp yaşamsal riski azaltmak için muharip sınıflara değil, sıhhiye sınıfına yazılıyor ve ambulans şoförü oluyorlar. 15 yaşındalar ve kabul edilebilmek için yaşları konusunda ikisi de yalan söylüyor, yalanlarını da celp memuruna yedirip aynı bölükte görev yapıyorlar. Ne var ki terhis olduktan sonra ilişkileri kopuyor, ta ki 30 yıl sonrasına kadar.

Kroc, ülke bütününde McDonald's'ın bayi ağını genişletmek için kol-larını sıvadığında, tabii ki aklına önce Amerikalıların sevgilisi, mucize giri-şimci Walt Disney'in milyonlarca insanın ziyaret edeceği, basına yansıyan planlar ve görsellerle kendisini de etkilemiş olan tema parkı Disneyland geliyor. Oturup bir mektup yazıyor eski arkadaşına ve Disneyland içinde bir yer istiyor, hamburgerlerini satabilmek için.

Olmuyor; 17 Temmuz 1955 günü Disneyland açıldığında içinde yer alan yiyecek yerleri arasında McDonald's yer almıyor. Neden olmadığına dair çok söylenti var. Bir rivayete göre Disney, McDonald's'dan fiyatlara zam yapıp aradaki farkı kendisine vermesini istiyor, bir başka rivayete göre de markanın algısını Disney liginde görmediğinden izin vermiyor. Her ne sebepten olursa oluyor sonuçta ve uzun süreli bir nefret ilişkisi başlıyor iki acımasız girişimci arasında.

İlerleyen yıllarda, yani 1960'ların sonlarına doğru, Kroc'un "her çocuk iki büyük ebeveyni beraberinde getirir" söylemine uygun oluşturulan Ronald McDonald maskotu iyice meşhur olup neredeyse Disney'in Mickey Mouse'una rakip bilinirliğe ulaştı, Kroc'un aklına yaşadığı bu reddedilme travması geliyor ve intikam için tema parkını oluşturma sevdasına düşüyor.

Los Angeles dışında dev bir arazinin satın alınmasını öneriyor ekibine. Yöneticileri ve danışmanları, zorla da olsa vazgeçiriyorlar Kroc'u bu fikrin-den. Oysa gerçekleşebilseydi, Kroc'un hayalindeki tematik fantazi parkı Amerikan resmî tarih söylemine uygun unsurlardan oluşacak; vahşi batı, kovboy ve kızılderili figürleri ile kaynayacaktı.

Muhteremin bu parka düşündüğü isim ise Westworld'dü.

Hesabı ödeyip mekânı terk ederken tatmin olmuş bir halde ayrılabiliriz, belleğinizde oluşturduğunuz “Aç karnına gidilecek on mekân” listesine dâhil edebiliyorsunuz. (Bu satırların kaleme alındığı Türkiye’de dönemsel olarak patates ve soğan fiyatlarındaki artışı son söylediklerimin dışında tutmanızı rica ederim. Belki 2018 ve 2019’da değil ama son bir yıla kadar bizim için de patates ucuz bir gıdaydı çünkü.)

Dönelim gene burgerci benzeri hızlı-yiyecekçilere; bu tip işletmeler size sadece hamburger satmaktansa onun da içinde yer aldığı bir seçkiyi menü olarak satmayı tercih ediyor ve illa patatesi de araya sokuşturuyorlar. Bu zincirlerin kuruluş yıllarında işlerin hacmi henüz küçük ve “restoran” ismi verilen (işletmenin algınızdaki yerini bir basamak yukarıda konumlandıran bu kelime tesadüfî değil elbette) satış noktalarının sayısı henüz azken, patatesler her sabah sıfırdan başlanarak hazırlanıyor. Yani soyuluyor, şeritler halde kesiliyor ve zincire bağlı restoranların mutfaklarında kızartılarak satılıyorlar. Ancak hızlı-yiyecek zincirleri (veya öncüsü olan zincir) Amerika çapında büyümeye başlayıp restoran sayısı artınca, tabii bu kez “işçilik maliyetlerini nasıl düşürebiliriz, bütün patatesleri tek bir tedarikçiden nasıl alabiliriz, bütün restoranlarımızda kızarmış patateslerin aynı lezzette olmasını nasıl sağlayabiliriz?” gibi sorular gündeme geliyor.

1966 yılında bu endişeleri gidermek için patatesleri ön pişirim ardından dondurmaya ve merkezden şubelere o şekilde sevk etmeye başlıyorlar. Pek az müşteri bu değişikliğin farkına varıyor. Bu dondurma olayı başladığında bir Amerikalının ortalama donmuş kızarmış patates tüketimi 1,5 kilo iken 2000 yılında 23 kiloya çıkıyor, ancak daha sonra artış hızı yavaşlayarak 2012’de 26 kilo seviyesine geliyor (hâlâ aynı miktarda). Bu hamle önce ABD’de, sonra da dünyanın onu model alan diğer kültürlerindeki beslenme alışkanlıklarında köklü bir değişiklik yapıyor ve işlenmiş gıda kavramı gündelik hayatların içine girivererek inanılmaz bir hızla yayılıyor. Yani yemek malzemesini ham olarak almıyorsunuz artık da, ya yarı hazırlanmış olarak alıp kalan kısmını tamamlıyor ve pişiriyorsunuz ya da tam hazırlanmış olarak alıp sadece ısıtıyorsunuz. Bugün

için örneğimizde söz konusu olan kızartmalık patatesler artık işi sadece bu olan dev tesislerde hazırlanıp dondurularak depolara ve restoranlara sevk ediliyor.

Peki, bu iş başladığında diğer *fast-food* zincirleri de aynı üreticiden patates almalarına (donmuş patates piyasası neredeyse tekeli bir piyasa), aynı pişirme ekipmanlarını kullanmalarına rağmen neden bu zincirin patatesi daha çok seviliyor ve nasıl oluyor da o patateslerle beslenerek büyüyen nesil için hafızalarında jenerik bir yer ediniyor? Bunun sebebi, ne kullanılan patatesin tohumunun cinsinde, ne işlendiği fabrikada, ne de pişirme ekipmanında yatıyor. Anlaşılmaz bir laf ettim gibi, ben de farkındayım. O zaman anlatayım.

On yıllar boyunca bu zincirin restoranlarında patatesler özel bir yağ karışımı içinde kızartılıyor. Bu yağ karışımının yaklaşık yüzde 7'si pamuk çekirdeği yağı, kalanı ise donyağı veya içyağı, yani genel hayvansal. O kızarmış patatese böyle ayrıcalıklı bir lezzeti (ve aynı zamanda eşlik ettiği hamburgerin bir gramında mevcut olandan fazla hayvanî yağı) işte bu yağ karışımı veriyor.

1990'larda, kızarmış patateslerine kolesterol endişesiyle gelen güçlü eleştiriler ve buna ek olarak hayvansal yağlardaki maliyet sorunları sonucunda zincir tamamen bitkisel yağlara geçiş yapıyor. Geçiş yapıyor ama tabii bu kez başka bir sorun çıkıyor karşılına. Patateslere içyağı kullanmadan o hafif biftek lezzetini nasıl vereceksiniz? Şimdi bu zincirin sitesine girip –hâlâ duruyorsa– kızarmış patatesin besin değerleri ve içeriğine bakarsanız, bulunan çözümü de göreceksiniz.

Listenin sonuna doğru mucizevî bir terim var “doğal biftek aroması” diye. Bu terim sadece o kızarmış patateslerin neden bu kadar lezzetli olduğunu değil, bu ve diğer bütün hızlı-yiyecek zincirlerindeki pek çok yiyecek ve içeceğin sırrını da açıklıyor aslında. Demem o ki, istediğiniz kadar evde aynısını kızartmaya niyetlenip markette paraya kıyarak dondurulmuş patatesin en pahalısını alın, aradaki farkı yaratan bifteksi dokunuşu sağlayamadığınız sürece, 1-1h, umut yok. Ha, vegansınız veya vejetaryen, onu ben bilemem.



FRENCH FRIES

Ingredients: Potatoes, Vegetable Oil (Canola Oil, Corn Oil, Soybean Oil, Hydrogenated Soybean Oil, **Hydrolyzed Wheat Flour**, and Milk Derivatives), Dextrose, Sodium Acid Phosphosphate (Maintain Color), Salt. Natural beef flavor contains hydrolyzed wheat and hydrolyzed milk as starting ingredients.

Contains: WHEAT, MILK.

Cooked in the same fryer that we use for Doritos chips, which contain a wheat and milk allergen.

Bir hızlı burger zincirinin internet sitesinde kızarmış patateslerine ilişkin içerik bilgisinde “biftek aroması” net olarak görünüyor. Tabii ki bu dediğimi anlayabilmek için İngilizce bilmemiz gerekiyor, zira aynı markanın Türkçe sayfasında kızarmış patatese dair herhangi bir içerik bilgisi yok.



DİĞER ATIŞTIRMALIKLAR



Tabii ki burada bahsettiğimiz yapay değil, doğal aroma. Sonuçta elde edilme şekli nasıl olursa olsun, biz kokunun ve aromanın dâhil olmasıyla beraber fiziken de varmış gibi algılıyoruz. O yokluğun böyle bir varlığa dönüşmesi de bize keyif veriyor.

Efendim, aromalara, özellikle laboratuarda sentezlenmiş aromalara tepki çok büyük. Gıda üreticileri içerik bilgisinde görülebilir olan bu unsurları paketin ön yüzünde hangi taklaları atarak saklayacaklarını neredeyse bilemiyorlar. Metin, renk, imgeler, her şey kullanılarak yerleştirilmeye çalışılan bir “doğal algısı” var; yani tepkinin bir anlamda karşılığını bulduğunu belki söyleyebiliriz ilk bakışta. Ancak gene aynı tepkinin kontrol altına alınarak ayrı bir kulvarda yeşil bir pazara dönüştürüldüğünde

de görmek gerekiyor. Bir mücadele var ve bu mücadelede birileri birilerini pasifize etmeye çalışıyor. Ancak benim kanaatim; pasifize etmeye çalışanın taraflardan biri değil, evin sahibi olduğu yönünde. Biraz daha açalım bu dediğimi ve önce karşılıklı söylenenlere bakalım.

YAPAY AROMANIN DERDİ

Yapay aromalarla ilgili en büyük endişe, sağlığa zararlı hatta kanserojen olma ihtimallerinden kaynaklanıyor. Bakınız, zararlı olduklarından değil, olma ihtimallerinden bahsediyorum. Neden? Çünkü eğer zararlıysa zaten satamazsınız, kanun ve yönetmelikler var. Kanunların uygulandığı ve kamu vicdanının gelişkin olduğu bir ülkede yaşıyorsanız ve gidip bile bile bunu yaparsanız, başınız derde girer. Adil bir seçimle işbaşına gelinen, verilen vergi ve iktidar tasarruflarının sorgulanabildiği herhangi bir ülkede seçmene rağmen gıdayı kontrolsüz bırakmayı da hiçbir muktedir göze alamıyor –tabii ki “şark işi kurnazlıklar” istisna olma kaydıyla.

Ne var ki bugün için bildiklerimizi sadece bugün için bilebiliyoruz. On yıl sonra bugün sağlıklı bildiklerimiz zararlı diye sınıflandırılabilir mi? Olabilir; ilaçta bile çok örneğini gördük bu “düzeltme”lerin, tarih boyunca. Bu nedenle ihtimalden bahsediliyor olması da kendi başına önem taşıyor. Amerika’da Michael Moore bunu sorgulayabiliyor ve takip edebiliyor. İngiltere’de ise bizzat şef olan Jamie Oliver “benim derdim bu” diyebiliyor. Ama bu ülkede bırakın televizyoncu, film yapımcısı veya şef olmayı, gıda mühendisi dahi olsanız gazetede zararlılık dosyasının kapagını daha ucundan kaldırdığınızda, hemen dava ile tehdit altına giriveriyorsunuz.

Keza, genç nesil olduğundan da güçlü aromalara alıştığı / alıştırıldığı ve onları gerçek lezzetlerin yerine referans almaya devam ettiği sürece, yapay aroma karşıtlarının işi kolay değil. Yapay aromalara karşı yükselen muhalefetin bir başka cephesi, bazı besin değeri düşük, hatta gereğinden fazla tüketimi zararlı ama kârlılığı

yüksek yiyecek ve özellikle içecekleri cazip hale getirmeleri, kof ve zararlı olma ihtimali barındıran tüketimi körüklemelerini dile getiriyor. Şunu diyorlar yani; “eşği boyayıp at diye satıyorlar bize.” Haksız mı bu eleştiri? Her birinin bir paketi neredeyse günlük besin değeri ihtiyacımızı katlayan atıştırılmalıklara ve şekerlemelere gerçekten ihtiyacımız var mı? Olmasalar, yaşam kalitemiz ne kadar düşer? Düşmek bir yana acaba bir de üstüne üstlük yükselebilir mi? Haklı veya haksız olmalarının cevabı bu sorularda yatıyor.

Bu muhalefet karşısında milyarlarca Dolarlık aroma endüstrisi de boş durmuyor elbette. Bazı zararlı doğal besinlerin mesela yağ, şeker veya tuz yerine, zararsız alternatifler sunduklarını söylüyor, düşük besin değerli içeceklere kattıkları yüksek volümlü cazip aromalar iddiası karşısında ise besin değeri yüksek ama lezzeti çekici olmayan yiyecekleri de tüketilebilir / istenebilir hale getirdiklerinin unutulmaması gerektiğini iddia ediyorlar.

Her sektör gibi üreticiler ve örgütlendikleri kuruluşlar pek çok lobi faaliyetinde bulunuyor; doğal malzemenin yapısı içinde mevcut aromaların da etik olarak sağlıksız olduğunu söylemeye varana kadar iddialı fraksiyonlar var endüstrinin içinde. 70’lerde yayımladıkları bir bildiriye atıfta bulunarak söylüyorum, mealen: “Doğal gıdalar yenmek dışında amaçlar için bitki ve organizmalar tarafından üretilmiş vahşi birer karışımdırlar. Yenmek dışında bir amaçla var oldukları için onları tüketerek insanoğlu sadece doğal dengeyi bozmuyor, aynı zamanda risk de alıyor.” Tabii bildirinin devamında yapay aromaların insan ihtiyaçlarına uygun, neredeyse ısmarlama olarak üretilmiş oldukları da ekleniyor.

Bir an için karşılıklı atışmalardan uzaklaşmaya çalışarak, işin bir başka boyutuna bakalım ve iğne-çuvaldız örneğini hatırlayalım. Tabiidir ki her muhalefeti sadece karşısına konumlandığı olgu değil çıkışı, izleği, hedefleri ve halihazırda olduğu yer bakımından değerlendirmekte fayda var. İnanılmaz bir hızla büyüyen ve sağlıklı olma iddiası taşıyan yeşil / organik ürünlerin oluşturduğu pazar da bu anlamda, en azından benim için, artık maalesef kuşkulu ve tedbirle yaklaşılması gereken bir pazar.

Hayır sevgili okur, niyet farkı bu durumu açıklamaya ve beni iknâ etmeye yetmiyor. Bu kadar çok çiftlik tavuğu ve o tavuklardan çıkarak neredeyse her mahalle bakkalında satılacak kadar çok sayıda organik yumurta olabilir mi? Her marka ve markette bu kadar çok zeytinyağı sızabilir mi? Satılan tarla domateslerine tarla mı yeter? Bir kaşık zeytinyağından altı kat fazla doymuş yağ içeren hindistancevizi yağı insanlığa bahşedilmiş mucize olabilir mi? Lütfen arkadaşlar...

Sorun “taraplardan birinde değil, evin sahibinde” demiştim. Evet, problem sunulan ürünün çok daha öncesinde, bizim gereksindiğimiz gıdaya kendi başımıza ulaşma imkânımızın kalmasında, devamında da sadece bize sunulanla kısıtlandığımız bu koşullarda her şeyi her zaman ve bol bol istememizde yatıyor.

Kışın domates yemez, yazın portakal suyu içmezsek ölürüz çünkü! Bu bir ürün grubunun, üretici ve tüketicinin değil, hem ürünün hem de bizlerin içinde yer aldığımız sistemin sorunu. Sistemin kendisini çözmeden salt bu sorunu izole ederek çözmeye çalışmak, sadece birikmiş enerjimizi boşaltmaya yarıyor. Mücadele zeminini doğru saptayıp denklemi doğru kuralım, sonra kolları sıvarız: Sağlıklı beslenebilme çabamız sistemden bağımsız değildir. Bilakis, bizâtihi, kendisi bir sistem sorunudur.

İyi de, bu işin dengesi nasıl kurulacak? Sisteme yönelmesi gereken isyanları kâh kimyaya kâh aromacılara yöneltilerek enerjileri düdüklü tencerenin basıncı misali açığa harcatılan insan toplulukları düzgün ve adil bir sistem içinde sağlıklı beslenebilecek, ottan bottan kuşku duymama konumuna gelebilecekler mi? Mutlaka, ama kısa süre içinde değil. Ben göremem, sizin de görebileceğinizi sanmıyorum. Bu, torunlarınız için umut yok demek değil ama...

Şu anda görünen o ki denge gene endüstri lehine bir ağırlık peşinde. Doğal malzemenin daha az bulunur olmasının getirdiği fiyat dezavantajı ile yapay aromalara yönelik sağlıksızlık suçlamalarından üreyen çözüm, doğal malzemeleri daha güçlü koku barındıracak şekilde programlamak, yani genetik yapılarını değiştirmek. Ancak bunu yapmak, dile getirmek kadar kolay ve bedelsiz değil.

Daha fazla verim uğruna lezzeti kaybedilen koca bir domates ve çilek örneği hâlâ duruyor önümüzde. Belli belirsiz koku ve aroma-ya sahip, gereğinden fazla şekerlenmiş kütleler yiyoruz şimdilerde domates zannederek.

Neden? Sorun aynı: Her şeye, hep ve ucuz ulaşmak istiyoruz. Onun da bir bedeli oluyor haliyle. Bu maliyet sadece lezzetten fedakarlık, yani haz eksikliği ile ödenmiyor. Keşke öyle olsaydı, onun belki bir anlamda telâfisi mümkündü ya da en azından tüketilme âniyle sınırlıydı. Açgözlülüğün çevresel bedelinin telafisi ise mümkün değil. İçinde bulunulan âna değil, gelecek kuşaklara yayılıyor ve geri dönüşü olmuyor o maliyetin çünkü.

Kültürel anlamda da işler pek iç açıcı değil. Genç nesiller doğal referanslarını kaybetmiş, hatta daha doğrusu onlarla hiç tanışmamış haldeler. Vanilya gibi çok bilindik bazı lezzetler bile artık tamamen yapay referanslı lezzetlere dönüştüler. Yakın bir gelecekte yiyecek dünyasının buna benzer yapay lezzetler üzerinden şekillenmesi bekleniyor. Bir lezzet uzmanının dediği gibi, “20 yıl içinde, sizi temin ederim, dünya nüfusunun sadece yüzde 5’i gerçek taze çilek tadını hatırlayacak. Yani ister beğenin ister beğenmeyin, gelecek nesillerin çilek denilince ne anlayacağını bizler tasarlayacağız. Bu sadece çilekle sınırlı da kalmayacak. Olağan bir tüketicinin erişemeyeceği bir seyrekliğe veya fiyata erişen her lezzet için bu böyle olacak.”

Tasarımcı lezzetleri veya *designer flavors*. Yeni kavramımız bu. Altmış yıl sonra sofraya oturan torununuzun yediği yiyeceğin, içtiği içeceğin lezzetinin doğayla ilgisi olmayacak. O lezzetin en önemli bileşeni bir laboratuardaki cam kabın içinde, etiketlenmiş, uygun ısı ve ışık koşullarında konumlandırılmış olarak tabağınız-daki dokulu maddenin içinde yer almayı bekleyecek.

Korkmayın, bu onun canını acıtmayacak ve üzmeyecek. Tek bir solucan ya da sinek göremeden beton bloklar arasında büyüyen nesiller, neden bahçedeki toprakta yetişmiş domatesi dert edinsinler ki kendilerine?

Prensip Meselesi Efendim

Birkaç bölüm önce Roma’da bir ziyafet sofrasını betimlerken gördüğümüz gibi bazı bitki ve baharatın mutfak âdetlerimiz içinde yer alması çok eski zamanlardan beri olagelmış bir durum. Her ne kadar bizim gibi varsayılan merkeze göre daha Doğu’da kalan kültürler için bunda şaşılacak veya önemsenecek fazla bir şey yoksa da, Batı toplumlarında bitkilerden ziyade baharatın kullanımı hep bir ayrıcalık –ve üstelik her dönemde bir ayrıcalık. Hatırlatayım; kokularını çıkardığınızda hem bitki hem de baharat iki farklı acılıkta küspelerden öte anlam ifade etmiyorlar. Hem avucunuzdan koklarken, hem dilinizin üzerinden dişlerinize yönlendirip devamında yutmaya hazırlanırken. Beluga havyarı bile olsa yediğiniz, burnunuz tıkalıysa o havyarı tuzlanmış yulaf ezmesinden ayırma imkânınız yok.

Her ne kadar bitkiler pek çok coğrafyada nispeten ucuz ve kolay ulaşılabilir lezzet katıkları olsalar da, baharat için aynı şeyi söylemek kabil değil. Ortaçağ Avrupa’sı baharatla Haçlı Seferleri vasıtasıyla tanışıyor. Kutsal topraklara yaptıkları “din” etiketi altındaki güç göstergesi seferlerde bu lezzet katığı ile tanışmayı takiben, memleketlerine dönerken yanlarında bunlardan da getiriyorlar. Biber, zencefil, karanfil, tarçın gibi bahar çeşitleri baskın ve güçlü aromaları, sıradışı lezzetlere yol açmaları nedeniyle çok kısa sürede üst sınıf mutfağının ayrılmaz parçası haline geliveriyor.

Kolay ulaşılabilir olmadıkları için fiyatları da oldukça yüksek ve bu nedenle başka kültürel kullanım alanları da buluyorlar. Birer prestij ürünü oluyor ve sadece yemeklere katık edilmekle kalma- yıp hediye edilebiliyorlar veya bir sonraki kuşağa miras olarak da bırakılabiliyorlar. Batı açısından baktığımızda, ilk karşılaşıldıkları Doğu topraklarının kutsal kimliği nedeniyle bir anlamda cennetin bahçelerine de referans olduklarından, onları tüketmek uhrevi bir anlam da kazanıyor; baharlı kokuları teneffüs etmek bir anlamda o bahçelerin kokusundan da bir nefes almak anlamına geliyor.



Bir Efsane: Prester John

Prester John'un ismi ilk kez XII. yüzyılda, Suriye piskoposunun Papa III. Eugenius' yeni bir Haçı Seferi'ne ikna etmek için ziyaretini sırasında ortaya çıkıyor ve yazılı kayda giriyor. Doğu'nun Batı'dan gitmemiş tek Hristiyan kralı olarak (hem rahip, hem kral yanı) kfirlerin yoğun olduğu bir coğrafyada parlayan yıldız olduğu, hatta Hz. İsa'nın doğumunda onu ziyarete gelen " Müneccim"i (bkz. *KK - II - Kültürler*, "Gılgamış'ın lmsz Aşkı") soyundan geldiği rivayet olunuyor.

Papa'ya yazdığı, onu ihtişam içindeki ülkesine davet ettiği bir mektuptan bahsediliyor ve pek çok dile çevrilen bu sözde mektupta en ince ayrıntısına kadar ülkesinin zenginliklerini anlatıyor. John'un ülkesinin nerede yer aldığı konusunda ise rivayet muhtelif. Mutabık kalınan tek şey, cennete çok yakın olduğu (" günlük mesafe"), hatta içinden geçen ırmakların cennette doğup oraya doğru aktığı. nce Hint coğrafyasında, daha sonra, özellikle Moğolların, Batı'ya yaklaşmalarını takiben, orta Asya, hatta Ermenistan civarında, en sonunda da Portekizlilerin söylemlerine itibar edilerek Habeşistan'da yaşadığı söyleniyor.

Nerede yaşadığı varsayılsa varsayılın, kurgusal varlığının "Keşifler ağı" furyasına katkıda bulunduğu, Avrupalıları Doğu'nun zenginlikleri konusunda iřtahlandırđı yadsınamaz bir gerçek. Çok zengin bir ülkesi var. Ormanlar d ağaçlarıyla (*Aquilaria malaccensis*) kaynıyor, akan nehirlerin üzerinde biber ağaçlarının (*Piper nigrum*) suya düşen meyveleri baş döndü- recek hoşlukta kokular saçıyorlar.

Bu nehirlerin baharlı sularından içenlerin de yaşları donup kalıyor; geç- liklerini kaybetmiyor, ölene kadar sağlıklı yaşayarak 32'den ileri yaş almıyorlar. Ölümsüzlük değil bu; bilakis, ebedi geenlik. "Neden 32 yaş?" dersiniz, Hz. İsa'nın çarmıha gerildiği kabul edilen yaşın 32 olduğunu hatırlamakta fayda var.

Prester John'un yaşadığı hiçbir zaman kanıtlanamıyor. Efsane olduğu bilinmesine rağmen XVII. yüzyıla kadar efsane yalanlanmıyor, bilakis beslenerek yayılmasına izin veriliyor. Bunun sebebinin de yaşanan dönemsel kayıp duygularının yerini kurgusal bir inanç karakteriyle doldurma çabası olduğu söyleniyor.

Ne de olsa bizi diğer canlılardan ayıran özelliklerimizden biri; soyut düşünme, hayal kurabilme yeteneğimiz.

Muhtereme Fantastic Four, Thor veya Deadpool gibi çizgi romanların içinde de rastlayabilir, bir efsanenin popüler kültüre adaptasyonunu gözlemleyebilirsiniz.



500 yıl boyunca Avrupalıların İslam'la mücadelesinde bir nevi "kızıl elma" olan kurgu karakter Prester (rahip) John Bey'in gerçekte var olmayan krallığının sayısız haritasından biri daha, bu kez Abraham Ortelius tarafından çizilmiş. John Bey'in kuramsal varlığı, papalık otoritesinin ezeli düşmana karşı gücünü ümit vererek, "olabilir, oluyor" diyerek konsolide etmesine, Doğu'ya seferler düzenlemesine yardımcı oluyordu.

Köylüler veya sıradan insanlar ekmek ve bira gibi basit lezzetlerle yetinir ya da en fazla sebze turlüsüne, basit katkılar olan soğan, sarımsak veya naneyi eklerken; üst sınıf ziyafetleri çok daha zengin ve baharlı sofralardan oluşuyor. Etler mesela karabiber, tarçın, karanfil ve zencefille aromalandırılırken, bu lezzet çeşnisinin içine şeker ya da bal ilavesi de atlanmıyor; zira o dönemlerde tatlı ile tuzlu bugünkü kadar kesin ve keskin ayrımlar içinde değil mutfaklarda.

Dönem koşulları gereği buzdolabı vesaire olmadığı için bu baharat ilavesinin etlerin çürümesini önlemek gibi kullanıldığı da söyleniyor ama bu ekonomik olarak doğru olmaktan oldukça uzak bir yaklaşım. Erişilebilir olan eti erişilemez olan baharatla korumaya kalkmak, ucuz teneke parçasını muhafaza etmek için pahalı altın kutunun içine koymaktan farksız zira. İlaç değeri gibi şeyleri konu dışı bırakırsak, sofraya için esas olan ve onları ayrıcalıklı kılan; görece daha yüksek lezzetlere ulaşmak. Sadece etler değil, tatlılar da baharattan nasibini alıyor ve meyve salataları, sütlü tatlılar ve keklerin içinde de yer buluyorlar. Ayrıca tıpkı antik Roma'da olduğu gibi şarap ve bira çeşitlerinde de baharat kullanılıyor.

Bu kokulu ziyafetlerde baharat kadar çiçekler de önemli rol oynuyor. Bizde de yaygın kullanım alanı bulan gül suyu, çatal bıçak gibi yemek yemeyi kolaylaştırıcı aletlerin yokluğunda, ellerini temizleyebilmeleri için konuklara taslar içinde sunuluyor. Haşlanmış etler kokulu menekşelerle beraber kaynatılıyor, güller ve karanfil çiçeklerinin taç yaprakları şarapların içine katılıyor. Gene menekşe ve gül, baharatla beraber keklerin, sütlü tatlıların tariflerinin içinde yer alırken, portakal çiçeği veya çuha çiçeği gibi farklı çiçek türleri de bu kokulu yemek âleminin içine dâhil oluyor. Baharatlı ve tatlı bir örnek Ortaçağ servisi mesela, toz haline getirilmiş çuha çiçeği, badem, pirinç unu, badem sütü, bal ve safranın birarada pişirilip üzerine toz zencefil ilave edilmesinden oluşabiliyor. Oldukça ilginç bir puding türü diyebiliriz bu örnek baharlı tatlıya ve bugün bir tabakla önümüze konulsa değişen alışkanlıklar nedeniyle yeni lezzetlere en açık olanlarımızca bile nasıl karşılanacağından çok emin değilim.

Ortaçağdaki bu baharatlı, çiçekli ve kokulu seçkin yemek anlayışı, Rönesans döneminde de devam ediyor ve baharata olan aşırı talep Doğu'yla yeni ticaret yolları arayışına da sebep oluyor. Sadece Doğu değil, Yeni Dünya, yani Amerika kıtası da bu arayışın bir yan ürünü olarak gündeme geliyor ve bu kıtadan gelen pek çok malzeme Avrupa sofralarına bir daha çıkmamak üzere yerleşiyorlar. Patates, domates, mısır, vanilya, kakao ve bibere benzer yakıcılıkta olduğu için renginden mülhem "kırmızı biber" diye adlandırılan bir meyve, tütünle beraber Yeni Dünya aromalarının ilk örneklerinden oluyorlar.

KORUYUCU TÜTÜN DUMANI

Özellikle tütün, daha önce dumanlı bir şeyler içme deneyimi olmayan Avrupalıları elbette çok heyecanlandırıp meraklandırıyor. Rivayete göre maceracı bir gezgin, kaşif, şair, komutan ve aynı zamanda I. Elizabeth'in gözdesi olan Sir Walter Raleigh'nin uşağı, efendisini ilk kez pipo içerken dumanlar arasında görünce paniğe kapılıyor. Efendisinde yangın çıktığını düşünüp bir kova suyu Sir Walter Raleigh'nin başından aşağıya boca ediveriyor. Bu uşağın naif bir düşünce ile boca ettiği suyun karşılığında ödül mü ceza mı aldığını bilemiyoruz ama Sir Walter Raleigh'nin I. Elizabeth'ten sonra tahta geçen I. James'in, yani James Stuart'ın o kadar da gözdesi olmadığını ve Tower of London'da yıllar süren hapis hayatı sonunda kellesinin gittiğini biliyoruz.

Neden Sir Walter Raleigh'i örnek verdim? Çünkü Avrupa'yı tütünle tanıştıran kişi bu muhterem. Son derece renkli bir kişilik, aynı zamanda da acımasız bir maceracı olan Sir Walter Raleigh, I. Elizabeth'in ayağı çamur birikintisine girmesin diye pahalı ceketini omzundan sıyrıp kraliçenin ayaklarının dibine ativermesiyle de tanınıyor. Aynı zamanda Florida'nın kuzeyindeki toprakları keşfe çıktığında bu toprakları bakire kraliçeye (*The Virgin Queen*) jest olması için Virginia diye adlandırabilecek kadar da romantik bir muhterem. Dediğim gibi karışık ve maceralı bir hayatın sonunda I. James'in tepkisini çekince sonunda idama

kadar gidiyor hayatı ve idamından önce de tütünü Avrupa'yla tanıştırmaya bir jest olmak adına son bir sigara tellendirmesine izin veriliyor. Hatta idam mahkûmlarının idamdan önce son bir sigara içmelerine izin verilmesi geleneği de buradan başlıyor, diye rivayet olunuyor.

Tütün içmek niş, yani uç bir kullanım alanı buluyor Batı dünyasında. Hem zaman geçirmek hem de korunmak amacı taşıyor. Bir duman bulutunun içinde yer alan bir XVII. yüzyıl tütün içicisi sadece keyif almakla kalmıyor, aynı zamanda hastalıkların baskın kokusundan da uzak kalabiliyor. O dönemde koku ve hastalık arasındaki ilişki çok kuvvetli algılanıyor. Yani kokular salgın hastalıkların sebebi olarak görülebildiği gibi, aynı zamanda onlardan korunmanın bir aracı olarak da algılanıyor. (Uzun bir dönem hâkim olan ve dönemin tıp çevrelerinde desteklenen bu yaklaşımın ayrıntıları için bkz. *Kokular Kitabı*, "Miyazma Neydi?".)

Az önce dediğim gibi, Rönesans sofraları da en az Ortaçağ sofraları kadar aromatik sofralar. XVI. yüzyıla ait bir kitapta papalıkta verilen ziyafetlere ilişkin şöyle bir tanımlama var: "Herhangi bir kap yemekte sadece gül suyu değil, aynı zamanda değişik baharat da aynı anda yer alabiliyor. Mutfak sanatlarının zaferi aslında bu zıtların birarada kullanımından kaynaklanıyor. Tatlıdan önce masadan örtü kaldırılıyor, eller yıkanıyor. Daha sonra masaya şekerli yumurtalar ve envai çeşit şurup geliyor. Bu yeni gelen lezzetlerin şekerli kokusu bir önceki servisten kalan kokularla birleşip ziyafet salonunu bir değişik koku buketine dönüştürüyor."

XVII. yüzyılla beraber, baharatın mutfakta kullanımı yavaş yavaş inişe geçiyor. Artık kuvvetli ve baskın aromalar yeni şeyler değil ve bilinmeyene ait mistik auraları da önem kaybediyor bu anlamda. Elbette bunda Püriten akımın baharatı erotik ve daha yüksek ihtiraslara yol açan şeyler olarak nitelendirmesinin de rolü var. Ciddi Hristiyanların bu tip gastronomik aşırılıklardan uzak durup daha basit ve elzem şeylere yönelmesi öneriliyor.

Ancak elbette doğa boşluk kabul etmiyor ve baharatın gizemli makamını bu kez yeni içecekler devralıyorlar: Kahve, çay, çikolata. Çikolatanın, daha önceki bölümlerde okuduğunuz gibi, o dönemlerde yenilir değil aslen içilir bir lezzet olduğunu hatırlatmakta fayda var. Üçü de tıpkı baharat gibi, önceleri egzotik ve lüks ürünler olarak yerleşiyorlar. Yani sıradışı, az ulaşılır ve prestijli ürünler, herkesin harcı değil.

Kahve Arabistan'dan, çay Çin'den ve çikolata da Meksika'dan geliyor. Üçünün de son derece keyifli maddeler olması, elbette gene bunlara yönelik talebi patlatıyor ve gene baharatta olduğu gibi bunların elde edilip Avrupa'ya getirilmesi için yeni ticaret yolları, yeni ticari imparatorluklar, yeni denizaşırı plantasyonlar, yeni zenginlikler ve doğal olarak yeni kölelik şekilleri ortaya çıkıyor. Bu saydığım olgular sonucunda üretim ve ulaşılabilirlik artıyor, bu maddeler seçkinlerin tekeline olmaktan çıkıp daha genel bulunur şeyler oluyor, her sosyal sınıfın ulaşabildiği yeni içecekler haline gelmeye başlıyorlar.

Buna bağlı olarak da yaşama alışkanlıkları değişmeye başlıyor. Bazıları bunların kokusunu itici buluyor başlarda. Çayın kokusunu samana, kahvenin kokusunu dışkıya benzetenler, geldiği yerdeki kullanımından farklı olarak şekerlendirilen çikolatayı aşırı tatlı bulanlar oluyor; ancak bunlar azınlıkta kalıyorlar. Çay, kahve ve çikolata hâkim felsefi akım olan Püritenlerin de onayını alıyor, çünkü alternatifleri olan alkollü içeceklerle mukayese edildiklerinde görece zararsız ürünler. Bugün için kahve kokusu Avrupalıya sabahı ve kahvaltıyı hatırlatabilir ama bunun hep böyle olmadığını unutmamak lazım, zira kahve yokken bir Avrupalının genel güne başlangıç içeceği, sıvı ekmek telakki edilebilecek olan bira. Yani kahve, çay ve çikolatanın gündelik hayata girmesi, az da olsa bir kısım Avrupalının güne ayık başlamasına yol açtı dersek hiç de yanlış olmaz.

Efendim, bir an için karıştırmakta olduğumuz bu tarih sayfalarını bir kenara bırakalım ve baharata geri dönelim. Bir yiyeceği baharatlandırmak, kadim bir alışkanlık. Hatta birkaç istisna

hariç küresel bir alışkanlık da diyebiliriz bugün için. Her kültüre göre neyin ne oranda karıştırıldığı farklılık gösterse dahi genel ve küresel bir baharat kullanımı olduğunu kabul etmemiz gerek. Baharat TDK sözlüğünde “yiyecek ve içeceklerdeki hoş kokulu tarçın, karabiber, karanfil gibi maddelerin toplu adı” olarak geçiyor. Biz bu tanımı biraz daha açabiliriz, çünkü bana göre yetersiz kalan ve benzetmeyle açıklama yapmaya çalışan bir tanım bu. Kelimeye dair yapılan “yiyeceklerin ve içeceklerin içinde besin değeriyle değil lezzet arttırma amacıyla kullanılan, kokulu bitkilerin kuru veya yaş kök, tohum, çekirdek, yaprak veya dallarının gerek bütün, gerekse parçalanmış veya toz hale getirilmişlerine baharat denir” açıklamasıysa, daha geniş ve doğru bir tanım. Elbette bu tanım içinde anahtar kelimenin de aroma olduğunu unutmayalım. Şimdi bu tanımdan yola çıkarak dünya mutfaklarına veya kültürlerin kendilerine özel yemek alışkanlıklarına bir yaklaşalım.

Tek bir yiyecek maddesinin sunulmasının bir adım ötesinde, yani kompoze bir yemekten bahsettiğimizde lezzeti arttıracak baharat dâhil binlerce kokulu madde var. Ancak bunlardan bazıları sivrilerek bazen bize bazı kültürlerin temel lezzet piramitleri hakkında fikir verebiliyor. 1980’lerin başında yayımladığı *Lezzet Prensipleri Yemek Kitabı* ile Elizabeth Rozin değişik kültürlerin mutfaklarını sadece kendilerine özgü temel lezzet kompozisyonlarıyla açıklıyor ve buna da “lezzet prensipleri” ismini veriyor. Rozin’e göre iki veya en fazla üç lezzet katkısına kadar inebilecek bir alt sınır içinde bazı malzemenin birarada kullanımı bize o yiyeceğin ait olduğu kültürün ismini verebiliyor.

Soya sosu, pirinç şarabı ve zencefil mesela, birarada kullanıldığında Rozin’e göre Çin lezzet prensibi. Aynı şekilde kırmızı biber, içyağı ve soğan, Macar lezzet prensibini oluşturuyor. Japonlarda karakteristik olabilecek bir kombinasyon; soya sosu, tatlı pirinç şarabı (*mirin*) ve torik ailesinden bir balıktan (*katsubushi*) yapılan bir sos, yani *dashi* olurken Japonya’nın komşusu Kore’de, tamamen değişiyor ve sarımsak, kırmızı biber, susam ve

soya sosu pek çok yemeğin ortak bileşenleri olabiliyor. Bu üçlemeler hangi yemeğin içinde olurlarsa olsunlar kalıtsal bir kültürel gösterge görevi görüyorlar, ancak üç sadece alt sınır ve bu sayıyla kısıtlı olmayıp Kore örneğinde olduğu gibi dört hatta dördün de üzerine çıkabiliyorlar.

Fas'a gittiğimizde mutfak kültürünün omurgası sayılan lezzet prensibinin bileşen sayısının iyice arttığını görebiliyoruz: Tarçın, kimyon, zerdeçal, zencefil, kırmızı biber, kişniş, safran, anason ve kakule. Bunların öğütülmüş birlikteliğiyle oluşturulan *Ras el Hanout* baharat karışımının eşlik ettiği et, balık, tavuk yemeklerinin lezzeti, aynı *garam masala* baharat karışımının Hint mutfağının karakteristiğini yansıtmaması gibi Fas ve kuzey Afrika mutfağının karakteristiğini yansıtarak lezzet prensibini oluşturuyor.

Elizabeth Rozin ve eşi psikolog Paul Rozin (Kahve konusundan bahsederken Paul Bey ile kısaca da olsa tanışmıştık), daha ileri çıkarımlarda da bulunuyorlar. Lezzet prensibinin bir kültürün aşına olabileceği ve kabullenebileceği yiyecek seçkisinin sınırlarını oluşturup kuvvetlendirdiğini, insan beyninin tanıdık olanı kabul, yabancıyı ise reddetmesinden mülhem o sınırların dışında kalan yiyecekler için *gıda neofobi*si oluşturarak dışlanmalarına yol açtıklarını söylüyorlar.

Bazı baharat veya aromatik bitkiler pek çok farklı kültürde aynı anda kullanılabilir olsa da, bunların hangilerinin nelerle birarada kullanıldığı bize kültürün karakteristiğini verdiği için lezzet prensibinin de anahtarını oluşturuyor. Pek çok farklı ulusal kültürde kullanım alanı bulan limonu örnek alalım mesela. Tek başına başka başka yerlerde kullanılmasına rağmen tarçın, kekik ve domatesle beraber kullanılırsa kendinizi bir Yunan tavernasında hissedebilirsiniz. Limona balık sosu ve acı kırmızı biberi yani *chili*'yi eklerseniz o Yunan tavernasından çıkıp bu kez bir Vietnam restoranına oturmuş bulursunuz kendinizi. Kuzey Amerika yemek tariflerinin yüzde 75'i süt ürünleri, yumurta ve buğdayın başı çektiği 13 ana bileşenin farklı kombinasyonlarından oluşuyor.

Rozin'in teorisine göre, pek çok farklı mutfak kültüründen lezzet örnekleri hazırlamak için çok geniş bir alışveriş listesine ihtiyacınız yok, zira aynı maddeler farklı birlikteliklerde kullanılıp farklı mutfaklardan örnekler oluşturabiliyor. Bir not olarak vereyim; bu ilginç çalışma her ne kadar yemek dünyasıyla ilgili olsa da aynı prensibi parfüm dünyasında da geçerli kılmak mümkün. Basit bir permütasyon / kombinasyon hesabıyla kısıtlı içerik maddelerinden neredeyse sonsuz farklılıkta kokulara ulaşabilmek olası.

Lezzet prensibi kavramı içinde yer alması şart olan bileşenlerin sayısının genelde üç olmasından sebep "Mutfağın Kutsal Üçlüsü" veya "Holy Trinity in Culinary" de denilen bu mutfığa ulaşma ipuçlarına dair birkaç örnek daha vereyim size: Sarımsak, zencefil ve soğan Hint mutfığı; domates, sarımsak ve fesleğen İtalyan mutfığı; mısır, fasulye ve acı kırmızı biber Meksika mutfığı; nebâti yağda pişirilmiş domates, havuç ve soğan Rus mutfığı; havuç, kereviz ve soğan Fransız mutfığı; sarımsak, limonsuyu ve zeytinyağı Lübnan mutfığı; zeytinyağında pişmiş soğan, sarımsak ve domates İspanyol mutfığı; balık, Hindistan cevizi ve acı kırmızı biber Endonezya mutfığı ve son olarak taze domates, patlıcan ve zeytinyağı bizim Türk mutfağının genel karakterine dair ipuçları veren kutsal üçlüler olarak sıralanmışlar. Son örnekten de anlaşılabilirceği gibi gayet tartışmaya açık öneriler bunlar.

Bazı ülkelerde, bu kutsal üçlülerin özel isimleri de var. Mesela Fransızlar havuç, kereviz ve soğanın birlikteliğine *Mirepoix* diyorlar ve "aromatikler" diye de isimlendirilen bu üç bileşeni ya çiğ ya da tereyağında sote edilmiş olarak pek çok yemek sosunun temelinde kullanıyorlar. Geleneksel oran iki-bir-bir, yani iki ölçü soğan, bir ölçü havuç ve bir ölçü kereviz. Eğer et suyu yapılacaksa mesela, on ölçü kemiğe bir ölçü *mirepoix* olarak konuyor tence-reye. Tabii bu ölçüler ve oranlar ağırlık olarak birimlendiriliyor, hacim olarak değil.



Havuç, kereviz sapı ve soğan bir araya geldiğinde Fransız mutfağındaki tencere yemeklerinin omurgasını oluşturuyor. Baharatın neredeyse tamamen mutfak dışına çıkarılıp yerel aromaların ve koku kuvveti nispeten hafif lezzetlerin ön plana çıkması, *mirepoix*'nın varlık sebebiyle de örtüşüyor. Bazen içine et suyu da dâhil ediliyor ama esas olan etsiz hali (*au maigre*), zira tamamen sebzededen oluşması Büyük Perhiz (oruç) dönemi için de ideal kombinasyonu oluşturuyor. Sosun ismi, muhtemelen bu sosu aşçısının hazırlamasından sebep, Lévis-Mirepoix Düki'nden (Charles Pierre Gaston François de Lévis) geliyor.

Yiyecek alışkanlıkları ile kültürel bağa ilgi duyan sadece Elizabeth Rozin değil elbette. Evrimsel biyolog Paul Sherman da bu konuya kafasını takanlardan biri. Sherman, arkadaşı Jennifer Billing ile beraber baharat kullanımının insanın varoluşunu sürdürebilmesiyle olası ilgisini araştırıyor. 1999 yılında *BioScience* dergisinde yayımlanan “Darwinian Gastronomy” isimli makalelerinde araştırmalarını metne dökerek istifadeye açıyorlar. Çalışmaları sonunda ulaştıkları gerçek, pek çok baharatın anti mikrobiyel özelliklerinin olduğu ve zararlı bakteriyle mantarları yok eden kimyasal bileşenler içerdikleri. Yani acaba baharatla yemek pişirmek, aslında atalarımız tarafından gıda kaynaklı zehirlenmelerden kaçınmak için bilinçli yapılmış bir tercih mi?

Bu fikri test etmek için Sherman ve Billing 36 ülkeden 93 yemek kitabını biraraya getiriyor ve bunların içinden 4.578 et yemeği tarifini inceliyorlar. “Dünya ölçeğinde” diyebilirsek eğer bu 36 ülkeden 93 yemek kitabına, şöyle bir genel sonuç çıkıyor ortaya: Neredeyse bütün et yemeklerinde, yani yaklaşık yüzde 93’ünde bir veya daha

fazla baharat kullanılıyor. Ancak sonuçlar ülke ve ülkelerin iklimlerine bağlı olarak kendi içlerinde değişkenlik gösteriyor. Finlandiya ve Norveç gibi soğuk ülkelerde mesela, et yemeği tariflerinin üçte birinde hiç baharat kullanılmıyor. Buna karşın Etiyopya, Kenya, Yunanistan, Hindistan ve Tayland'da istisnasız her et yemeği tarifinde en az bir baharlı katkı var. Bu sonucun üzerine giden Sherman ve Billing, ülkelerin ortalama ısısı ile baharat kullanılan tariflerin sayısı arasında direkt bir ilişki saptıyorlar. Soğutulmadan muhafaza edilen et, sıcak iklimde daha hızlı bozulabildiği için böyle iklime sahip ülkelerde daha fazla baharat kullanılması bozulma riskine karşı bir önlem olarak görünüyor. Sıcak ülkelerin baharatın kaynağında veya yakınındaki ülkeler olduğu gerçeğini de unutmamak gerekiyor tabii, ekonomik mantığın da bu savı destekleyebilmesi için. Zaten uzun süre dayanması için tasarlanan et türevlerinin aromatik yapılarına baktığımızda da ekonomik erişim ve ulaşılabilir olma halinin etkilerini görebiliyoruz. Baharata yakın yerlerde sucuk ve pastırma, uzak yerlerde ise salam veya jambon...

Yiyeceğin üretildiği coğrafyanın ısısı, lezzete dair çok şeyi değiştiriyor. Unutmayalım ki sıcak ve soğuk coğrafyalar arasındaki fark, korunarak ömrü uzatılan süt ürünlerinin, yani peynirlerin lezzet yapılarında bile gözlenebilen bir özellik. Ortadoğu peynirleri genellikle tuz ağırlıklı koruma sağlıyor ve bu nedenle de bizim beyaz peynir gibi bazen suya konulup tuzu çözülmeden tüketilemiyor. Soğuk iklim peynirleri ise görece daha az tuz ihtiva ediyor ve bu da lezzeti etkileyen yerel bakterilerin önünü açıyor. Bu durum da rokfor (*roquefort*) veya bri (*brie*) gibi peynirlerin aromatik profillerinin süt dışında kalan kısmını, dolayısıyla toplam lezzet algısını etkiliyor.

İki kafadar, kullanılan baharatın anti bakteriyel özelliklerini de inceliyorlar ve sıcak ülkelerde kullanılan baharat çeşidinin daha geniş bir bakteri topluluğunu engellediğini buluyorlar. Yani hem kullanılan baharat sayısı ve oranı fazla, hem de kullanılan baharatın cinsi o ortamdaki daha geniş bakteri çeşidine cevap verebiliyor.

Ülke	Isı (C)	İncelenen Tarif Sayısı	Tarif Başına Baharat Sayısı	Sık Kullanılan Baharat
Tayland	27.6	118	4.6	Sarımsak, soğan, kırmızı biber, biber
Filipinler	27.0	118	3.0	Biber, soğan, sarımsak, limon/misket limonu
Hindistan	26.9	91	9.3	Zencefil, soğan, kırmızı biber, kişniş
Malezya	26.9	60	5.4	Soğan, sarımsak, kırmızı biber, zencefil
Endonezya	26.8	120	6.9	Sarımsak, soğan, kırmızı biber, kişniş
Nijerya	26.5	82	2.6	Kırmızı biber, soğan, biber, muskat cevizi
Gana	25.9	95	2.2	Soğan, biber, kırmızı biber, zencefil
Vietnam	24.6	84	4.5	Biber, sarımsak, soğan, kırmızı biber
Brezilya	23.9	132	4.2	Soğan, biber, maydanoz, sarımsak
Meksika	23.1	123	4.4	Soğan, sarımsak, kırmızı biber, biber
Kenya	22.1	73	5.4	Sarımsak, soğan, biber, kırmızı biber
Etiyopya	21.1	56	7.5	Soğan, sarımsak, kırmızı biber, zencefil
Lübnan	20.6	98	4.7	Biber, soğan, tarçın, sarımsak
İsrail	19.1	145	3.9	Biber, soğan, sarımsak, limon/misket limonu
Avustralya	18.6	64	3.4	Biber, soğan, maydanoz, limon/misket limonu
Fas	18.3	104	5.8	Soğan, biber, maydanoz, safran
Güney Afrika	17.2	108	2.6	Biber, soğan, limon/misket limonu, kırmızı biber
Yunanistan	16.7	118	4.4	Biber, soğan, sarımsak, limon/misket limonu
İran	16.7	85	5.0	Soğan, biber, limon/misket limonu, zerdeçal
Portekiz	15.0	84	4.5	Biber, sarımsak, maydanoz, soğan
Japonya	14.3	103	2.1	Soğan, limon/misket limonu, zencefil, kırmızıbiber
İtalya	14.0	86	3.4	Biber, sarımsak, maydanoz, limon/misket limonu
Kore	12.1	81	3.5	Sarımsak, soğan, biber, susam
Fransa	12.1	216	3.8	Biber, soğan, sarımsak, maydanoz
Macaristan	10.3	80	3.0	Soğan, biber, kırmızı biber(*), maydanoz
İrlanda	9.6	90	3.2	Biber, soğan, sarımsak, maydanoz
İngiltere	8.8	223	2.1	Biber, soğan, limon/misket limonu, maydanoz
Almanya	8.8	169	3.2	Soğan, biber, limon/misket limonu, maydanoz
Avusturya	8.8	188	2.7	Soğan, biber, maydanoz, limon/misket limonu
Danimarka	8.3	87	1.9	Biber, soğan, defne yaprağı, maydanoz
Polonya	7.8	141	0.3	Soğan, biber, defne yaprağı, maydanoz
İsviçre	5.4	134	2.5	Biber, soğan, yenibahar, maydanoz
Finlandiya	3.0	62	2.1	Biber, soğan, hardal, limon/misket limonu
Norveç	2.8	77	1.6	Biber, maydanoz, soğan, limon/misket limonu
A.B.D				
Güney	8.6	284	5.4	Biber, soğan, sarımsak, maydanoz
Kuzey	17.8	248	5.0	Soğan, kırmızıbiber, biber, maydanoz
Çin				
Kuzeydoğu	13.4	187	2.3	Soğan, zencefil, biber, sarımsak
Güneydoğu	19.4	243	3.2	Zencefil, soğan, biber, sarımsak

- Ülkeler ortalama yıllık sıcaklığa göre sıralanmıştır. A.B.D. ve Çin buna istisnadır; kuzey ve güney olmak üzere iki bölge halinde incelenmiştir.
- Baharat, kullanım çokluğuna göre çoktan aza doğru sıralanmıştır.
- Biber olarak geçen, piperin içeren siyah ya da beyaz biberlerdir.
- Kırmızıbiberden kasıt, kapsaisin içeren bütün türlerdir ve orijinal metinde "chilis" olarak geçmektedir. Bunun istisnası Macaristan'daki "paprika"dır. Kapsaisin içeriği daha düşük olmasına rağmen bizde aynı isimle adlandırıldığından çeviride ona da kırmızıbiber denmiştir.
- Araştırmacılar maydanoz, defne yaprağı gibi aromatik bitkileri de baharat kavramı içinde yorumlamışlardır.

Paul Sherman ve Jennifer Billing'in çalışmaları sonucunda ülkelerin ortalama sıcaklığını, incelenen yemek tarifi sayısını ve sık kullanılan baharatı kullanım sıklığı sırasında yazarak listeledikleri tablo.

Sonuçta şu noktaya ulaşıyorlar ki biz her ne kadar baharatı bugün yiyeceklerin lezzetini arttırmak için kullanıyor olsak da, bu kullanımın başlangıcında insanları daha sağlıklı kılmak için bilinçli bir biyolojik avantaj sağlama gayesi var. Aslında çalışmaya başladıklarında ilk ele aldıkları varsayım, genel kabul gören yaklaşım olan, bozulan yiyeceğin kokusunun baharatla maskelenmesi olmasına rağmen, maskelenmiş bile olsa bozuk yiyeceğin vereceği zararın önüne geçilemiyor olması, bu varsayımı onların gündeminden kesin olarak çıkarıyor.

İnceledikleri binlerce etli yemek tarifi içinde ulaştıkları sonuçlardan bazı kategorik örnekler vereyim müsaadeniz olursa: Et yemeklerinde en çok kullanılanın yüzde 65 ile soğan olduğu ortaya çıkıyor. İkinci sırada yüzde 63 ile karabiber geliyor, onu yüzde 35 ile sarımsak takip ediyor ve sonra yüzde 24 ile acı kırmızı biber, yüzde 23 ile limon suyu, yüzde 22 ile maydanoz, yüzde 16 ile zencefil ve yüzde 13 ile defne yaprağı görülüyor. Geri kalan diğer 35 aroma vericinin ise et yemeklerinin ancak yüzde 10'unda katkı olarak kullanıldığı da sonuçlar arasında yer alıyor.

Gene dünya üzerindeki et yemeği tariflerinin yarısından çoğunun en fazla kırk aromatik bileşenin kullanımıyla yapılabildiği sonucuna ulaşmaları onları aslında az önce bahsettiğim diğer araştırmacı olan Elizabeth Rozin'in "lezzet prensibi" teorisi için gerekli olan o mütevazı alışveriş listesiyle buluşturuyor. Daha da ilginç, genel bir et yemeği tarifi için gerekli baharat sayısı ortalama olarak 3,9 çıkıyor ki bu da gene Elizabeth Rozin'in lezzet prensibinde üç veya en fazla dört aromatik karakter sağlama tezine selam gönderen bir başka gösterge oluyor.

Araştırmacılarımız bu sonuçlara ulaştıktan sonra yemek kitaplarına tekrar geri dönüyor ve bu kez de diğer 2.129 yemek tarifini ele alıyorlar. Bu tarifler, tahmin edebileceğiniz gibi bu kez et değil, sebzeli yemek tarifleri. Et yemekleri ile karşılaştırıldıklarında sebzeli yemekler daha az baharatlı katkı içeriyorlar. Rakamsal olarak mukayese yapmak için şöyle bir örnek vereyim, et yemeklerinde ortalama 3,9 olan baharat sayısı sebze yemeklerinde tarif başı-

na 2,4'e düşüyor. Sebzeli tariflerde biraz zayıflamasına rağmen hipotezleri gene güçlü olmaya devam ediyor, yani gene de iklim koşullarıyla baharat kullanımı arasında direkt bir bağlantı söz konusu: Sıcak iklim, eşittir, daha fazla baharat. Peki, sebzelerdeki baharat oranı neden etlere göre daha düşük? Genel doğru şu ki hayvanların savunma sistemleri hareket avantajı nedeniyle fiziksel, bitkilerinki ise sabit konumları sayesinde kimyasal silah dolu depolardan oluşuyor. Yani koparılmış dahi olsa sebzelerin böyle bir dışsal korumaya olan ihtiyaçları daha az. Sebze ve meyveler, zararlı mikro organizmalara karşı kendi içlerinde doğal olarak paketlenmiş kimyasal koruma mekanizmalarıyla birlikte varlar. Bu nedenle sağlıklı var oluşu sürdürmek için onlara baharatla ilave koruma sağlama çabası daha az gerekli.

NASIL GELİNİYOR PEKİ EVRİMSEL SÜREÇTE BURAYA?

Sherman ve Billing, insanların baharat kullanımının başlarında sadece lezzet ve hoşluk algısının üzerinde durduklarını söylüyorlar. Ancak zamanla, özellikle sıcak coğrafyalarda yaşayan ve baharatla beslenen ailelerin aynı toplumun baharatsız beslenen üyelerine oranla gıdaya bağlı rahatsızlıkları daha az yaşadıklarının görülmesi, lezzetten sağlığa doğru bir yön değişimine sebep olabiliyor. Şöyle düşünelim, bir odada dört kişiyiz ve hepimiz kendi yemeğimizi pişiriyoruz. Yemeklerden sonra genelde aynı üç kişi mide ağrısıyla kıvranır, gaz sorunu yaşarken gene hep aynı oda arkadaşımız sapasağlam yerinde duruyor. Eh, onun yemeğini bizimkinden farklı kılan nedir diye merak edip biz de o ne yapıyorsa aynısını yapmaya çalışmaz mıyız? Bunun üzerine bir de baharat kullanan ailenin gıdayı saklayabilme kapasitesinin diğerlerine oranla daha yüksek gerçekleşebilmesini ekleyelim. Baharat kullanımı artık bir opsiyon olmaktan çıkıp o kültürün yemek pişirme pratiğinin ayrılmaz bir parçası haline gelmez mi? İşte avantaj yaşayan baharat kullanıcısı ailelerin çevreleri tarafından taklit edilmeleriyle beraber evrimsel bir uyum sağlama olayı, hem de hani derler ya “kör gırtlak” diye, onun üzerinden gerçekleşebiliyor.

Sherman ve Billing'in çalışması bir ilişkilendirme ölçümü çalışması, sebep-sonuç değil. Dolayısıyla baharat ve aromatiklerin zararlı bakterilere dirençle ilişkisinden sebep, sıcak bölge' mutfaklarının karakteristikleri arasında baharatın çok yer alması geçerli bir teori olabileceği gibi o coğrafyalarda zaten baharatın daha çok yetişiyor olması da bir diğer sebep olabilir. Eh, onlar da haklı; sonuçta evet, horoz ötünce güneş doğuyor, ama horoz öttü diye doğmuyor.

Menekşe Gözlüm

Yolu İtalya veya Fransa'ya düşmüş olanlarınız, oralaradaki pasta-hane camekânlarında veya şekerçi dükkânı vitrinlerinde, tepsiler içinde küçük, mor ile eflatun arası bir renkte şekerlemelere rastlamışsınızdır. Genelde bu tip dükkânların vitrinlerinin olağan renk karmaşası içinde bir görüp geçmiş olabilirsiniz ama eğer içeri girip de “tadına” baksanız, bu şekerlemeleri belki hemen dilinizden mendilinize aktarıp bir daha da ağzınıza atmayacaksınız. Renginden de tahmin edebileceğiniz ama sizi gene de şaşırtacak olan bu küçücük şekerlemelerin ismi “menekşe şekerlemeleri” ve gerçekten de kokulu menekşe (*Viola odorata*) denen bir cins menekşeden yapıyor bunlar.

Menekşe, ağırlıkla Akdeniz ülkelerinde olmak üzere dünyanın çeşitli yerlerinde yetişen ve gerek rengi ve görünümü, gerekse masrafsız yetiştirilmesi nedeniyle oldukça sık rastlanan bir çiçek. *Viola* ailesi içinde pek çok alt tür var ve bunların kokusundan sebep en makbüllerinden olan bizim *Viola odorata* 10-15 cm. boylarında, yer örtücü, uzun saplı, yüreksi yapraklı bir bitki. Mart-nisan aylarında 15-20 mm. boyutlarında hoş kokulu ve genellikle mor renkli çiçekler açıyor. Menekşe mitolojik çağlardan günümüze seviliyor, değer veriliyor. Baştan çıkarıcı kokusu nedeniyle olsa gerek Venüs'ün ve onun yerini alan Afrodit'in bitkisi sayılmış; Homeros'tan Shakespeare'e pek çok ünlü şair ondan sevgi ve övgüyle söz etmiş.

İmparator Napoléon'un partisinin de amblemi olan bitki, antik Yunan'da doğurganlığın simgesi sayılırken, Romalılar onu içtikleri şaraplara bile katmışlar.

“Menekşe Sever misiniz?”

Moskova hezimetinin ardından Fontainebleau Antlaşması gereğince Elba'ya sürgün edilen Napoléon Bonaparte, yola çıkmadan üç gün önce Bassano Dükü ve General Bertrand ile Fontainebleau bahçelerinde yürüyüşe çıkıyor. Yürüyüş sırasında üç-dört yaşlarında bir çocuğun menekşeleri koparıp koparıp demet yaptığını görüyor.

Yanına gidip “Çocuk, o çiçekleri bana verir misin?” diye soruyor. Çocuk da ikiletmeden başını olumlu anlamda sallayıp elindeki buketi Bonaparte'a uzatıyor. Bu itirazsız jest muhteremin çok hoşuna gidiyor; çocuğun başını okşayıp öpüyor.

Menekşelerin ona tanrısal bir işaret olarak gönderildiğini düşünerek yanındakilere sürgünden mutlaka bir dahaki menekşe mevsiminden önce döneceğini söylüyor. Onun yokluğunda kendisinden şifreli olarak “Menekşe Baba” (*Père la Violette*) diye bahsediliyor; taraftarları birbirlerini “Menekşe sever misin?” sorusunun olumlu cevabıyla ya da yaka iliklerine ilıştirdikleri menekşelerle tanyorlar.

Dokuz ay sonra, Şubat 1815'te Elba'daki Portoferario'dan 600 kişiyle kaçıyor ve Antibes civarında karaya çıkıyor. Yanındaki 600 kişi katlanarak artıyor, Paris'e girdiğinde tüm ordu artık Napoléon'un yanında. Böylece Avrupa'da aslında 111 gün süren ama “100 Gün” diye bilinen dönem başlıyor.

Kültür bitkisi olarak çeşitleri üretilen kokulu menekşenin akrobaları arasında Parma menekşesi veya Victoria menekşesi denilen çeşitler de var. Hem mutfaklarda, hem de parfümlerde sık sık ve uzun yıllar boyunca geniş ve seçkin bir kullanım alanı bulan bu hoş kokulu çiçeğin bir de verimli bir özelliği var; hem çiçeğinin, hem de yapraklarının ayrı koku profilleri olması, yani farklı kokularda kokması. Çiçek ve mutfak birlikteliği konuya yabancı okurlara şaşırtıcı gelmesin, yenilebilen çiçeklerin sayısı oldukça fazla:

Aynısefa, hanımeli, leylak, fuşya, karanfil, yonca, begonya, kri-
zantem, daha nice ve elbette gül, portakal çiçeği, say say bitmez.
Boşuna her laf geldiğinde “mutfak ve parfüm hammaddeleri aynı
havuzdan alıp kullanırlardı” demiyoruz sevgili okur, lütfen yani. Bu
çiçeklerle yapılan, çoğunluğu tatlı olmak üzere pek çok yemek var.
Yalnız aman siz iyice kontrol etmeden hemen çiçekle yemek veya
pasta yapmaya kalkmayın, önce yenilebilir olup olmadığına, hatta
neresinin yenilip neresinin yenilmediğine iyice bir bakın.

“Tatlı menekşe”,
“Kokulu menekşe”
ya da *Viola odorata*.



Görselde menekşeli reçel, şekerleme ve kurabiye gör-
rüz. Bugün Avrupa’da
çiçek aromalı yiyecekler art-
tı sadece “bölgesel otantik”
lezzet, çoğu kez de “hediye-
lik” satılıyor, genel kullanımı
maalesef yok. Bunun belki
tek istisnası kentlerin köklü
pastane veya şekerlemecile-
rinin vitrinlerinde, en azın-
dan görselliğe renk katkısı
yapması nedeniyle yer verilen
menekşe şekerlemeleri.



Yeni açmış menekşe çiçeklerine şerbet dışında Osmanlı mutfak-
ğında pek sık rastlanmasa da bazı Avrupa mutfaklarında salataları
süslemek veya tavuk-balık gibi beyaz etlerin içini doldurmak için
kullanılıyor. Çiçekler, yumurta akı ve kristalize şekerle kaplana-
rak şekerleme haline getirilebiliyor veya bir diğer seçenek olarak
gene çiçeklerin üzerine sıcak şurup akıtılarak kristalize olana
kadar karıştırılıp kurutulabiliyor. Şekerlenmiş menekşeler halen
Avrupa'nın bazı bölgelerinde bugün bile revaçta. İçlerinde en
meşhuru da Fransa'nın Toulouse bölgesinde üretilerek Toulouse
menekşesi (*Violettes de Toulouse*) denilen şekerlemeler.

Şekerli Çiçekler: Pralin

Çiçeğin üzerine sıcak şeker şurubu akıtılması yöntemi, sadece menekşe
için değil, gül yaprakları veya portakal çiçekleri için de uygulanıyor. Bu yöntemi,
saydığım çiçeklerin dışına çıkarak bademe veya portakal kabuklarına uygula-
dığınız zaman ise, sonuçta elinize geçen bu hoş kokulu tatlı yiyecek "pralin"
adını alıyor.

Pralin, XVII. yüzyıla kadar geri gidiyor ve Chateau de Vaux-le-Vicomte'da
zamanın şeker kralı Choiseul Dükü Marshal du Plessis-Praslin'in aşçısı
Clement Lassagne tarafından geliştirilmiş. İlk örnekler, bütün halde bademle-
rin karamelize şekerle kaplanmasıyla yapılıyor.

Karamela ile kaplanmış bademler veya ilerleyen zamanlarda bademin
yerini alan fındıklar, öğütülerek toz haline getirildiğinde kek, pasta veya don-
durmaların içine katılabildiği gibi çikolata kahplarının içine de eklenebiliyor
ve *Pralin* ismi verilen çikolatalı şekerleme cinsi ortaya çıkıyor. Bugün *Pralin*
dediğimizde, genel olarak bu toz veya macun halindeki şekerli fındıkların,
çikolatayla kaplanmasını anlıyoruz. Ya da şöyle söyleyeyim, çikolatanın içine
şekerli fındık dolgusu konulduğu zaman ismi *Pralin* oluyor.

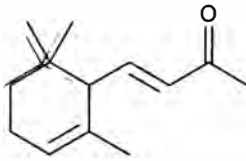
Aşçı Clement Lassagne'in *Pralin*'i nasıl keşfettiğine dair rivayet muhtelif.
Kimilerine göre, mutfaktaki pasta imalat seansları sonrasında fındık ve badem
kalıntılarını aşırarak ve gene mutfaktaki kapların dibindeki şeker kalıntılarının
içine atıp karıştırarak lüpeten aşçı yamaklarından esinlenmiş. Kimilerine göre
ise yardımcılarının birinin kazara içinde şeker kaynamakta olan tencereye
badem kavanozunu devirmesini fırsat bilmiş ve bu küçük mutfak kazasını ilginç
ve tatlı bir icada dönüştürmüş.

İtalya'nın orta ve güney bölgelerinde sıkça tüketilen Parma menekşesi (*Violetta di Parma*) isimli şekerleme de gene meşhur menekşeli şekerlere bir başka örnek. Tabii bu tarihsel değer taşıyan şekerlemeler, gıda tercihleri değişen yeni nesillerle birlikte modern rakipleri karşısında ne kadar dayanabilirler, o ayrı bir tartışma konusu.

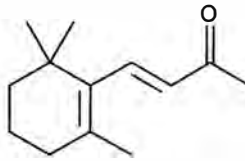
Eski Yunan'da, Atina'da, şarapların aromalandırılmasında kullanılan menekşe, parfüm dünyasının içine dâhil olduğunda işleri biraz karıştırıyor. Öncelikle doğal menekşe yağı teknik olarak imkânsız olmamasına rağmen elde edilmesi oldukça zor, çok fazla pahalı, yani rasyonel olmayan bir koku hammaddesi. İkincisi, az önce dediğim gibi, çiçek ve yapraklar ayrı ayrı hoş fakat çok da farklı kokuyorlar. Dergilerde okuduğunuz parfüm tanıtım bültenlerinin içinde menekşe kelimesi geçebilir, ancak o tanıtım metinlerini yazanlar henüz kehribarla amberi ayıramazken çiçek ile yaprağın arasındaki bu kokusal ayırmadan ne kadar haberdardırlar, ondan pek emin değilim. Maalesef daha da ileri gidilip bazı tanıtım metinlerinde kokusunun benzediği süsen kökü (*iris*) ile karıştırılarak menekşe kökü diye de bir koku notasından bahsedildiği de vâki! Oysa menekşe kökü, eski tıpta tedavi edici özelliği dolayısıyla ilaç niyetine kullanılmış olsa bile parfümlerin formülleri içinde herhangi bir kullanımı yok.

Menekşe çiçekleri tatlı, pudramsı ve azıcık da baharatlı kokarken; yapraklar taze biçilmiş çimeni andıran topraksı ve yeşil bir koku profiline sahipler. Çiçeğin kokusunun doğal yapısı içinde terpenlerden gayrı esas karakteristik, kokuyu veren *iyonon*lar var. *İyonon*lar nefis kokan moleküller olmalarına rağmen, kadı kızının kusuru misali, küçük bir kusurları var: Burnumuzdaki koku alıcılarını bloke edebiliyorlar ve biz menekşeyi veya içinde menekşe kokusu olan bir parfümü birkaç kez kokladıktan sonra artık onu duyumsayamaz hale gelebiliyoruz. 1893 yılında, Tiemann ve Kruger isimli iki kimyager, Parma menekşelerinin içindeki *iyonon*ları ayrıştırıp sentezleyerek parfüm dünyasını bir menekşe kokusu bolluğu içine sokuyorlar.

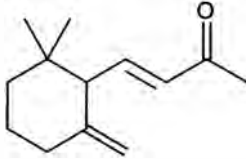
Alfa, beta ve metil
iyonon molekülleri.



α -ionone



β -ionone



γ -ionone

*İyonon*ların ayrıştırılmasıyla beraber bu moleküllerin başka kaynaklardan da ucuza elde edilmelerinin önü açılıyor ve çok da pahalı olmayan menekşeli kolonyalar her tarafı sarıyor. Kendi içinde geniş bir koku paleti sunuyor bize bu *iyonon*lar, yani taze açmış çiçek kokusundan ağaçsı tatlı notalara kadar bir çeşitlilik içeriyorlar. İçlerinden biri olan metil *iyonon*, Türkçe “süsen” dediğimiz İris çiçeğinin yumru kökünü de andıran kokusuyla farklı ve yeni parfüm formüllerinin de habercisi oluyor.

Öte yandan menekşenin yaprağına geldiğimizde, o topraksı ve taze kokunun da içinde bol bol *salisilat* var. *Oktin* esterleri ve *metil heptin karbonat* menekşe yapraklarına biraz salatalık, biraz da kavun gibi farklı bir tazelik sağlıyorlar ve modern erkek parfümlerinin pek çoğu için bu ögeler neredeyse olmazsa olmazlar haline geliyor. Bu koku profiline örnek olarak Christian Dior’un efsanevî parfümü *Fahrenheit*’ı verebilirim. Ancak parfümden bahsediyorum diye *iyonon*ları lezzetin içinde aroma olarak algılamadığımızı düşünmeyin. Kâh çay aroması, kâh ahududu aroması derken *iyonon*lar gıda aromalandırılmasında da kullanılıyorlar.

Johann Karl Wilhelm Ferdinand Tiemann, Reimer-Tiemann reaksiyonunu keşfeden ortaklardan, hatta vanilyayı anlattığım bölümden hatırlayacağınız üzere *vanilin*'in bugün kullandığımız, ucuzlamış bir malzeme haline gelmesine sebep olan kimyager. Vanilyanın yapayını ucuzla maletmek Tiemann'ı kesmiyor ve farklı bir maceranın daha peşine düşüyor. Evet, tahmin edebileceğiniz gibi, yeni takıntısı da menekşelerin o nefis kokusunu laboratuvar ortamında elde etmeye çalışmak. Tabii böyle bir şeyi yapabilmek için de öncelikle menekşenin içindeki, ona esas karakteristik kokusunu veren molekülleri ayırıştırabilmesi lazım ki daha sonra o molekülleri başka kaynaklardan ve yeni yöntemlerle elde ederek ticari kullanıma sunabilsin. Malzeme de hem ucuzlasın, hem de Tiemann'a para kazandırsın.



Vanilin sentezini gerçekleştiren iki isimden biri olan Reimer'in ortak olduğu Haarmann Reimer şirketine ait *vanilin*'in uygulamalı tarif ilanı.



Kazara *iyonon*ları sentezlemeyi
başaran ünlü organik kimyacı
Ferdinand Tiemann.

Ferd. Tiemann.

Böyle dediğimde doğal olarak hepimizin aklına bu çalışmaya menekşenin yağı ile başlaması gerektiği geliyor. Ancak bilimsel araştırma için dahi olsa ve az çok sağdan soldan fon bulabilse dahi menekşe yağı böyle bir çalışma için gerçek ötesi seviyede pahalı bir malzeme. Düşünün ki 1890'larda yapılıyor bu çalışma ve o zamanda da bu kadar hassas ölçümler, sayısal teraziler falan yok. Yani gramın bilmem kaçta biri gibi ölçülerde hammaddeyle çalışacak yeterlilik ve evsafa alet edevat olmadığı için, Tiemann daha kaba ölçümler yapmak zorunda. Bu da ona gereken yağ miktarını artırıyor.

Bugünden yapılan tahminlere göre, o dönemde o çalışma için gereken yağ miktarı beş ila yedi kilo arasında. Bu da, Tiemann'ın araştırma bütçesini aşan, hatta neredeyse böbreğini sattırarak bir maliyet demek. Bu olanaksızlığın net bir şekilde ortaya çıkması üzerine Tiemann gene aşırı pahalı ama menekşeyle mukayese edildiğinde görece daha ucuz olan bir başka malzemeye yöneli-

yor. Az yukarıda, kokusunun benzerliğinden bahsettiğim süsen kökü veya iris dediğimiz diğer kokulu kaynağa.

Nasıl biz kokularını benzeş buluyorsak, Tiemann da menekşe ile süsenin kokularını fazlaca benzer buluyor ve bu yüzden de içlerinde mevcut bir ortak molekülün bu benzerliğin sebebi olduğunu düşünüyor. O halde aynı molekülü daha ucuz bir kaynaktan elde edebiliyorsa, o da onun üzerine gidip laboratuvarını onunla doldurmaya karar veriyor.

Süsenin kökünden *iron* olarak adlandırdığı bir molekül, bir *keton* ayrıştırıyor Tiemann. Ona göre *iron*, tam aradığı menekşe karakterini taşıyan bir koku profiline sahip. Gece gündüz çalışarak molekülün şeklen formülünü çıkarıyor laboratuvarında. Büyük bir şans eseri, daha sonra anlayacağı üzere, bu çaba yanlış bir çaba ama o anda Tiemann bu yanlışlığın henüz farkında değil.

Tiemann ve yardımcısı Kruger, çekiyorlar önlerine bu yanlış formülü ve başlıyorlar yeni bir kimyasal bileşim oluşturmak için çalışmalar yapmaya. Molekülü elde edebilmek için sağa sola saldırırlarken, sonunda Hint Limonotu'nun içinde bulunan *sitral* isimli bir *aldehid*'i alıyorlar ve üzerine denemelere girişiyorlar. Planları şu; *sitral*'i alacaklar, asetonla yani *dimetil keton*'la işleme tabi tutacaklar, suyunu ayrıştırıp *iron* molekülüne ulaşacaklar.

Çok uzun ve dikkatli çalışmalar, yoğunlaştırmalar, buharlar, kabarcıklar, baloncuklar falan sonucunda ellerine bir malzeme geçiyor. Geçiyor geçmesine ama bu malzeme *iron* olmadığı gibi onun vermesi gereken hoş menekşe kokusuyla pek bir ilgisi de yok. Yani bir ilgisiz kaynaktan, limonotundan yanlış bir formülle menekşe kokulu *iron* molekülünü elde etmeye çalışan bizim tüccar biliminsanları, hüsrana uğramış durumdalar.

Tiemann üzüntüyle başını ellerinin arasına alıyor; yardımcısı, Kruger ise zaten onun böyle bir anda gözüne görünmemek için laboratuvarın neresine saklanacağını bilemez bir durumda. Hava basık, kapalı ve yoğun bir hüznün çökmüş durumda ortalığa.

Bir Sabun Klasîği: Limonotu

Hint limonotu veya Hint limonçimeni (*Lemongrass, Cymbopogon citratus*), görece uygun fiyatlı, halen de pek çok ürünün parfümü içinde kullanılan bir doğal malzeme. 55 değişik türü var. Hem kendi halinde, hem de içinden ayrıştırılan pek çok molekülle koku dünyasının malzeme açlığını fırından alınan ekmek gibi uygun koşullarda bastırmak için kullandığı bir doğa mucizesi.



Kokusunu daha belirgin anlayabilmeniz için size şunu söyleyebilirim: Hani bazı marketlerde falan sivrisinek kovan mum diye bir kısım mumlar satılır, daha çok yaz aylarında ve çoğu sonradan renklendirilmiş olsa bile sarı renklidirler. Yakıldıklarında da baygın limonu andıran bir kokuları vardır; Hint Limonotu, o mumların kokusuna çok benzeyen bir koku taşıyor. Yani aromatik otlar sınıfında değerlendirilen bir bitki. Tam ekşi limon gibi kokmasa bile tatlı ve baygın bir limon-havası taşıyor.

Yaklaşık iki santim eninde olan bu otun yaprakları yeşil ile mavi arası bir renkte ve boyu çoğu zaman bir metre-yi geçebiliyor. Yağı buhar distilasyonu metoduyla elde ediliyor ve içinde yer alıp Tiemann'ın da iştahını kabartan *sitral* isimli molekülün, uzunca bir dönem tek kaynağı ve adresi oluyor. Daha sonraları *terpen* kimyasındaki gelişmeler neticesinde *sitral* bile sentetik olarak elde edilebildiğinden, ayrıca ilerleyen yıllarda *sitral*'in sağlığa zararlı özellikleri bulunup kullanım miktarı kısıtlandığından, bugün eski şöhret ve veriminden oldukça uzak olduğunu söyleyebiliriz.

Farklı mutfak örneklerine meraklı olanlarınız varsa, özellikle Tayland mutfağında limonotunun hem çok önemli aromatik bir katkı malzemesi, hem de tabak süslemesi olarak çokça kullanıldığını söyleyebilirim. Genelde Asya mutfağında çay, çorba ve köri baharatı karışımı içinde de kullanılan limonotunun kokusunu tarif etmek için verdiğim sineksavar mum örneğinde, bu otun içindeki *sitronelal* ve *sitronelol* başrole çıkıyor ve bu kokular da sivri ve rahatsız ederek bizim rahatsızlığımızın önüne geçmeye çalışıyor. (Çok kısa bir lüzumsuz bilgi vereyim: Bu tip molekül isimlerinin sonu "al" ile bitiyorsa *aldehit*, "ol" ile bitiyorsa alkoldür o malzeme.)

Şimdilerde sabunlar da meşhur parfüm kokularını kullanıyor olmalarına rağmen, çok uzun bir dönem limonotu, klasik bir sabun kokusu olarak bilindi.

Neden sonra Tiemann, Kruger'e sesleniyor: "Krugerciğim, gel bu akşam biz bir dışarı çıkalım ve bizi aylardır meşgul eden bu deneyin başarısızlığını unutmak için kendimizi alkole vuralım. Çok boş yaptık, çooook!" Kruger de aynı hayal kırıklığı içeren ses tonuyla cevap veriyor: "Tabii ağbi; hatta istersen atlayıp Türkiye'ye gidelim, oralarda da güzel açık meyhaneler bulabiliriz. Hem belki rakı da daha bu tarihte ideolojik bir vergilemeye uğramamıştır, masrafı da çok olmaz."

İki kafadar, başarısızlığı unutmak için âlemlere akmaya karar vermişken, Tiemann uzun deneylerinin başarısız sonucu olan ve neredeyse kokusuz bir sıvı içeren beher kabını ortalarda dolaşan asistanlardan birine uzatıyor ve "Yavrum, şunun içindekini döküver; beher kabını da bir güzel yıka, sonra ters çevirip kurumaya bırak. Biz Kruger ağbinle biraz dışarı çıkacağız" diyor.

Asistan kabı alıyor, içindeki neredeyse kokusuz sıvıyı boşaltıyor. Sabunla yıkamadan önce de iyice temizlendiğine emin olmak için de bulaşık haldeki beher kabının içine elinin altındaki kuvvetli mineral asitlerden döküyor. Aman Allahım, o da ne?! Kabin içinde kalıp da çeperlere bulaşan başarısız *iron* denemesi, o kuvvetli mineral asitleri yiyince ortalığa bir güzel menekşe kokusu salmıyor mu? Birbiri ardına yapılan hatalar sonucu *iron* çıkmıyor ortaya ama tesadüf ve hatalar sonucu akıllarına hiç gelmeyen bir şey, *iyonon*lar nefis menekşe kokularıyla laboratuvarın ortasında beliriveriyorlar. Tabii ortamlara akma senaryoları falan bir kenara bırakılıyor, *iyonon*lar üzerine çalışmalar yapılmaya başlanıyor. Bu icattan hemen sonra, *iyonon*lar iki *izomer*'e ayrıştırılıp *alfa* ve *beta iyonon* ismi altında sınıflandırılıyorlar, Tiemann tarafından. Bu tartışmalı başarıdan sonra kimya dünyası, asetonun yani *dimetil keton*'un yerine başka *metil keton*lar koyarak bu kez de *metil iyonon*'u elde ediyor. *Metil iyonon*, daha önce bahsettiğim gibi, bugün artık pek çok parfümün içinde olmazsa olmaz bir şekilde yer alan, hafif ağaçsı, yer yer menekşe, yer yer de süsen kökünü çağrıştıran kokusuyla bir daha çıkmamak üzere parfümörlerin ve lezzet uzmanlarının (*flavorist*) paletlerine dâhil olan bir molekül oluyor.

Tiemann ve Kruger'in patentini aldıkları yıl, yani 1893 yılında *iyonon*, menekşe yağının alternatifi olarak kilosu bin Dolardan satışa sunuluyor. 50 yıl sonra, 1943 yılında aynı malzemenin ABD'deki satış fiyatı, kilo başına 10 Dolara kadar iniyor. *İyononlar*, yani *alfa*, *beta* ve *metil iyonon*lardan sonra, artık bugün kimse menekşenin doğalının peşinde koşmuyor. Menekşeye çok benzeyen süsen kökü, yani iris için de aynı şey geçerli, çünkü *metil iyonon* süsen kökünün karakteristiğine çok yakın kokusal ipuçları verebiliyor.

Süsen kökünü doğal halde bulmak bugün için zaten ne kadar parayı gözden çıkarırsanız çıkarın, imkânsıza yakın. Zira esas olarak Floransa bölgesinde meşhur olan bu çiçeğin kokulu kökünden hammadde elde edebilmek için o kökü distile etmeniz, yani damıtmanız lazım ve bu distilasyonun da başarılı olabilmesi için soyulmuş süsen köklerinin en az iki yıl bekletilmesi gerekiyor. Bu iki yıllık bekleme dönemini geçirmediği zaman süsen kökünün kokusu tam olarak açığa çıkamıyor, dolayısıyla distilasyon da başarısız oluyor. Paranın zamansal değerinin bu kadar yüksek olduğu bir dönemde de, kimse bu en az iki yıllık uzun yatırım sürecini elbette alamıyor ve pek nadir olarak gerçek doğal iris köküne rastlayabiliyoruz, kokulandırılmış ürünlerin içinde.

Bir Yol Hikâyesi

Efendim, muhterem ilkel atalarımız nasıl besleniyordu? Bulduğu zaman yiyor ve besleniyor, bulamadığı zaman da aç dolaşıyor, bir sonraki öğüne kadar bir öncekinden kalanın verdiği güçle idare ediyordu. Yemek saatlerinin bugün anladığımız anlamda bir düzeni yoktu, ayrıca öğünler de sabah, öğle ve akşam olmak üzere üçle sınırlı değildi. Yiyeceğin peşinden bütün aile veya klan, orası senin burası benim dolaşıyor, yiyeceğin olduğu yer konak, olmadığı yer de yol oluyordu. Sonra yerleşik düzene geçmeye başladık. Düzenli tarım girdi hayatımıza. Girdi ve atalarımızın hayatlarına kattığı yenilikler sadece avantajlar değil, aynı zamanda da dezavantajlar oldu elbette.

Madem artık yiyeceğin peşinden koşmuyorduk ve yerimizde sabittik, o halde elimizdeki yiyeceği daha uzun bir zaman dilimi içinde kullanılabilir kılmalıydık. Bunu sağlayabilmek için ferman-tasyon, tütsüleme, kurutma ve onlarca değişik yöntemi, bilinçli veya bilinçsiz olarak hayatımıza soktuk. Zamanın içinde koca adımlarla atlayarak bugüne yaklaşırsak, gün geldi ki artık yalnız yerimizde sabit olmakla kalmayıp, mutfaklarımızın içinde soğutuculara da yer verir olduk. İyi de, o soğutuculara konulan gıdalar bu yeni koşullara hazır mıydılar? Hayır, hazır değildiler tabii.

Mesela hazır satılan bir puding veya muhallebiyi düşünelim. Bu tip bir ürünü marketlerin soğutulmuş tezgâhların yer aldığı

bölümlerinden satın alıyoruz ve eve götürüp buzdolabına koyarak aynı soğuk zinciri devam ettirmeye çalışıyoruz. Pudingi veya muhallebiyi yapmak için işe sütle başlanıyor ve süt hem sıvı hem de protein olarak yardımcı oluyor muhallebimizin imalatına. Daha sonra nişasta ekleniyor ki sıvımız kalınlaşsın, kıvamlı bir hale gelsin. O nişasta, karışımın içinde genişliyor ve geniştikçe de bize o muhallebi kıvamını vermek için çevresindeki sıvıları içine hapsedmeye başlıyor. Ancak soğuk dolapta iki üç gün geçirdikten sonra bu genişmiş nişastalar tekrar eski hallerine dönmeye başlayıp, hapsedtikleri suyu geriye, muhallebimizin içine sızdırmaya başlıyorlar. Bunu da hiçbirimiz istemiyoruz, zira katman katman olmuş, sulanmış, “lök-lök” bir muhallebi hem sağlıklı hem de sağlıklı değil. Daha marketin rafındayken böyle görünen bir ürün olsaydı satın alır mıydık? Almazdık elbette. Bu istenmeyen durumları önlemek için de üreticilerin yapısı kimyasal olarak modifiye edilmiş, aldığı suyu geri vermeyen nişastaya ihtiyaçları var. İstenen nişasta gene nişasta olmalı ama yapısal özellikleri değişmiş, bir nevi “Doğan görünümlü Şahin” olmalı. Bu ihtiyaç, yani talep, arzulanan ürünün teminiyle, yani arzla karşılanıyor ve işlenmiş gıda üreticileri uzunca dayanması beklenen kıvamlı puding veya muhallebi gibi ürünlerde bu tip nişastalar kullanıyorlar.

Bizler, bu ve benzer müdahalelerle gıdaların soğuk ortamlarda kalabilme sürelerini uzatacak arayışlar içine giriyoruz. İçlerine bir şeyler katıyoruz, başka bir şeylerle onları işleme sokuyoruz ki dolabımızda kalma süreleri daha da uzasın ve biz her gün taze yiyecek aramak peşinde koşmayalım. “Her gün taze yiyecek peşinde koşmanın neresi kötü?” diye düşünebilirsiniz. “Aman” derim, bakın uyarıyorum, böyle şeyler düşünmeyin. Çünkü o zaman “Neden sabahın köründen akşamın karanlığına kadar çalışıyorum?” veya “Neden sadece ben değil eşim de çalışmasına rağmen tek bir aile bireyinin çalıştığı dönemlerdeki refah ve mutluluk seviyesine ulaşamıyoruz?” gibi zararlı soru ve fikirler aklınıza giriverir! Onun için siz boş verin aylak aylak sağlıklı ve taze yiyecek peşinde koş-

mayı, bugünün şartlarını ön koşul olarak kabulleniverin. Sisteme ilişkin sorular muhalefet, her muhalefet de ihanettir(!)

Evet, yiyecek ömrünü uzatma arayışlarının bazıları beklentilerin tersine, yiyeceğin saklanma pahasına lezzetinden fedakârlık edilmesini de beraberinde getiriyor. İyi ama hani biz artık ilkel atalarımız gibi değildik ve rafine zevkler edinip sadece beslenmek için değil, keyif için de yemek yer olmuştuk? O zaman bu lezzetini kaybetmiş gıdaları neden dolabımızda tutacağız? Sizi bir kez daha (bak, iki oldu!) dostâne uyarayım sevgili okur; lütfen bunları da düşünmeyin, çünkü o zaman ekmeğini bundan çıkarırları üzerisiniz. Bu durumda ikinci ön koşulumuz da müsaadenizle bu olsun: yiyeceği uzun süre dayanabilir ve her an ulaşılabilir kılmanın yolunun onun lezzetinden fedakârlık etmekten geçtiğini kabul edelim. Bir anomaliyi dengelemek için başka bir anomalinin kucağına düştük gibi düşünebilirsiniz. Peki, şimdi bu önkoşullar bizi nereye getiriyor? Şuraya getiriyor; bir, neden taze yiyecek aramadığımızı sorgulamayacağız, iki, tazesini yerine kullandığımız saklanabilir yiyeceğin de lezzeti konusunda, yapacak fazla bir şeyimiz yok, mecburen işi ehline teslim edeceğiz.

İşte tam burası, yani işin ehline teslim edilme kısmı da bu kitabın ilgi alanı içine giriyor. Zira hep söylüyoruz, yiyeceğin lezzetinin cüz'i kısmı tat, azı doku, çoğu da aromasından oluşur. O zaman “lezzetsiz bir yiyeceği yeniden lezzetlendirmek” dediğimizde bu işi koku endüstrisinin dışında düşünmemiz imkânsız. Zaten koku dünyasının köklerine indiğimizde neredeyse tarih öncelerinden beri parfüm dünyası, lezzet katkılarından ödünç notalar kullanarak büyüyor ve gelişiyor. Pek çok baharın kokusundan yiyeceklerimizin içinde bir lezzet unsuru olarak yararlanıyor atalarımız. Çağlar boyunca, her iki ilgi alanı sürekli birbirine yapışık olarak yol alıyor. Baharata ulaşma çabaları, sayısız savaşın nedeni olurken, gene sayısız barış antlaşmasının da mührünü vuruyor. Columbus'un Hindistan yerine ulaştığı Amerika kıtası da daha önceki sayfalarından hatırlayacağınız üzere kakao ve vanilya gibi altın kıymetinde iki doğal malzemeyi dünyanın geri kalanı ile tanıştıyor.

Keza, Ponce de León'un Florida'ya ayak basıp "Gençlik Çeşmesi" hayalleri peşinde dolaşırken rastladığı *sassafras* ağacı (*Sassafras albidum*), neredeyse bugüne kadar pek çok yemekte veya bira çeşidinin içinde bir lezzet katkısı olarak kullanılıyor. Garip isimli bir âdemden bahsettik: o zaman müsaadeniz olursa kimdir, necidir, şu Ponce de León, bakalım mı efendim? Ponce de León veya tam adıyla Juan Ponce de León, İspanyol bir *conquistador*, yani kakaoyu anlatırken az daha ayrıntılı okuduğumuz fatihlerden biri. Gençlik döneminde Granada savaşına katılan muhterem, Christopher Columbus'un Amerika'ya, yani "Yeni Dünya"ya yaptığı ikinci yolculuğunda da hemen yanibaşında yer alıyor.



Sassafras albidum.

İspanyol fatihlerinden,
Juan Ponce de Leon.



El Adelantado IUAN PONCE Descubridor de la Florida .

İlerleyen zamanda emr-i Hak vâki olup Christopher Columbus ölünce bugün Porto Riko olarak bildiğimiz bölgenin ilk İspanyol valisi oluyor. Ne var ki Porto Riko valisi olunca aynı görevi hak ettiğini düşünen Christopher Columbus'un oğlu Diego Columbus (Diego Colón) ile çekişmeye başlıyor ve sarayın da Columbus'u tutmasıyla birlikte çekişmeyi kaybeden taraf oluyor. Valiliği kaybetmesi üzerine idarî makamdan çekiliyor ama kaybettiği valilik mevkii yerine saraya sunduğu sayısız hizmet karşılığında Küba'nın kuzeyine çıkıp oraları keşif ve kolonize etme, yani sömürgeleştirme hakkını alıyor. Saraydan bu izni koparınca hemen kendi cebinden, yani kredi kartına beş taksit yaptırarak üç gemi donatıyor, yola çıkıyor. 1513 yılının iki Nisan günü, bugünkü Florida eyaletinin kuzeydoğu kıyısında karaya ayak basarak İspanya adına bu bölgeye el koyuyor.

Tıpkı diğer *conquistador*lar gibi yeni bir toprağa ulaşınca gücüne güvenip “Benim lan buralar artık!” deyiveriyor ve oranın gerçek sahiplerinin fikrini bile sormuyor. Hoş, onunla aynı fikirde olmasalar ne yazar? Ne diyelim, her coğrafya böyle binlerce örnekle dolu ve tanımlayıcı kelimenin illa İspanyolca olması da gerekmiyor.

Karaya çıktığında gördüğü birbirinden etkileyici, rengârenk pek çok çiçek yüzünden bölgenin adını İspanyolca “çiçekli” anlamına gelen *La Florida* koyuyor. Juan Ponce de León’un 1513 yılında Florida’ya adım atarak orta Amerika dışında kalan kuzey Amerika kıtasındaki güncel ABD topraklarına ilk ayak basan Avrupalı olduğu düşünülüyor. Rivayete göre Ponce Bey, aslında suları insanı gençleştiren ütöpik bir “gençlik çeşmesi” bulma hayaliyle Florida’ya doğru dümen kırıyor ama o topraklarda altın bulunma olasılığı ve İspanyol egemenliğinin sınırlarını genişletme arzularının León için varlığı şüpheli böyle bir çeşmenin bulunmasından daha önemli bir motivasyon olduğunu düşünmek de pek zor değil.

Neyse işte sevgili okur, bizim *Conquistador* Ponce, Florida’nın kuzeyine güneyine dellenirken *sassafras* (*Sassafras albidum*) ağacına rastlıyor. *Sassafras*, defnegillerden bir bitki. Bize pek tanıdık gelmese de önemli bir nebat ve pek çok kültürün mutfağında geniş yer tutuyor. Creole ve Cajun mutfaklarında yer alan önemli bir yemek olan *gumbo* mesela, çoğunlukla *sassafras* kullanılarak yapılıyor.

Gumbo ilginç bir yemek: içinde bol baharat, karides ve/ya kabuklu başka deniz hayvanları, domates, kıvamlı soslar falan var ve İspanyol, Fransız, Alman, batı Afrika ve Choctaw Kızılderililerinin mutfak kültürlerinden izler taşıyor. Bu ilginç ve şahsına münhasır kültür kaynaşması yemek gibi, Amerikalıların meşhur kök birası (*root beer*) da farklı tadını *sassafras*’a borçlu. Köklerinden çay da yapılan *sassafras*’a bu etkin lezzet içeriği olma şansını verenlerden birisi de içindeki *safrol* molekülü.

Kralın Kızları: *Creole*

Portekiz'in doğudaki baharattan elde ettiği servet, Avrupa'nın diğer egemenlerinin de iştahını kabartıyor. Aynı zenginliğe batıdan ulaşmayı amaçlayan Fransızlar, daha önceki başarısız girişimlerinin aksine 1535'te Amerika kıtasının kuzeyinde bir yerleşim kuruyorlar. Amaç, Çin'e erişebilmek, maden veya kürk gibi kaynaklarını ülkelerine aktararak karşılığında yerlileri Katolisizm'e inandırmak.

Bir yandan tüccarların diğer yandan da Cizvit rahiplerinin yoğun çabalandığı dönemlerden bahsediyoruz yani. Huron yerlileri, yeni gelen misafirlerini Kapalıçarşı'ya götürüp elmalı çay içirmeden önce oradaki en yüksek tepeye çıkıyor, Fransızlar da tepeyi "Kraliyet Tepesi", yani Mont Réal (Montreal) olarak adlandırıyorlar. İngiliz ve İspanyolların aksine, Fransızların yerlilerle ilişkileri çoğunlukla dostane. Kürk ticareti peşinde evlilikler dahi yapıyorlar yerli kızlarla.

Daha sonra *Pays des Illinois* üzerinden aşağıya doğru uzayan bu egemenlik alanı, kıtanın ağırlıkla doğusu olmak üzere büyük bölümünü kaplayan ayrı ve koca bir ülkeye, yerleşimcilerden yardımlarını esirgemeyen XIV. Louis'e atfen *La Louisiane*'ye dönüşüyor.

XIV. Louis'ye neden bu jest yapılıyor? Evet, oraları kraliyet toprağı sayarak ayrıcalıklar tanıyor ama işin heyecanlı kısmı bundan ibaret değil. Yerleşimcilerin çoğu erkek. Kral da seyahat masrafları kendisinden olmak üzere yüzlerce genç kız gönderiyor Amerika'ya. Maksat, yerleşimci Fransızlar gönderilen ve en yaşlısı 25 yaşında olan bu genç kızlarla evlensinler ve üresinler. Eh, üreme faaliyetinin keyfini de değerlendirmeye alırsak sevgili okur, tabii ki muhteremler de bu jesti karşılıksız bırakmıyorlar! Bu kızlara da "Kralın Kızları" (*Filles du Roi*) adı veriliyor.

Fransızların elindeki bu dev alan, güneyde ellerinde kalan son toprak da Birleşik Devletler'e satılana kadar, en azından teorik olarak, Fransa'nın parçası sayılıyor.

Creoleler veya daha doğru isimle *Créoles de Louisiane* de, güneydeki Amerika topraklarında ya Fransızların ya da İspanyolların hâkimiyeti sırasında doğan ve ataları Avrupalı olan insanlara verilen isim. "Gel Bana Çukolata Sevgilim" bölümünde okuduğunuz kast sisteminde Amerika doğumlu İspanyollara verilen isim olan *criollos* da aynı kelimenin İspanyolca'sı zaten.

Çoğunluğu Katolik olan *Creolelerin* ayrı bir dilleri (okunduğu gibi yazılan), keza çok farklı bir mutfak kültürleri de var.

Her lezzetin bir bedeli vardır hesabı, anason, muskat cevizi veya tarçın gibi muhtelif baharatın içinde de az da olsa mevcut olan *safrol*'ün (ve *sassafras*'ın) maalesef sağlığa zararlı olduğu ortaya çıkıyor sonraları ve kullanımı oldukça kısıtlanıyor. Kısıttan kastım, insanlar *safrol*'ü mutfakta falan kullanamıyorlar, üretimine kontrollü olmak kaydıyla izin var. Niye izin var? Çünkü tarım ilacı üretiminde uygulanan sentez sürecinin başlangıç noktasında (*precursor*) gerekebiliyor. İyi de, tarım ilacında kullanılıyor diye kontrole mi tabi olması lazım illa? Hayır, zaten üretiminin denetim ve kontrolü de ondan sebep yapılmıyor. *Safrol* aynı zamanda MDMA üretiminin de başlangıç noktasını oluşturuyor. MDMA de haliyle yasaklı uyuşturuculardan olduğundan, bu sıkı denetim ona çıkan yolların kapatılmaya çalışılması anlamına geliyor. “*Sassafras* kullanılan bir sürü gıda saydın, onlar ne olacak?” derseniz, onlarda da ancak içindeki *safrol* ayrıştırılarak dışarı çıkarılan *sassafras* kullanımına müsaade ediliyor.



Tath Bir Koku: MDMA

MDMA; *metilen dioksi metamfetamin* veya sokak diliyle “ekstazi” ya da “eks” adı verilen kimyasal maddenin safına verilen kısa isim. Merck ilaç şirketi tarafından 1914’te yapılan patent başvurusunda kısaca MDMA olarak geçtiğinden o günden bugüne bu kısaltma kullanılageliyor. Niye sentezliyor bu moleküllü kimyager Anton Köllisch?

Eh, çünkü yoğun kanamaları çabuk durduracak şeylere ihtiyaç var ve MDMA de bu işe yarayacak başka bir bileşiğin sentezi için gerekli ara aşamayı oluşturuyor. “Kan” derken, yıla dikkat çekirim; 1914 diyorum, yani I. Dünya Savaşı’nın başladığı, milyonlarca gencin kanının aktığı, hayatlarını kaybettiği yıldayız.

İlerleyen yıllarda MDMA’in sinir sistemi üzerinde etkisi ortaya çıkarılıyor. Beyinde *serotonin*, *dopamin* ve *norepinefrin*’in, yani sinir iletilicilerinin salınımı arttırıyor ve geri dönüşlerini blokluyor. Bu da uyku, ağrı, yeme isteği gibi pek çok duygudurumda değişikliğe yol açıyor ve ruh halini yükseltici bir durum yaratıyor. Sonuç: Bol uyarıya karşılık görece çok daha az halüsinasyon.

1953 yılına, yani “Soğuk Savaş” yıllarına gelindiğinde hem CIA hem de ABD ordusunun erlere cesaret verecek psikolojik ilaç arayışlarında *EA-1471* kod adıyla yer aldığını görüyoruz. 70’li yıllara gelindiğinde ise korkuyu bertaraf edip konuşkanlığı arttırdığı için terapistlerin en çok tercih ettiği ilaçlardan biri olarak ortaya çıkıyor ve savaş gazilerinin (Vietnam) yaşadığı psikolojik sorunların üstesinden gelebilmek için sık sık reçeteleniyor.

Bu dönemde hem rahatlatıcı hem canlandırıcı etkisi nedeniyle “düşük kalorili Martini”, molekül kelimesinin kısaltması olarak sadece kristal halinde geçerli olmak üzere “molly” veya ilkel kişiliğe döndürmesinden sebep “Âdem” gibi ilginç isimler uygun görülüyor MDMA’e. Kullanıldığı yerler ise terapi seanslarından sokağa kayıyor, *Studio 54* gibi ünlü diskoteklere yöneliyor.

1977 yılında Birleşik Krallık’ta yasaklanmasından epey süre sonra, 1985 yılında ABD’de yasaklanmadan hemen önce sadece Texas eyaletinde ayda 500 bin tablet tüketildiği söyleniyor. Şu bir gerçek ki MDMA ve türevleri bir dönem için özellikle *elektronik dans müziği* veya Ibiza gibi *rave* partilerinin favori hapları oluyorlar.

MDMA’in travma sonrası stres, yüksek kaygı, depresyon benzeri davranışlarda tedavi edici olup olmadığı üzerinde çalışmalar halen çok kısıtlı olsa da devam etmekte.

Saf sentetik molekülün kendisini kokusuz; ancak yüzde 100 ideal saflık hiçbir zaman yakalanamadığından, oluşan reel safsızlığın MDMA’e karakteristik ve tatlı bir koku verdiği söyleniyor.



LEZZET UZMANI DA NEDİR?

Lezzet ve koku dünyası birbirine paralel iki dünyadır ve her iki dünyanın, keşişen, benzeşen, örtüşen pek çok yönü vardır. Çoğu kez her iki dalın da kaynak kullandığı malzemeler aynıdır ve bu sebepten olsa gerek bütün büyük koku endüstrisi devleri bünyelerinde bir koku (yani *fragrance*) bir de lezzet (yani *flavor*) olmak üzere iki ayrı ana departman barındırıyorlar. Keza her iki alanda da perdenin arkasında veya işin mutfağında kalmış gizli meslekler mevcut. Bu mesleklerin ilki olan parfümörlüğe *Parfümler* cildinde bol bol değinmiştik. Diğeri, yani “lezzet uzmanı”na (*flavorist*) ise şimdi sıra geldi.



Burası ilk bakışta mutfak gibi görünse de aslında lezzet uzmanlarının (*flavorist*) uygulama laboratuvarı. Hanımefendinin önündeki tepside yer alan minik kaplar ise muhtemelen bir duyuusal analiz paneli için hazırlanmakta.

Bir yiyecek veya içeceğin lezzetini, tadına dokunmadan ama kokusunu ve aromasını değiştirerek farklılaştırabiliriz. Buna en basit örnek olarak mesela su ve şeker gibi aynı tada sahip malzemeden üretilen ama kokusu ve aroması farklılaştığı için lezzeti de farklı algılanan gazoz ve şekerleme çeşitlerini verebilirim. İşte aroma verici diyebileceğimiz, parfümden farklı olarak yenilebilir kullanıma yönelik kokuları hazırlayanlara da lezzet uzmanı (*flavourist*) diyoruz. Parfümör dediğimiz, sürülebilir kokuları tasarlayan kişilerin yaptığı iş ile lezzet uzmanı dediğimiz, yenilebilir ve içilebilir kokuları tasarlayan kişilerin yaptığı işler genel hatlarıyla çokça benzeşiyorlar. Temel fark lezzet uzmanının tasarımıda kullandığı malzemenin yenilebilir olması gereğinden (ve bunun gereği olarak içinde çözüleceği / taşınacağı ortamların farkından) kaynaklanıyor ve o da bu yenilebilir doğal özütler veya sentezlenmiş moleküllerle koku algımızdaki arka yolu (*retro nazal*, sevgili okur?) kullanarak bizim o gıda maddesine ilişkin izlenimimizi yönlendiriyor.

Gene tıpkı parfümlerde olduğu gibi lezzet katkılarının for-müllerinde kullanılan maddeler de farklı kaynaklardan elde ediliyor. Ya doğal kaynaklara başvuruluyor; buhar damıtması, solvent ekstrasyonu veya kabuk preslemesi gibi yöntemlerle kokulu sıvıya ulaşıyor ya da doğal malzemenin analizi yapılarak onu oluşturan kimyasal bileşikler listeleniyor ki daha sonra bunlar laboratuvar ortamında sentezlenerek doğalına özdeş bir koku profili elde edilebilsin.



Biri tereyağlı olmak üzere iki yumuşak şekerleme aroması. Bu şışelerin muhteşiyatı bitmiş ürün paketindeki içerik bilgisini okuduğunuzda, “aroma verici” kelimesiyle ifade edilecek ve gerekli aromatik izlenimi yaratmak için çok çok azı yeterli olduğundan muhtemelen sondan iki veya üç önceki sırada yazılı olacak.

“Gıda maddesinin içindeki kimyasal bileşikler” deyince hemen yerinizden zıplamayın lütfen. Nedense kimya ismine karşı oluşmuş haksız bir tepki var hayatımızda ve bunu da maalesef duyarlı olmanın bir göstergesi sanıyoruz. Oysa gerçek öyle değil ve kimyasallar hayatımızın her yerinde en doğal halleriyle, altını çizerek tekrar ediyorum: *en doğal halleriyle* tahmininizden de fazla yer alıyorlar. Örnek mi? Mesela *dihidro monoksit*. Allah Allah, peki neymiş hayatımızın içinde oldukça geniş yer bulan bu kimyasal? Açıklayayım; isminin üzerinden gidelim derseniz, anlamamız daha kolay olsun. Ne dedik? Di-hidro monoksit. Di-hidro, 2 hidrojen demek. Monoksit de 1 oksijen demek. 2 hidrojen ile 1 oksijen nedir? H_2O ’dur. Eh, H_2O nedir? H_2O da sudur. Evet, en

temel besin kaynağımız olan su da aslen bir kimyasal bileşimdir. Su dediğimizde pirüpak bir tebessümün, *dihidro monoksit* dediğimizde ise kaş çatılmasının sebebi tamamen algı ve ön yargılarımız.

Bunu neden söylüyorum? Bir kavrama eksik veya yanlış bilgiyle muhalefet ettiğimiz zaman, sadece muhalif olduğumuz kavram veya o kavramı hayata geçirmekten mesul gördüğümüz muktedirin eline koz vermiş oluyor, başkaca da bir adım atamıyoruz. Güncel deyimle, kendi kendimizi trollemiş oluyoruz. Oysa şeylerin köken ve nedenlerini bilsek, onları kaba ve yüzeysel kategorilerin altında değil, kendi özel alanları içinde inceleysek belki çok daha kolay ve yorulmadan yol alabileceğiz. Çünkü hayat sandığımız kadar karışık değil. Sadece bizler bazen bağlantıları kurmaktan uzak kalıyoruz, hepsi bu.

Asıl yapmamız gereken; sistemin neden bizi her an taze yemek pişiremeyecek kadar vakitsiz, toprağa ulaşamayacak kadar çorak ve betonlaşmış, her sebzeyi her mevsimde tüketmeyi isteyecek kadar doyumsuz bir hale getirdiğini sorgulamak. Bu soruları sormak yerine bize önerileni baştan kabullenip, kabul edilmiş bu önerilen / dayatılan yaşam tarzı içindeki dar kulvarlara sıkışmış bir halde muhalefet unsurları arayarak bir anlamda ağaçların tam ortasında durup “orman neredeydi yahu?” diye şaşkın şaşkın etrafa bakınıyoruz.

Efendim, pek çok yapay aroma tekil olarak doğada bulunan bileşimlerin karmaşık bir beraberliğinden oluşuyor. Bu beraberliği formüle eden de lezzet uzmanı, yani *flavorist* denilen meslek erbabı oluyor. Her ne kadar kamuoyu veya biz sokaktaki insanlar farkında olmasak da gerek parfümlerin gerekse lezzet katkıları imalat sanayileri birbirlerine ayrılmaz bir şekilde bağlı. Her ikisi de aynı duyuya, yani koku duyusuna hitap ediyor. Koku algımıza yönelik üretim yapan bu sanayi şirketlerinin bilindik olanlarının ezici bir çoğunluğu aynı anda bu iki ayrı alana da üretim yapıyorlar. Elbette kimi parfümler kimi de aroma veya lezzet katkıları alanında biraz daha uzmanlaşıyor. Ancak her iki ürün grubunda da kaynak, yöntem ve malzemeler tıpatıp denecek şekilde birbirine benziyor.

Parfümlerde kullanılan bir hammaddenin ulaşımı zorlaştığında veya yeni bir koku molekülü sentezlendiğinde, *flavorist*ler bu durumlardan en az parfümörler kadar etkileniyorlar. Aynı malzemelere kaynak olarak göz dikeyorlar ve formülleme yöntemleri de birbirine çok fazla benziyor. Ancak bu benzerlik sonsuz bir benzerlik değil. Öncelikle şunu bilelim ki bir lezzet uzmanının müşteri; bütün dünya nüfusu. Kentli yaşam içinde hiçbirimiz onun formüllerinin katkısı olmamış bir sofraya oturamıyoruz. “En son ne zaman *etil butirat* kokusu duydunuz?” diye sorduğumda bu size pek anlam ifade etmeyebiliyor ama içtiğiniz hazır portakal suyu, fizik bir imgesi olsaydı, bu soruya olan şaşkınlığınızı herhalde geniş bir tebessümle karşılardı. Çünkü kutulanmış veya şişelenmiş meşrubatlarınız, işlenmiş et ürünleri, yani salamlar, sosisler, jambonlar veya çikolatalarınız yahut şekerlemeleriniz, muhallebi veya pudingleriniz, tütün mamulleriniz, çikletleriniz, krakerleriniz, bisküvileriniz, dondurmalarınız, diğ macununuz, içtiğiniz şurup veya emdiğiniz pastiller ve daha binlerce yenilebilir ürün, *flavorist*’in üzerinde mesleğini icra ettiğı ürünler.

Parfümörle ayrıştıkları bazı noktalar elbette var. Bir parfümör benzersiz ve daha önce bilinmedik bir koku profili yaratmanın peşinde koşarken, lezzet uzmanı tam tersi istikamette, bilinen bir lezzetin aynısını başka malzemeler kullanarak üretmenin peşinde koşuyor. Yani bir parfümörün soyut bir koku yaratma görevi, *flavorist*’te bilindik somut (ve doğadan referans alan) bir örneğı simüle etmeye bırakıyor kendini. “Doğayı taklit ediyor en fazla” diye küçük görmeyin, zira iyi iş aslında lezzet uzmanlığı. Buradaki maaş seviyelerini bilmiyorum ama ABD’de mesela, bir *flavorist* ortalama 70 ila 100 bin Dolar arası yıllık maaş alıyor. Kıdem, tecrübe ve yeteneğine bağılı olarak usta, yani *senior* olması halinde bu rakamı iki, hatta iki buçukla çarpmak gerekebiliyor. Tabii ki bu rakam çok büyük şirketlerin maaş standartlarına işaret ediyor; küçük bir şirket, adı üstünde daha küçük ödemeler yapabiliyor. Ayrıca eyaletler arası maaş ortalamalarında da her eyaletin ortalama yaşam masraflarının değışkenliği paralelinde farklılıklar var.

İyi de bu adamları işe alanlar neden bu işlerle uğraşıyorlar? Yani demem o ki; neden mesela replikasını değil de doğal bir meyvenin taze suyunu kullanamıyoruz ürünlerin içinde? Kullanamıyoruz, çünkü bunlar uzun süre dayanamıyor, uzun yolculuklara tahammül edemiyorlar. Haydi, çok iyi ve dikkatli soğutup gerçek meyvenin suyunu veya konsantresini yetiştirdiği yerden uzak bir coğrafyaya tazeliği veya yapısı bozulmadan gönderebildiniz diyelim, bu sefer de endüstrinin varlık sebebi olan soru çıkıyor ortaya: Bu farklı coğrafyaya ulaşma işleminin maliyeti ne olacak? Bu maliyet satış fiyatının içinde düşünüldüğünde, o ürünü satan kuruluşun bilançosunu ve kârlılığını nasıl etkileyecek?

Kısaca, teknik sorunlar halledilebilse bile gerçek bir meyve suyunu nakletmektense, o meyve suyunun “aynısının tıpkısı” kokusunu o meyvenin ismiyle beraber pazarlanan ürünün içine yerleştirmek çok daha ucuz ve kârlı bir iş. Son derece nazik bir meyve olan ve dönemsel özellik arz eden ahududuyla uğraşmaktansa, parfümörlerin paletlerinden *iyonon*ları ödünç almak, yatırımcı ve işletmeci için çok daha rasyonel bir iş. Aynı şekilde, bir parfüm için portakal çiçeği notası formüle etmek deyince akla ilk gelen malzeme olan *metil atranilat*, üzüm kokusu ve onun uzantısında üzümlü lezzet söz konusu olduğunda bir lezzet uzmanı tarafından rafından alınıp tezgâhın üzerine konulacaktır.

Benzer şekilde bir lezzet uzmanının kara kaplı küçük defterine göz atma şansımız olsa, o defterin içinde böğürtlen, ahududu, çilek, ceviz, muz, şeftali falan gibi zaten doğal halleriyle yediğimiz ve ilave olarak da gündelik hayatta bunlarla lezzetlendirilmiş ürünlerden âşına olduğumuz pek çok meyveyi göreceğiz. Daha doğrusu meyvenin kendisini görmeyeceğiz ama onu o yapan kimyasal açılımın formüllerini göreceğiz. Burada, yani lezzet uzmanının kara kaplı küçük defterinde tat’a ilişkin fazla bir şey rastlayamayacağız; yani tuz, şeker, sirke gibi tanımlar pek yer almayacak defterin içinde, ancak bu tatlara sahip ürünlerin üzerine taç gibi oturtulmak üzere hazırlanmış formülleri bol bol göreceğiz. Üzerinde “muz” yazan sayfanın içinde *iso amil asetat’a*, “acıbadem”

başlıklı sayfada *benzaldehit'e*, “portakal” veya “limon” başlıklı sayfada *limonen'e*, “ananas” sayfasında *alil hekzanoat'a*, “pamuk helva” sayfasında *etil maltol'a* rastlayacağız.

Kimse böyle bir şeye müsaade etmez, zira gizlilik koku endüstrisinde çok önemlidir ama diyelim ki bir anlığına görünmez olduk ve bir aroma kimyasalı şirketinin lezzet uzmanlarına ayrılmış departmanına sızdık. Muhtemelen bu departman envai çeşit parfümlerin formüle edildiği parfümörler departmanının uzağında yer alacak. İki kardeş mesleğin eserlerinin kokularının birbirine karışması asla istenmeyen bir şey olduğu gibi yasal düzenlemeler de farklı kullanım alanlarında yer bulan kimyasalların aynı yapıda yer almasına müsaade etmiyor zira. Biz, hasbelkader görünmez olmamıza rağmen gene de ses çıkarmamaya gayret ederek ve parmak uçlarımıza basarak koridorda ilerleyelim. (Daha önce *Parfümler*'de bahsedildiği için bir parfümörün odası nasıl olur aşağı yukarı tahmin edebiliyoruz.) Parfümle ilgili alanlarda makyaj malzemeleri, sabunlar, kolonyalar falan görüyoruz, zira bu ürünlerin hepsinde bir şekilde parfüm kullanılıyor.

Peki, bir lezzet uzmanının odasında neler vardır, bununla ilgili pek de bir fikrimiz yok. Bunları düşünerek usulca ilerlerken, aha işte, bir odanın kapısı açık ve içeride tezgâhların üzerinde mısır cipsleri görüyoruz. Aman o da ne? Mısır cipslerinin yanında da haydâri, gavurdağı salatası falan gibi bilindik mezeler var. Önce bir şaşıryoruz “Yahu bu lezzet uzmanları günün ortasında ofislerinde kendilerine akşamcı masası donatıp, kafaları mı çekmeye hazırlanıyorlar?” diye. Ancak etrafa biraz daha dikkatli bakıp gözümüzü duvarlarda dolaştırırken yeni asıldığı belli olan bir reklam afişinden anlıyoruz ki bir mısır cipsi üreticisi marka küçük bir yarışma açmış ve tüketicilerden mısır cipsleri için aroma önermelerini istiyor. Haaa, o zaman galiba tüketiciler tarafından gönderilen aroma önerileri lezzet uzmanlarının masalarına gelmiş ve onlar da bu aromaları mısır cipsleriyle birleştirmeye çalışıyorlar.

Al Sana İncesi!

Cornelius Vanderbilt, demiryolu ve taşımacılık imparatoru, 1853 yılının sıcak bir yaz gününde Saratoga Springs'teki (New York) Moon's Lake House restoranına gidiyor. Yemek siparişine eşlik eden patates kızartmasını görünce sinirleniyor ve geri gönderiyor. Sinirlenme sebebi, patates dilimlerinin fazla kalın kesilmesi.

Mutfakta da aşçı olarak yarı Amerikan yerlisi, yarı siyah olan George Crum var. Crum, emeğinin geri çevrilmesine çok kızıyor, yeni bir parti patates daha kızartıyor.

Ancak yenisini dilimlerken mümkün olan en ince kalınlıkta, hatta neredeyse traş edercesine dilimliyor. Atıyor kızgın yağın içine ve inadına çıtırdak sertliğe gelmeden tavadan çıkartmıyor. Sonrasında da azıcık yağını emdirip bir nevi "Al sana! İncesi de bu olur!" dercesine masaya yeniden gönderiyor.

Fakat beklentisinin aksine, Vanderbilt bu yeni, incecik, çıtır çıtır patateslere bayılıyor! O bayılınca, diğer masalar da sipariş ediyorlar. Yavaş yavaş bu yeni format meşhur olmaya başlıyor.

Hatta restoranın sahibi Harriet Moon, diğer patateslerden ayırtmak için kâğıttan külahlarda servis etmeye başlatıyor. Aşçı Crum, ilerleyen yıllarda oradan ayrılıp kendi yerini açıyor ve Vanderbilt gibi milyonerler dahi onun yeni mekânının önüne cipsinden yiyecek için kuyruğa giriyorlar.

Her tarafta cips satılmaya başlandığında, bizdeki eski bakkalların bisküvi kutuları gibi cam kutularda muhafaza ediliyor. Kâğıda koysanız, yağı kesekâğıdına geçiyor ve hemen yumuşuyor çünkü. 1926 yılında, Californialı Laura Scudder isimli bir cipsçi hanımefendi kesekâğıdını yapıştırmadan önce iç yüzüne ütüyle mumlu kâğıt yapıştırıyor. Bu haldeki kesekâğıdına cipsi koyduktan sonra ağzını da gene ütüyle kapatıp sabitliyor. Bu halde satılan cipsler hem daha uzun süre taze kalıyor, hem de salladıkça un ufak olmuyorlar.

1950 yılında Tayto Crisps markasıyla üretim yapan bir İrlandalı cips sanayicisi olan Joe "Spud" Murphy (spud: patates), cips aromalandırabilen bir teknoloji icat ediyor. Onun yöntemiyle de piyasaya ilk aromalı cipsler, "Peynir & Soğan" ve "Tuz & Sirke" çıkıyor. Bir "milli gurur vesilesi" haline geldiği İrlanda'nın bazı bölgelerinde hâlâ "cips" yerine "tayto" deniliyor.



**NEW "HOME
FACTORY" MAKES
PERFECT POTATO CHIPS—
DONUTS—SALTED NUTS**

Stop looking for something difficult. Turn potatoes into cash. I show you just how with my newly perfected outfit. Start anywhere. Very little cash needed. Exclusive location. Profits pour in. No experience needed. I furnish the plans. Begin anywhere—village, small town, city or suburb. A big opportunity is waiting. Business permanent.

**MAKE UP TO 500% PROFIT
ON RAW MATERIALS**

Raw materials are plentiful and cheap. Highly perfected outfit and confidential plans make operation simple, with startling profits certain.

WE HELP FINANCE YOU

and locate you. Send no money just name, for book of facts and free opportunity.

LONG-EAKINS COMPANY

1242-S. High St.

Springfield, Ohio

Newly perfected, rapid,
direct-to-fat-slicer with
outfit at no extra charge.

Evdeki müteşebbislere cips kızartma makinesi satmaya çalışan bir reklam (1934). Evinizi cips fabrikasına çevirmeniz tavsiye edilen metinde, "patatesi nakde çevirin... Hiç tecrübe gerekmiyor... Azıcık sermaye kâfi... Kârlar akacak, çıldıracaksınız! En az yüzde 500!" gibi söylemler yer alıyor.

İyi de, haydâri dediğimiz aslında kıvamlı, sarımsak ve kokulu otlarla desteklenmiş, az ekşi süzme yoğurt değil mi? Evimizde yaptığımız yoğurdu buzdolabının dışına çıkarıp masanın üzerinde unutsak, eğer hava da sıcaksa, akşamdan sabaha bozuluyor. Az daha dursa küflenerek yenmeyecek hale geliyor. Mısır cipsi gibi dokusunu kaybetme riski olduğundan asla buzdolabında muhafaza edilmeyen bir ürünün üzerine yoğurt temelli haydari sürülürse tüketici bunu nasıl bozulmadan muhafaza edecek? Üstelik cips katı, haydâri ise kıvamlı sıvı. Onun üzerine bunu sürersek nasıl olacak da o haydâri bu kıtır kıtır olmasıyla ünlenmiş cipsi yumuşatmayacak? Bu soruları sormaya başladığımızda aklımıza biftrek aromalı cipsler geliyor ve aynı soruları bu kez biftrek ve et suyu ile cips birlikteliği için sormaya başlıyoruz.

Lezzet uzmanına biraz daha yaklaşıyoruz ve beyaz önlüklü muhteremin omzunun üzerinden masasındaki bilgisayar ekranına aldığı notları görüyoruz. Bir başlık açarak “Haydâri aromalı mısır cipsi” diye yazmış. Altında bir sürü tanımadığımız madde ismi var. İşin ilginci, bu maddelerin bazılarının yanına “Bunun kokusu çok kuvvetli, yüzde 1’e kadar seyreltilerek kullanılması lazım” falan gibi notlar var. Orada kafamıza dank ediyor ki bizim lezzet uzmanımızın cipsin üzerine haydâri süreceği falan yok. O, yoğurt, sarımsak, nane ve kekik benzeri yiyeceklerin kokularının tıpkı benzerlerini formüle ederek bunları daha o cips üretilirken hamurunun içine attırmayı planlıyor. “Allah Allah” diyoruz ve bu sarımsak kokulu odadan dikkatlice çıkıp koridora dönüyoruz.

Odadan çıkarken hemen kapının yanında ilginç bir kap var, gözümüzden kaçmıyor. Daha doğrusu Matruşka gibi bir şey bu. Havası alınmış vakumlu naylonun içine hapsedilmiş bir cam kap, içinde gene bir kap ve onun içinde gene bir kap görüyoruz. Üzerine de bir etiket yapıştırıp “Sarımsak” diye not düşmüşler. Ya sarımsak özü çok kuvvetli bir koku ve ancak böyle kap içinde kaba hapsedilerek odanın havasını bozması engelleniyor ya da bu laboratuvar sakinlerinin ciddi bir vampir fobisi var, diye düşünüyoruz. Kaloriferin üzerinde de birkaç *Dampyr* cildi ve Bram Stroker’in *Dracula*’sını görünce şüphemiz kuvvetleniyor ama gene de emin olamıyoruz; “Allah akıl fikir versin bunlara” deyip ses çıkartmama-ya çalışarak parmak uçlarımızda gizli gezimize devam ediyoruz.

Koridor boyunca boş odalar var ve bunların kapıları açık olanlarına uzaktan baktığımızda içeride şekerleme paketleri, buzdolapları, dondurma makineleri, kola sifonları, süt şişeleri, çikolatalar, boşaltılmış puding kapları, çay poşetleri, şarap şişeleri, bisküviler ve muhtemelen içlerinde bu bisküvilerin piştiği minik fırınlar çarpıyor gözümüze.

Birinin üzerinde “Müdür”, diğerinin üzerinde “Öbür Müdür” yazan kapısı sıkıca kapalı iki odayı geçerek içeride floresan ışığı yanan bir başka büyükçe odaya geliyoruz. Bu yeni odanın kapısı zaten aralık ama biz gene de dikkati elden bırakmamaya çalışa-

rak yavaşça içeri süzülüyoruz. İçeride büyük bir soğutucu var ve muhtelif dondurma paketleri yayılmış ortalığa. Büyükçe bir tezgâhın üzerindeki kabın içinde yeni yıkanmış diri diri ahududular duruyor. İlk odada edindiğimiz tecrübeden olsa gerek, burada fazla şaşırmıyoruz ve olan biteni hemen anlıyoruz: Lezzet uzmanımız, yani bizim bu odadaki *flavorist*imiz, ahududulu bir dondurma üretmeye çalışıyor. Bir eline ahududu tabağını almış arada onu kokluyor, bir yandan da üzerinde onlarca minik şişe olan bir tezgâha doğru yürüyor.

Boş bir beher kabı koyuyor önündeki hassas terazinin üzerine ve küçük şişelerden bazı sıvıları o kaba damlatmaya başlıyor. Her damladan sonra şişeyi kapatıp yerine koyarken küçük bir not defterine tartıda gördüğü rakamları not alıyor. Önce “bişey bişey *iyonon*” yazan (çok iyi göremedik) koyu renk minik şişeyi çekiyor önüne ve ilk damlalar bu şişeden damlıyor boş cam kaba. Ardından *benzil asetat* yazan başka bir minik şişeye uzanıyor. Bu isim bize hiç de yabancı gelmiyor. Yasemin ve leylak kokularının hayali burnumuzun dibinde uçuşurken o şişe yerine konuluyor ve iki minik şişenin daha kapağı açılıyor. Şişelerden birinde *etil asetat*, diğerinde ise *etil butirat* yazıyor. Bu şişelerin kapakları açılır açılmaz odayı ismini koyamadığımız ama meyveli bir şey olduğuna yemin billah edeceğimiz kokular dolduruyor. *Undekalakton* yazan bir başka şişeden de damlalar cam kaba düştükten sonra kabı terazinin üzerinden alıyor ve burnuna götürüp kokluyor.

Biraz yüzünü ekşitti galiba. Kalemine uzanıp not defterine “Burunda koku keskin oldu. Yumuşatmak ve yuvarlamak lazım” diye not alıyor. Yumuşamayı anladık da, yuvarlamak ne oluyor, ona pek anlam veremiyor, fazla kurcalamadan izlemeye devam ediyoruz. Önüne bir tepsi çekiyor. Bu tepside de gene minik şişeler var ve bu minik şişelerin hepsinin üzerinde hem kendi isimleri, bir de “doğal izolat” ibaresi yer alıyor (bkz. *KK - II - Parfümler*, “İki arada bir derede kalanlar: Doğal İzolat nedir?”). Doğadaki çiçek ve bitki kokularını oluşturan bileşenlerden bazılarının ayrıştırılmış haliydi, yanlış hatırlamıyorsak.

Bu doğal izolatlar tepsisinden *sitral* ve *vanilin* etiketli şişeler alınıyor ve bunlar da cam kabın içine katık ediliyor. Biz sağa sola bakınırken birkaç şişe daha ortaya çıkıyor, deftere birkaç not daha alınıyor. Hatta doğal izolatlar tepsisinden ilk koyduğu malzeme olan *sitral*'in yanına galiba ünlem işareti koyup öyle not alıyor. Eğilip aldığı nota bakıyoruz: Altı çizili *sitral* kelimesinin yanına iki nokta üst üste konulup devam edilmiş: “Organoleptiği: Keskin tatlı limon kokusu. Ciltte tahrişe yol açabilir. Aman dikkat, elle dokunmadan kullan, üstüne başına damlatma. Gıda maddelerinin içinde kullanımında kesin sınırlamalar var. Donmuş ürünlerde bir milyon ünite içinde 22 ünitenin üzerine çıkma ve kaderi fazla zorlama bebeğim!” yazmış, ünlemi de koymuş.

Muhterem *flavorist*imiz, yani lezzet uzmanımız iskemlesini geriye itiyor. Galiba işi bitti. Cam kabı eline alıp koklayıp duruyor. Buraya kadar yaptıklarının parfümörlerin yaptıklarından bir farkı yok gibi geliyor bize. Muhtemelen onlar da parfüm formülü üretirken buna çok benzer bir yol izliyorlar.

Biz tam bunu düşünürken lezzet uzmanımız “ben farklıyım” dercesine cam kaba bir çubuk daldırıyor ve biz “aman yapma” diyemeden çubuğu alıp dilinin ucuna konduruveriyor. Bizdeki de ne kafa ama?! Adamı parfümöre benzettik ama bunun yaptığı işin burundan çok ağızla ilgisi olduğunu unuttuk. Yaptığı kokunun “tadına” bakıyor yahu adam! Üstelik bu tat veya daha doğrusu lezzet hoşuna da gitmiş olacak ki, gevrek gevrek gülüyor.

“Bir dondurmayı lezzetlendirmek bu kadar mı önemli ve keyifli?” diye aklımızdan geçirirken aslında dört mevsime yayılmış bir yiyecekten bahsettiğimizi fark ediyoruz. Yani Romalıların sıcak havalarda buzlu sularla zenginleştirilmiş şerbetlerinden veya kar içinde soğutulmuş meyvelerinden değil, modern zamanlarda her an tüketilebilen bir üründen bahsediyoruz. Aromaları da çok farklı olabiliyor dondurmaların. Bu konuda rekor Venezuelalı bir dondurmacı olan Manuel Oliviera’ya ait. Merida kentinde mükim bu muhteremin 567 çeşit dondurması var. Bildiğiniz ve âşına olduklarınız dışında soğanlı, kırmızı biberli, patlıcanlı, spagettili,

tavuklu pilavlı ve ıspanaklı dondurma da, Oliviera'nın satışa sunduğu çeşitler arasında. Bu muhteremin meslekteki en acı hatırası, yeterince kıvamlı olamadığı için çöpe dökmek zorunda kaldığı yaklaşık 45 litre avokadoludur dondurma olmuş.

Neyse, Oliviera'nın dondurması züğürdün çenesini yormasın, biz dönelim aroma kimyasalı tesisindeki gezimizin sonuna. Ama geziyi sonlandırmadan, az önce saydığım çeşitler içinde tuzlu olanların varlığı dikkatinizi çektiyse, şunu belirteyim ki tuzlu yiyecekler, mesela mantar, pizza veya biralı ya da havyarlı / şampanyalı dondurma gibi çeşitler son zamanlarda yükselen trendlerden. Yok, Venezuela'ya gitmedim ama Münih'teki Der Verrückte Eismacher'de denemişliğim var.



Münih'te LMU Hukuk Fakültesi'nin arka çıkışında yer alan Der Verrückte Eismacher'in dondurma tezgahından bir görüntü. Önde en sağda yer alan pastırmalı vanilyalı dondurma. Çeşitler sabit değil, değişiyor; dönerli / biralı dondurma çeşidi bulmak dahi mümkün.

Şimdi bu küçük gizli gezimizin ardından, sizi bilmem ama, ben şunu düşünüyorum: Muhterem lezzet uzmanımız, bu yaptığı ahududu kokusu veya aromasını diline sürüp "tadına" baktı da, acaba biz de bu kadar yoğun ahududu deneyimi yaşayabilecek miyiz

yapılan aromanın katıldığı nihai ürünü, ahududulu dondurmayı yerken? Veya şöyle söyleyeyim: acaba bu aroma vericiler yiyecek veya içeceğin bütünü düşünüldüğünde ne oranda kullanılıyor? Acaba çok kullanılırsa daha mı iyi oluyor, yoksa aşırı aromalandırma aslında rahatsızlık duygusu veren bir şey mi oluyor?

Efendim, aroma vericiler eser miktarlarda kullanılıyorlar ürünlerin içinde. Esasen, bizim muhterem lezzet uzmanımızın tezgâhının üzerinde gördüğümüz minik şişelerdeki sıvılar bile yüksek oranda seyreltilmiş halde oluyorlar. Zaten başka türlü de o lezzet uzmanı işini bitirip eserinin tadına bakarken gevrek gevrek gülemez, yüzünü buruşturmak zorunda kalırdı. Her maddenin koku kuvvetine göre seyreltilme oranları da değişiyor. Kimi yüzdeli, kimi de bindeli oranlarda seyreltiliyor. Aksi halde bırakın tadına bakmayı, bu malzemelerle çalışmak bile kabil olmayabiliyor, çünkü koku moleküllerinin saf halleri yoğun, kuvvetli ve çoğu kez de itici karakterlerde. Bu seyreltme esnasında daha önce anlattığımız *vanilin*'de olduğu gibi alkol veya *propilen glikol* türevleri veya *isopropil miristat* veya bunların herhangi birinin suyla karışımı kullanılabilir.

Bir örnekle inceleyelim: Karamela veya *toffy* tabir edilen yumuşak şekerleme yapıyoruz diyelim ve buna hindistan cevizi aroması koyacağız. Yumuşak şekerleme için kullanılan bir litre hindistan cevizi aromasının içinde gerçek saf lezzet unsuru 40 santilitre kadar. Geri kalanını bir litreye tamamlayan da çözücü veya seyreltici malzeme. Biz bahsettiğim oranda seyreltilmiş hindistan cevizi aromasının 50 gramı ile 200 kilogram şekerleme üretebiliriz. Dediğim gibi, bu kullanılan aroma da seyreltilmiş olduğundan, saf halini düşündüğümüzde, aslında 50 gram seyreltilmemiş saf hindistan cevizi aromasıyla lezzetlendirdiğimiz şekerleme miktarı 60 bin kilo, yani 60 ton kadar.

Bu verdiğim örnek umarım gıda maddelerinde neden gerçek doğal malzeme değil, aroma vericilerin kullanıldığına dair ekonomik bir fikir verebilir. Tabii haksızlık etmeyelim; işin bir de öbür yanı var. Yani hindistan cevizi aromasının doğal bir aroma

olduğunu, yani doğal hindistan cevizinden elde edilen kokunun kullanıldığını düşünürsek, acaba hammadde niyetine kullanabileceğimiz bir gram kokulu sıvı elde etmek için ne kadar hindistan cevizi kullanmamız gerekiyordu diye de sorabiliriz. Açık söylemek gerekirse bunun tam ve kesin rakamlarını bilemiyorum ama hindistan cevizi kokusunun meyve üzerinde çok kuvvetli olmadığı da bir gerçek.

Benim bildiğim örnek gülle ilgili ve hindistan cevizine oranla kokusu çok daha kuvvetli olan gülden bir litre doğal gül yağı elde etmek için üç buçuk-dört ton civarında gül yaprağı kullanıldığını biliyorum. Kaldı ki şekerin üretilmesi sırasında var olan süreçlerde doğal olarak elde edilen aromanın ne kadar dayanabileceği, kokusunu ne kadar muhafaza edebileceği ve mukayeseli çevresel maliyetler de ayrı bir tartışma konusu. Bu ve benzer ekonomik gerekçeler, tahmin edebileceğiniz gibi doğal malzeme yerine kat be kat ucuza mal olan, doğal malzemelerden izole edilmiş veya tamamen laboratuarda sentezlenmiş (doğala özdeş) aroma katkılarının üretilmesinin de sebebi oluyor.

Burada bahsettiklerimle beraber birkaç bölüm önceki tartışmamızı hatırlayalım. Şimdi burada doğru soru “Şekerlemede doğal aroma mı, yoksa yapay aroma mı kullanmalı?” mı olmalı, yoksa “Biz neden bu kadar çok şekerleme tüketiyoruz?” mu? Arada döne döne anlatmaya çalıştığım ve sistem sorunu olduğunun altını çizdiğim durum bu işte.

Aynı sorunu, hayatın pek çok alanında, mesela enerjide de yaşıyor ve fosil yerine güneş veya rüzgâr gibi alternatif enerji kaynaklarının tartışmasını yaparken bu kadar çok enerji tüketiminin nasıl ortaya çıktığına, ne kadarının biyolojik ve asgari sosyal gereklerimize, ne kadarının ise tembel konforumuzu tatmine harcadığını sorgulamıyoruz.

Dalga Geçme; Mikrosu Var, Makrosu Var

Her ne kadar bugün artık modern insanın bir sosyal kabuk içinde hareket ettiğini söylesek de o kabuğun tam ortasında, derinlerde bir yerde biyolojik bir çekirdeğimizin mevcut olduğunu biliyoruz. Koku duyusuyla ilgili hatırlatmaları yaptığımız ilk bölümlerde bu biyolojik çekirdekten de, bileşenlerinden de, bileşenler içindeki duysal rol dağılımlarından da bahsettik. Hatırlayalım, tarihsel bir perspektifle baktığımızda çekirdekteki iki önemli işlevde; üreme ve beslenmede koku duyusu başroldeydi.

Nasıl ki kokunun üremedeki rolü o biyolojik çekirdekten sosyal kabuğa doğru geçmiş ve biz eş seçiminde artık başka başka parametreleri değerlendirir olmuşsak, benzer bir şekilde beslenme için de yakın şeyler söylemek, bir geçişten bahsetmek mümkün. Hayır, beslenmede kokunun önemini azaltan bir geçiş değil bu ama biyolojik bir gerekten sosyal bir semboller dizisine dönüşümün geçişi diyebiliriz. Neden? Çünkü üremenin aksine beslenme, bizim için artık kendimizle kısıtlı bir eylem değil. Aile, kabile hatta konuklarla beraber besleniyoruz, hazırlık ve malzeme temin sürecini de göz önüne alırsak bayağı bir sosyalleşiyoruz beslenmek için. Bu haliyle de yemek yemek salt doyma amacının ötesine geçiyor;

paylaşım, dağıtım, güç gösterisi gibi birtakım kavramların konusuna bileceği sembolik anlamlar barındırmaya başlıyor.

Hatta az sonra bahsedeceğimiz pişirme konusuyla beraber düşündüğümüzde kolektif bir süreç olduğunu söyleyebiliyoruz. Yemek, beslenmenin ötesine geçen bu anlamlarla beraber sosyo-kültürel bir anlam da arz etmeye başlayarak sosyalleşme ve toplumdaki konumumuzla ilgili eylemlerin odağı oluyor. Dolayısıyla sosyal sembollerin yemek kültürü içinde yer alması kaçınılmaz bir hale geliyor. Bu sembollere ve gözlenebilir davranış hallerine kısaca göz atalım şimdi.

Herkes yemek yediği için ne yediğimiz kim olduğumuzun tanımını haline geliyor. Ama tersten bakarsak şunu da söyleyebiliyoruz: Ne yemediğimiz de etnik, dinî veya ideolojik kimlik üzerinden bizi tanımlayabiliyor. Yeneni ve yenilmeyenle ilgili sert çizgiler oluşturarak, sosyal engeller koyarak kendimizi ötekilerden ayırıştırıyoruz. İngilizsek at eti, Müslüman veya Musevi isek domuz eti, Amerikalı isek sakatat, Hintli isek büyük baş hayvan, vegan isek hayvansal gıda tüketmiyoruz.

İşin ilginç, bu kimlik kodları sabit de durmuyor; bazı gıdaya ve onu tüketenlere yönelik algı dönemsel değişim gösterebiliyor. Bu konudaki örneklerden belki de en şaşırtıcı olanı, bugün için oldukça lüks bir yiyecek sayılan, hatta tüketimi bir nevi moral dekadans ile eşleştirilen; ıstakoz! 1600’lü yıllarda kuzey Amerika’da yaşasak ve bize yemekte ıstakoz verilmiş olsa bu, bizim toplumun en alt katmanlarında yer aldığımız anlamına falan geliyor. O dönemde çünkü, bugün “kaymak tabaka” besini sayılan ıstakozlar, denizdeki garip mahlukat, iri bir kırkayak veya neredeyse hamamböceği gibi algılanıyorlar. O kadar da bol ki, kıyıya vurup üst üste yığılıyor, tepcikler oluşturuyorlar.

Bölgenin yerlileri de ya balık avlarken oltanın ucuna yem diye takıyorlar, ya da gübre olarak kullanıyorlar. Eğer yenilecekse de onları yoksullar, köleler, kimsesiz çocuklar ve mahkûmlar yiyor. Hatta işin doğrusu, köleler ve mahkûmlar bile yemiyor, bir dönem yemek olarak her gün ıstakoz verilince ayaklanıyorlar. “Haftada üç

kereden fazla yemeyiz, biz de insanız!” diyorlar. Talepleri olduğu gibi değil (otoriteyi bozar çünkü öylesi), kısmen kabul ediliyor ve köle, mahkûm veya tutuklu, her neyseniz, haftalık yemek programınızda en fazla iki kere ıstakoz verilebileceğine dair yasal düzenlemeler yapılıyor, Massachussets eyaletinde. Dolayısıyla, ıstakozla beslenmenin 400 yıl önce işaret ettiği sosyal kimlikle bugün işaret ettiği kimliği karşılaştırmak dahi kolay değil.

Tükettiklerimizi nasıl tükettiğimiz de önemli, zira bu da kimliğimizi gösteriyor. Elbette nokta atışı yapmıyor ama odak daraltarak gene de fikir verebiliyor. Örnekleyerek açayım: Arap isek sağ elle yiyoruz, zira sol el taharetlenmeye ayrılmış durumda. Japon isek *udon*, Çinli isek *mien* adı verilen şehriyeli çorbaları höpürdeterek içiyoruz. Çinli veya Hintli isek ev sahibini onore etmek için tabakta lokma bırakmıyor, böylece “Aman da aman, ne lezzetli olmuş. Vallahi kırıntısına kadar yedim!” mesajı gönderiyoruz. Oysa bir Kamboç isek bilakis tabakta lokma bırakıyoruz ki davet sahibi “Konuğumu yiyemeyeceği kadar çok yemekle ağırladım, hizmette kusur etmedim.” diye mutlu olsun ve bir önceki örneğin tam tersi uygulamayla onore edilsin.

Bu saydıklarımıza ek olarak, ne zaman yediğimiz veya nerede yediğimiz de elbette önemli. Eski İstanbul konaklarında mutfağın ayrı bir müştemilatta yer alması sık rastlanan bir durum. Ortaçağ döneminde yaşayan Avrupalı bir asilzâde isek yemek yeme alanımız mutfağın gürültü, koku ve karmaşasından uzak bir mekânda yer alıyor. Daha doğrusu mutfak, konaklama alanının uzağında, tercihen ayrı bir birimde oluyor ve bu uzaklık bazen yüzlerce metreyle ifade edilebiliyor. Oysa bir yoksul köylü için yemek yemek, uyumak, sevişmek, bebek büyütme, tualete gitmek gibi farklı eylemlerin hepsi aynı tek göz oda içinde gerçekleşebiliyor.

İlerleyen zamanda Fransız Devrimi’yle beraber burjuvazinin o hep haset ettiği aristokrat yaşam tarzını taklit çabası, yüzlerce metreye varmasa da en azından ismen ayrılan yemek mekânlarının, evler içinde “yemek odası”, yani *dining room* veya *salle a manger*’lerin (“salamanje”) ortaya çıkmasına yol açıyor. Sadece böyle

yeni fiziksel alanlar ortaya çıkmıyor, var olan adâb-ı muaşeret kurallarının da altı çiziliyor, pekiştiriliyor.

Aynı zaman diliminde aristokrat evlerinden işsiz kalan mutfak çalışanlarıyla yeni muktedir burjuvazinin boy gösterme ihtiyacının kesişmesi, dışarıda yemek yeme mekânlarının yeni sosyal alanlar olarak hayata girmesine yol açıyor. Yani yeni, daha önce pek olmamış ve akla gelmeyen bir şey, “opsiyonel olarak dışarıda yemek yemek” başlıyor. Bu, yani evin dışında bir yerde para vererek yemek yemek, evvelden sadece zarurî olduğunda, yani eğer tüccar veya gezginseniz mecburen yapacağınız bir şey. Zaten bir tüccarın yol üzerinde veya iş yapmaya geldiği kentin meydanında yemek yiyeceği mekânda bulacağı yemek de en fazla evindeki kadar güzel olma şansına sahip; sıradışı lezzet beklemenin pek anlamı yok. Fransız Devrimi’nin getirdiği kökten değişimlerin üst yapıya yansımaları, bugün dışarıda yemek yemek için kullandığımız dile, kelimelere de doğrudan yansıyor: restoran, menü, antre, kuver, şef, ordövr. . .



Adâb-ı Muaşeret

Tam Türkçesi “toplumsal ilişki kuralları” diye özetlenebilir ama daha çok “görgü kuralları” olarak biliyoruz. Sofrayı da içeren ama ondan ibaret olmayan ve kültürel farklılıklar arz eden bu geniş kurallar bütününe baktığımızda her ne kadar, evet, görgülü olmanın belirtisi kabul edilseler de, köklerine indiğimizde bireylerin sorunsuz ve gerginlik yaşamadan birarada var olmasını sağlayan bir kontrat olma hali daha öne çıkıyor.

Kullandığımız aletlerin formu dahi bu ilkel kontratların gecikmiş yansımalarıdır diyebiliriz. Bıçak ucunun yuvarlatılması, takımlar servis edilirken keskin tarafın yandakine değil sahibine doğru bakar konumlandırılması, konuşurken karşıdakinin yüzüne doğru sallanmaması falan, tesadüfen ortaya çıkmış, amaçsız şekil şartları değil.

Ayrıca, unutmayalım ki bazı kültürlerde kesici aletler beslenme alanının tamamen dışına çıkarılmış durumda. Pişirme ve hazırlamaya ayrılan alanda parçalanmış yiyecekler masaya geldiklerinde hiçbir kesici özellik taşımayan çubuklar (“çopstik”) vasıtasıyla yeniliyorlar.

Sofrada dirseklerin masaya dayanmaması (“daha çok insan sığsın”) veya ellerin masa üzerinde görülebilir olması (“silahsızım”) mesela, parantez içindeki paylaşım ve güvenlik mesajlarını veriyorlar.



ETOBUR MU, OTOBUR MU?

Efendim, etobur hayvanlar pek nadir olarak lezzet alıyorlar yediklerinden. Koparıyor, parçalıyor, iki ufak çiğnedikten sonra da yutuyorlar. Otoburlar ise, etoburlardan daha uzun tutuyorlar çiğneme süresini. Ancak bu uzun tutmanın nedeni duysal bir zevk algısına ulaşmaktan çok, yedikleri lifli ve sert otların hazmını kolaylaştırmak amacını taşıyor. İnsanlar ise, bunların tam tersine, yiyeceği bekliyor, ondan zevk alıyor ve ağızlarının içindeki lezzetle, ki bunun büyük bölümünü o yiyeceğin aroması yani kokusu oluşturuyor, vakit geçiriyorlar. İlk insandan bu yana düşündüğümüzde, aslında yiyeceğin albenisini arttırmak için de bayağı yol kat etmişizdir; zira onu pişiriyor, baharatlandırıyor, süslüyoruz. Bütün bunların hitap ettiği nihai hedefgâh burnumuzla dışarıdan değil, damağımızın hemen üstüyle içeriden aldığımız koku oluyor. Bu algıya biraz daha yakından baktığımızda, sadece yiyeceklerden neden keyif aldığımıza değil, insanda koku duyusunun zaman içindeki evrimine ilişkin de bazı verilere ulaşabiliyoruz.

Geleneksel araştırmacılar, antropologlar ve sosyologlar, yiyecek hazırlama olayına kültürel bir dışavurum olarak yaklaşıyorlar. Yani yiyeceğin hazırlanması, aynı zamanda belli bir kültürün gelenek ve yerel yaratıcılıklardan hareket eden davranışlar bütününe de simgelenmesi oluyor onlara göre. Ancak şimdilerde olaya davranış bilimleri açısından bakan bir kısım biliminsanı, bu pek de biyolojik olmayan açıklamayı tek başına yeterli görmüyorlar. Harvard Üniversitesi'nden antropolog Richard Wrangham mesela, yiyecek hazırlama ve pişirmeyi opsiyonel bir davranış değil, bilakis insan türünün devamı için biyolojik bir gereklilik olarak görüyor. Wrangham'ın araştırmalarına göre, pişirilmiş yiyeceğe düzenli erişimi olmayan hiçbir insan topluluğu yaşayamıyor. Çiğ besinlerle beslenip bununla ünlene ve kuzey yarıkürenin en kuzeyinde yaşayan İnuitlerin bile zaman zaman balina yağı ve ayıbalığı kanı pişirip yediklerini de bu söylediklerini desteklemek için bir kanıt olarak gösteriyor muhterem.

İnuitler, biliyorsunuz Kanada, Grönland, Alaska ve Sibirya'nın kutba yakın bölgelerinde yaşayan ve aynı noktaya yakın ama birbirlerine uzak bölgelerde olmalarına rağmen kültürel olarak çok benzeşen insan gruplarına verilen isim. Eskimo dillerini konuşan ve İnuit kavmine üye insanlara da *İnuk* deniyor. Arazi ve iklim koşulları nedeniyle İnuitler (veya *İnuklar*), son derece yağlı ve protein yüklü bir menüyle besleniyorlar. Sebze ve hububat nedir bilmiyorlar ve günlük enerji gereksinimlerinin yüzde 75'ini de yağlarla karşılıyorlar. Vücutlarına çok düşük miktarda karbonhidrat giriyor ve C vitamini ihtiyaçlarını da çiğ ayıbalığı ciğeri veya balina derisi yiyerek gideriyorlar. Yani daha çok balık ve soğuk bölge hayvanlarıyla beslenip büyük çoğunlukla da bunları çiğ olarak tüketiyorlar. İşte bu zevatın bile yukarıda bahsettiğim gibi iki içerikli bir "çorba" içtikleri söyleniyor. Bu ısıtma bir yeme kolaylığı sağlamak için midir, yoksa lezzette bir farklılığa gitmek için mi, bu konuda benim maalesef hiç bilgim yok. Ancak bilinen o ki *İnukları* da dâhil ettiğinizde, doğumdan ölüme pişmemiş yiyeceklerle beslenen hiçbir ırk veya kavim yok biz insanlar arasında.

Efendim, evrim terorisine göre şempanzeler ile insanlar arasındaki geçiş türü diyebileceğimiz *hominid*ler, bundan yaklaşık 250 bin yıl önce bile pişirerek yemek yiyorlarmış. Wrangham'a göre daha da geriye giderek dahi pişmiş yemekle beslenme kanıtlarına rastlamak mümkün. Her koşulda şunu biliyoruz ki ilk insan örnekleri 100 bin yıl önce Afrika'da ortaya çıktıktan hemen sonra yemek pişirmek hayatlarımıza girdi. Bu bahsettiğimiz süreleri, yani 250 bin yıl ve gerisini bizim anladığımız anlamdaki insana ait zamanlar saymasak bile, bin yıllar boyunca bayağı bir malzeme pişirmişiz demektir bu. Zaten yemek yemekle ilgili değişik bir yönetime adapte olabilmek için en az beş bin yıl geçmesi gerekiyor. Yani 50 bin, 100 bini falan bir kenara koysak dahi, yeni bir beslenme yöntemine uyum sağlayacak süreyi, yani beş bin yılı geçirmiş olduğumuz kesin. Bu süre içinde sadece yönetime uyum sağlamakla kalmamış, yöntemin gereği isimlendirmeleri de ayırtırmışız. Muhtereme eleştiri hakkımız bâki olmak üzere, Claude

Lévi-Strauss'un da dediği gibi çiğ, çoğu kez “ham”, “mükemmel olmayan” veya “vahşi”yi ifade ederken, pişmiş olan “seçkin”, “rafine” “insana yararlı ve gerekli” olanı ifade etmiş.

Yiyeceğin ısıyla işleme tabi tutulmasıyla beraber aslında yiyecek (veya “yenilebilir”) kavramı da kökten değişiyor. Zehirli ve yenilemeyen pek çok bitki ve kök, pişirilince bu suçlardan aklanarak sofraya yerleşirken, çiğnenemeyen ve hazmedilemeyen pek çok et ürünü de ısıyı görünce yumuşayıp baş tacı oluveriyor. Antropologlara göre, yiyeceğin pişmesi ve kolay yenilebilir olması insanların aldığı günlük kalori miktarını da katlıyor. Pişirmeden önce günde iki bin varsayılan alınan kalori miktarı, bu kırılma noktasından sonra beş bin kalori seviyesine çıkıyor. Bunun bizim genetik yapımızla da ilgili değişimlere yol açtığı, pişmiş gıdalarla daha kolay, daha çok ve çok daha hızlı beslenen ilkel insanların, daha çok çocuk ve nesil ürettiği, dolayısıyla varlığını bugüne kadar sürdürebilen bir canlı türü olabildiği söyleniyor.

Pişmiş yiyeceğin sindirimine ayrılan enerjinin tasarruf edilen kısmı da beynimizin gelişimine ve *limbik* beynin ötesine geçmiş, soyut düşünebilen, dil üretebilen, bilişsel yargıda bulunabilen insanlar olmamıza katkıda bulunuyor. Buna pişmiş gıdanın hem koparılması hem çiğnenmesi için gerekli olan diş ve kuvvetli çene kaslarındaki değişimi de eklersek, ağız ve diş yapımızda nasıl belirlenmiş değişikliklerin oluştuğunu görebiliyoruz. Yeni ağız vokal avantajıyla beraber ortaya çıkıyor, anlamlı sesler üretebilmek, nüansları ve tekrarlarını yakalayabilmek artık daha kolay oluyor.

Elbette pişirmeye hemen geçilemiyor. Kaynatma, haşlama, kızartma, fırınlama falandan önce tütsülemeyle pişirme yapılıyor. Neden? Çünkü tütsüleme dışında saydığım diğer bütün yöntemler için araç-gereç gerekiyor ve ilkel atalarımızın da maalesef züccaciye dükkânları yok. Ayrıca ve daha da önemlisi, bu pişirme teknikleri için ateşi kontrol edebilmek, yani ısının miktar ve süresine hâkim olabilmek gerekli. Alet edevat gelişip, ateş de kontrol edilebilir olunca, tütsülemeye sıkışıp kalan pişirme işlemi kendine farklı kulvarlar açıyor ve yürüyüp gidiyor.

Az önce kullandığım “kontrol” kelimesinin insanlık macerasında ne kadar önemli olduğunun herhalde farkındasınızdır. Buğdayı kontrol etmek, tarımı kontrol etmek, ateşi kontrol etmek, buharı kontrol etmek, vesaire bütün kontroller uygarlık adı verilen yolculuğun kilometre taşları. Her tür kontrolün en yüksek seviyelerine ulaştığı günümüzde ise, insanlık olarak geldiğimiz en uygar nokta olarak tanımlanıyor. Şimdi biz sadece tarımı değil, tohumu da kontrol edebiliyoruz ve onun genetiğini değiştirerek dolaylı olarak doğanın kontrolü için son savaşa giriyoruz. Yani siz ve ben elbette bunu yapmıyoruz ama uğruna katlandığımız fedakârlıklar, verdiğimiz vergiler falan aslında hep bu ve benzer kontrollerin sağlanmasına gidiyor. Neden? Nedeni basit efendim, çünkü kontrol güç demektir ve bazıları güç için yaşarlar.

ÇİĞ ÇİĞ YEMENİN İDEOLOJİSİ

Dönelim konumuza; yemeği pişirmenin kuşkusuz ki beslenme ve sosyal davranış üzerinde de pek çok etkisi var. Öncelikle pişmiş yiyecek daha çabuk yenilebiliyor ve belki daha da önemlisi, daha çabuk sindirilebiliyor. Wrangham’ın hesaplamalarına göre 55 kilo ağırlığında bir insanın, günlük iki bin kaloriyi çiğ gıdadan alabilmesi için beş kg. sebze ve meyveyi çiğnemesi gerekiyor. Pişmiş ve yumuşamış değil, çiğ ve sert sebzeden bahsettiğimize göre bu da oldukça uzun bir süreyi yemek yeme eylemi ile geçirmek demek.

Almanya’da ve bize göre batıdaki diğer ülke ve bölgelerde sadece çiğ yemekle beslenme felsefesini benimsemiş alternatif bir grup bu süreyi de göze alıyor aslında almasına da, bu kez onlarda da kronik enerji eksikliği ortaya çıktığı iddia ediliyor. Hatta bu yüzden bu kült grubun içindeki kadınların âdet dönemleri oldukça aksıyor. Ancak bu konular da halen tartışma halinde ve bir kısım insan, daha doğrusu gittikçe çoğalan bir nüfus, sadece çiğ yemeklerle, vücut değerleri de sürekli kontrol altında tutularak daha sağlıklı yaşanabileceğine inanıyor. Bu bir yiyecek tarzı tercihi olmanın ötesinde ideolojik bir duruşa, sistem karşıtı konumlanma çabasına da denk geliyor.

Kimilerine göre “vejetaryenliğin en üst aşaması” denilen bu saf ve çiğ beslenme alışkanlığı, yani *raw food* bizde henüz dışarıdaki kadar revaçta değil. Bu tarzı benimseyenlere göre 40 santigrad derecenin üzerinde ısıya maruz kalan her yiyecek, besin değerini kaybediyor ve doğal halinden uzaklaşıyor. Çiğ gıdayla beslenme her ne kadar ilk duyulduğunda kulağa yeni bir akımmış gibi gelse de 1100’lü yıllardan beri kâh püriten ve gelenekçi, kâh muhalif ve alternatif bir yaşam tarzının ifadesi olarak yer alıyor insanoğlunun hayatında. Ancak gene de bu beslenme ve yaşam tarzını tam anlamıyla vejetaryenlik olarak kabul etmek fazla genellemek olur diye düşünüyorum, zira sebze ve meyve hariç, çiğ ve saf yenen pek çok et çeşidi de çoğu dünya mutfağında yer alıyor. Eğer mesele *raw food* yani “çiğ yiyecek” ise, o et çeşitleri de çiğ etler. Japonların *sashimi*’si, Korelilerin *yookhwe*’si, bizim *çiğ köfte*, Fransızların *steak tartare*’i, İtalyanların *carpaccio*’su, hatta Hollandalıların *ossenvorst*’u hep çiğ yenen balık veya et yemeklerine örnekler.

Sebze ve meyve dışında beslenme sistemimizin içine et de dâhil olduğu zaman, bu da ayrıca pek çok şeyi değiştiriyor. Maymun etine bayılan şempanzelerin bile çok güçlü çene kaslarına ve sert, keskin dişlerine rağmen çiğ eti yemek için, hatta bırakın yemeyi, o eti kemikten ayırmak için uzun bir zamana ihtiyaçları olduğunu biliyoruz. Sırf bu nedenle çiğ et, başlıca ve ana gıdaları olmaktan uzak. Seviyorlar ama o zahmet onlara biraz ağır geliyor. Wrangham’ın hesaplarına göre bir *Homo erectus* dişisinin, yani evrimsel kuzenimizin veya atamızın günlük kalori ihtiyacını çiğ etten karşılayabilmesi için en az altı saate ihtiyacı var. “Altı saatte zaten bir sonraki öğünün zamanı gelir yahu” diye düşünmeyin, zira hep söylüyorum, öğünle yemek yemek bizim yerleşik düzenin sonralarında edindiğimiz ve ne kadar da doğal olduğu hâlâ tartışılır bir alışkanlığımız. Bunun karşılığında o çiğ eti pişmiş olarak tüketmek başka bir hikâye oluveriyor. Neden? Çünkü pişmiş et kolay çiğnenebiliyor, besin değerleri farklılaşmış hatta zenginleşmiş telâkki ediliyor, dolayısıyla çokça tüketilebiliyor. Pişirilmiş gıdayı yemek için harcanan zamanın azalması da zaman ve tarih içinde

bizim davranışsal örüntülerimizi değiştiriyor elbette. (Bu arada, daha önce de bu kelimeyi telaffuz etmiştim, anlamayanlar olabilir, açıklayayım: Yabancı kelimeleri seyrekleştirmek için sözlüğe baktığımda görmüştüm *pattern*'in “örüntü” demek olduğunu ve hemen size satıyorum bu kelimeyi.)

Evet, pişmiş yiyeceklerle birlikte “davranışsal örüntülerimiz değişti” dedik. Diğer ilkel canlılar çiğ sebze ve yaprak peşinde koşarken bizler yemek süresini kısaltarak başka faaliyetler için daha çok vakit ayırabildik. Pişmiş yiyeceğin bünyemizde yol açtığı değişiklik sadece başka şeyler için vaktimizin çoğalması değil tabii. Görece güçlü bir çene ve sağlam dişlere de o kadar ihtiyacımız kalmadı ve her ihtiyacı azalan şey gibi bunlar da fizyonomimiz içinde küçüldüler ve sonunda işlevleri kadar bir yere sığıldılar. Yani kısaca 100 bin yıl içinde neredeyse dil ve çene ile kontrol edilebilen bir çiğneme hareketine kadar indirgendi bizim yemek yeme olayımız. *Fast-food* biraz daha yaygınlaşırsa, hiç dişe ihtiyacımız da kalmayacağından korkuyorum, zira o süngersi dokuları neredeyse dudığınızla veya damağınızla bile çiğneyebilirsiniz. Uzun lafın kısası, pişmiş aş hem vaktimizin şeklini değiştirdi, hem de yüzümüzün.

Yemeği pişirmek, sadece fizyonomimizi ve yaşam şeklimizi değil, duyuşal dünyamızı da çalkalayarak sarstı. Pişen yemekle beraber yeni aroma molekülleri ve yeni koku sınıflarıyla tanıştık. Fırında tavuğun, kestane kebabın veya karamelize olmuş soğanın kokusu, atalarımız ilk ateşi yakmadan önce elbette rastlanmış şeyler değillerdi. Yaklaşık 12.500 yıl önce buğday ve diğer hububatın düzenli tarımına başlamamızla beraber, pişmiş et veya ot dışında, yeni koku sınıfları da girdi hayatımıza, ki bunlar pişmiş ekmek kokusu ve daha ilerleyen zamanlarda kurabiye ve pastacılık ürünleri oldu. Düzenli tarımdan 2.500 yıl kadar sonra, yani bundan bir 10.000 yıl kadar önce koyun, keçi, at, inek vesaire hayvanı da kontrolümüz altına alarak onların et dışı verilerinin, sütün ve tereyağının kokusuyla tanıştık. Zaman içinde bunlara fermente olmuş süt ürünlerinin, yani yoğurt ve peynirin kokusu da eklendi.

Ekmek Kokusu

Dr. Gustav Jaeger, 1890 yılında John G. Bourke'e bir mektup yazıyor:

Ekmek, pasta gibi mamulleriyle meşhur bir fırının komşuları, mahallede hissedilen ve kendi konutlarına da sirayet eden kötü kokuhan tekrar tekrar şikâyetçi oldular. Aynı yerde kolera salgının da başlamasıyla beraber bölgeye gitmeye mecbur kalan sağlık ekipleri, mahalledeki konutların tuvalet giderleriyle mezkûr fırının su deposu arasında bir kaçak tespit ettiler. Kaçak bağlantı hemen kesildi, ancak fırının çıkardığı ekmeklerin kalitesinde de ciddi bir düşüş hissedilmeye başlandı.

Anlatılan olaydaki gizem, aslında amonyum karbonattan kaynaklanıyor. Beklemiş idrarın içindeki ürenin suyla birleşimi sonucu amonyum karbonat (eski tip kabartma tozu) oluşuyor; amonyum ve karbondioksit ayrışıyor, ortaya çıkan gazlar da hamurun şişmesine sebep olan kabarcıklara / cepçiklere dönüşüyor. Hamur piştiğinde bu kabarcıklar ekmeğin dokusunun süngersi ve yumuşacık olmasını sağlıyorlar.

İdrar kokusunu bırak bir kenara derseniz, ekmeğin kokusunun özellikle restoran servisinde önemli olduğunu, ısıtılmış ekmeğin koku moleküllerini ortama daha belirgin salarak konukların lezzet algı ve beklentisini yükselttiğinin altını çizmeliyim.

Tabii, işletme sahibinin arzusu, konuklarının karnını kuru ekmeleyle doyurmak olmayabilir, o da ayrı bir konu.

Biz yani, pişiren bir türüz ve pişmiş bir yemeğin kokusu da bizim biyolojimizin içine örülmüş bir halde. Yiyecek kokusu bizler için bir davet mektubu veya bir eyleme geçme uyarısı. İlk lokmayı ısırmadan önce başlıyor biyolojiyle kimya arasındaki gidip gelmeler. Bunun da sebebi, o yiyeceğin aroması elbette. Kokuyla gelen sinyali aldığımızda ağızımız sulanıyor, tükürük salgılıyoruz, pankreasımız insülin koyuvermeye başlıyor; hazım için gerekli diğer vücut sıvılarımız da yavaş yavaş mesai saatlerinin geldiğinin farkına varıyorlar.

Tükürük Tadı Geldi Ağzıma?

Tat ve aroma algısında bu kadar önemli rolü olan başka bir sıvı oluşumu-muz var mıdır, bilemiyorum. Tükürüğün neredeyse tamamı (yüzde 99,5) sudan oluşuyor ve bu haliyle de hem tat hem de aroma moleküllerinin taşınmasında, çözülerek duyumsanabilmesinde ana taşıyıcı ortam görevini üstleniyor.

Tabii ki tek görevi bu değil, hem tat tomurcuklarınızı hem de dişlerinizin korumasından sindirim sitemimize verdiği desteklere kadar pek çok başka şeyden de sorumlu ama beslenmenin ve besinin tanımlanmasının yaşamsal önemi düşünüldüğünde, bu taşıyıcı ortam olma işinin ciddiyeti ortaya çıkıyor. Uyanıklık edip “Ya benim ağzım kuru da olsa bir şey yerken su içerim, o da taşır. O iş de öyle hallolur” da diyemiyorsunuz, zira amilaz var tükürükte ve amilaz şeker ve diğer karbonhidratlarla etkileşim sağlıyor. Kısaca tükürüksüz, sade suyla yiyeceğiniz tatlı ve nişastalı besinler beklentinizden farklı algıya yol açabiliyor. Zaten tükürüksüz kalmanızı veya az tükürük üretmenizi hiç istemeyiz, bu bir anomali çünkü.

Tükürüğün çözünürlüğünün ne kadar önemli olduğunu deneyimlemek için dilinizi kâğıt havluyla iyice kurutabilir, bir arkadaşınızdan da muhtelif yiyecekleri kuru dil bölgenize dokundurmasını talep edebilirsiniz. Sonuca inanamayacaksınız.

Unutmadan; “Tükürüğün tadı var mı?” çok sorulan bir soru. Cevap ise “Evet; var. Tuzlu!” (sodyum ve klorür). Fakat tükürüğümüzün tuz seviyesiyle sürekli yaşadığımız, ona adapte olduğumuz için ancak ağzımızdaki tuzdan daha yoğun tuz içeren gıdalar yersek bunun farkına varabiliyor, “tuzlu” diye tanım yapabiliyoruz. Tam tersine, su gibi tatsız bir içecekte de ağzımızdaki tükürük, dolayısıyla tuzlu “normal”imiz seyreliyor ve zihnimizde suya tuzsuzluk içeren tat atamaya başlıyoruz.

Uyanık olduğumuz zamanlarda olmak kaydıyla, günde 1-1,5 litre civarında tükürük üretiyoruz. Yani dışarıdan “salya-sümük dolaşıyor” gibi görünmesek de, içerde aslında öyle bir durum yaşadığımız söylenebilir.

Salam veya sucuğun kokusu çok düşük seviyede algılandığında da belki tam olarak tanımlanamıyor ve ilk başlarda zihnimizde sarımsak ile muhtelif baharat karışımı gibi belirsiz bir etiket olarak kalıyor. Ancak bu semantik karmaşa, tükürük bezlerinin

tam kapasite harekete geçmesinin önünde bir engel değil. Yani bilinçli tanımlamadan çok önce duygusal bir süreç başlıyor bizlerde. Bu duygusal süreç de metabolizmamızda fizyolojik bir eylemler dizisini tetikliyor. Bundan zevk de alıyoruz ve yemek yeme zamanımız, daha doğrusu koşullanmış olduğumuz öğün vakti yaklaştığında bu kokunun bizi tetiklemesinin beklentisi içine giriyoruz. Mutfaktaysak pişmekte olan tencerenin kapağını kaldırıp kokluyor, “Mmm... çok güzele benziyor bu” falan gibi ukalalıklar ediyor, belki biraz da kendi kendimize havucu gösterip peşinden koşma beklentisiyle mazoşistlik ediyoruz. Bu, bizim hem keyfimiz hem zaafımız. Zira gıda endüstrisi de bizim bu beklenti aşkımızdan beslenerek rekabet ediyor birbiriyle. Hiç aklımızda yokken duyumsadığımız bir yiyecek veya içecek kokusuyla hesapta olmayan bir satın alma yapabiliyoruz. Bu durum “duyusal pazarlama”nın (*sensory marketing*) en önemli bileşenlerinden biri.

Ancak gelişen ve yaşamımızı kolaylaştırdığı iddiasında olan teknoloji, bazen böyle basit gerçekleri bile karmaşıklaştırabiliyor. Bu sistemde ayakta kalabilmek için çok çalışmak zorundayız. Hatta ana işlevimiz çalışmak, çalışarak edindiklerimizi de harcamak. Bu harcama işi bazen ileriye dönük de olabiliyor ve kredi kartını taksitlendirerek henüz elimizde olmayan yarının kazanımını da ipotek edebiliyoruz. Bu ikisinden gayrı bir şeye, emek satışı ve mal (veya hizmet) alışı dışında bir işe ayıracak vaktimiz artık yok. Daha da kötüsü, ikincisini, yani para harcamayı kişisel alanımızmış gibi telâkki ediyoruz. Toplu taşıma araçlarında yanımızdaki internet erişimli ünitelerle (ki bu üniteler, onlar aracılığıyla hiç konuşmasak dahi ironik bir şekilde *telefon* adını taşımaya devam ediyorlar) bu sarmalın bir nebze dışına çıkıyor ve sanal da olsa dolaşabiliyor olsak da, sarmalın dışında görünen bu alanın da çoğunlukla verili (*given*) alan olduğunu unutmamak gerekiyor.

Yemek pişirmek için dahi vaktimiz yok artık. Vakitsiz ve aceleci olduğumuz için hayatımıza işlenmiş gıdalar giriyor ve bunların da en çabuk sürede servise hazır olabilmesi için olağan veya konvansiyonel pişirme tekniklerinin ötesinde yeni teknolojilere gereksi-

nim duyuyoruz. Bu gereksinimle beraber “mikrodalga fırın” diye bir aygıt çıkıyor ortaya. Bu aygıtın bize sağladığı “kolaylık” sağlıklı mıdır, değil midir tartışılır elbette ama mikrodalga teknolojisinin işlenmiş gıda endüstrisine hem kolaylık hem de zorluk olarak yansdığı da bir gerçek. Zorluktan kastım şu: Mikrodalga, yapısı gereği bize içindeki yiyeceğin piştiğine veya ısındığına dair sinyaller taşıyan kızarmış, haşlanmış veya karamelize kokuları vermiyor. Bu da işlenmiş yiyecek üreten şirketler açısından eksik kalan aromaları yeniden var etmek için ayrı bir zaman ve para harcanması demek. Bu teknolojik açmazın kazananı ise elbette işlenmiş gıdacıları müşteri edinen koku ve aroma endüstrisi oluyor.



Raytheon'un piyasaya çıkardığı ilk mikrodalga fırın, üretildiği tesise atfen Radarange ismini taşıyor ve neredeyse bir insan boyunda.

NASIL ÇIKIYOR MİKRODALGA ORTAYA?

Evsel kullanım bulan pek çok teknolojik ürün gibi, mikrodalga da aslında savaş sanayisinin bir yan ürünü; zira radar teknolojisi geliştirilmeye çalışılırken ortaya çıkıyor. 1946 yılında, Amerikan savaş sanayisi devi Raytheon şirketi bünyesinde çalışan Dr. Percy Lebaron Spencer

isimli, okullu değil ama işi meslekten öğrenmiş, bir nevi alaylı ama çok becerikli “mühendis”imiz, olayın kahramanı oluyor. 18 yaşında orduya katılarak telsiz iletişiminde ustalaşan, sonra da radar tasarımıyla dünyanın sayılı yetenekleri arasında sayılmaya başlanan muhterem, ABD ordusunun atom bombasından (Manhattan Projesi) sonra ikinci önemli projesi olan radar projesinin başına geçiyor.



“Mektepli” değil “alaylı” bilimsansı Percy Spencer, laboratuvarında.

Radarın temel prensibi, bir jeneratör aygıt vasıtasıyla yani magnetron tüplerini kullanarak, gönderilecek mikro dalgaları üretmek. Spencer da Raytheon şirketinde magnetron hattında günlük 17 adet üretim kapasitesinin başında. Ancak geliştirdiği teknikle işi kolaylaştırıp verimliliği arttırması nedeniyle emrindeki ekip 15 kişiden birkaç yıl içinde 5.000 kişiye çıkarılıyor; kapasite de günlük 17 adetten 2.600 adede yükseliyor.

Günlerden bir gün bizim Percy, magnetron vakum tüpü üzerine çalışırken cebindeki katı şekerlemenin erimeye başladığını fark ediyor. Buna şaşıyor haliyle ama bilim aşkına eriyen şekerlemeyle tatmin olmayıp magnetron tübünün yanına bu sefer öbür cebinden mısır taneleri çıkarıp koyuyor. Muhtemelen tübe biraz da uzak duruyor bu sırada muhterem ve mısır tanelerinin hareket edip patır patır patladığını görünce, gözünde Dolar işaretleri yanıp sönmeye başlıyor. Askerî ve güvenlik öncelikli bir tesiste radar araştırması yapan bir bilimsansı neden patlatmaya hazır mısırla dolaşır

ortalıkta, bunu lütfen bana sormayın ve endüstrinin efsaneleri ve hikâyeleri çok fazla sevdiğini, bu hikâyeleri ürünü sempatikleştirmek, ona duygu katmak için sık sık kullandığını lütfen unutmayın.

Ertesi sabah Percy Bey bazı arkadaşlarını da yanına alarak deneyi bu kez yumurta kullanarak tekrar etmeye karar veriyor. Magnetron tübü aktive edildiğinde tübün yanına konan yumurta sallanmaya başlıyor ve içindeki ısının yükselmesiyle beraber iç basıncı da zirve yapıyor. Hareketlenen yumurtayı merak eden arkadaşlarından biri yakından bakmak üzere eğildiğinde ise olanlar oluyor, yumurta, kabuğu içinde oluşan basınca dayanamayıp arkadaşının suratına patlayıyor. Dr. Spencer bir yandan arkadaşının suratından süzülen cıvık cıvık sıcak yumurta sarılarını temizlerken, bir yandan da “Eğer bu lanet mısır ve yumurta patlayacak kadar ısınıyorsa, kontrollü bir hale getirilip neden bütün yiyecekleri ısıtmasın!” diye düşünüyor.

Hemen kolları sıvıyor, bir tarafından yiyecek beslemesi yapmak için kapağı olan metal bir kutu tasarlayıp içine de mikrodalga enerjisinin kaynağı olan magnetron tübünü adapte ediyor. Kapalı ortamda oluşan elektromanyetik alan, açık laboratuvar ortamındaki başıboş tüpten yayılana nispetle çok daha yüksek yoğunlukta olduğundan, bunun içine konan yiyecekler de büyük bir hızla ısınıyor. Tabii büyük bir hız derken, normal bir fırın ile mukayese edildiğinde demek istiyorum.

İcat, haliyle hemen patent altına alınıyor şirket tarafından. Metal kutuya hapsedilmiş magnetron tübünün enerjisi ile çalışan bu acayip alet milyar Dolarlık bir işlenmiş gıda endüstrisinin de neredeyse başlangıcı veya ivme kazandırıcısı oluyor. Piyasaya sunulan ilk ticari örnek, *Radaran*ge ismi altında 1,5 metre boyu ve 340 kilo ağırlığı ile 5.000 Dolarla restoranlara “elektronik fırın” diye satılmaya çalışılan bir hilkat garibesi; yani ilk ticari mikrodalga fırın bizim bugün örneklerini gördüğümüzden kat be kat büyük, anıt-heykel boyutunda devasa bir aygıt. Tezgâh üzerine konulabilip etiketinin 500 Doların altına düşebilmesi 1967 yılını buluyor. Bugün ise küresel ölçekte artık her iki yılda bir mikrodalga fırını değiştiren bir toplum haline gelmiş durumdayız. Bunun ne kadarı arzu, ne kadarı “planlı eskitme”den kaynaklanıyor, karar sizin.

Planlı Eskitme de Neymiş?

Birinci hikâye: 1924 yılında Osram, General Electric, General Electric Overseas Group, Phillips, Tungsram, AEI ve La Compaigne des Lampes, yani dünyanın en büyük yedi ampul üreticisi bir araya geliyorlar. Phoebus Karteli'ni oluşturan şirketlerin toplantısından çıkan sonuç, üretilen ampullerin ömürlerinin 1.000 saatle kısıtlanması oluyor. Öncesinde üretilen ve 2.500 saat ömrü olan ampullerin satışı yasaklanıyor, uzun ömürlü ampul üretmeye teşebbüs eden küçük şirketlerin ölü kesiliyor. Kartel, II. Dünya Savaşı'yla beraber, planlanan ömründen önce nihayete eriyor.



Kartel kararından önce imal edilip 1901 yılından beri sönmeden yanan “kahraman” ampul! Artık verdiği ışık çok azalmış olsa da hâlâ az biraz aydınlatma sağlayabiliyor.

İkinci hikâye: Kapitalizmin kurallarını pratikte yazan insanlardan biri olarak bilinen ve ismi General Motors ile özdeşleşen efsanevi yönetici Alfred P. Sloan, 1924 yılında, ürettikleri araçlarda her yıl ufak değişiklikler yaparak bir önceki yıla ait modelin tüketici zihninde “eskitilmesi” gerektiği fikrini ortaya atıyor. Fikir hayata geçiriliyor, hatta bugün için hayatımızın odağına yerleşiyor diyebiliriz. Oyun kuralları ve mücadele şekli değişmese de oyuncular değiştiği için her yıl yenisi alınan onlarca bilgisayar oyununu da, burnu fazla ince veya fazla kalın olduğu için kullanmaktan kaçındığınız az giyilmiş sapasağlam ayakkabılarınızı da bu hikâyeye ekleyebilirsiniz.

Bu iki hikâye de “planlı eskitme”yi (*planned obsolescence*) anlatıyor bize. Kapitalizmin satış tikanıklıklarını aşmak, talebi sürekli kılmak için icat ettiği acımasız yöntemlerden biri. Elbette bu yöntemin savunusunu “Bu sayede herkese iş olanağı sağlayabiliyoruz” diye yaparak vicdanlara dokunmayı ihmal etmiyorlar.

“Planlı eskitme”nin ilk örnekte olduğu gibi “tasarlanmış dayanıksızlık”, ikinci örnekte olduğu gibi “algılanan eskitme”, İsviçre malı plastik saatinize pil hariç müdahale edememeniz veya telefonunuzun tamir edilememesi gibi “onarım önlemesi”... sayılabilecek farklı çeşitleri var. Ancak genel tabloya baktığımızda ilki işleve dair, ikincisi ise algıya dair eskitmeler olmak üzere iki ana dala ayrıldığını görebiliyoruz.

İlk paragrafta anlattığım kartelden çok önce üretilen ve yanışı canlı olarak internette izlenebilen, Shelby Electric marka bir ampul, takılı olduğu itfaiye istasyonundan yayını yapan kamera iki kere değiştirilmek zorunda kalınmış olsa da, 1901 yılından beri hâlâ aralıksız olarak yanmaya devam ediyor...

The Shelby News.

CONTAINING THE LATEST
Annual Industrial and Trade's Review

OF SHELBY, OHIO. *****

PRINTED AND PUBLISHED BY W. E. SHELBY, PHOTODUPLICATIONS, 1001 N. 10TH ST., PHILADELPHIA 19107, PA.

THE BEST LAMP
.... ON EARTH

Any Voltage From 30 to 250.

THE SHELBY ELECTRIC CO.

Any Efficiency From 3 to 1 Watts

A TRIAL WILL CONVINCE YOU.

INSULATED LEADING IN WIRE CAN NOT SHORT CIRCUIT DAMPNESS DOES NOT AFFECT THEM

NO TIPS TO BREAK OFF. OR TO CAST SHADOWS. LONGEST LIFE. GREATEST ECONOMY

THE SHELBY LAMP CO., Inc.

“Milenyum ampulü” de denilen meşhur ampulün üreticisi Shelby Elektrik Şirketi’nin bir reklamı.

Herhangi bir formel akademik eğitimi olmayan, “ilkokul terk” Percy Bey, ilerleyen zamanla beraber Raytheon’da hem başkan yardımcılığı hem de yönetim kurulu üyeliğine kadar yükseliyor. Ne var ki buluşu Raytheon’da bordroluyken gerçekleştirdiği için, şirketin aldığı patentlere kakıda bulunanlar için yapılan iki Dolarlık standart ödeme dışında herhangi bir telif falan ödenmiyor kendisine. Bu mucit muhteremin kariyeri boyunca patent altına aldığı ürün tasarımı sayısı 300’ü buluyor. Raytheon şirketi ise bugün dünyanın en büyük güdümlü füze üreticisi olarak 64 bin çalışan ve 25 milyar Dolar ciroyla sayılı savunma sanayisi müteahhitleri arasında yer alıyor.

Mikrodalga fırınlar çok sert eleştiriliyor. Bu eleştirilerin birkaç sebebi var: Fiziksel olarak tahripkâr olmaları, çevreye sızdırdıkları radyasyon, içine konanı sadece ısıtmayıp aslında başka bir sıcak formasyona dönüştürdükleri gibi sakıncalarına dikkat çekiliyor. Çok da konum olmadığı için bilmediğim şey üzerine konuşmak istemiyorum. Ama bunların çoğu şehir efsanesi olsa bile benim küçük beynimin aldığı kadarıyla işlenmiş gıda denen musibeti başımıza sararak kontrolsüz genetik değişimlerden besin değeri olmayan yiyeceklere kadar pek çok musibetin yayılmasında katkısı olduğundan, bu eleştirilerin en azından bir kısmını fazlasıyla hak ettiğini düşünüyorum. Antrparantez; mikrodalgayla ilgili efsaneler de yok değil ve bunlardan biri de yemeği normal fırınlar gibi dıştan içe değil, içten dışa doğru pişirdiği. Bu tabii ki doğru değil. “Normal pişirmede ısı dıştan içe doğru yayıldığı için, mikrodalgalarda olsa olsa tersi oluyordur” mantığıyla ortaya atılmış bir iddia bu ve mikrodalga fırınlar içi dışı bir yana bırakarak aslında her yeri aynı anda pişiriyor. Artık mikrodalga parantezimizi kapayarak devam edelim konumuza.

YİNE VAHŞİLER EZBER BOZUYOR

Kültürler’in okurları hatırlayacaklardır; bizim *Serer Ndut*, *Desana*, *Dasanetch*, *Kapsiki* falan gibi uzak coğrafyalarda nispeten izole yaşamlar süren “vahşi”lerimiz var efendim, sık sık sayfalarımıza

konuk ettiğimiz. Alışık veya aşına olduğumuz Batı normlarından çok daha farklı normlarda hayat süren bu “medeniyetsiz muhteremler” ara ara kokuyla ilgili bir bahsin ortasına konuk olup bütün ezberimizi bozuyorlar. Bu kitapta ezberimizi bozma sırası da Kolombiya ile Brezilya arasında kalan bölgede yaşayan Desanalar’da. Desanalar’ın oldukça gelişkin bir yiyecek sınıflandırmaları var ve bu da elbette yiyeceklerin kokusuna dayanan bir sisteme işaret ediyor. Pişirmeyle ilgili kokulardan bahsederken birden konu değiştirmiyorum, korkmayın. Konu pişirmeyle bağlantılı gene, çünkü Desanalar’a göre bir yiyecek maddesinin çiğ kokusu, onun nasıl pişeceğine dair işaretler taşıyor.

Mesela balıklar rahatsız edici ve kadınların âdet dönemi kokularını temsil eden bir koku profiline sahipler. Bu yüzden önce tütülenmeli, sonra haşlanmalı ve ancak öyle tüketilmeliler. Kokusunun gücü daha zayıf olan diğer hayvan etleri ve pek çok sebze için bu tütüleme olayına gerek yok, direk haşlanabiliyorlar. Ancak Desanalar’a göre bir konuda dikkatli olmak lazım, o da yanık yağ kokusu. Neden? Çünkü yanmakta olan hayvanî yağın kokusu Desanalar’a çiftleşmek arzusuyla birbiri etrafında dolaşan kızışmış hayvanları anımsatıyor. Oysa onlar cinselliğin bu tür dışavurumundan hoşlanmıyor, cinsel eylem ve arzuları kontrol altında tutarak toplumsal normlarına uygun bir alan içine kanalize etmek istiyorlar. Bu yüzden, Desana toplumunda et pek seyrek olarak ateşte çevriliyor, asla kızartılmıyor.

Koku, Desanalar’da sadece hangi yiyeceğin nasıl işlenerek yeneceğinin değil, aynı zamanda yiyecekler arası karışımların da belirleyicisi. Yiyecek kokularına cinsel kimlikler atfediyorlar ve kırmızı et kokularını erkeksi, balık kokularını ise kadınsı kokular olarak değerlendiriyorlar. Balığın kadınsılığı, dolayısıyla dişilik ve doğurganlığı, zaten balık kokusunun âdet dönemine ilişkin koku tarifinden de belli oluyor bu kültürün içinde. Peki, kırmızı et erkek, balık kadın gibi kokuyor da ne oluyor? Şu oluyor ki bu ikisi asla birarada pişmiyorlar. Çünkü erkeksi kokan ile kadınsı kokanın aynı kapta kaynaması cinsel bir karmaşa ve ayırt edilemeyen bir

cinsiyet belirsizleşmesine yol açıyor. Bu nedenle, balığı etle beraber pişirmek onlar için zina ile eşdeğer ağırlıkta bir günah –veya suç.

Sadece bunlar değil, yiyecek kokularından referans alarak hangi et veya sebzenin nasıl eşleştirilip pişirileceğine dair başka kurallar da var koku merkezli Desana toplumunda. Örneğin geyik yavrusu ile avokado beraber pişirilemiyor, zira bu ikisinin beraber pişerken çıkardıkları koku, aşırı doğurganlığın (veya döllemenin) habercisi addediliyor ve Desana toplumu içinde sapkınlık olarak görülen ikiz çocuk doğurmaya yol açmasından endişe ediliyor.

Hem pişmemiş, yani çiğ halde, hem de biraraya gelip pişmekte olan yiyeceklerden havaya yükselen koku moleküllerine atfedilen anlam ve değerler bu topluluk için o kadar önemli ki, tahmin edebileceğiniz üzere birbirlerini yemek yerken gören Desanalar “afiyet olsun” değil, “iyi eşleştir” diyorlar.

“O Bez, Bu Bez” Derken

Memelilerin geneli sadece et veya sadece ot yese bile, o ot veya et çeşidinin hepsini değil sadece küçük bir kısmını tüketiyorlar. Sığırlar ot yiyor, sincap tohum veya fındık yiyor, vs... İnsanların yakın akrabası maymun veya goriller, belki hayvanat bahçesinde otun yanında etle de beslenirler bakıcıları tarafından, ama doğal ortamlarında pek de o kadar etobur oldukları söylenemez. Biz insanlar ise, memelilerin içinden hem fizyolojik özelliklerimiz, hem de bu özelliklerle birlikte gelişmiş alışkanlıklarla sıyrılıyor ve deyim yerindeyse, ne bulursak yiyoruz. Dış koleksiyonumuz içinde de zaten hem kemirgenler gibi kemirme görevi yapan, hem otoburlar gibi öğütme işlevini üstlenen, hem de etoburlar gibi saptlamaya yarayan dişlerimiz mevcut.

Et veya ot, ağızımıza layık gördüğümüz parçayı bir kez lüpletmeye başladık mı da, gene her fonksiyonu yerine getirebilecek bir sindirim sistemimiz var. Yeşil sebzeleri sindirebilen uzun bir bağırsak sistemi, karmaşık nişastaları basit şekerlere dönüştürebilen ve tükürüğümüzden başlayan mide salgılarımız, yağları emülsifiye edecek safra kesesiyle entegre bir tesis gibi çalışıyor. İnsanların olduğu ortamlarda yaşayan fareler dışında bu kadar değişik koşula uyum sağlayabilecek başka bir tür de yoktur sanıyorum. Üstelik sadece uyum sağlamakla kalmıyor, yemek yemekle ilgili inanılmaz

genişlikte de bir davranış biçimleri dizisi geliştirme kapasitesi sergiliyoruz.

Hem etobur, hem de otobur, yani (hepçil veya omnivor) olmamız dolayısıyla tek bir gıda türüne bağlı değiliz ve kıtlık, kuraklık, zirai hastalık falan gibi durumlarda bile, en azından türün devamını sağlayabilecek kadar bir bölümümüz, açlıktan ölmeden yaşamını sürdürebiliyor. Bu uyum sağlama yeteneği, aynı zamanda farklı besin türlerine ev sahipliği yapan yeni çevrelere taşınmamızı da kolaylaştırıyor. İyi de, neden memeliler içinde sadece bizler böyleyiz? Bunun iki olası sebebi var.

İlk sebep olarak şöyle diyebiliriz: hepçiller, yani hem et hem ot ile beslenen türler, alışık oldukları kaynakların dışındaki besinlere göz dikseler bile esas veya tek gıda kaynağı o göz dikilen besin olan diğer memeliler karşısında zorlanabilirler. Veya şöyle diyelim, et de yemeye karar veren bir hayvan, tek gıdası et olan başka bir hayvanla o yiyeceğe ulaşma konusunda biraz zor baş eder. Neden? Çünkü birinin tek gıdası, diğerinin ise opsiyonel gıdası, başka besinlerle de hayatını sürdürebilme şansı var. Dolayısıyla tek besin kaynağını kaybetme tehlikesi yaşayan hayvan, besin maddesinin üzerine fantazi olsun diye değil, can havliyle saldıracak. Örnek olsun diye söyleyeyim; mesela hepçil bir şempanze, toprağı eşeleyip kök yemek konusunda yaban domuzuyla aşık atabilir mi?

Bir diğer sebep de hepçil olmanın gerektirdiği bir nevi zeka. Yeryüzünde sayısız çeşitte hayvan ve nebat, yani yiyecek maddesi var, ancak bunların hepsinin beslenme değerleri eş değil. Bazılarının yenmesi zararlı, zira zehirli. Bir kısmını da yeseniz dahi sindirmesi zor. Geri kalanını elde etmek için de özel beceri gerekiyor. Bu ayrımları yapabilmek, her baba veya ana yiğidin harcı değil. Hem zeka, hem de asgari düzeyde ihtisaslaşmış bir bellek yapısı gerektiriyor. Nasıl ki tekçil beslenen bir hayvanın genlerine yiyecek tanıma işlemi kodlanmışsa, çokçulun da o kodlamanın sonucunu aratmayacak şekilde değerlendirmeler yapabilmesi gerek ki, bir gıda maddesinin diğerine olan üstünlüğünü, tehlikesini ya da elde edilebilirliğini falan anlayabilsin.

Bu nedenlerle, insan ve çok az sayıda birkaç memeli canlı türü dışında hepçil beslenme alışkanlığı taşıyan hayvan yok. Demin farelerden bahsettim; “Neden?” diye düşünmüş olabilirsiniz, hemen cevaplayayım. Aynı tür ve basit çöplük farelerini düşünün. Bu farenin biri Napoli’de lazanya artığıyla karnını doyurabilirken türdeşi bir başka fare Paris’te kreple beslenebiliyor, hatta Çin’in ta Guandong bölgesinde bir şehirde çöp karıştıran bir başka türdaşı, kanton lehçesiyle bağrıışan çöpçülerin ellerinden kaçan *moo goo gai pan* (mantar ve sebzeli tavuk yemeği) artıklarını yiyebiliyor.

İnsanlar da işte böyle. Hem kültürel hem de biyolojik gereklerle çok farklı yiyecek kaynaklarını kullanabiliyoruz. Yüzyıllar süren varolma macerası sonucunda elbette hedonik bir düzeye de gelmiş ve hepimizin bütçesine göre kıymetli bulduğu, yerken büyük haz aldığı yiyecekler var. Oysa haz beyinde gerçekleşiyor, malum. Bizim metabolizmamız için ne yiyeceğin verdiği haz, ne de ne kadar seçkin olduğunun önemi var. Vücudumuz için yenen her şey, metabolize edilmesi gereken kimyasallardan başka bir şey değil. Gıda maddesi metabolize olacak, oksijenle birleşerek ısı salacak ve bu ısı da enerji olarak bir işe yarayacak. Bu ısı var ya, bu ısı işte –affedersiniz– başımızın belası olan “kalori” nesnesi de bu ısıdan sebep hayatımıza giriyor.

İYİ DE, NEDİR BU KALORİ?

Gayet basit bir açıklaması var efendim: Bir kilo suyun sıcaklığını bir derece arttırmak için gerekli ısıya, kalori deniyor. Küçük bir lüzumsuz bilgi; biz hep kalori dememize rağmen, aslında yiyeceklerden bahsederken kullandığımız kalori, teknik olarak “kilokalori”. Yani daha açık belirtirsek, bir normal kalori bir gram suyun derecesini arttırabilen ısı, bir kilo kalori ise, bir kilo suyun derecesini arttırabilen ısı oluyor. Gıda kalorisi dediğimiz zaman hep kilokalori, yani bir kiloluk suyu bir derece ısıtabilen büyük kaloriden bahsediyoruz. Gıdaların beslenme değerleri için gramın ısısıyla ilgili olan gerçek kalori çok ufak bir değer olarak kaldığından, biz büyüğünü kullanıp küçüğünün ismiyle hitap ediyoruz. Yiyecek

paketlerinin arkasındaki karınca duaları içinde gördüğünüz “kcal” harfleri de işte bu kilokalori birimine işaret ediyor.

Peki, daha ilkokulda bize sıvıların litreyle ölçüldüğünü söylememişler miydi? O zaman neden bu ısınan suya “bir litre su” demiyoruz da “bir kilo su” diyoruz? Eh, ilkokul biteli biraz süre geçtiğinden aklımızdan silinmiş olabilir, hatırlayalım. Saf su söz konusu olduğunda bir litrenin kütlesi bir kiloya eşit oluyor ve mezkûr ölçü birimi de referansı buradan alıyor.

İçkiden Önce Yağlı Yemek

Hani vardır ya o meşhur geyik, “Alkol almadan önce yağlı bir şeyler ye, ki mide sinirlerini kaplasın, hemen sarhoş olma” falan denir. İşin aslı şu oluyor: Yağların sindirimi protein veya karbonhidratlardan daha fazla zaman alıyor.

Yemekte ne kadar fazla yağ varsa, mide o kadar geç boşalıyor ve doyma hissi de o kadar uzun sürüyor. Alkol almadan önce yağlı bol meze yiyen bir muhteremin, yani mesela peynir atıştıran birisinin, elbette bu anlamda havuç veya kereviz dilimleri yedikten sonra kadehini yudumlamaya başlayan birisinden farkı oluyor.

Neden? Çünkü yağlar, alkolün vücut sistemine karıştığı bağırsaklara ulaşımını geciktiriyorlar. Neden geciktiriyorlar? Çünkü mide ve bağırsaklar bu yağlarla fazlasıyla meşgulken, esas iş olarak yağları işlerken, alkole sıra öyle hemen gelmiyor.

Bu geç emilim de bir nevi uyum sağlatarak alkolden etkilenme haline yağsız beslenerek içki içen biri kadar çabuk girmeme sonucunu veriyor. Tabii bunlar sadece minimal değişimler.

Sonuçta, bir büyükbaş hayvanın içtiği su kadar alkol alınırsa, o alkole yağ falan dayanmıyor, her halükarda sarhoş olunuyor.

Değişik besin kaynaklarının değişik kalori değerleri var. Yağların mesela kalori değeri protein veya karbonhidratların neredeyse iki buçuk misli daha fazla. Kalori yakmak için hareket etmemize ise gerek yok. Hareketsiz haldeyken, mesela uyurken de kalori yakabiliyoruz. Uyku ve dinlenme halindeyken yakılan

kalori miktarına “bazal metabolizma” deniyor. Bazal metabolizma, vücudun hayatıyetini sürdürmesi için gerekli minimum kalori miktarına işaret ederek kişiden kişiye farklılık gösteriyor. Benim uyurken yaktığım kaloriyle başka birisinin uyurken yaktığı kalori miktarı eşit değil. Zaten “su içsem yarıyor, hemen kilo alıyorum” lafının da aslı astarı bu oluyor.

“Su içtiğinde yarayan” muhteremin bazal metabolizması, yani uyku veya dinlenme halindeyken yaktığı kalori, su içince yaramayan muhtereminkinden çok daha düşük ve buradan itibaren de sorunlar başlıyor. “Adam –affedersiniz– domuzlar gibi yiyor ama incecik. Bense sadece su içsem kilo alıyorum” cümleleri, kişiler arası bazal metabolizma farkını halk diliyle muhteşem bir şekilde ifade ediyor. Dolayısıyla hareketsiz halinizde de kalori yakıyorsunuz ama bu yaktığınız kalori miktarı fazladan aldığınız gıdanın gözlenebilir etkilerine, yani minnoş bir göbek oluşturmaya veya genel olarak tombullaşmaya mani olmaya asla yetmiyor.

Peki, ne yapılırken ne kadar kalori yakılıyor, kısaca bir göz atalım mı? Bir kere hiçbir faaliyette bulunmasak ve Bezgin Bekir misali yattığımız yerden kıpırdamasak dahi, başta beyin olmak üzere bütün organlarımızın işlevlerini sürdürebilmesi için belli miktarda kaloriye gereksinimleri var. Her dönemde ve her toplumda bu kalori miktarı değişiyor ama gelin bize her gün ortalama 1.500–1.600 kalori gerekiyor diyelim. Yatmaktan vazgeçip yerimizde doğrularak bir iskemleye oturduğumuzda, buna saatte 70 kalori daha ekliyoruz. İskemleden kalkıp da hafif hafif yürüelim desek, üzerine saatte 200 kalori daha koyuyoruz. Yürümekten vazgeçip düz yolda bisiklet pedalladığımızı düşünürsek, saatte 300 daha ekliyoruz.

“Havalar ısınıyor, ben yüzeceğim” diye tutturdunuz, üstüne saatte 600 kalori daha, cinsel ilişki söz konusu olursa saatte 100 daha, cinsel ilişki orgazmıla sonlanırsa bonus olarak saatte ekstra 50 kalori daha yazın hesaba. Peki, bu kaloriler neden gerekiyor? Gerekiyor, çünkü vücut denilen kazanın ateşini sürekli yanık tutmak lazım. Haaa... peki yakabildiğimizden fazla kalori geliyorsa

ne olacak? Eh, bunun cevabını ve vebalini de hepimiz biliyoruz; yakılamayan kaloriler yağa dönüşerek muhteşem kilo katkıları olarak bizi aynalara düşman ediyor.

Size ilginç birtakım veriler vereyim: Kötü beslenen, bu nedenle de artık nüfusunun yarısından fazlası obez hale gelmiş Kuzey Amerika toplumları, daha doğrusu ABD için bir araştırma yapılıyor 1980’lerde. Araştırma sonucunda bütün ABD nüfusu ölçeğinde vücutta yakılmamış kalori olarak muhafaza edilen yağ miktarı 1 milyar 50 milyon kilo çıkıyor. Yani bir milyon tondan fazla cılk cılk yağ, 1980’lerde, Amerikalıların vücutlarında yakılamamış kalori olarak bulunuyormuş. Peki, bu vücutlarda yağ olarak depolanan fazla kaloriyi Amerikalılar rejim yaparak yakmaya çalışsalar ne oluyor? Bu toplu zayıflama işlemi gerçekleşmiş olsa fosil yakıt cinsinden 160 trilyon BTU’luk bir enerji ortaya çıkabiliyor. BTU-MTU boş verin, ben size bu kadar enerjiyle neler yapılabileceğini söyleyeyim: Bu süreç içinde ortaya çıkacak enerjiye yakıt cinsinden baktığımızda, 900 bin otomobilin bir yıl içinde 19 biner kilometre yol almasına yetecek yakıta eşit enerji söz konusu oluyor. Haydi, zayıfladılar ve ideal ölçülerinde kalmaya karar verdi Amerikalılar diyelim, bu durumda da her yıl 97 triyon daha az BTU tüketecekler ki, bu da Boston, Chicago ve San Fransisco’daki bütün hanelerin toplam yıllık elektrik ihtiyacına eşdeğer bir rakam.

Efendim, artık modern zamanlarda yemek yemeye ilişkin motivasyon, açlık duygusundan ve temel beslenme değerlerinden koptu, başka yerlere geldi. Açlık fizyolojik bir olgu, ancak biz şimdilerde daha çok psikolojik neden ve yanılsamalarla sofraya oturuyoruz. Alışık olduğumuz, koşullandığımız öğün saatinin gelmesi, yiyeceklerin görüntüsü, kokuları, bizim belki de daha acıkmadan kendimizi açmış gibi hissetmemizi sağlıyor. Modern toplumlarda, gerçekten açlık yaşayan insan sayısı oldukça az. Modern toplum derken Afrika’dan falan değil; kapitalist sistemde oyunu kuran veya oyununu kurallarına göre oynama “şansına” kavuşmuş toplumlardan bahsediyorum. Bizler sanal bir açlık duygusuyla

tüketiyoruz ve bunun sonuçları da yukarıda anlattığım gibi oluyor. Yanlış anlamayın, ben kendim de bahsettiğim talihsiz sonuçları bire bir yaşayanlardan biriyim. Doğduğum günden bu yana kilolarımla boğuşmadığım hafta geçirmedim diyebilirim. O nedenle bu anlattıklarım biraz da “kızım sana söylüyorum, gelinim sen anla” kabilinden şeyler.

Biz insanlar, az acıkmayla çok acıkma arasındaki farkı saptayamıyoruz; bu da az acıksak bile nerede duracağımızı bilemeden yemeye başlamamızla sonuçlanıyor. Oysa hayvanlarla yapılan davranış deneyleri bunun aksini gösteriyor ve hayvanların gözleri kalori ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra bizim gibi hâlâ masadaki yiyeceklere takılı kalmıyor. Biz yerken, neyin daha kalorili neyin daha kalorisiz olduğunu içsel bir mekanizmayla çözemiyor; bunun yerine ya kültürel kodlarımızı ya da deneme-yanılma yöntemini kullanıyoruz. Yani kısaca, bu işler biraz sakat ve her an minderde kündeğe gelmeye müsait yaşıyoruz.

“Yiyeceklerin kokusu bizi etkiliyor” dedim. Buraya kadar çok tekrar ettim, bir daha anlatmayayım *ortonazal* ve *retronazal* koku patikalarımızı. Ayrıca gene çok tekrar ettiğim gibi toplam besin algısı içindeki bileşenlerden tat ve kokuyu birbirine karıştırıyoruz ve kokunun da içinde yer aldığı toplamı “tat” diye isimlendiriyoruz. Bu nedenle olsa gerek, mesela metal kaplarda satılan konserve ürünler için “Madenî bir tadı var” diyebiliyoruz. Oysa o konserveenin tadının madenîlikle bir ilgisi yok, biz sadece okside olmuş moleküllerin kokusunu alıyor, maden olarak yorumluyoruz. Ama bazen de başta burun kıvrıdığımız kokuya öyle bir alışıyoruz ki, bu kez o kokunun olmadığı ürünlerin yüzüne bakmaz oluyoruz. Kutuda portakal suyunun lezzetine alışmış insanlar, özellikle çocuklar, ismi verilmeden hem kutuda hem taze sıkılmışı kendilerine sunulduğunda alışık oldukları kutu meyve suyunu taze sıkılmışına tercih edebiliyorlar.

Devlet Konservesi

Konserve, tıpkı margarin gibi, aslen bir devlet projesidir.



Appert'in saklama yöntemini bulmasını takiben Manş'ın diğer yanında girişimci Bryan Donkinn, Philippe de Girard isimli bir mucitten Peter Durand'ın aracılığıyla patentini satın alarak teneke kutuda imalatına başlıyor. Teneke kutu, konsERVE kullanıcılarına dayanıklılık, maliyet, taşıma kolaylığı gibi pek çok kolaylık getiriyor. Donkin'in metal kutusu, ince bir demir plakanın paslanmayı geciktirebilmek amacıyla teneke kaplanması, silindirik form verilmesi ve kesilerek aynı malzemeden kapak kaynatılmasıyla imal ediliyor. En büyük müşteri ise ordu, özellikle de donanma. Görseldeki konsERVE tenekesi, İngiliz imparatorluk donanmasının 1930'lu yıllardaki bir öğününü; et, fasulye ve patatesi içeriyor.

Yıl 1795, devrim sonrası, ortalık karışık; Fransız orduları Avrupa'nın dört bir yanına dağılmış vaziyette. Askerin yanına yiyecek verseniz, uzun yolculuklar ve uygunsuz mevsimsel koşullardan sebep bozuluyor. Yiyecekleri uzun süre bozulmadan saklayabilmek büyük ihtiyaç. Tabii ki tütsü, fermentasyon, tuzlu su gibi çözümler o zamanda da var, ama bu yöntemlerin hepsi lezzeti değiştiriyor ve askerlerin de bundan pek hoşlandığı söylenemez.

Nicolas Appert (1750-1841) isimli bir şekerci de bu işi kendine dert ediniyor. Çorba, sebze, reçel gibi muhtelif yiyeceklerle denemeler yapıyor. O sırada da bu ihtiyaçtan yola çıkan hükümet, bozulmadan ve kolayca taşınabilen yiyecek saklama metodunu bulana 12 bin Frank ödül vaat ediyor. Appert, 1809'da çalışmasını sonuçlandırarak ödülü alıyor. Bulduğu yöntemi de *L'Art de Conserver, Pendant Plusieurs Années, Toutes les Substances Animales et Végétales* (Hayvansal ve

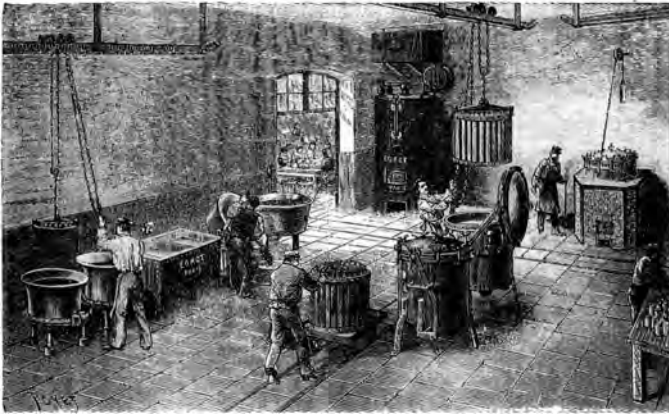
Bitkisel Maddeleri Uzun Yıllar Muhafaza Edebilme Sanatı) adıyla kitaba dönüştürüyor. Kitap, hemen *çoksatar* oluyor.

Appert, şeker yaparken bozulma ve ekşimeye yol açan bakterilerin yüksek ısıda yok olduğunu gözlemliyor. Bunun üzerine kaydattığı yiyecekleri cam kavanozlara doldurarak havasını alıyor. Üzerlerini de mumlayarak oluşturduğu anaerobik ortamda uzun süreli saklamayı başarıyor. Aldığı ödül parası ve kitabının gelirini (Allahım, hikmetinden sual olunmaz amma, neden hep başkaları!?) sermaye yaparak bir konserve fabrikası kuruyor.

Ondan iki yıl sonra İngiltere’de Peter Durand, cam kavanozdan çok daha ucuz ve dayanıklı olan teneke kutuları konserve yapımında kullanmanın yolunu buluyor. Buluyor ama o tenekeleri açmak yıllarca hiç kolay olmuyor, zira açacak icadı için 1858’i beklemek gerek!

Kaynamış su kullanılarak yapılan konserveelerde ancak pH’ı 4.6’dan düşük yani asiditesi yüksek meyve veya sebzeler ya da asidik katkılar ilave edilmiş yiyecekler sağlıklı olabiliyor. Diğer gıdaların konservelerinde pastörizasyon, basınç uygulama gibi ilk çıkış noktasından farklı teknikler uygulanmak zorunda.

Appert’in ilk konserveelerini kim deniyor dersanız, ilk parti donanmaya gönderilerek üç ay bekletildikten sonra denetiliyor. Askerler et suyu ve sebzelerin neredeyse ilk günküne benzer lezzette olmasından çok mutlu oluyor, o mutlulukla savaşlarda karınları tok, yüzlerinde gülümsemelerle ölüyorlar.



Fransa’daki ilk konserve fabrikalarından bir örnek.

Tat ve kokuya ilişkin algı eşiklerimiz de oldukça farklı. Dilimiz, ekşiliği 130 binde bir, acılığı ise 200 binde bir seyreleme halinde algılayabiliyor. Bu ne demek? Azıcık bile acılık olsa yediğimizde, onu asla kaçırmıyoruz. Ama gelin görün ki hassas görünen bu ölçümler, koku söz konusu olunca 1 milyonda bire kadar düşüyor, yani bir gıda maddesi içinde çok eser miktarda koku molekülü bile dikkatten kaçmıyor.

Peki, ilk bölümde güzel güzel kalori nedir anlattık, obezite nelere mal olur bahsettik de bunların, üzerine konuşmakta olduğumuz koku alma duyarlılığı seviyemizle ne ilgisi var? Dr. Lorenzo Stafford, Portsmouth Üniversitesi'nde görevli bir psikolog. *Journal of Chemical Senses* dergisinde yayımlanan çalışmasına bakalım beraberce.

Çalışma 18 ila 49 yaş arasındaki 64 denekle yürütülüyor ve İngiltere'de gerçekleşiyor. "Amerika gibi obezliği meşhur olmuş bir ülke varken, neden İngilizler de böyle şeylerin peşine düşüyorlar?" diye düşünmeyin lütfen, orada da nüfusun yüzde 25'i, şimdiden "obez" tanımının içine girmiş durumda. Bu nedenle İngilizler de kilolu olma salgınının nedenlerini bulmak için muhtelif araştırmalar yapıyorlar. Bu araştırmaların bir kısmı da elbette beynimizdeki beslenme merkezleri üzerindeki etkisi malum olan koku duyumuzdan hareketle gerçekleştiriliyor.

Efendim, fazla ayrıntıyla sizi meşgul etmeden kısa yoldan söyleyeyim: Deneyde "vücut kütle endeksi" denilen BMI'ları yüksek olan deneklerin, yani Türkçe'siyle aşırı kilolu deneklerin, zayıf olanlara göre çok daha gelişkin bir koku alma yetisine sahip oldukları ortaya çıkıyor. İşin kötüsü, koku alma yetisi daha gelişkin olan şişmanların koku alma yetileri, yemeği yedikten sonra azalmıyor; bilâkis artıyor. Dr. Stafford da araştırma sonuçlarını incelerken buna takılıyor ve sonucu şu şekilde yorumluyor: Keskin bir koku alma yetisi, insanları yemek yeme konusunda daha fazla motive ediyor. Doymuş olmalarına rağmen hâlâ yemek yemeye devam etmeleri konusunda kışkırtarak da bir yanılsama içine düşürüyor ve kilo almalarına sebep oluyor. Tabii bu ilk başta evrimsel bakış açısına biraz ters bir durum. Normalde bizim de hayvanlar gibi

doyunca başka şeylerle ilgilenmemiz gerekirdi. Beri yandan obezitenin toplam nüfus içinde normalden sağlıksız bir sapma teşkil ettiğini düşünürsek, bu yönden de daha geniş bir bakış açısıyla sanki evrimsel süreçlere uyum sağlıyor gibi.

Bir araştırma da Amerika'dan, Brookhaven Ulusal Laboratuvarı'ndan geliyor. Kısacık da olsa ondan da bahsedeyim bu konuyu kapamadan önce. Jack Wang önderliğinde yürütülen bu araştırmada da önce deneklerin yiyecekleri görmeleri ve koklamalarına izin veriliyor, sonra da birbirinden farklı beyin görüntüleme teknikleriyle *dopamin* seviyeleri ölçülüyor. *Dopamin*, biliyorsunuz, ödüllendirme ve özendirmeye ilgili bir beyin kimyasalı. Tahmin edebileceğiniz gibi, yiyecekleri gören ve koklayan deneklerde neredeyse *dopamin* patlaması gerçekleşiyor ve bu da aşırı kilo almanın sebeplerinden biri olarak kayda geçiyor. Yani ödüllendirme arzusu gibi muhtelif alışkanlıkların da sebebi olarak karşımıza çıkan bilindik sav, burada yiyecek üzerinden şekilleniyor.

“Burnunuz, doğal haliyle iyi koku alan denilebilecek gibi bir burunsa, aman dikkat, kilo alma eğiliminiz var sizin” şeklinde bir genelleme yapmayayım, zira şeyleri tekil sebeplere bağlamak hiçbir zaman doğru değil ama gene de dikkatli olmakta fayda var, sevgili okur. Hoş, bahsettiğim çalışmaların tam aksini iddia eden araştırmalar da yok değil. Yani koku alma yetimizle kilo almamız arasında bir ilişki olduğu kesin ama bu ilişkinin mekanizmaları halen tartışmalı.

Antrparantez; kilo endişeleri hâlâ devam etse de tüketicinin kilo verdirici veya kilo almayı önleyici iddiası taşıyan ürünlere yaklaşımında son 35-40 yıl içinde dramatik bir dönüşüm yaşandı. 1980'lerde etikette yer alan “diyet”, “light”, “düşük”, “azaltılmış” kelimeleri bir gıda ürününün satışını patlatmaya hatta yeni markalar doğurmaya yeterli geliyordu. Ne var ki artık bu kelimeler yeni nesil sözel tahriklerle yer değiştirmiş durumda. “Doğal”, “natürel”, “organik”, “köy” ve elbette “glutensiz” kelimeleri, yerlerine yenileri gelene kadar cüzdanlarımızın ilgisini çekecek sözcükler olmuş durumdalar.

Lezzette “Soyut” Bir Koku Profili

XVII. yüzyılda, eğer saray tarafından iltimas geçilmeye uygun bulunduyorsa, kendilerine kraliyet damgalı bir “patent mektubu” verilen kişiler vardı. Bu kişilerin işi, iksir satmaktı. Bu satılan iksirlere de “patentli ilaç” ismi verilirdi. Esasen bu ismin kendisi tamamen oksimorundu, zira satılanın ilaç olarak bir faydası yoktu. O zamandan başlayan bu akım, halen bugüne kadar sürmekte ve kâh iksir, kâh yutulacak hap şeklinde böyle mucizevi ürünler satılmakta. Yakın zamanda muhtelif meyve ve bitki ekstraktından üretilen onlarca çeşit “ilaç” bu şekilde hem ekranları ve reklam panolarını hem de eczane raflarını, özellikle mevsim dönümlerinde ve kış aylarında, gribe çare veya mikroba bariyer iddiasıyla dolduruyorlar. Reçetesiz satılıyorlar ve sadece eczane raflarında görülmeleri, pazarlamacının ürünü sağlıklı bir alanda konumlandırma çabasından farklı bir anlam ifade etmiyor. Yani benzin istasyonunda da satılabilirlerdi ama biz o zaman bu ürünleri yeterince güçlü bir sağlık ve tıp bağlantısıyla değerlendirmezdik.

Evet, XVII. yüzyıldaki söz konusu “patentli ilaçlar”ın gerçek hayatta patentleri yoktu ama çoğunda elbette marka tescili yapılmıştı. Patent alabilmek için, öncelikle yetkili kuruma iksirin içeriğini vermek gerekiyordu ki, pek çoğu yararlıdan çok zararlı madde içeren bu iksirlerin içerik listesini resmi bir kuruma vermek de hiçbir iksir satıcısının gönlünde yatan aslan değildi elbette. XIX.

yüzyılda bu tip iksirler, birtakım gerçek tedavi edici madde isimleriyle de ilişkilendirilerek renklendirildiler ve hatta isimlerinden fazla, iddiaları bir renk cümbüşü görünümüne girdi. Bu iksirler, egzotik maddeler barındırdıkları gerekçesiyle bilinmeyene ilişkin merakı körüklüyor, bu merakın neticesinde de “yılan yağı” falan gibi garip maddeler el değiştirerek satıcılarının ceplerini dolduruyordu. Bu anlattıklarımı kafamızın bir kenarına not ediyor, şimdi başka bir dala atlıyoruz.

“KOKAYLA ON YILIM OLSUN”

Paolo Mantegazza, 1831 doğumlu bir İtalyan nörolog ve antropolog. Zamanın tutucu Katolik eğilimlerine karşı çıkarak evrim kuramı yönünde araştırmalara meyletmiş, bu vesileyle de Charles Darwin ile pek çok kez mektuplaşmış önemli bir biliminsanı. İtalya’da ilk Etnoloji ve Antropoloji Müzesi’ni kurmakla kalmamış, aynı zamanda İtalyan Antropoloji Cemiyeti’nin de temelini atmış Mantegazza. Ancak kendisine yönelik önemli eleştiriler de var elbette. Bunlardan ilki, tıp konusundaki çalışmaları için hayvanları canlı canlı keserek incelemeler (*vivisection*) yapması; ikincisi ise kendince insanlığın soyağacını çıkarırken renk ve ırka göre “yukarı” ve “aşağı” diye sınıflandırmalara gitmesi.

Bu ağacın tepesinde tahmin edebileceğiniz üzere aryan Avrupalı yer alırken, aşağıda sürünen dallarda da zenciler (*negritos*) konumlandırılıyor. “Hatasız kul olmaz” diyelim ve devam edelim: Antropolojik araştırmalar için Peru’ya da giden bu muhterem, orada yaprak çiğneyen yerlileri görüyor ve çiğnenen bitkiyi kendisi de denemek istiyor. Hapır küpür çiğnediği koka yapraklarının içindeki kokain de üstadın beynini öyle bir açıp uçuruyor ki, oturup “Koka’nın Hijyen ve Ecza Özellikleri ile Genel Sinirsel Beslenme” isimli (*Sulle Virtù Igieniche e Medicinali della Coca e sugli Alimenti Nervosi in Generale*) kocaman bir araştırma yayımlıyor. Özetle de şunları söylüyor: “Kokayla on yılım olsun, kokasız 10 milyar yüzyılım olacağına.”

1859 yılında yayımlanan koka yaprağı ve etkileri üzerine yapılmış bu ilk ve geniş kapsamlı araştırma bir başka İtalyan'ın, daha doğrusu İtalya'da yaşayan Korsikalının, Angelo Mariani'nin dikkatini çekiyor. Sinyor Mariani biraz da obsesif bir kişilik ve koka yaprakları ile kokainin zihin açıcı ve canlandırıcı etkilerini okudukça tohum getirip bahçesinde yetiştirmeyi falan deniyor. Sonra aklına bu işten para kazanmak geliyor ve başlıyor “ne yaparım da bunu nasıl kolay tükettirebilirim?” diye düşünmeye. Aslında koka bitkisinin en çok kokain içeren yaprakları, tat olarak en acı olanlar. Ancak bu Mariani'nin işine gelmiyor, çünkü ona hemen kabullenilebilecek lezzetli bir kullanım ortamı gerek.



Kolalı
içeceklerin
öncülerinden
canlandırıcı ve
hazmettirici
kokainli şaraba
dair bir reklam.
“İncaların
kokaini” ayrı
renk harflerle
belirtilmiş.

Lezzet peşinde bu kokain yolculuğu sırasında, yaprakları Bordo şarabına attığında ortaya çıkan sonuç hoşuna gidiyor muhteremin ve hemen bunu üretmeye karar veriyor. Koka yapraklarıyla bir nevi tentüre olmuş olan bu şarabı da *Vin Mariani*, yani “Mariani Şarabı” diye pazarlamaya başlıyor. İlk denemeyi sanatçı bir arkadaş- ışı üzerinde yapıyor ve hassas kişiliği nedeniyle sık sık depresyona giren sahne sanatçısı hanımefendiye şarabını tattırıyor. Tabii sonuç mükemmel ve hanımefendinin hüzün dolu gözleri birden bire muzip, parıl parıl parlayan birer projektöre evriliveriyor. Sonuçtan memnun, 1863 yılında şarabı pazara sunuyor Mariani. Etiketinde de şarabın Peru’dan gelen koka yapraklarıyla yapıldığı ve canlandırıcı tonik özelliği taşıdığını özellikle belirtiyor. Önerilen, bu şaraptan günde üç bardak içilmesi. Bu miktar da kabaca filmlerde gördüğünüz sehpa üzerinde kredi kartıyla oluşturulup yuvarlanıp boru haline getirilmiş 100’lük “In God We Trust”larla çekilmesi beklenen kokain çizgilerinden bir tanesine denk geliyor. Yani “Üç kadeh Vin Mariani = Bir doz kokain” diyebiliriz.

VİN MARIANI VİN

Şaraptaki alkolün çözücü vazifesi görerek koka yaprakları içindeki kokaini açığa çıkarmasıyla beraber şarabın 100 gramında yaklaşık 20 mg. kokain ve yüzde 11 alkol yer alıyor. Burada dikkat edilecek nokta, kokain ve etil alkolün kanda birlikte mevcudiyetinin karaciğerde ortaya çıkardığı *kokaetilen* isimli molekül. Neden buna dikkat edilmesi lâzım? Çünkü *kokaetilen*, neredeyse kokainin etkisinin iki misli derecede bir uyarıcı etkiye sahip, üstelik daha da uzun sürüyor bu etki. Beyindeki taşıyıcıları bloke ediyor, dopamin seviyesini yükselterek hafif öforik bir ruh hali yaratıyor.

Kokaetilen’in sade kokainden bir diğer önemli farkı da kullanana endişeli bir duygudurumu asla yaşatmaması. Eh, bu kadar güçlü ve keyif veren bir canlandırıcı reaksiyon, üstelik lezzeti de oldukça hoş olan bir şarabın içinde yer alınca, *Vin Mariani* birden acayip meşhur oluyor. Hatta daha da ileri giderek şunu söyleyebiliriz, o dönem için Avrupa’nın en meşhur içeceklerinden biri haline geliyor.

MARIANI WINE

MARIANI WINE Quickly Restores
**HEALTH, STRENGTH,
ENERGY, & VITALITY.**

MARIANI WINE
FORTIFIES, STRENGTHENS,
STIMULATES, & REFRESHES
THE BODY & BRAIN.

Hastens
Convalescence
especially after
INFLUENZA.

**His Holiness
THE POPE**
writes that he has fully
appreciated the bene-
ficial effects of this
Tonic Wine, and has
forwarded to Mr.
Mariani as a token of
his gratitude a gold
medal bearing his
personal effigy.



MARIANI WINE

is delivered free to all parts of the United Kingdom by WILCOX & CO.,
83, Mortimer Street, London, W., price 4/- per single bottle, 22/6 half-
dozen, 45/- dozen, and is sold by Chemists and Stores.

For Body and Brain

Blended by France with Natural Physical Tonic (recommended)

VIN MARIANI

Does 7 times
as much as
any other tonic
in the world
for the body and
brain.

Nourishes
Fortifies
Refreshes
Strengthens the
Entire System

Most popular
and Tonic
in the world
to be found
in any bottle
anywhere

The most Agreeable, Effective and Lasting Tonic.

Free Offer! We will mail, gratis, 75 Postcard, Sketches, Photographs, Notes and Autographs of Celebrations, testifying to its value.

Send for Free Tonic, 75 Postcard, Sketches, Photographs, Notes and Autographs of Celebrations, testifying to its value.

Send for Free Tonic, 75 Postcard, Sketches, Photographs, Notes and Autographs of Celebrations, testifying to its value.

Mariani & Co., 41 W. 38th St., New York

HIS HOLINESS POPE LEO XIII AWARDS GOLD MEDAL

In Recognition of Benefits Received from

VIN MARIANI

MARIANI WINE TONIC

FOR BODY, BRAIN AND NERVES

Does 7 times as much as any other tonic in the world for the body and brain.

Most popular and Tonic in the world to be found in any bottle anywhere.

Mariani & Co., 52 W. 38th St., New York

Rivayete göre Vin Mariani, Papa'dan madalya alıp bunu İngiltere ve Amerika'daki reklamlarında kullanıyor.

Tabii bunlar olurken bizim Mariani'nin de dünyanın en büyük koka yaprağı ithalatçısı haline geldiği gerçeğini unutmamamız lazım.

Sadece sokaktaki insan değil, esas entelektüel çevreler yapıyorlar bu şaraba. "Kullanıcıları arasında kimler var?" dersiniz, sayayım: Anatole France, Henrik İbsen, Emile Zola, Jules Verne, Alexander Dumas, Robert Louis Stevenson, Sir Arthur Conan Doyle gibi yazarlar, Massenet, Gounod ve Fauré gibi besteciler, Kraliçe Victoria, Yunan Kralı I. Yorgo, İspanyol Kralı VIII. Alfonso, Amerikan Başkanı William McKinley gibi devlet adamları, Fransa Hahambaşı Zadoc Kahn, Papa VIII. Leo, Papa X. Pius gibi din adamları falan. Hatta Papa VIII. Leo, muhtereme hem bir altın madalya veriyor, hem de basın ilanlarında portresini kullanmasına müsaade ediyor.

Auguste Bartholdi, *Vin Mariani*'ye atıfla diyor ki, "Eğer habirim olup da bu şarabı daha önceden içiyor olsaydım, Hürriyet Abidesi'ni birkaç yüz metre daha yüksek yapardım." Tabii bu kadar uyarıcı ve zihin açıcı olma hali sadece kafayla sınırlı kalmıyor ve "cinsel organların en muhteşem uyarıcısı" olarak da ünleniyor Mariani'nin şarabı. Of ki of yani sevgili okur, yeme de yanında yat derler ya, öyle yani. Otuz yıl boyunca dünya içeceklerinin bir tahtı varsa, onun tepesine oturuyor *Vin Mariani*.

Ünü Avrupa'yı aşıp yeni kıtaya geldiğinde ise, pıtrak gibi yüzlerce taklidi çıkıyor ortaya. Bu taklitlerden biri de, tahmin edebileceğiniz gibi, o "Atlantalı Eczacı John Pemberton'un eczanesinin bir köşesinde icat ettiği" söylenen *Coca-Cola*. Bu kadar ünlenmiş bir ürünü taklit etmek, elbette icat sayılmaz ama modern zamanların pazarlamacıları sağ olsunlar, büyük reklam bütçeleri sayesinde biz hikâyelerin asıllarını değil, maalesef sonradan imal edilmiş, resmi şirket sürümlerini bilebiliyoruz.

PEMBERTON'S
The **WORLD'S**
Great Nerve
TONIC
FRENCH WINE COCA

The wonderful invigorator and Exhilarant, is Superior Health, Strength and Vigor to Mind and Body. The Ideal Nerve Tonic and Enrichment Beverage, highly endorsed by the elite of the Medical Profession; for the cure and prevention of Mental and Physical Exhaustion, Chronic and Wasting Diseases, Dropsy, Kidney and Liver Affections, Heart Disease, Rheumatism, Hysteria, Neuritis, Sick Headache, Throat and Lung Affections, Tired Feelings, etc. This marvelous Tonic acts like a charm. For Cerebral and Irritable this deliciously fragrant is the standard. The invigorating and strength-giving properties of French Wine Coca are truly wonderful and excel all other Tonics and Stimulants. One trial will charm and excite your enthusiasm. For sale by Druggists. Send for Book on Coca and Pemberton's Wine Coca. Price, \$1.00 per bottle.

L.S. PEMBERTON & CO., Mfg Chemists, Atlanta, Ga.
For sale, wholesale and retail, by **HILL BROS., Anderson, S.C.**



Pemberton'un Bordeaux şarabını kokainle karıştırıp sattığı ürünün reklamı. "Zihinsel ve ruhsal yorgunluklara iyi gelen, ciğer, böbrek, kalp hastalıklarını tedavi eden, baş ağrısı ve histeri sorunlarını ortadan kaldıran canlandırıcı ve hazmettirici entelektüel içecek." "İdeal Sinir Tonic"i ibareli şişe de yanında.



COCAINE
TOOTHACHE DROPS
 Instantaneous Cure!
 PRICE 15 CENTS.
 Prepared by the
LLOYD MANUFACTURING CO.
 219 HUDSON AVE., ALBANY, N. Y.
 For sale by all Druggists.
 (Registered March 1885.) See other side.

Kokain canlandırıcı etkisi nedeniyle bir dönem mucize ilaç gibi kabul edilen bir maddeydi. İlk görselde çocuklara yönelik kokainli bir diş macunu reklamını görüyoruz. İkincisi ise bir Alman üreticinin kokainin yararlarına şahitlik eden biliminsanlarının isimlerini sıraladığı bir ilan. Ürün, büyük kristaller, pul pul ya da toz halinde sipariş verilebiliyor.

**The MERITS
 OF OUR
 COCAINE**

as a first-class, thoroughly reliable preparation have long since been fully recognized by the majority of physicians, surgeons and chemists, and more especially has it been distinguished by the approbation of

Dr. Carl Koller, New York (Formerly of Vienna, the first to apply Cocaine in medicine)	Prof. Dr. E. Fischer, Berlin	Dr. G. B. Dantone, Rome
Dr. B. H. Paul, London	Prof. Dr. Riedinger, Würzburg	Dr. Aug. Ritter von Reuss, Vienna
Prof. Dr. Schroetter, Vienna	Prof. Dr. G. Dragendorf, Dorpat	Prof. Dr. Schoebe, Prague
Prof. Stoerk, Vienna	Dr. K. Emele, Graz	Prof. Dr. U. Mosso, Turin
Prof. Stellwag, Vienna	Dr. Leopold Landau, Berlin	Prof. M. A. Tschomirow, Moscow
Prof. Dr. Jurasz, Heidelberg	Dr. Herrnhelzer, Prague	Dr. W. Golden Mortimer, New York (Author of the most exhaustive Monograph on Coca)
	Prof. Casimiro Manesesi, Rome	

WHEN ORDERING Cocaine Hydrochlorate from your jobber, specify "Boehringer" or "B. & S." It will cost no more than any other brand and is supplied in all size packages.

Chem. Pure, Large Crystals
Chem. Pure, Small Silky Crystals (Flakes)
Chem. Pure, Powder

C. F. BOEHRINGER & SOEHNE
 7 CEDAR STREET, NEW YORK

LARGEST MAKERS IN THE WORLD OF QUININE AND COCAINE
 WRITE FOR DESCRIPTIVE PRICE LIST

Coca-Cola efsanesinin daha ilk adımında tökezledik farkındaysanız. Bu ürün asla bir icat değil, sadece iyi bir taklit, hatta taklitlerden sadece bir tanesi. Zaten ilk üretildiğinde de ismi *French Wine Coca*, yani “Fransız Koka Şarabı”. Üstelik alkolsüz bir meşrubat değil, alkollü ve bol kokainli bir içecek. Gene üstelik bir mucize iksir olarak pazarlanıyor ve iyi geldiği iddia edilen şeylere bakıldığında kovboylara satılan her derde deva yılan yağından farkı yok. Bir gerçek daha var; 1887 yılında bizim çakma mucit Pemberton şirketini sattığında, ABD’de *Vin Mariani* satışları *Coca-Cola*’nın satışlarının kat be kat üzerinde. Ama gelin görün ki soyut değeri somutun önüne geçirebilme, yani marka yaratma başarısı ve pazarlama bütçesinden sebep olsa gerek, hangimiz *Vin Mariani* diye bir içecekten haberdarız bugün?

Coca-Cola’nın aslı olan *Vin Mariani*’nin gerçek mucidi Angelo Mariani’yi anlattık da, elbette bu “icat” hikâyesini yeniden üstlenen John Pemberton isimli eczacıdan bahsetmemek olmaz. 1831 doğumlu bir güneyli Pemberton. Hatta iç savaşta Konfederasyon cephesinden savaşa katılıp Columbus muharebesinde yaralanıyor. Eh, o zaman da yaralıların acısını dindirmek için kullanılan şey morfin. Pemberton’a da dayıyorlar morfini hastanede, dolayısıyla bu tatlı maddeyle ilişkisi orada başlamış oluyor. Ondan sonra da kurtulamıyor morfin alışkanlığından, ta ki kokainle tanışincaya kadar. Kokain ve koka yaprağıyla tanışınca bu kez kokainli başka ürünler de ilgisini çekiyor. Tabii o dönemde dünyanın en parlak kokalı ürünü olan *Vin Mariani* de bu ilgiden nasibini alıyor.

Az önce bahsettiğim gibi, hemen taklit ediyor bu şarabı ve babadan kalma eczanesinin bir köşesinde hem şarap halinde, hem de başka eczanelere toptan olarak, yani konsantre şurup halinde satmaya başlıyor. Ancak ABD ile Avrupa arasında bir küçük fark var o dönemde, Avrupa’daki uyarıcılık seviyesi yeterli bulunmuyor Amerikan tüketicisi nezdinde. Zaten bu yüzden *Vin Mariani* bile ABD’ye ihraç edilirken içindeki kokain miktarı yüzde 20 arttırılarak ihraç ediliyor.

Pemberton, içerikteki koka yaprağını da yeterli bulmuyor uyarıcı etki açısından ve kafein de koyuyor şarabın içine. Kafeini de saf olarak değil, çay ve kahvede bulunandan çok daha fazla kafein içeren bir başka bitkiyi, kola cevizinin özütünü formüle dâhil ederek katıyor. Satışı 1884 yılında başlayan *Pemberton's French Wine Coca*, pek başarılı bir ürün değil ve pek çok rakibi arasında ismi bile geçemiyor başlarda. “Zar zor günü kurtarıyor” diyebiliriz yani. Bir yıl sonra ise başka bir felaket oluyor ve Atlanta eyaleti diğer pek çok eyaleti takip ederek, *Ku Klux Klan*’ın ve *WCTU / Women's Christian Temperance Union*’ın (Kadınların Hıristiyan İttidal Birliği) baskısıyla, alkolü yasaklıyor.

O zamana kadar çocukların sabah kahvaltılarında içtikleri dâhil neredeyse bütün içecekler alkollü, Amerika’da. Ancak bazı püriten çevreler alkol yerine başka içecekler de deniyorlar elbette. Bir kısmı çok yaygın bir şekilde şeker kamışı ile tatlandırılmış su içiyor, hatta içine aroma olsun diye ardıç falan da koyuyorlar. Keza New York’daki Saratoga kaynakları çok meşhur doğal maden suyu kaynakları ve iyileştirici özellikleri olduğu söyleniyor. Yakın olanlar bu maden suyunu şeker kamışı ile tatlandırılmış ardıç kokulu şurup olarak içerken, bir İngiliz, John Priestley, sülfürik asitle kireci karıştırarak karbondioksit üretiyor laboratuvarında. Bu ilk üretilen karbondioksite, “sabit hava” ismi veriliyor. Bu “sabit hava” da, su veya başka sıvılara pompalandığında, tıpkı maden suyu gibi gazlı tabir ettiğimiz bir yapı oluşuyor içekte.

Kısacası, bu yeni karışım “gazöz” veya “gazoz” olmuş oluyor. Bu kez o alkolsüz içecek sevenler ardıçtan gayri meyveleri, limon, portakal, bazen de baharat falan koyarak bu karbonatlı içeceği içmeye başlıyorlar. Hatta o ilk başta anlattığım patentli ilaçlar ayağına falan yatarak, bin derde deva falan diyorlar ve hemen yaygınlaşıveriyor bu gazlı içecekler. İlaç taklidi yaptıklarından, satışlar da hep eczanelerde gerçekleşiyor tabii. Tezgâhın bir köşesine mermerden falan gayet gösterişli bankolar yapıp içine sifonlar konularak buradan servis ediliyorlar. Bu gazlı içecek sunulan mekânlar da doğal olarak bizim kahvehaneler benzeri birer sosyal ortam oluşturuveriyorlar.

Elbette bizim Pemberton da bu güçlü dalgadan nasibini alıyor. Zira alkol yasaklanınca birden bizim çakma mucitin şarabı da yasadışı madde konumuna düşüyor. Eh o zaman ne yapmak lazım? Şarabın içindeki alkolün yerine koyacak, ancak tüketiciye gene de cazip bir içim keyfi sunacak başka bir şeyler bulmak lazım. Öyle yapıyor Pemberton da ve alkolü çıkarıp yerine şekerli su koyuyor; böylece şarap da şuruba dönüşmüş oluyor. Ancak “şekerli su” dedim diye hemen küçümsemeyin. Bu konulan su, o yıllarda pek revaçta olan maden sularından ilham alınarak konuluyor ve az önce anlattığım şekilde üretilmiş gazlı, yani *gazöz* bir su. Tabii bu, anlatıldığı kadar kolay olmuyor, zira alkolü çıkarınca bu kez kola cevizinin tadı acı acı gelmeye başlıyor içeceğin içinden. Bunun üzerine Pemberton kola cevizinden de vazgeçiyor ve direkt kafein boca ediyor konsantrenin içine. Rivayet o ki, bu gazoz olma işi de aslında bir tesadüf sonucu ortaya çıkıyor ve planlanmamış bir sonuç. Anlatıldığına göre bir müşteri, baş ağrısı için alkolsüz şarap konsantresini Pemberton’dan alıyor, fakat içine su koyacağına gidip soda sifonuna dayıyor bardağını. Neyse efendim, rivayet muhtelif işte.

Alkol ve bordo üzümlerinin aromasından doğan eksikliğin lezzetsizliğini gidermek için başka şeyler de giriyor içeceğin içine. Nasıl çocuklar Saratoga maden suyunun içine şeker kamışı, ardıç, baharat falan koyuyorlarsa o da vanilya, limon, misket limonu, portakal, muskat, kişniş, tarçın, turunç çiçeği (yani *neroli*), vs. katıyor. Şeker de katıyor tabii tatlı olsun diye ama bu kez yapış yapış oluyor hazırladığı şey. En sonunda sitrik asit, yani limon tuzu koyarak bu problemi de çözüyor ve alkolsüz, yeni ve tadı fena olmayan bir içecek elde etmiş oluyor. Ancak konsantre bu halde üretilmesine ve satılmasına rağmen Pemberton’dan bu ürünü toptan alanlar nasıl satıyor, o bilinmiyor. Denilen o ki, konsantreyi alanlar da kendilerince bir şeyler katıyorlar; en olmadı konsantre ile sodanın oranında oynamalar yapıyorlar falan. Bu da demek oluyor ki ürün birden fazla noktada satılmaya başlandığı andan itibaren, her satış noktasında farklı bir lezzeti var. Bu iş, şişelemeye kadar da böyle gidiyor.

Seven Up Şekerim!

Charles Leiper Grigg, 1919 yılında işçi olarak çalıştığı şirkette portakal aromalı bir içecek icat edip ismini Whistle koyuyor. Satış listesine yeni bir ürün katmış olmasına rağmen patrondan zam alamayınca, istifa edip başka şirkete geçiyor. Yeni geçtiği şirkette de Howdy adını verdiği bir portakallı içecek daha tasarlıyor. Kısa süre sonra koşullar tatmin etmeyince oradan da ayrılıyor ama ayrılrken yeni içeceğin formülünü yanına alıyor.



Lityum içeriği, ilk reklamlarda altı çizilen bir özellik.

Bir finansörün de desteğiyle Howdy Company'yi kurarak iş alemine atılıyor. Atılıyor ama piyasada da dev gibi bir portakallı içecek şirketi, Orange Crush var; onunla baş etmesini bir yana bırakın, ondan kalan pazar payıyla karnını doyurması dahi mümkün değil. Bunun üzerine aroma olarak portakal kullanmaktan uzaklaşıp limon/misket limonu üzerine yoğunlaşıyor ve 1929 yılında Bib-Label Lithiated Lemon-Lime Soda isimli yeni bir ürün tasarlıyor. İsimdeki "lithiated" kelimesi formüldeki lityum sitrat'tan sebep kullanılıyor.

Lityum sitrat, pek çok depresyon karşıtı ilacın içinde ruh halini düzeltmek, duygudurumu yükseltmek amacıyla kullanılan bir içerik maddesi. Halen de bazı psikolojik ilaçlarda, özellikle manik depresif durumlarda lityum kullanılıyor. Piyasaya çıktığı dönemin, aynı zamanda ABD'deki Büyük Bunalım dönemi olduğunu düşünürseniz, içeriğinde sizi mutlu edebilecek şeyler barındıran lezzetli bir içeceğin şansının ne kadar yüksek olabileceğini tahmin edersiniz.

Ürünün fazla uzun olan ismi 1936 yılında “7Up” olarak değiştiriliyor. 1948 yılında ise hükümet meşrubatta lityum kullanımını yasaklıyor. 7Up’ın yıldızı da zaten iki dönemde fazlaca parlıyor. İlki insanların fazlaca depresif olduğu piyasaya çıkış yıllarında, ikincisi ise 1970’lerde kendisini Coca-Cola’nın anti-tezi (Un-Cola) olarak, taze, temiz, berrak, kafeinsiz içecek diye konumlandığı zaman. Bu ikinci dönemde ABD’de en çok satan üçüncü meşrubat oluyor.

İsmi neden 7Up olduğuna dair çok söylenti var: Başlarda şeker, gazlı su, limon ve misket limonu aroması, sodyum sitrat, lityum sitrat, yani yedi içerikle yapıldığı, ayrıca Up / Yukarı kelimesiyle de duygudurum yükselmesinin kastedildiği ya da lityum’un atomik kütlelerinin yaklaşık yedi olduğu (6.9408) veya Grigg’in yolda “yedi” ile damgalanmış bir inek görüp etkilendiği gibi bir sürü hikâye anlatılıyor.



Bu içecek, tanıtımlarında “değerli bir beyin toniği” denilerek “patentli ilaç” olarak satılıyor. Daha neler denmiyor ki? Baş ağrısına, diş ağrısına, mide bulantısına, yorgunluğa, bağırsağa, böbreğe, ishale, kabızlığa, yani “ota-bota iyi gelir” deniliyor.

Bu arada, bir de baskı makineleri pazarlamacısı var, Frank Robinson isminde. Bir gün Frank Bey dayanıyor Pemberton’un kapısına ve iki renkli baskı yapabilen bir etiket makinesini –affedersiniz– kakalamaya çalışıyor eczaneye. Ancak pazarlık bittiğinde manzara değişik oluyor ve Pemberton ile Robinson ortak olarak bitiriyorlar günü. Eczanenin yeni ortağı Robinson’un bu “patent ilaç” denen uyduruk iksirler konusunda epey tecrübesi var ve diyor ki, “Kardeşim, sen bu isimle satamazsın bu ürünü. Gel şuna adam gibi bir isim bulalım. Ne bu böyle Fransız Koka Şarabı falan. Söylerken yorulur be bunu insan!”

Hatta daha ileri giderek bir isim bulup öneriyor ve içeceğin içindeki koka yaprağı ve kola cevizinden ilhamla “Coca-Cola” ismini telaffuz ediveriyor. İsmi iki ortak pek beğeniyorlar ve yeni ortak-eski makine pazarlamacısı Frank Bey hemen oracıkta o dönem pek revaçta olan elyazısı *Spencerian* fontunu kullanarak ve ilk “C”lerin tepesini uzatarak bir logo tasarlayıveriyor, Pemberton’un içeceğine. Bugüne dek ulaşan logo da doğmuş oluyor böylece.



Frank Robinson'un ortaklığıyla beraber şirketin pazarlama anlayışı değişiyor ve sifonlarda kullanılmak üzere bedava içecek kuponlarının dağıtımı ile daha çok insanın markayla tanışması sağlanıyor.



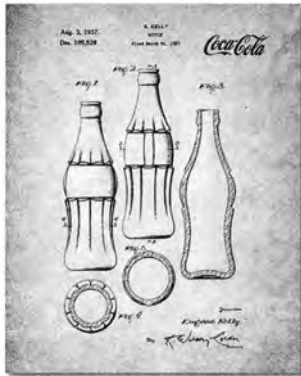
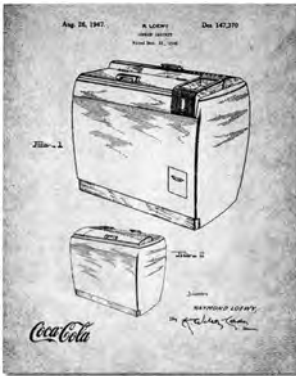
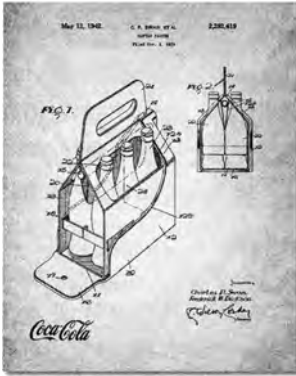
Coca Cola şişeye girmeden önceleri eczanelerde sifonlardan servis edilerek satılıyordu. İçerikteki kokain nedeniyle canlandırma, ruh halini yükseltme, enerji verme, harekete geçirme iddiaları vardı ve bir nevi “reçetesiz ilaç” muamelesi görüyordu.

Pazarlamacı yeni ortak, tabii pek çok pazarlama taktiğini de beraberinde getiriyor şirkete. Öncelikle bol miktarda bedava numune dağıtıyorlar diğer eczanelere. Daha sonra bedava içecek kuponları vermeye başlıyorlar, satılan her içeceğin yanında. Bunlar bugün zaten denenmiş, bıktırıcı çabalar gibi gelebilir size ama o dönem için işe yaradığı kuşkusuz. 1887 yılına gelindiğinde, yani alkollü şaraptan alkolsüz şurup haline dönüşüp lezzeti değiştikten iki yıl sonra, zaten uyuşturucu bağımlılığı ve geçirdiği birtakım talihsiz yangın olayları nedeniyle bitkin düşmüş olan bizim “junkie” Pemberton, *Coca-Cola*’yı satıyor. Ama ne satışı!

Aynı anda dört kişiye birden satıyor ve bu dört satış daha sonra uzun yıllar süren davaların da sebebi oluyor. Satın alanlar içinde bir tanesi, bir başka eczacı, Asa Candler, 2.300 Dolara satın aldığı formül ve isim hakkına sıkı sıkıya yapışıyor ve diğer hak iddia edenleri alt ederek “*Coca-Cola*’yı bugünlere getiren adam” olarak tarihe geçiyor. Yani tıpkı *McDonalds* gibi, *Coca-Cola*’nın da ilk kuruluşunu yapan müteşebbis, onun en parlak döneminin şahidi olamıyor. Sattıktan bir yıl sonra da Pemberton ölüyor zaten ve satışlara ilave, o yetmezmiş gibi bir de oğluna miras bıraktığı mükerrer isim hakkı da bir işe yaramıyor; zira ondan bir yıl sonra en az onun kadar ağır uyuşturucu müptelası olan oğlu da eroin komasında hayata gözlerini yumuyor.

1906 yılına gelindiğinde Asa Candler’ın elindeki *Coca-Cola* için bir başka sorun çıkıyor ortaya: Alkolü geçmiştik zaten, bu kez de kokain yasadışı ilan ediliyor ABD’de. Candler da diyor ki, “Yahu biz zaten hiç kokain koymadık ki ürünün içine?” Aslında elbette yalan söylemiyor, direkt olarak kokain koymuşlukları yok. Ancak kokain içeren koka yapraklarının özütünü koydukları da bir gerçek. Salataya turşu doğrayıp “Ama ben tuz koymadım ki?” demek gibi bir şey yani. Neyse, kanun yapımcılar da bu kelime oyununu pek yemiyor ve şirketi içinden kokaini alınmış koka yaprağı kullanmaya mecbur tutuyorlar. Ancak bugün şirketin resmi tutumu hâlâ “Hiçbir zaman *Coca-Cola*’ya kokain katılmamıştır” şeklinde.

Bir lüzumsuz güncel bilgi parantezi açayım: Hâlihazırda, ABD’de tek bir şirket var “Uyuşturucu ile Mücadele Ajansı / DEA” tarafından kokain konusunda yetkilendirilmiş. *Stepan Company* isimli bu şirket, gene alanında tek yetkili olan bir başka şirkete, bir ilaç şirketi olan Mallinckrod’a tıbbi kullanım için koka-in satıyor. İlaç yapılmak üzere satışa çıkan bu kokainin elde edildiği Peru ve Bolivya kökenli koka yaprakları ise, içlerindeki kokain ayrıştırılarak çıkarılma işleminden sonra *Coca-Cola* şirketine sevk ediliyor. Kapatıyorum parantezi ve dönüyorum konumuza.



Coca Cola adına “6’lı karton paket”, muhafaza dolabı, soğuk muhafaza sandığı ve şişe tasarımı gibi yenilikler için 1929 ila 1945 arasında alınmış patentler.



Tüketici kafa karışıklığı yaşamamasın diye oldukça basit bir forma sahip olan ilk teneke kutuların üzerinde klasikleşmiş şişenin bir çizimi yer alıyordu.

COCA-COLA.

Coca-Cola



Coca-Cola

Coca-Cola



Coke
Coke



Coca-Cola

Coca Cola logosunun zaman içindeki değişimi. Aslında bu tip uygulamalara logo değil logotip demek gerekiyor, zira amblem içermiyor ama yazının kendisi ambleme dönüşmüş durumda.



1899'daki ilk örnekten başlayarak zaman içinde şişe tasarımında yapılan değişikliklere örnekler.

Aradan geçmiş yüzden fazla sene, acaba böyle kısmen işlem-den geçmiş koka yaprağından sonra *Coca-Cola*'nın lezzeti nasıl değişti, onu pek bilemiyoruz. Ancak bildiğimiz şu var ki, lezzeti eskisi kadar hoş olmayan bir yöne doğru gitmiş olsa da, reklam bütçesinin muazzamlığı ile her koşulda cazip içecek konumunu koruyor. Bir pazarlama efsanesi haline geliyor ve pek çok kuralın da yazıcısı, yani oyun kurucu oluyor. İlk kez eczaneden dışarı çıkıp benzin istasyonuna kadar değişik satış noktasında sunulma, şişeleme hakları satışı, ilk kez kısıtlı bölgelerde tek yetkili satıcılıklar falan, hep bu şirketin hanesine yazılan pazarlama hamleleri olarak tarihe geçiyor.

1906'ya geliverdik ama arada önemli bir tarih daha var, aman atlamayalım. Ne demiştik; bu *Coca-Cola* nam meşrubat, hep soda makinelerinde satılıyordu ve konsantre olarak sevk ediliyordu toptan müşterilere. 1899 yılında yeni patron Asa Candler'ı bir avukat, Benjamin Thomas ziyaret ediyor. Benjamin Bey'in yanında İspanyol-Amerikan Harbi sırasında bulunduğu Küba'da gördüğü şişelenmiş ve tıpalanmış ananas suyundan öykünerek yaptığı bir *Coca-Cola* deneme şişesi de var.

Fikir önce pek cezbetmiyor Candler'ı ama denemekten de bir şey kaybetmeyeceğini düşünerek oracıkta bir anlaşma yapıyor Benjamin Bey ile. Bu *Coca-Cola*'nın ilk şişeleme anlaşması ve buna göre Thomas'a konsantreyi Candler satacak, şişelemeyi de Thomas yaparak şişede satılan ürünlerden doğan kârı paylaşacaklar. Yani zaten konsantre satışı garanti olduğu için daha baştan Candler'ın hiçbir kaybi yok bu anlaşmada.

Bugün için *Coca-Cola*'nın şişeleme anlaşmalarını kaç kişilik bir hukukçu grubu hazırlar, bu anlaşmalar kaç sayfadır falan bilemiyorum ama bu ilk anlaşma toplam 600 kelimecikten oluşuyor. Tabii hemen siz "Aaa... Bu meşhur şişe o zamandan mı kalma?" diye soracaksınız ama alakası yok efendim. İlk şişe acayip şekilsiz ve vasat bir şişe. Tepesi de metal kapakla değil, o zaman âdet olduğu üzere bilyeli bir tıpa ile kapatılmış.

Bu vasat ve şekilsiz şişe birkaç kez rastgele form değiştiriyor. Ne zamana kadar? Ta 1915 civarına kadar. Indiana'daki bir şişe fabrikasına, Root Glass Company'ye, bir sipariş geliyor. Siparişte deniyor ki "Ağam bak, öyle bir şişe yapacaksınız ki bize, hem tutması kolay olacak, hem karanlıkta bile neye ait olduğu anlaşılacak. Hem zor kırılacak, hem de kırıldığında bile her bir kırık parçası o şişenin ne şişesi olduğuna dair bir fikir verecek."

Tasarım işini bir cam âşığı olan Alexander Samuelson isimli bir İsveçli göçmen, yanında çalışan Earl Dean ile beraber üstleniyor ve tam tamına bugünkünün aynısı diyemsek bile ana hatları itibarıyla bugünkünün atası olan o meşhur *Coca-Cola* şişesi ortaya çıkıyor.

İlk şişe prototipi asla satışa çıkamıyor, çünkü tasarım hatası olarak orta kısmı tabandan geniş yapıldığı için dengesiz. Dik duramıyor ve daha dolum bandında şangır şungur devrilip kırılıyor şişeler. Tabii hemen oranlar biraz düzeltiliyor, tabanla göbek genişliği eşitleniyor ve bildiğimize yakın haline geliyor meşhur “kontürlü şişe”.

Şişenin elle temasında markaya dair mesaj vermesi, duyuşal pazarlama alanındaki en önemli yeniliklerden birisi ve sadece görsel algı değil, dokunma duyusu kullanılarak da pazarlama yapılabileceğinin, bunun marka kimliği karmasının güçlü bir bileşeni haline gelebileceğinin en önemli kanıtı oluyor yıllar içinde.

Evet, şekerli bir su olarak tat duyumuza, gazlı kabarcıkları ile dilimizi ısırarak trigeminal sinirimize, molla limonu, vanilya, portakal, limon, muskat cevizi, kişniş, tarçın, turunç çiçeği (yani neroli) ile de koku duyumuza hitap eden ve Amerikan yaşam tarzının en önemli simgesi haline gelen bu ürüne ilişkin söyleyeceklerim bu kadar.

Saniyede 8 bin adet satılan, sınırları delip geçen, hasım olduğu dönemde Nazi Almanya’sında veya Kızıl Meydan’da bile talep bulan, bir kültürün diğer kültürleri bastırmasının en kuvvetli araçlarından biri *Coca-Cola*.

İngilizce bilip de bu kültürel baskı ile ne demek istediğimi merak edenlere, Reinhold Wagnleitner’in *Coca-Colonization And The Cold War* isimli kitabını önerebilirim.

Tabii ki bu konuda da söylenecek daha çok şey var ama buradan ötesi kitabımızın kapsama alanının biraz dışına çıkıyor. “Canım çıkarsa çıksın!

Ha bire alakasız şeyler anlatıyorsun zaten Vedat Bey, yeme bizi” dersiniz de, “Bırakın fazlasını anlattığım başka bir ürün olsun” diye cevap veririm.



II Dünya Savaşı sırasında ABD'den konsantre ithalatı sekteye uğrayınca Coca Cola'nın Almanya haklarının sahibi Max Keith, müttefik ülke İtalya'dan aldığı narenciyelerle yeni bir içecek üretti. Bu içecek bugün bilinen Fanta'dan bir hayli farklıydı, zira daha az tatlıydı ve neredeyse üçte biri peyniraltı suyu ile elma posasından oluşuyordu. Savaş bittikten sonra aroma profili değiştirilerek geliştirildi ve bugün bilinen lezzete gelindi. Bu içecek bizde portakal aroması ile bilinse de dünya üzerinde üzüm, ananas, çilek, mango, şeftali gibi birbirinden farklı 90 değişik meyve aroması ile satılıyor. Almanya ve Avusturya'da Coca Cola ile Fanta'nın karıştırılarak içilmesine spezi (aslen bir ürün markası) deniliyor.

Aman, bölümü kapamadan unutmayayım: Hani "hasım olduğu ülkelerde bile satılır" dedim ya az önce: *Coca-Cola*, II. Dünya Savaşı'ndan önce Almanya'da satılmaya başlanıyor, hatta "Hitler Olimpiyatı" denilen meşhur "1936 Berlin Olimpiyatları"nın da sponsoru. Ancak savaş çıkıp da Amerika'dan hammadde akışı kesilince, Almanya'daki *Coca-Cola* şişeleme fabrikası tesisini boşa bırakmamak için, hemen onun yerine, ulaşılabilir malzemeyle, narenciyeyle yaptıkları başka bir gazoz ürün çıkarıyorlar.

Bu ürüne de "fantazi" kelimesinin kısaltılmışı olan *Fanta* ismi veriliyor.

Yeraltı Zenginliklerimiz

Geleneksel kültürlerde ya da daha doğrusuyla, toprağa ve doğaya bağlı kalıp Sanayi Devrimi'nin sözde nimetlerinden faydalanamamış toplumlarda kokulara ait yargılar, ister olumlu ister olumsuz olsun, yiyeceklerin kokuları referans alınarak oluşuyor. Aslında bu işin başı da zaten böyle; insanoğlunun yaşam macerasının başlarında koku duyusu, hangi yiyeceğin yenip hangisinden uzak durulması konusunda bir uyaran olarak hayati görev icra ediyor. Koku duyusunun zaman içinde başka koku kaynakları ve onların yorumlanmalarına evrilmesinden nispeten uzak kalan ve bizce “vahşi” kültürlerde yiyecek kokusu ile kokusal kanaat oluşturma olayı hâlâ süregeliyor. Yiyecek kaynaklarının kokuları derken, burada bir kısıtlama yok ve söz konusu yiyecek kaynağı bitkisel bir yiyecek olduğu gibi hayvansal kökenli bir yiyecek de olabiliyor.

Taro (Colocasia esculenta) mesela, Antalya veya Mersin gibi bölgeler dışında (“gövelez”) bizim uzak olduğumuz, bitkisel kaynaklı bir yiyecek. Güneydoğu Asya ülkelerinde yetişiyor, özellikle kök yumruları ve soğanları yiyecek maddesi olarak kullanılıyor. Sadece kök yumruları ve soğanları değil, yaprakları da aynı bizim ıspanak yapraklarını kullandığımız gibi yer buluyor bölgenin mutfağında. Düzenli tarıma geçilmesi döneminden beri ekilerek üretildiği düşünülen oldukça eski bir sebze. Sebzeğin ötesinde başka kül-

türlerde süs bitkisi olarak da yer alıyor ama bu görevi üstlendiğinde ismi “fil kulağı” oluyor.

Taro, ateşte çevrilebiliyor veya kaynatılabiliyor ve bu işlemlerin herhangi biri gerçekleştiğinde içeriğindeki doğal şeker açığa çıkarak lezzetine tatlı ve bademsi bir hava veriyor. Nişastası bebek besini olarak kullanılmak üzere öğütülebiliyor ve keza yaprakları da A ve C vitamini açısından oldukça zengin. Protein değeri olarak mısırdan misliyle fazla protein içeriyor. “Ona fayda buna fayda” dedim diye günün birinde *Taro*’ya rastlarsanız, hemen elinizi atıp elma gibi hapır küpür yemeye kalkmayın lütfen sevgili okur. İçeriğindeki bazı malzeme ancak soğuk suda bekletilince, karbonatla pişirilince veya sütle beraber tüketilince etkisizleşiyor. Eğer etkisizleşmezse de böbreklerde birikip zarar verebiliyor.

Papua Yeni Gine’de yaşayan, yani *Taro*’nun başlıca besin kaynaklarından biri olduğu bir coğrafyada yer alan Wamira kabilesi de *Taro* bitkisinin kokusuyla ilişkisinin sadece piştiğinde ortaya çıkan kokusu ile sınırlı olmadığına, tıpkı insanlar gibi *Taroların* da kimi kokuyu olumlu, kimini de olumsuz bulduklarına inanıyorlar. *Taro* bitkisinin bu varsayılan kokusal tercihleri, aynı zamanda Wamira kültürü içinde insan ve hasadını yaptığı ekin arasındaki ilişkinin de tarifini oluşturuyor. Wamira tarım anlayışına göre doğal dengeyi bozacak herhangi bir zirai uygulama *taro*’nun varsayılan koku alma duyusu açısından irdelenerek açıklanıyor. Yani kısaca Wamiralar diyorlar ki: “Eskiden toprağı kabartmak ve eşelemek için tahta çubuklar kullanırdık. O zamanlar her şey normaldi, *taro* da boldu. Ancak şimdi metal ziraat aletleri ile eşeleniyor toprak ve bu aletlerin bazıları nemlenerek paslanıyorlar. Bu paslı metalin kokusu, *taroları* rahatsız ediyor ve kaçırıyor. Bu nedenle de artık eskisi kadar *taro* yetiştiremiyoruz.”

Wamira inanışlarına göre *taroların* hoşlanmadığı tek koku paslı metal kokusu değil. Onlar yağlı maddelerin; yani et, Hindistan cevizi, sabun veya tuzlu maddelerin; yani balık, yosun veya âdet kanının kokusundan da hoşlanmıyorlar. Yağlı maddeler olarak saydıklarım, Wamiralar için eril, tuzlu maddeler olarak saydıklarım ise

dişi kokular olarak biliniyor. Bu açıdan bakıldığında bu kokuları bir *taro* tarlasına getirmek, insan doğurganlığı ile bitki doğurganlığını birbirine karıştırmak anlamına geliyor. Yani insanın üremesi ile bitkinin üremesi kavramları birbirine giriyor ve bu da kokular vasıtası ile *tarolar* tarafından algılanıyor. Bu durumda da elbette *tarolar* bu karmaşanın içinde yer almak istemeyerek kaçıyorlar; sonuçta gene olan oluyor. Taro verimi azalıyor, Wamiralar da gün geçtikçe daha az *taro* tüketebiliyorlar. Yani Wamiralar aslında çok da komplike bir şey istemiyorlar: “Her şey ait olduğu yerde kalsın ve maddeler, dolayısıyla kokuları birbirlerinin içine girmesin. Biz de aç kalmayalım” diyorlar.

Wamiraların yaşam alanlarının az ötesinde, Trobriand adalarında, yerel besin kaynağı olarak çok önemli bir bitki var ve ismi *yam* (*Dioscorea rotundata*). Kim alır ve kim yer bilemem ama dönem dönem bizdeki bazı zincir marketlerin sebze-meyve reyosunda, egzotik meyveler bölümünü dolaşırken uçuk bir fiyata *yam* satıldığını görebilirsiniz. Aslında muhtemelen çoğumuz da ismini duymamışızdır bu yiyeceğin ve “cümle içinde kullan” denilse, kurabileceğimiz en karmaşık cümle “ben *yam* gördüm” cümlesi olur. *Yam* da, *taro* gibi nişastalı ve patates benzeri yumrulu bir bitki; kızartılabilir, fırınlanabilir, haşlanabilir, hatta rendesi tatlılarda kullanılabilir. Her halükârda pişirmeden yenmiyor, çünkü bitkinin içeriğindeki bazı moleküller mide bulantısı yapabiliyor, ayrıca çiğ halde *yam*’ın ciltle fazla teması tahrişe yol açabiliyor.

Bu nedenle en yaygın kullanımı, en kolay pişirme yöntemiyle oluyor ve tıpkı patates gibi bol bol suda haşlanarak tüketiliyor *yam*. Basit ve kolay yetişen bir bitki ama oldukça zengin bir besin değerine sahip. Bol C ve B6 vitamini, potasyum, manganez ve lif içeriyor. Sodyum ve doymuş yağ oranı da oldukça düşük. Potasyumu zengin sodyumu az bir gıda maddesi olarak insan vücudunun metabolik dengesi için oldukça hoş bir katkı oluyor haliyle ve gerek kalp rahatsızlıkları, gerekse *osteoporoz* yani kemik erimesine karşı vücuda direnç kazandırıyor. Düşük bir glisemik endeksi var, bu da demek ki bünyemiz için kalıcı ve sürdürülebilir bir enerji kaynağı; obezite ile diyabet sorunu olanlar için de oldukça uygun bir gıda.

Tamam, bir sürü faydası var ama bize, yani burada yaşayanlara ne ifade ediyor? Hiçbir şey ifade etmiyor, çünkü biz *yam* yetiştirmiyor ve tüketmiyoruz. Ancak biz buğdayı ve ekmeği nasıl önemsiyorsak, Trobriand yerlileri için de *yam* o kadar önemli, zira birincil yerel besin kaynakları bu bitki. Gene, tıpkı Wamira ve *taro* örneğinde olduğu gibi Trobriandlılar da, *yam* bitkisinin çok duyarlı bir koku alma yetisine sahip olduğuna inanıyorlar. Onlara göre her türlü yemek pişirme kokusu *yamları* rahatsız ediyor, zira kendilerinin de pişeceklerini akıllarına getiriyor bu kokular. Bu nedenle, *yamların* depolandığı alanlar içinde yemek pişirmek kesinlikle yasak. Ah, ola ki yerleşim birimlerinde günlük kullanım için bir miktar *yam* var ve bu mekânlarda da haliyle yemek pişiyor, bu durumda o *yamlar* yemek pişirmenin saldırgan kokusundan korunmak için Hindistan cevizı yapraklarına sarılıp sarmalanıyorlar.

Malay Yarımadası'ndaki Batek Negritolar için ise mevsimlik meyveler beslenme tablosunun önemli bir bölümünü oluşturuyor. Bölgede aslında o kadar çok meyve yetişiyor ki, bir Batek başka hiçbir şey yemeden iki-üç ay sadece meyveyle beslenerek yaşayabiliyor. Bu bolluğu sürdürülebilir kılmak için ise meyvelerin çiçek açma mevsiminde Batekler toplanıp meyve şarkıları söylüyorlar. Tabii ben şarkı diyorum ama bu bir anlamda uhrevî bir amaca hizmet edip bu yönde bir talebi dile getirdiği için ilâhi demek daha doğru olabilir. Öyle veya böyle, her meyve için ayrı şarkı veya ilahi söyleniyor. Bu sözlü müziklerin içeriği genelde o meyvenin ne kadar lezzetli ve çekici olduğuna dair söylemler bulunduruyor ki, ruhlar bu şarkıları duyup daha fazla meyve tomurcuğunun açılmasına sebep olsunlar. Ola ki bu müzikli ayın sırasında ortamda bir de şaman mevcutsa, o da transa girip ruhlar âlemine küçük bir seyahat yapıyor. Geri dönerken de eli boş dönecek değil ya muhterem, yanında olana ilâve birkaç meyve çiçeği veya tomurcuğu müjdesiyle geliyor. Mevsimin ilk vahşi meyveleri dallarda kendini gösterip toplandığında, meyve ağaçlarının altında tütsüler yakılıyor. Bu tütsülerin yakılma sebebi ise şamanın ziyareti sırasında ona ek tomurcuk sözü veren ruhların bu sözü tutmuş olmalarına kar-

şılık onlara koku ile ödeme yapmış olmak. Eğer bu koku sunumu, yani meyve veren ağacın altında tütsü yakılması olayı gerçekleştirilmezse, o ağaca meyve toplamak için çıkan Batek Negrito'nun ağaçtan düşeceğine ve sakatlanacağına inanılıyor.



Toplumsal yapılarında hiyerarşik bir düzen, örneğin itaat edilecek bir şef veya reisleri olmayan Batek Negritolar'da mülkiyet anlayışı da farklı. Toprak örneğin, kimsenin kişisel malı değil. Tarak gibi aletlerde bazen kişisel mülkiyet olabilir de yiyecek gibi gerekli şeylerde toplumsal kurallar paylaşımı mecbur kılıyor. Paylaşım yaptıklarında da bunu bir nezaket olarak değil, gereklilik olarak görüyorlar. Onlara göre yiyecek, zaten kimsenin değil, ormanın malı. Ormanın malını uhdesine alan kişinin de onu çevresindekilerle paylaşması ahlaki yükümlülük addediliyor. Kabilenin nüfusu 1.000 kişi civarına inmiş durumda.

Batek Negritoların meyveleri bol ve sadece meyve yiyerek bile beslenebiliyorlar, ancak tek besin kaynakları da elbette bu değil. Bol bol maymun, civet, sincap ve bambu faresi avlayıp onların etini de bir güzel lüpletiyorlar. Ancak bu avlanma olayı sırasında dikkat edilmesi ve uyulması gereken bazı kurallar var. Ava çıkan Batek, üzerinde hiçbir şekilde hayvan derisi veya tüy falan bulundurmuyor, zira bu hayvansal malzemenin kokusunun avı korkutacağına inanılıyor. Bu

kuralın tek istisnası *jibon* denilen maymun türünü avlamaya gidilirken süs olarak eskiden avlanmış *jibon*ların kemiklerinin vücut süsü olarak kullanılması. Bu *jibon* kemiklerinin kokusunun diğer *jibon*ları meraklandırarak av alanına çektiği ve üflemleri ok atan aletlerinin menziline dâhil ettiği düşünülüyor. Eh, başa ne gelirse sebeplerinden biri de meraktır elbette ve türdaşının eski kemiğinin kokusunu alan *jibon* maymunu da menzil içine girdiğinde, ağza götürülerek içine hızla üflenilen borudan fırlayan okun hedefi oluveriyor.

Bazı hayvanlar, özellikle de kaplanlar, Bateklere göre aslında hayvan değil de, hayvan kılığına girmiş ruh. Bu gibi durumlarda borudan üflenilen minik oklar pek işe yaramıyor. Ancak eğer o borunun içinden ok değil de tütsü dumanı üflenirse, bu kez hayvan kılığındaki ruhun insan formuna dönüştüğü ve sihirli yeteneklere kavuştuğu söyleniyor. Sırf bu nedenle Batekler ava giderken, böyle bir durumla karşılaşma olasılığını da göz önüne alarak bellerindeki av torbasının içinde tütsüler bulunduruyorlar.

Burada küçük bir saptama yapayım, “tütsü” denince illa çubuk halinde satılan Hint veya Çin menşeli tütsüler gelmesin aklınıza. Artık her yerde bol bol örneğini gördüğümüz bu tütsü çeşidini yakmak, dünya üzerindeki tek tütsü yapma yöntemi değil. Bazen de kokulu nebat veya ağaç reçineleri ezilip macun haline getirilerek veya hiç macunlaştırılmadan karışım halinde yakılarak da tütsü anlamını kazanabiliyor. Bateklerin tütsüsü de bu ikinci saydığım şekilde oluşmuş kokulu bitki karışımları. Öyle veya böyle, benim anladığım şu; maymun, sincap, civet ve fare gibi küçük havanları üflemleri okları ile başarıyla indirebilen Batekler, kaplan gibi iri gövdeli bir hayvanı aynı yöntemle devirmeyi başaramayınca, buna başka anlamlar atfederek onu önce insan sonra da sihirli güçlere sahip bir olguya dönüştürüyorlar. Bunu yaparken de araya tütsü dumanı üfleme gibi bir ritüeli sıkıştırıyorlar. Bu, çok uç bir örnek olabilir ama unutmayalım ki dünyanın başka bölgelerindeki en gelişmiş telakki edilen toplumlarda bile açıklaması yapılamayan olgulara böyle metafizik anlamlar yüklemek ve bu anlamları da çeşitli ayin ve ritüellerle süslemek son derece olağan.

Kolombiya'daki Desanalar için ise avcılık, çok önemli bir ritüel ve bu ritüelin içinde de koku öğesi çok fazla yer alıyor. Desanalarda avlanmasına izin verilenler sadece erkekler. Bir erkek de bu görev için gerekli törensel hazırlığı çocuk yaşlarından itibaren yapmaya başlamak zorunda. Erkek çocuk, henüz ergen olmadan önce, sürekli ve artan dozlarda aromatik ve sihirli bitkilerin suyunu içiyor ki, vücudu bu uygulama sonucunda o bitkilerin kokusuna doysun. Ergenliği geçti ve ava çıkacak, bu kez de aynı kokulu bitkilerle hem vücudunu hem de silahını ovuyor. Yani bitkilerin avcının vücut ve silahına sinen kokularının avlanacak hayvana çekici ve dostâne geldiği düşünülüyor. Ancak kokulanmanın tek sebebi bu değil. Gene vücut ve silahtan yayılan kokunun, avdan kurtulsa bile, hayvanın üreme gücünü arttırarak avlanacak hayvan miktarını uzun dönemde çoğalttığına inanılıyor.

Evvela ergenlik öncesinde oğlan çocuğu tarafından içilen, daha sonra ava giderken vücuda ve silaha sürülen kokulu bitkiler, aslında Desana erkeklerinin kadınları cezbetmek için kullandıkları bitkilerin yakın benzerleri. Bunun sebebi ise Desanaların hayvan avlamakla dişiye kur yapmak, yani çiftleşmeye giden yola adım atmayı benzer faaliyetler olarak düşünmeleri. Zaten bu durum kullandıkları lisanda da kendini belli ediyor. Avlanmak için kullandıkları terim, *vai-mera gametarari*. *Vai-mera gametarari* teriminin onların dilindeki tam karşılığı “hayvanlarla aşk yapmak”. Bir parfümün arzulanan kadını arzulayan erkeğe çektiğine nasıl inanılıyorsa, aynı şekilde kokulandırılmış avcının da avı kendine çektiğine inanılıyor. Her ikisinin toplamında hedeflenen beklenti aynı: üreyerek ve beslenerek Desanaların yaşam döngüsünün sürekliliğini sağlayabilmek. Ha, arada kullanılan lisan biraz *zoofili* çağrıştırmış, eh, onu da idare edeceksiniz artık.

Desana avcısının ava giderken kendini kokulandırması olayını biraz daha deşeyim istiyorum. Neden? Çünkü burada hedefe yönelik kokulu uygulamalardaki farklılıklar kültürün toplumsal normlarına ilişkin bazı başka gerçeklere işaret ediyorlar. Başarılı bir avlanmayı sağlayabilmek için mevcut ve geniş aromatik bitki yelpazesinden vücuda uygulama yapmanın ötesinde, besin olarak nelerin tüketileceği de, avlanması düşünülen hayvana yönelik olarak bazı önemli

ayrıntılar içeriyor. Biz nasıl biliyorsak, onlar da deneme yanılma ile biliyorlar ki vücut kokumuzu oluşturan etmenlerden biri, beslenme rejimimizdir. Yani bizden uç bir örnekle açıklayayım, sarımsak veya pastırma yediyseniz, vücudunuzdan yayılan koku, bu gıda maddelerinin baskın özelliğini veren koku moleküllerinden izler taşır. Sadece kuru cildiniz değil, nefesiniz, teriniz, idrarınız, hatta dışkıınızda bile tükettiğiniz gıdaların kokusal izlerine belirgin olarak rastlanır. Siz modern yaşam içinde bunu maskeleymeye çalışırsınız ama az önce bahsettiğim üzere Desanalar bilakis bunu öne çıkarabilir ki, avlayacağı hayvana yönelik bir çekim sinyali oluştursun. Yani kısaca Desanalı avcı, vücuduna aromatik bitkiler sürerken, av öncesi dönemdeki beslenmesini de buna uygun düzenlemekten geri kalmıyor.

Eğer avlanacak hayvan iri, güçlü kokusu olan ve “siyah” tabir edilen tapir veya kokulu yaban domuzu gibi bir hayvansa, av öncesi öğünlerinde iste pişirilmiş et veya kırmızı biber yiyor, bu sayede de bu gıda maddelerinin miskimsi kokusuyla “siyah” tabir edilen hayvanlara daha cazip gelmeye çalışıyor. Ola ki avlanmak istenen hayvanlar bu saydıklarım değil de, “kahverengi” tabir edilen daha hafif kokulu ve küçük, *armadillo* falan gibi hayvanlar, bu kez muhteremimiz sadece ve sadece haşlanmış gıda tüketerek ve avdan saatlerce önce burnuna içinde kırmızı biber bekletilmiş sular çekerek, kusturucular içerek vücudunu kuvvetli koku kalıntılarından temizliyor. Hafif ve haşlanmış gıdalar yiyerek, kusarak ve burnunu temizleyerek bir anlamda arınmaktaki amacı tabii ki vücudunun nispeten daha temiz kokmasını sağlamak ve zaten kendi vücut kokusu da düşük değerde olan hayvanın rahatsız olmasının önüne geçmek. Bitti mi? Bitmedi. Ava giderken avcı bol bol tütün içiyor ve dumanını da avlanacağı bölgeye doğru üfürüyor ki, av alanı etrafında hayali bir sınır çizsin, bu sınırın kokulu çiti de istenmeyen hayvanların, mesela zehirli yılanların vesaire av alanına girmesinin önüne geçsin. Eh, hazır cigarayı tüttürürken dumandan silahları da nasipleniyor ki, hayvanın gövdesine girdiklerinde daha da derine gidip çok daha ölümcül olsunlar.

Avcı bey üzerine düşeni yaptı ama sadece onun mu görevi av için hazırlanmak? Hayır. Bir de şaman bey var unutulmaması gereken

elbette. O da bir anlamda dini kimlik taşıdığından ve kabilenin önde gelenlerinden olduğundan Desanaların yaşam döngüsünün sürekliliğini sağlamak için bir şeyler yapmak zorunda. Peki, ne yapıyor şaman bey? Efendim, beyefendi de var olduğuna inanılan doğaüstü güçlerini bu av seferinin hizmetine sunuyor elbette. Öncelikle avlanması istenen hayvanların av bölgesini teşrifi için birtakım uygulamalar yapıyor. Mesela mis gibi kokularıyla taze kesilmiş çimenleri yığıyor av alanına. Bu yetmiyor, alandaki su birikintilerini de ananas dilimleri ile aromalandırıyor. Yani tabir caizse oltanın ucuna kendince cazip yemleri, elinden geldiğince o da takmaya çalışıyor. Zaten şaman ifadesinden de bu belli ve ona göre bu uygulamalar sonucunda av alanı cazip yiyeceklerle dolu bir “cennet” haline getiriliyor.

Şimdi bir düşünün, avcı, ya hayvanına göre cazip gelecek kokulara bürünmüş, ya da gene hayvanına göre kendini olabildiğince kokudan arındırmış. Üstüne Şaman Bey de bölgeye cazip gelecek kokulu tuzaklar kurmuş. Garibim hayvan buranın yiyecek vesair nefis kokularla bezenmiş bir cennet olduğunu ve avcının da kendisine ihtimamla bakacak ve besleyecek bir yaratık olduğuna inanmasın da ne yapsın? Öyle oluyor zaten ve hayvan “pat!” diye bölgenin cazibesine kapılıp av menziline giriyor. Geyik veya tapır, her neyse, diyelim hayvan avlandı. İlk yapılan, hayvanın dilinin hemen kesilmesi ve gömülmesi, gömülmüş dilin olduğu toprağın üzerine de bol bol tütün dumanı üflenmesi oluyor. Bunda amaç, ölen hayvanın sağ kalan hemcinsleriyle irtibat kurmasını, dolayısıyla sürü halinde gelecek bir intikam saldırısının önüne geçmek.

Biraz geri dönerek anlattıklarımıza bir kez daha bakalım müsaadeniz olursa ve ukalalıklar edelim hep beraber. Bu bölümde baktığımız kültürlerde hayvan ve bitkiler, sadece insanlarla ilişkileri açısından değerlendirilmiyor, aynı zamanda bilhassa kendileri birer insan veya ruhmuş gibi de algılanıyorlar. Bunu yaparken de inanışlarını rasyonalize etmek için kullandıkları araç; koku alma duyusu. Örneklerde gördüğümüz gibi Wamira ve Trobriandlılar, *yam* veya *taro* gibi yumrulu yiyeceklerle bir anlamda insan vasfı kazandırıyorlar. Nasıl? Çünkü onlara hem koku alma yetisini uygun görüyorlar, hem de bu

yetinin kullanımı sırasında oluşacak olumlu veya olumsuz yargıların yol açacağı bir davranış şeklini öngörüyorlar.



Akdeniz bölgemizde ve Kıbrıs'ta "kolakas" veya "gölevez" ismiyle bilinen *taro*.



Nijerya'da hükümet, çiftçilere ekmeleri için *yam* dağıtımı yaparken. Yeryüzündeki *yam* üretiminin yüzde 60'tan fazlasını Nijerya gerçekleştiriyor ama Nijerya'dan daha az *yam* üreten Gana'nın ihracatı çok daha fazla. Nijerya hükümeti de başlıca gelir kaynağı olan petroldeki dalgalanmalara karşı alternatif gelir olabilmesi için son yıllarda daha planlı bir tarım ve ihracat politikası geliştirmeye çalışıyor.

Wamiralar zaten bunu açıkça ifade ediyorlar ve “*taro* da insandır” diyorlar. Bu durum onlar için yamyamlık gibi bir paradoks da oluşturmuyor, zira *taro* bitkisinin insanlık boyutu ile bildiğimiz ve bizden olan insanın boyutu farklı katmanlarda değerlendiriliyor. Batek Negritolar ise, hayvanların bir kısmının aslında hayvan kılığına girmiş ruhlar olduğuna inanıyorlar. Mesela maymun kılığına girmiş bir ruh, çiçek açmış meyve ağaçlarını, meyve ağacına yaklaşan kişilerden, ki bu kabilenin şamanı bile olabilir, üzerlerine dikenli tomurcuklar atarak koruyabiliyor. Bateklere göre av borusundan tütsü dumanı üflemek, dolayısıyla kokulu bir uyarıda bulunmak, hayvanın şekil transformasyonu için yeterli.

Bir an için bırakalım bu av, bitki ve hayvanlarla dolu masal gibi –ama gerçek olan– farklı kültür ve dünyaları; başka bir gözlükle bakalım bu yazılanlara: Nedir bizimle bu insanların farkı? Onlardan farklı olarak bizler, Batılı uygar insanlarız ve uygarlık macerasındaki muhtelif kırılmalar nedeniyle koku duyumuzu diğer dört duyumuzdan ayrı ve daha geri bir noktada konumlandırmışız. Bu uzaklaştırma nedeniyle duyu ile davranış biçimi arasındaki bağlantıyı da doğru yorumlayabilmekten uzaklaşmışız. Bizler için koku, kimliğimizin bir parçası değil. Oysa diğer kültürlerde hem insanların hem de diğer hayvan ve bitki gibi canlıların kimliklerinin en önemli parçası, koku. Kokulu kimliklerin ön koşul olarak kabulü, ona uygun davranış biçimlerinin geliştirilmesini de beraberinde getiriyor elbette. Ekili toprağa giren metal alelin reddi, yani kolaylık adına ait olmadığı yerde bulunan maddeye itiraz, bu davranış biçimlerinden sadece bir tanesi

Desanalarda bir başka gelenek var mesela. Bir Desana ile diğerrinin evlenmesi veya çiftleşerek yeni nesil üretebilmesi için farklı vücut kokularına sahip olmaları gerekiyor. Bu, gene bu bölümde bahsetmiş olduğumuz Batek Negritolar için de geçerli ve doğum ile sonlanacak ilişkinin olabilmesi için çiftlerin vücut kokularının farklı olması bir gereklilik. Bu vahşilerin, 1995’ten beri yapılan akademik araştırmalara erişimleri yok. Dolayısıyla vücut kokusunun gen haritamızın en bariz göstergesi olduğundan, farklı gen

yapılarına sahip bir çiftin çocuklarının daha da güçlü bir gen haritasına sahip olarak türün sağlıklı devamına katkı yapacak en doğru çözüm olduğunun bilimsel kanıtlarından habersizler (bkz. *Kokular Kitabı*, “Mevzular Isınıyor’ Demiştik: Seks”).

Bu bilimsel gerçekten habersiz olmaları, onları bu gerçek koşutunda gelenek ve görenek geliştirmekten geri bırakmamış; genlerin varlığını bile bilmeden, onların habercisi olan vücut kokularından hareketle iki farklı gen yapısının üçüncü ve daha dayanıklı bir gen yapısına ulaşabilmesi için gerekli önlemleri almışlar. Aradaki bazı örnekler çok masalsı veya saçma gelebilir bize. Ama bence bırakın avlanan hayvanın dilini kesip gömmeyi ve üzerine duman üfleme-yi falan bir yana, zira inanın size bizim uygar yaşamımız içinden de benzer fantazi boyutunda en az on örnek sayabilirim.

Evet, uygarlık yolculuğu sırasında bizler kokunun üzerini örtmüş, kendi kokumuzdan utanır ve onu maskeleymeye çalışır hale gelmişiz. Bu maskeleyme için kullandığımız misk, amber veya civet gibi diğer koku kaynaklarının hınzırlığı tamamen ayrı bir kitabın *Parfümler*’in konusuydu. Ama yüzlerce yıl bilim ve teknoloji için atılan adımlar, yapılan yatırımları düşünerek, şu soruyu soralım bence artık kendimize: Vahşi dediğimiz bu farklı kültürler nasıl oluyor da bizim milyonlarca Dolarlık araştırmalar sonucu ulaştığımız bulguların koşutunda davranış biçimleri geliştirebiliyorlar? Birisi birisine tur bindiriyor, bu belli. Ama kim kime tur bindiriyor, kim doğayı alt etme sevdası uğruna aslında olduğu yerde sayıyor, acaba bunu gerçekten görebiliyor muyuz?

Koe-Chiap

Ne diyoruz hep? Lezzet, ağırlığı damak üzerinden alınan kokudan (retronazal) yana olmak üzere tadın da içine dâhil olduğu bileşik bir kavramdır. Koku ve aroma olmadan lezzet olmaz, hatta ne yediğinizin farkına varamayabilir, sadece acı, tatlı, ekşi gibi tanım ve ayrıçaların içine sıkışıp kalabilirsiniz. Oysa gıdamızın kokusu, bellek bankamızla şirin oyunlar oynayarak yemekten ve içmekten aldığımız zevki manipüle edebilir, keyif katsayımızı bulutların üstüne çıkarabilir. Bunun için zaten, pek çok yiyecek maddesinin kendi lezzetine ek olarak bazı aroma vericileri ve lezzet arttırıcıları ayrıca işin içine dâhil eder, pek çok sosu, sıcak veya soğuk, yemegimize eşlik etmesi için soframızda bulundururuz.

Zamanın akışı ve sistemin hayatımızın her alanına müdâhil olması sonucu ortaya çıkan bazı gerekler, mesela fast-food gibi yiyecek akımları, endüstriyel paradoks gereği lezzetin pek çok ayağını eksik ve yetersiz bıraktığından gün geçtikçe de biz bu katkılara daha fazla ihtiyaç duyar hale geliyoruz. Zincir hızlı gıda tüketimi dükkânlarından alacağınız bir hamburgeri, ketçapsız, hardalsız veya mayonezsiz düşünebilir misiniz mesela? Aman düşünmeyin zaten, zira bu tip katkılar olmadıkça bu ve benzer yiyeceklerin lezzetleri kof bir süngerden öteye gitmiyor. Zaten onun için fast-food servis yapan işletmelerde çoğu kez bu sos ve katkılar, satın aldığınız ürünün bir parçası halinde önünüze geliyor, o yetmezse diye

bir de ayrıca size ikram ediliyorlar. Yani bu tip gıdalar söz konusu olduğunda bahis konusu soslar, “olmazsa olmaz” veya “mütemmim cüz” konumundalar; keyfe dayalı bir fantazi veya opsiyon olmanın ötesine geçerek mecburiyet halini alıyorlar.

Bu bölümde, dünya üzerinde en çok tüketilen yemek katkısı olan ketçaptan bahsedeceğim. Şimdi ben “ketçap” deyince aklınıza hemen market raflarında gördüğünüz şişe-şişe ve marka-marka ketçaplar gelecek, biliyorum. Ancak unutmayın ki marketler ve seri halde ketçap üretimi ortaya çıkmadan önce bu tip soslar, nasıl bir zamanlar salça ve turşu evlerde yapılıyorsa, aynı o şekilde, ev ölçeğinde yapılırdı ve halen de böyle olmaması için hiçbir sebep yok. İnternette rahatlıkla pek çok tarif bulabileceğiniz gibi yaptığınız lezzetli bir ketçabı da, her ne kadar endüstriyel ürünler gibi aylarca değilse bile, en az birkaç hafta rahat rahat kullanabilirsiniz. Ancak buna kalkışırsanız kavanozun etrafını sıkı sıkı alüminyum folyo ile sarmayı unutmayın ki ışıktan etkilenmesin.

Aslında ben size ketçap derken ve siz de benim dediğimi doğru anlarken hep beraber bir hata yapıyoruz. Ben ketçap deyince aklınıza domatesli ketçap geliyor, değil mi? İşin içyüzü öyle değil ve domatesten ketçap yapılması çok da eski zamanlara gitmiyor. İyi de o zaman daha önce ketçap neden yapılıyor? O-hooo, tuzlanmış balık, mantar, ceviz, aklınıza ne gelirse her şeyden ketçap yapılıyordu bir zamanlar. Ancak domatesli ketçabın ABD’de ortaya çıkması ve orada yaygınlaşan fast-food alışkanlıkları nedeniyle biz bugün “ketçap” denildiğinde zaten sadece domateslisini anlıyoruz. Başka türleri olduğu, hatta domateslinin çok sonradan aileye katıldığı falan aklımızın köşesinden bile geçmiyor.

HİKÂYEMİZ ÇİN’DE BAŞLIYOR

Han hanedanından imparator Wu-Ti, düşmanlarını denize kadar kovaladığı seferlerinden birinde, bir sahilde nefeslenmek için mola verdiğinde, çevreden gelen son derece kuvvetli bir koku hissediyor. Hissediyor da, tam nereden geldiğini de göremiyor bu kokunun. Midesine de düşkün olan Wu-Ti’nin karnı da acıkmış olacak

herhalde, bu nefis kokudan da gaza gelip “Gidin, bulun bana bu nefis kokan şey nedir?” diyor ve hemen adamlarını çevreye salıyor. Askerler çevreyi muhtemelen nazik hareketlerle araştırırken bir balıkçıya rast geliyorlar. Bakıyorlar ki bu garibanın tam evinin önünde birkaç tane toprak küp duruyor. Kapağı aralık olan birini iyice açıyorlar ve görüyorlar ki küpün içine balık sakatatı istif edilmiş. Balık sakatatı deyince aklınıza ciğerci dükkânı vitrini falan gelmesin, bunu demekten kastım, hani balık büyükse pişirmeden önce iç organlarını çıkarır, bir yıkayıp öyle pişmeye alırsınız ya, işte o çıkarılan iç kısımlardan bahsediyorum. Gariban balıkçı, müşterilerinin istemediği bu iç organları alır, küpe koyar, tuzlar ve saklarmış bir süre. O sürenin sonunda da fermente olan bu balık sakatatı bir tür tuzlu sos gibi olur, garibanın ana yemeği neyse, pirincine, balığına lezzet katarmış. İşte o küplerden birinin ağzı bu kez tam kapanmamış ve imparatorun dikkatini çeken de meğer küpün içinden yükselerek havaya karışan ve rüzgârla savrulan aroma molekülleriymiş.

Rivayet o ki, imparator hemen bir kaşıkla dalıyor önüne getirilen küpün içine ve lezzetine de bayılıyor. Eh, imparator beğenir de cemaat durur mu? Hemen başlıyor bir fermente balık sosu merakı imparatorluk seçkinleri arasında. Balığın mide, bağırsak vesair iç organları çıkarılıyor, yanına midye atıkları, parçaları falan ilave ediliyor, iyice yıkandıktan sonra tuzlanıp sıkıca kapanıyor ve güneşin altına konuluyor. Hangi güneşin altına konduğu da önemli elbette, çünkü eğer yaz güneşinin altına konduysa 20 gün, kış güneşinin altına konduysa 100 gün bekletiliyor ve sonrasında afiyetle lüpletiliyor, ana yemeğe katık olarak.

Evet efendim, macera böyle başlıyor işte. Yani Asya’da fermente yiyeceklerin tarihi oldukça eski. Gerçi Romalıların fermente balık sosu olan *garum*’dan kelli, sizler tarihin eski sayfalarındaki fermente sosları bu yazarın kitaplarında okumaya alışkınsınız, ama olsun. Söz konusu sos Roma’nın çok uzağında, başka bir kültürün içinde nihayetinde.

Asya'da ilk fermente yiyecekler az önce anlattığımız ve benzeri, et veya balıktan yapıp ateşte pişmiş etleri lezzetlendirmek için kullanılan bir nevi salçalar (Lat. *salsus*: tuzlanmış). Çinliler bizim alışık olduğumuz kültürden az farklı ve dolayısıyla ilginç insanlar olduklarından yiyeceklerine de şiiirlerinin içinde bol bol yer veriyorlar; biz de eski Çin şiiirlerine bir göz atınca bu katkı maddele-riyle ilgili geniş bilgi sahibi olabiliyoruz.

Bu fermente balık soslarının imalatında kullanılan teknikler, zaman içinde sebzelere de sığıyor ve fasulyelerden, mesela soya fasulyesinden salça üretildiğini görüyoruz. Soya salçası, aynı zamanda bugün yaygın olarak kullanılan soya sosunun da atası.

Soya, Çin kültüründe dominant bir bitki. Hatta fermente soya salçalarının ortaya çıkması, balık salçalarının yükselme hızını şiddetle kesiyor diyebiliriz. Neden? E, çünkü o gün için dahi fasulye balıktan daha ucuz, daha kolay taşınabiliyor ve daha farklı lezzetlere kapı açabiliyor. XVII. yüzyıla gelindiğinde, yani Qing hanedanı döneminde soya sosu ve diğer fasulye salçaları Çin'de standart lezzet katkısı olurken balık salçaları sadece bazı bölgelerde görülebilen marjinal tercihler haline geliyorlar. Ancak Asya'nın güneydoğusunda, özellikle Mekong deltası ve civarında fermente balık sosları fasulyelere bu kadar kolay yol vermiyor ve bu bölgelerdeki kültürlerin mutfaklarında bu kez de onlar standart katkı haline geliyorlar. Yani coğrafi bir ayrım yapmaya kalksak, Asya'yı çok rahat güneydoğuda "balık sosçular" ve kuzeydoğuda "fasulye sosçular" diye ikiye ayırabiliriz.

Fermente balık nedir? Bir anlamda balık turşusudur elbette. 1690 yıllarında balığın bol ve rağbette olduğu bölgelerde, ki bunlardan biri de liman bölgesi olan Amoy ve çevresi, bu turşulaşmış balıkların yanına bazı diğer deniz mahsulleri, ayrıca elde avuçtaki mevcut baharat da eklenerek farklı bir birliktelik oluşturuluyor ve bu yeni sosa da uzunca "tuzlu balık turşusu suyu" anlamına, kısaca da "balık suyu" anlamına gelen *koe-chiap* ismi veriliyor. Dedim, denize sahili olan yerler elbette balığın mutfak ve beslenmede daha çok yer bulduğu bölgeler. Bu da ne demek? Zamanın tek

uzun mesafe ulaşım aracı olan gemilerde de bol bol *koe-chiap* kullanılması, seyahatlerde geminin gittiği yerlere sosun da gitmesi, gelmesi demek. XVIII. yüzyılın başlarında *koe-chiap* bu şekilde Malay yarımadasına, yani bugünkü Malezya ve Singapur'un olduğu bölgeye ulaşıyor. Ulaştığı yerde de orijinaline sadık kalarak, fakat telaffuzu azıcık değişerek, "kei-chap" ismini alıyor.

"Seçkin" Soya Sosu

XII. yüzyılda, Çin'de yaşam için gerekli altı temel gıda maddesi sayılıyor: Pirinç, tuz, sirke, soya sosu, sıvı yağ ve çay. Sos, soya fasulyesinin (*Glycine max*) *Aspergillus* cinsinden küf kullanılarak çürütülmesiyle yapılıyor. Bütün tuzlu soslar gibi de aslında nadir ve kıymetli bir malzeme olan tuzun tadının mümkün olabildiğince çoğaltılabilesini amaçlıyor.

Han Hanedanı döneminde yapılan douchi isimli tuz ve yarı fermente soya fasulyesinden yapılan macunun sosa evrilmesiyle ortaya çıkıyor; jiangyou ismini alıyor. XIII. yüzyılda Budist rahiplerin soya fasulyesi fermentasyonunu Japonya'ya taşımasıyla orada da shoyu ismiyle yaygınlaşıyor.

"Soya" kelimesi de çıktığı yer olan Çin değil, ilk durağı olan Japonya'daki isminin Hollandalıların dili döndüğünce telaffuz edebildiği hali. Zaten hakkında ilk Batılı kayda da Hollanda'nın Birleşik Doğu Hindistan Şirketi'nin (V.O.C.) 1737 yılından bir konşimentosunda rastlanıyor.

Kayda göre Dejima'dan yüklenen 75 fıçı soya sosu Batavia'daki (Jakarta / Endonezya) limana boşaltılıyor; daha sonra bu yükün 35 fıçası Hollanda'ya sevk ediliyor. Muhtemelen Avrupa'nın muhtelif yerlerinden gelen tüccarlara limanda mezatla satılan sos, özellikle Fransa'da, sarayda oldukça ilgi çekiyor ve "seçkin" kategori altında değerlendiriliyor.

Avrupa'da o dönemlerde soya fasulyesine erişim olsa bile sos üretimi yapılamıyor, zira muhteremler henüz mayalamada kullanılan *Aspergillus oryzae* mantarından bihaberler.

Bilirsiniz, bahsettiğim bölgelerde o yıllarda en hâkim sömürgeci güç önce Hollandalılar, sonra da İngilizler. Bu muhteremler, her şey bir yana, sömürgelerinden merkeze doğru giden bir yiyecek kültürüne her zaman kucak açıyorlar. Haliyle bizim balık suyunu

da sofralarına hemen konduruveriyorlar. Konduruveriyorlar ama elbette ne Çinli ne de Malay olmadıklarından, sosun ismini dilleri döndüğünce telaffuz edebiliyor ve *ketchup* demeye başlıyorlar. Farkındasınız, hala balık temelli bir sostan bahsediyoruz ve söz konusu sosun adı *ketchup* olmasına rağmen, domatesin ne ismi ne de cismi ortalarda henüz. Zaten 1800'lerin ortalarına gelmeden pek görebileceğimiz de yok domatesi şişenin içinde.

Bu arada, ilerideki bölümlerde gene bahsedeceğim ama küçük ve gerekli bir parantez açayım domatesle ilgili burada. Domatesin menşeyi, Amerika kıtası. Daha da spesifik olmak gerekirse, kıtanın güneyindeki kıyı bölgelerin dağları. Yani domates Amerikalı bir meyve ama işin ilginç, Amerikan kıtasının yerlileri zehirli olduğuna inandıkları için pek domates yemiyorlar ve domates yeme alışkanlığı dünyaya bu kıtada domatesle tanışıp üzerine (biraz ırkçı bir tanım olacak ama) “mal bulmuş Mağribî” (Yok, biraz değil, kesin ırkçı oldu, kabul ediyorum) gibi atlayan İspanyol sömürgeciler sayesinde yayılıyor. İsmi kökeniyle ilgili pek çok rivayet var. Bir yaklaşıma göre Aztek lisanında “göbek deliği olan meyve” anlamına gelen *xitomatl* kelimesinden türeyor. İlk yetiştirilen domatesler yeşil ve sarı. Kırmızı domates henüz bir alt tür olarak ortalarda pek yok anlayacağınız başlarda. İtalyanca'da domatese “Altın Elma” anlamına gelen *pomodoro* denmesinin sebebi de bu ilk renginden kaynaklanıyor. Ham domatesin yaklaşık yüzde 93'ü sudan müteşekkil. 100 gr. domates yediğinizde 17 gr. karbonhidrat, 3 gr. protein, 23 gr. C vitamini (yani günlük almanız gereken min. C vitamini miktarının yüzde 35'ini) ve 900 ünite de A vitamini (yani günlük almanız gereken max. miktarın neredeyse yüzde 30'unu) almış oluyorsunuz.

İspanyollar domatesle Meksika harekâtlarının başladığı 1519 yılında tanışıyorlar. 1692 yılında ise, gene İtalya'da *Lo Scalco Alla Moderna* isimli kitapta ilk domatesli yemek tarifi görülüyor. Bu arada İspanyollar da elbette domatesi sadece kıtalarına yani Avrupa'ya taşıyorlar, Amerika kıtası içindeki diğer İspanyol kolonileri, yani Florida, New Mexico, Texas ve California da bu

yeni lezzetten sebepleniyor. Eh, buraları ziyaret eden İngiliz yerleşimciler de bu bölgeleri ziyaret ve zaman içinde feth ettikçe, onlar da tanışmış oluyorlar botanik ismi *Solanum lycopersicon* olan bu meyveyle. Bir meyve olmasına rağmen yemeğin sonunda portakal veya elma gibi domates yiyen bizde de pek yok, başka ülkelerde de. Aşlında aynı aileden pek çok meyvenin kaderi bu, zira kabak, salatalık veya patlıcana da, domatesin meyve ailesindeki botanik kuzenleri diyebiliriz.

Sebze-Meyve İşleri

Domates, diğer meyveler gibi tatlı olmadığından halk dilinde sebze olarak sınıflandırılmasına rağmen aslında bir meyve. Meyve ile sebze ayrımında esas olan; tatlılık oranı veya pişirilebilir olması gibi bizi yanıltan özellikler değil, tohum olma hali.

Meyve, bitkinin döllenme sonucu oluşan tohumlarını taşıyan bir organ ve bitki tarafından bu işlevi yerine getirmesi için üretiliyor. Sebze ise bitkinin kök, gövde, yaprak gibi üreme amaçlı olmayan bölümlerine verilen isim.

Ancak bizler genelde bu biyolojik ayrıma itibar etmeyip çiğ yenebilenleri meyve, pişebilenleri sebze veya tatlıları meyve, tatlı olmayanları sebze diye adlandırdığımız için zeytin, kabak, salatalık, patlıcan gibi pek çok gerçek meyveyi sebze zannediyor, gene aslen meyve olan fındık veya cevizi ise dış kabuklarındaki sertlikleri nedeniyle “kuru yemiş” diye ayrı bir kategoriye yolcu ediyoruz.

Evet, *kei-tsap* veya sonradan İngilizce’de aldığı isimle *ketchup*, başlarda domates falan içermiyor demiştik. E, peki neden yapılıyor peki o zaman ketçaplar? Fermente edilebilen her şeyden. Yani kısaca, o dönemlerde ketçap ismi neredeyse tüm soslara verilen jenerik bir isim görevi görüyor. Balıktan yapılanı balık, et ve av hayvanlarını lezzetlendirmek için kullanılıyor ve lezzete olan aromatik katkısının yanı sıra üzerine serpildiği etlerin rengini değiştirerek görsel bir zenginliğin de kapısını açıyor. Balık dışında ketçap

yapılan en meşhur malzemeler, başta mantar, sonra ceviz oluyor. Ketçabın domateslenmesi ise Anglo-Sakson bir âdet. İngilizlerde de denenip pek yüz bulmamasına rağmen okyanus ötesi kuzenleri olan Amerikalılarda pek rağbet görüyor ve bir süre sonra oradan yayıldığı haliyle ketçap kelimesi domatesli sos anlamını öyle belirginleştiriyor ki, kimse domatesten başka malzemeden de ketçap üretildiğini hatırlamıyor bile.

FARROW'S

REAL MUSHROOM

KETCHUP

A GRAND GRAVY FLAVOURING.

Is the guaranteed product of freshly gathered meadow Mushrooms, and imparts a delicious Mushroom flavour to all Soups, Gravies, Stews, &c. Housekeepers will find it extremely economical, as it is practically double the strength of ordinary ketchups, and is absolutely pure.

Sample Bottle free to all applicants mentioning the name and address of their grocer.

J. FARROW & CO., PETERBOROUGH, ENG.



Bu İngiliz malı ketçap, reklamında belirtildiği üzere pek çok benzerinde olduğu gibi mantardan üretilmiş. Şişe etiketinde de aynı domateslilerde olduğu gibi “mantarlı ketçap” denilerek mantardan yapıldığı açıkça belirtiliyor.

Bu arada dikkatinizi çekerim, ilk ketçaplarda, hatta ilk domatesli ketçaplarda şeker falan yok. Yani bugün yediğiniz tatlı ve sirkele lezzetle ilgisiz bir lezzeti var sosun o dönemlerde. Hatta tadı dışında görüntüsü de değişik, çünkü ilk domatesli örnekler ham domatesten yapıldığından hem rengi farklı, hem de koyu kıvamlı

değil, bilakis su gibi akışkan bir malzeme. Nereden geliyor peki domatesten ketçap yapma fikri? İngilizler mantarlı fermente balık sosuyla uğraşa dursunlar, ketçap kısa bir süre sonra yeni giden göçmenler aracılığıyla Amerika kıtasıyla da buluşuyor. Ancak o dönem İngilizlerin değişik ve kuvvetli lezzetlere olan toleransı Amerikalı kuzenlerinde olmadığı gibi, Amerikalıların kendi topraklarında oldukça yaygın bir başka malzeme var sosun içine girmeye talip olan: domates.

Zaman ilerledikçe ABD’de domatesten mamül ketçap meşhur olmaya başlıyor. Elbette ilk başlarda şişe şişe raflarda yer almaktansa yerel ölçekte çiftçiler tarafından satılıyor, ancak 1837 yılında Jonas Yerkes isimli bir müteşebbis ilk kez ketçabı şişelenmiş halde ulusal pazara sunuyor.

Kârlı iş aslında, zira domates “arsız” tabir edilen bir meyve ve beklentinin üzerinde verim alınabiliyor tarladan. Bu aynı zamanda satılabilecek olandan fazla ürünle başbaşa kalmak demek. Fazla ürünün hepsi taze tüketilemediğinden domates hasadının büyük bir kısmı konserve yapılıyor. Konserveleme ayları olan eylül ve ekimde, konserve üretiminden kalan atıklar da saklanarak ketçaba dönüştürülüyor.

Önceleri bir yan ürün ve fantazi gibi başlayan bu üretim, daha sonra sırf ketçap üretmek için tesisler kurulmasına kadar varıyor. Hem lezzet farklı, hem de domatesin zehirlilik hali nedeniyle halen kuşkuda olan tüketiciler, onun ham şeklinden endişe duy-salar bile bu işlenmiş halini keyifle lüpletebiliyorlar.

Konserve bile olamayan domateslerin maliyetiyle beraber düşünüldüğünde oldukça kârlı olan bu işkolunda Yerkes’i hemen başkaları da takip etmeye başlıyor. Endüstrileşen üretimle beraber içindeki şeker miktarı artarak bugün alışık olduğumuz tatlılığına yaklaşıyor. Ancak ketçabın rafa çıkması “raf ömrü” gibi bir sorunu da beraberinde getiriyor ve üreticiler ürünün bozulmadan dayanabilme süresini uzatmak için içine *sodyum benzoat* ilave etmeye başlıyorlar.

BLUE LABEL KETCHUP

Keeps After it is Opened.

Made from red-ripe tomatoes, carefully selected and washed in clean water.

Cooked just a little, that the natural flavor may be retained.

Seasoned delicately with pure spices.

Put up in sterilized bottles.

Contains only those ingredients
recognized and endorsed by
the U. S. Government.

Visitors are always welcome to inspect our spotlessly clean kitchen.

Insist on Blue Label Soup, Canned Vegetables, Fruits, Meats, Jams and Jellies

Send for Booklet "Original Menus"
Mailed Free.

CURTICE BROTHERS CO., Rochester, N. Y.



İlk ketçap markalarından birinin reklamı. Diğer ketçaplardan ayırt etmek için "domatesli" ibaresinin kullanılması o zamandan beri halen kısmen devam etmekte. Ürünü korumak için eklenen *benzoat*, kullanım oranıyla beraber şişedeki etiketın ön yüzüne yazılırken, domateslerin temiz suda yıkandığının belirtilmesi de atlanmamış. "Açıldıktan sonra dayanır", ana slogan.

Renk, tüketici terciğinde önemli bir kriter olduğundan ilk şişeler hep camdan imal ediliyor. Hatta elden kaymasın diye kenarları hafif yivli, ağza doğru daralan, tepesinde de ketçabın akması için küçük bir delik olan şişeler bunlar. Delik neden küçük? E, büyük olursa içindeki sıvının okside olma riski fazla da ondan. "Peki küçücük delikten lök lök ketçap nasıl olacak?" derseniz, hemen az önce söylediğim "su gibi akışkan bir malzeme" cümlesini hatırlatırım. Daha sonra ketçabın yoğunluğu standarda bağlandığında bu akışkanlık hali ortadan kalkıyor, ancak tüketiciyi alıştığı şişe şeklinden koparmak pek mümkün olmuyor. Bugün çok sonraları ortaya çıkan plastik şişe dışında satın alınan cam şişe ketçaplarda tabağa dökme sıkıntısı çekilmesinin sebebi de zaten ta o zaman-

lara dayanıyor. Ya dibine güm güm vuracaksınız, ya şişeyi iyice çalkalayacaksınız ki, ketçap tabağınıza dökülebilsin.

Tabii bütün bunlar olurken, kelimenin tanımı da değişmeye başlıyor. *Webster's* sözlüğünün 1913 baskısında ketçap, “mantar, ceviz ve domatesten üretilen sos” olarak tanımlanıyor. Yani sözlükte bile olsa, domates yavaş yavaş ketçap anlamının içine, hem de bir daha çıkmayacak şekilde girmeye başladı farkındaysanız. İyi de bizim ketçap (hadi artık biz de domateslisini standart kabul edip galat-ı meşhur bile olsa böyle diyelim), nasıl oluyor da su gibi bir sıvıdan, dibini tokatlasan akmayacak bir kıvama geliyor?

Catchup

{ *Catch"up* (?), *Cat"sup* (?) }, *n.* [Probably of East Indian origin, because it was originally a kind of East Indian pickles.] A table sauce made from mushrooms, tomatoes, walnuts, etc. [Written also *ketchup*.]

DICTIONARY

OF THE

VERNACULAR OR SPOKEN LANGUAGE

AM OY,

WITH THE PRINCIPAL VARIATIONS
OF THE CHANG-CHUW AND CHIN-CHUW DIALECTS.

LONDON:

TURNER & CO, 57 & 59 LUDGATE HILL.

1872

魚

kôe [R. hai, a sort of fish], (C. kô; On. kôe), salted or pickled fish or shell-fish (the name of the fish or shell-fish is prefixed). **kôe-chiap**, brine of pickled fish or shell-fish. **st'-kôe**, to pickle, as fish or shell-fish. **hi-kôe**, pickled fish. **hâ-kôe**, pickled shrimp. **hâ-kôe-phoâ**, do. broken down small.

Bu İngilizce maddelere baktığımızda, ilk görsel *Webster's* sözlüğünden ve ketçabın hammaddesi için mantar, domates veya ceviz vs. yazılıyor. İkincisi ise sosun orijinine yakın bir kültürün sözlüğü olduğu için kelime anlamını “tuzlu balık sosu” olarak veriyor.

Efendim ne demiştik? İlk ketçaplar ham domates artıklarından yapılıyordu. Ham domatesten ne yoktur? *Pektin* dediğimiz kıvam arttırıcı, stabilizör ve koruyucular yoktur. Haydi, zaten o zamanlar koyusu bilinmediğinden kıvamını geçtim de, korumak için ne yapmak gerekiyor?

Marmelatın Kıvamı: *Pektin*

Marmelat yaptığımızda reçelden farklı bir “kıvam” beklentimiz oluyor. Zaten belli bir homojen yapı sergileyen ve bu haliyle reçelden ayrılan marmelattaki kıvamdan kasıt, akışkanlığının az olması. Yani ekmeğin üzerine sürüldüğü zaman aklını başına alıp yerinde kalması, parmak aralarına kadar sızarak insanı çıldırtmaması.

Sızdı mı çünkü, yapış yapış oluyor; mendil veya peçete de yetmiyor. O yapışkanlığı ortadan kaldırmak için de sofradan müsaade isteyip el yıkamaya gitmeniz gerekiyor.

Buna benzer takıntılı insan (benim gibi) hallerini bir yana bırakırsak kıvamlı bir marmelat ağız içinde daha uzun süre kalıyor, kaldığı sürede de aromasını salarak bize doyurucu bir *retronazal* koku deneyimi yaşıyor. İyi de bu akışkanlık nasıl elde edilebiliyor?

Marmelat (veya reçelde) akışkanlığı *pektin* sayesinde elde ediyoruz. *Pektin* genelde meyvelerin çekirdeklerinde bazen de kabuklarında yer alıyor. Her meyvenin de *pektin* içeriği birbirinden farklı, bundan sebep *pektin*’i az meyvelerden marmelat veya reçel yaparken dışarıdan *pektin* ilavesi yapmak gerekebiliyor. Bunun da en kolay yolu *pektin*’i bol bir meyvenin çekirdeklerini tülbente koyup bağlamak ve tenceredeki karışımın içine koymak.

Pektin açısından zengin sayılan bir meyvenin, ayvanın mesela, çekirdeğini tülbentle herhangi bir marmelatın içine koyduğunuzda tat veya kokusunu etkilemeden, jelleştirici bir etki yarattığını görüyoruz. Aynı etkiyi, gene çekirdekleri kullanarak ayva tatlısında da oluşturabilir, tatlı sosun jöle kıvamına gelmesini sağlayabiliriz. *Pektin* meyveler içinde en çok narenciye kabuklarında ve elma püresinde var ama onlar işin içine girince aroma ve tat olarak genel lezzeti değiştirebiliyorlar; ayva çekirdeği önermem bundan sebep.

Eh, ayvadan, marmelattan, *pektin*’den ve kıvamdan bu kadar bahsettikten sonra “ayva” kelimesinin Portekizce’sinin *marmelo* olduğunu öğrenmek, sanıyorum ki benim aziz ve muhterem okurlarımı şaşırtmayacaktır! Ara ara atıfta bulunduğum *Apicius Kitabı*’nda balla yapılmış bir ayva marmeladı tarifi olduğunu öğrenmek hele, muhtemelen vaka-i adiyi gibi gelecektir.

Antrparantez, İngiltere’de marmelat sadece narenciyeden, özellikle turuncudan yapıp diğer meyveler hep reçele dönerken, Portekiz’de de “marmelat” denildiğinde sadece ayva marmelatı anlaşılıyor.

Koruyucu bir malzeme koymak gerekiyor tabii. Eh, bugün gıda etiketlerinde gördüğümüz *E-211* ne güne duruyor o zaman? Basıyor bizim ketçap üreticileri de az önce bahsettiğim gibi dayanma süresini uzatmak için ketçapların içine *E-211*'i, yani *sodyum benzoat*'ı. Ne zamana kadar? Ta ki ABD Tarım Bakanlığı Kimya Bürosu'nun başındaki Harvey Wiley isimli zat, insana zararlı olup olmadığı tartışmalı olduğundan kullanılmaması gerektiği yolunda fikir beyan edene kadar. Bilginiz için; bu Wiley nam muhterem, FDA (Food and Drug Administration), yani ABD'de gıda ürünlerine bir anlamda vize veren kuruluşun da kurucusu.

Wiley'in bu açıklaması hemen ketçap üreticilerini ikiye bölüyor. Bir kısmı diyorlar ki "Ne alakası var yahu? O kadarcık *benzoat*'ın kime ne zararı olacak? Hem onu koymazsak nasıl uzun süre dayanacak bu sos kardeşim?" Buna mukabil bir de isyancılar grubu çıkıyor ortaya ve onlar da diyorlar ki: "Baba haklı. Biz bu *benzoat*'ı çıkaralım. Ketçabın koruyuculuğunu sağlamak için de ham değil olgun domatesleri kullanıp içine de bol sirke basalım." Bu ikinci grubun, yani âsilerin başını çeken de daha sonra dünyanın en büyük ketçap markası haline gelecek olan şirketin kurucusu, Pittsburghlu Henry Heinz Bey.

İsyancılar, Heinz Bey liderliğinde dediklerini yapıyor, ketçaba katılan domatesleri olgunlaştırıp dolaylı olarak olgunlaşmış domatestede oluşan *pektin*leri işin içine sokuyor, *benzoat*'ı devre dışı bırakıyorlar. Bununla da yetinmeyip sirkeyi de bol tutuyor, turşumsu bir hava veriyorlar lezzetine. Ortaya da bugün bildiğimize yakın, çok cazip bir lezzet içeren yeni ketçap çıkıyor. Yeni ketçap hem eskisine oranla daha sağlıklı, hem daha lezzetli, hem de daha ucuz... Yok, hem de daha ucuz oluyor diyeceğim sanıyorsanız acele etmeyin. Lezzetli ve görece sağlıklı oluyor ama daha ucuz olmuyor elbette. Heinz ve şürekası tüketiciye sundukları lezzet ve sağlık faktörlerinin karşılığında fiyatı biraz gıdıkıyorlar. Ancak bir şey fark etmiyor, çünkü biraz daha pahalı olmasına rağmen bu yeni ketçap öyle lezzetli ve değişik ki, çok daha fazla rağbet görüyor. Eh, bu arada kimsenin yüzüne bakmadığı *benzoat*lı ketçaplar da ufak ufak ikileyip sahneden uzaklaşıyorlar elbette.

The Truth about Chemical Preservatives!

They generally have but two uses: to preserve unclean food or to keep improperly prepared food.

Tomato products—ketchup, etc., for example—are often made from refuse skins and cores of tomatoes—canners' waste which in its original state is actually repulsive.

Look at all Ketchup Labels

Beware of brands labeled as containing Benzoate of Soda. It is a drug not only pronounced by the Government experts to be unhealthful and injurious, but its use not infrequently indicates the presence of unwholesome raw material.

HEINZ

Tomato Ketchup—Chili Sauce Tomato Soup

Do not contain a single drop of chemical preservatives. They are even purer than the law prescribes.

Made from solid, meaty, whole tomatoes, prepared fresh from the vines and put up hot, direct from the kettles, with only pure spices and other natural ingredients added.

The Heinz Kitchen—always open—
annually receive 30,000 visitors.
Let us send our interesting booklet.

H. J. HEINZ COMPANY

New York Pittsburgh Chicago London



The Truth About Chemical Preservatives in Foods

The United States Government says they slowly but surely destroy health and they are often used to conceal inferior materials.

Benzoate of Soda and other drugs and chemicals in foods generally, have but two uses—either to preserve that which is not good and clean enough, or that which is not well enough prepared to keep otherwise.

Look at all Ketchup Labels

Beware of brands labeled as containing Benzoate of Soda. It may be—too often is—used to preserve materials of doubtful quality—refuse cores and skins of tomatoes, for instance—canners' waste, which in its original state is actually repulsive.

To make Ketchup, Chili Sauce, etc., without Benzoate of Soda or other chemical preservatives, requires wholesome materials and clean methods.

Heinz Tomato Products are made from whole, ripe, selected tomatoes, prepared fresh from the vines, put up hot direct from the kettles, and contain no drugs or chemicals of any kind. They are sold to buy in every sense.

The Law requires the presence of Benzoate of Soda in a package to be stated on a label—these labels are often small and obscure. Your only protection is to read all labels on prepared foods.

1908 yılında "koruyucusuz" ke ap t ketimini te vik eden ve etiketlerin daha dikkatli okunmasını tavsiye eden "t keticisi dostu" dergi reklamı. İkinci reklama baktığımızda, ilkindeki kampanyanın arkasında kimin olduğu hemen ortaya çıkıyor.

Efendim, tat duyumuz biliyoruz ki be  kulvardan oluşuyor: Tatlı, tuzlu, acı, ek i ve *umami*. *Umami* nedir? Artık biliyorsunuz, *umami* kısaca mesela et veya tavuk suyuna çorbada aldığınız o tuzlu gibi olan protein bombası tattır. Sadece tavuk suyunda değil, olgunlaşmış peynir, soya sosu, mantar ve anne sütü gibi farklı besinlerde de bulunur. imdiiii, bunları dedikten sonra Heinz Beyefendinin başlattığı akımın ke apta yol açtığı değişikliklere bir de farklı bir açıdan bakalım müsaadeniz olursa: Öncelikle ham domatesten olgun domatese geçerek *pektinli*, bol *amino asitli* bir *umami* kaynağı haline d n  t rd ler mi ke abı? Ardından sirkeyi

basıp ekşiliği de işin içine soktular mı? Az da kırmızı biber ve bu yetmezmiş gibi bol miktarda da şekeri şişeye boca ettiler mi? E, zaten tuzlu havası da salamuralıktan geliyordu. Bütün bu saydıklarımı yapınca nereye geldi iş? Alın size tek bir şişe içinde tat duyunuzun beş biyolojik alıcısına birden hitap eden bir gıda maddesi! Yetti mi? Yetmedi. Koy içine baharatı ki lezzetin en önemli öğesi olan koku alma duyumuz da tahrik olsun. Oo-oh, yeme de yanında yat kardeşim, daha ne istersin?

Hangi yiyecekte bu beş tat alıcı + koku duyusuna bu kadar yoğun bir saldırı var Allah aşkına? Yok tabii. E peki bu kadar güçlü bir lezzet katkısını, en lezzetsiz yiyeceğin yanına bile katarsanız olduğu sofrayı sultan sofrasına dönüştürmez mi? Dönüştürür tabii, hele ki ABD gibi sistem hızı nedeni ile hızlı gıda tüketimi diye bir kavramın doğmakta olduğu zamanlarda bu, *fast-food*çuların arayıp da bulamadıkları nimet olur elbette. Böyle olunca ne olur? Eh, dünyanın en çok kullanılan lezzet katkısı haline dönüşüverir ketçap.

Efendim, bugün için biz ülkemizde yoğun bir *fast-food* saldırısı altında olsak bile, henüz ABD ve benzeri Batı ülkelerinin durumuna düşmüş halde değiliz. Oralarda ketçap kullanım oranı nüfusun yüzde 80'inin üzerine hitap ediyor ve tek sebebi de ketçabın, kara para aklar gibi, lezzetsiz küspeyi bile lezzetlendirmesi. Ancak bunu ben ketçaba olumsuzluk katmak için değil, bilakis suyu altına dönüştürmek benzeri müthiş yeteneğinin altını çizmek için söylüyorum. *Fast-food* alışkanlığı oldukça geç başlayan (Allaha şükür!) ülkemizde ise ketçap Batıdaki benzerlerine oranla oldukça geç giriyor pazara.

İlk endüstriyel üretim ve yaygın dağıtım 1958 yılında Türk Alman Meyve Ekstreleri Kumpanyası (*Tamek*) sayesinde oluyor. İlginçtir, bugün yerli ketçapların üzerinde “domates” kelimesi yer almazken ilk örneklerdeki etiketlerde “Domates Ketçap” tanımını görüyoruz. Dondurulmuş patatesten fersah fersah uzak olduğumuz o dönemlerde yerli ketçabın reklamlarda önerilen kullanımı, ev yemekleri ve kızartmaların üzerine dökülmesi şeklinde. Daha

sonraları sade ve ucuz bir tabak makarnanın, kalın kalın dilimlenip kızartıldıktan sonra ocağın yanındaki tezgâha konulan gazete kâğıdında yağı çektirilen patateslerin üzerine yayılan ketçap, *fast-food* çılgınlığının peşine takılmamızla birlikte mutfakların ayrılmaz bir parçası haline geliyor. Gene de nüfusun yüzde 97'sinin evinde ketçap şişesi bulunan ABD'nin tüketim miktarlarını yakalamamız kolay değil. Yakalamak zorunda da değiliz zaten.

**Et yemekleri
ve
kızartmalar
üstüne
bundan daha
mükemmeli
yoktur.**



**HARİKA BİR ŞEY
ŞU KETÇAP**

Ketçap

DOMATES - ŞEKER - SOĞAN - TUZ
SÖZÜ MİKTARINDA SIKIK VE BAKAR
KAY MUHTELİP DEĞİTİLERDEN
YAPILMIŞTIR

Ketçap

SİLUNUM - SİYER - MAKARNA
BALIK - ET KIZARTMA VE İZBA-
KALANINDA SOĞ OLARAK KULLA-
NILIR.

Ketçap

SOFRAKIDA DOĞRUDAN DOĞRUYA
ŞİŞEDEN TANAHA AKITMAKLA
KULLANILMALIDIR.

Ketçap

DOMATES SOSUNU KULLANMADAN
EVVEL ŞİŞEYİ İYİCE ÇALKALAMAYI
UNUTMAYIN.



Türkiye'de ilk ketçabı Tamek üretiyor ve ilk reklamlarda ketçabın et yemekleri, kızartmalar, hatta balık üzerine dökülerek kullanılması öneriliyor.

**HANIMLAR
MUTFAK
KÜLFETİNDEN,
AĞÇI ve HİZMETÇİ
KAPRISINDAN
KURTULUYOR**

"41,"

**ÇEŞİT, NEFİS
TAMEK
MAMULUNDAN**

**AŞAĞIDA
TAKDİM
ETTİĞİMİZ
"9," ÇEŞİT
SADECE**

**HAZIR
YEMEKLER**

**GURUBUNU
TEŞKİL
ETMEKTEDİR**

**ENGİNAR • YAPRAK DOLMASI
BİBER DOLMASI • PATLICAN
DOLMASI • DARBUNYA FASUL-
YESİ • YEŞİL FASULYE • TORLO
PATLICAN BEKÖNDİ • PATLICAN
SALATASI**



Tamek, bir ara Heinz'ın "52 çeşit" sloganından ilham alarak "41 çeşit" sloganını kullanıyor. "41" sayısı muhtemelen "41 kere maşallah"ı çağrıştırarak tüketicide olumlu bir ilişkilendirme amaçlıyor.

NELER VAR İDEAL KETÇABIN İÇİNDE?

Domates var, tatlandırıcılar var, sirke var, tuz var, aroma vericiler var, soğan var, ve/ya sarımsak var. Tatlandırıcının türü, imalatçının yaklaşımına göre değişiyor. Pancar şekeri de olabilir, mısır glikozu da. Sirke olarak beyaz sirke kullanılıyor ve sirke tat vermenin yanı sıra koruyucu görevini de görüyor. Lezzetin ana unsuru olan aroma, yani gıdanın tüketilme ânındaki kokusunu sağlamak amacıyla kullanılan baharat da yenibahar, tarçın, karanfil, karabiber, zencefil, hardal tohumu ve kırmızı biberden oluşuyor. Bu baharat ya olduğu gibi ya da özyağ olarak yer alıyor ketçap formülü içinde. Özyağı es geçin, evde yapacağınız bir ketçabın içeriği de bu olabilir aşağı yukarı. Endüstriyel ketçapta, yani marketten aldığınızda formül bilançoyu fazla kısaltmasın diye içine biraz mısır nişastası ve su da giriyor tabii.

To make English Ketchup.

TAKE a wide-mouth'd bottle, put therein a pint of the best white wine vinegar, putting in ten or twelve cloves of eschalot peeled and just bruised; then take a quarter of a pint of the best lagoon white wine, boil it a little, and put to it twelve or fourteen anchovies washed and shred, and dissolve them in the wine, and when cold, put them in the bottle; then take a quarter of a pint more of white wine, and put in it mace, ginger sliced, a few cloves, a spoonful of whole pepper just bruised, and let them boil all a little; when near cold, slice in almost a whole nutmeg, and some lemon peel, and likewise put in two or three spoonfuls of horse-radish; then stop it close, and for a week shake it once or twice a day; then use it; it is good to put into fish sauce, or any savoury dish of meat; you may add to it the clear liquor that comes from mushrooms.

1727 yılında Elisa Smith'in Londra'da basılan yemek kitabından (*The Compleat Housewife, or, Accomplish'd Gentlewoman's Companion*) bir "İngiliz ketçabı" tarifi. Balıktan (ançüvez) yapıliyor tabii ki.

Üç kısa bilgi notu vereceğim endüstriyel ketçaplarla ilgili:

Bir: Domatesler eski domatesler mi? Değil. Özellikle artık "domates kokusu" diye bir kokuyu maalesef kahvaltıya doğradığınız domatesten bile duyamıyorsunuz. E, o zaman ketçapçılar kokulu domatesi nereden buluyorlar da ketçaplar buram buram kokabiliyor?

Bir yerden kokan domates falan bulmuyorlar elbette ve o kokuyu sağlamak içinde gıda kokulandırması şirketleri devreye girerek ketçap fabrikalarını müşterileri arasına katıyorlar. Yani domatesin dışında ayrı olarak da ketçabınızın içinde hem domates

aroması hem de kompoze “ketçap aroması” olabiliyor, eğer ki ucuz bir markaysa aldığınız. Genelde domates püresiyle durumu idare ediyorlar ama.



Yıllar geçse de iş akışının ana hatları değişmiyor; fabrikanın mal girişinde sepet sepet domatesle başlayan süreç, paketleme bölümünde sonlanıyor.

İkinci bilgi notu: Domateste mevcut olan likopen nedeniyle ketçabın sağlığa yararlı olduğu bilgisi özellikle üreticiler tarafından sıkça tekrarlanır ve bağımsız habermiş gibi de sağda solda çıkar durur. Ama bunun gerçek olması için o ketçabın bize sağlıklı

bir antioksidan sunabilecek miktar ve kalitede domates içermesi gerekir ki, bu koşuldan o haberlerde pek bahsedilmez. Yani markasına ve formülüne göre, ketçabınızın içinde gerçekten likopen isimli antoksidan elbette bulunabilir ama bu işinize yaramasını beklediğiniz miktarın çok altında olabilir.



Del Monte'nin ürettiği ketçapların isimlerinin *catsup*'tan *ketchup*'a değişimi.



Üçüncü bilgi notu: Ketçap, ABD'de kanunen "sebze" sayılıyor. Bu ilginçlik Reagan döneminde oluyor ve ancak bu sayede ketçap, ülkedeki eğitim kurumlarının beslenme listelerine girebiliyor. Ama ince bir püf noktası var burada ki, o da haliyle kanunda yazılan telaffuzuyla etiketlenen ketçaplar bu avantaja sahip olabiliyorlar. Yani eğer meşhur bir markaysanız ve ketçaba da mesela keTçap değil de keÇçap diyorsanız, o zaman haliyle kanunda tarif edilen yiyeceği üretmemiş sayılıyorsunuz ve okullara tüketim için

tavsiye edilemiyorsunuz. Benzer bir telaffuz ayırımına sahip olan dünya gıda devi Del Monte'nin ketçabı da (*catsup*), bu nedenle ismini değiştirerek farklı yazılımından vazgeçmek ve kanunda tarif edilen şekilde markalamak zorunda kalıyor ürününü ki, satış ağını genişletme olanağından yararlanabilsin ve üniversite öncesi eğitim kurumlarının beslenme programlarına girebilsin.

İki Şef: Carême ve Escoffier

1700'lü yılların ikinci yarısında Fransa'da feodal üretim ilişkileri ve savunucusu olan aristokraziyle yeni filizlenmeye başlayan burjuvazi arasındaki güç mücadelesi şiddetleniyor. Yönetim erki / aygıtı aristokrasinin elinde ama üreticiler, finans piyasasını kontrol edenler ve ticaret erbabı güçlendikçe güçleniyor, ulaştıkları gücün karşılığını da yönetime etkin bir şekilde katılarak görmek istiyorlar. Ancak ne kadar güçlenirlerse güçlensinler, yönetim erkinin asla onların ellerine teslim edilemeyeceğinin kanıtı olarak yerleşik düzenin temsilcileri, kral ve saray çevresi, dimdik karşılına dikiliyor, en basitinden burjuvazinin yaşamsal gördükleri iç ticaret serbestisine yönelik taleplerini dahi reddediyor. O zaman bu mücadele öylesine sonuçlanmalı ki, yerleşik toplumsal düzen yeniden yapılanmalı, ekonomik, sosyal ve siyasal yaşamda köklü (ve geri dönüşsüz) değişimler gerçekleşmeli.

Bu kadar köklü bir değişim de geniş halk kitlelerinin desteği olmadan gerçekleşmiyor elbette. Dönemin değiştirici / devrimci gücü olan burjuvazinin de bu desteği alması çok zor değil, zira Fransa ekonomisi berbat durumda ve bu durum öncelikle sokaktaki insana yansıyor. Pek çok insan, gelirinin yarısından fazlasını, hatta neredeyse tamamını asgari düzeyde beslenebilmek için harcamak zorunda kalıyor. XIV. Louis'den beri bitmek bilmeyen savaş masraflarının oluşturduğu iç ve dış borçlara ilaveten yaşa-

nan dönemsel kıtlık ve ekmeğini kentte aramaya mecbur kalarak göç eden insan yığınlarıyla beraber ortaya çıkan yeni toplumsal sorunlar bir yanda, sarayın gözden uzak tutmak için hiçbir çaba gösterilmeyen pırıltılı ve masraflı yaşamı öte yanda.

Bütün bu sıkıntılar hem gerçek hem de varsayılan nedenleriyle düşünsel alana da yansıyor, Amerika kıtasındaki eski kolonilerdeki gelişmelerden cesaretlenen yeni fikir hareketleri Fransız aydınlarının toplumsal değişim önerileriyle buluşuyor. Sonunda bardak taşıyor, 14 Temmuz 1789'da Bastille basılıyor. Bir kurucu meclis oluşturularak yasa hazırlamak, yönetimi denetlemek, bütçeyi onaylamak gibi daha önce akla pek gelmeyecek yetkilerle donatılıyor. *İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi* yayımlanarak yeni bir demokrasi anlayışının temel ilkeleri açıklanıyor. Feodal kurumlar birer birer yıkılmaya başlıyor. Bu yıkım (ve yeniden yapılanma) tabii ki sadece Fransa'yla sınırlı kalmayacak, bütün dünyayı etkileyecek.

Kral ve kraliçe 20 Haziran 1791'de kendilerine bağlı birliklerle geri dönüp isyanı bastırmak niyetiyle gözaltında tutuldukları Tuileries'den Montmédy'ye doğru gizlice yola çıkıyorlar. Maksat Montmédy'de üslenmiş Marquis de Bouillé ve ona bağlı kraliyet taraftarı birliklerle biraraya gelip karşı devrim hareketini başlatmak, yönetimi tekrar ele geçirip isyanın elebaşlarını temizledikten sonra kısmî tavizler vererek halkı sakinleştirmek, kısaca eski güçlerine tekrar kavuşmak. Olmuyor, yolda, Varennes'de yakalanıyorlar.

Buraya kadar anlattıklarımı zaten muhtemelen biliyorsunuz sevgili okur. Ancak bu yakalanma hadisesi içinde kokuyla ilgilenenlerin gözden kaçırmaması gereken küçük bir ayrıntı var. Kılık kıyafet değiştirmiş olmalarına rağmen uğruna hazine boşalttığı parfümlerinden vazgeçemeyen ve içinde tüm kişisel bakım malzemesinin yer aldığı *nécessaire* isimli küçük sandığını da yanına alan kraliçe Marie Antoinette'in teninden yükselen parfümünün kokusu ve çiftin kaçmak için seçtikleri biraz fazla görkemli at arabası, hedeflerine 50 km. mesafedeki Varennes kasabasında, yorulan atlarını değiştirirken isyancıların dikkatini çekiyor. "Biz leş gibi kokarken nisbet yaparcasına böyle nefis kokular yayarak seyahat eden bu kadın da kim ki?" diye meraklanıp kurcalıyorlar.

Kadehimin Uçları

Efendim, ilginç, hatta azıcık da muzır olduğu için pek sorgulamadığımız bir hikâyeye göre yayvan (kup) şampanya kadehleri Marie Antoinette'in (1755-1793) sol memesinden alınan kalıpla, kral beye jest olsun diye üretilmiş.

Beğenmediyseniz seçenek bol; XV. Louis'nin metresleri Madam du Pompadour (1721-1764) ve Madam du Barry (1743-1793) için de aynı iddia var.



MÖ. 520 yılından bir Yunan *mastos* örneği.

Kabın meme şeklindeki formu oldukça belirgin.

şarap elde etmenin peşinde koşmuş bir muhterem. Ona atfen kayda geçen ve şıranın elde edilmesi, harmanlama, şişe seçimi, kapatırken mantar kullanımına geri dönülmesi gibi katkıları var bölge şarapçılığına. Söylendiği gibi kör olduğuna dair kanıt da yok ama kör tadım yaptığı vâki. Onunla ilgili bunun ötesinde ne söyleniyorsa, muhtelif markaların reklamlarının tarihî gerçekmiş gibi algılanmasının ötesine geçmiyor.

Champagne bölgesi üzümlerinden yapılan köpüklü şaraplar da daha Pierre Bey manastıra girmeden önce İngiliz şiirlerine konu olmuş; hatta 1662'de Christopher Merret nam bir bilimsanî şaraptaki şekerin nasıl olup da köpürmeye yol açtığına dair makale bile yazmış.

Keza şampanya ortaya çıktığında, ilgi ve beğeni İngiltere'den Fransa'ya sıçradığında, yayvan kadehe konulup içilmeye başladığında, daha ne Marie Antoinette, ne Madam du Barry, ne de Madam du Pompadour hayatta.

Fransızlar

şarapta kabarcığı "korkunç bir durum" olarak değerlendirirken İngilizler tam tersine çoktan hoşlanmaya başlamışlar bile bu geniz gıdıklayan durumdan. Şampanya keşfinin atfedildiği keşiş Dom Pierre Pérignon Bey (1638-1715) köpüklü şarabın değil, kırmızı üzümden iyi beyaz

Gelin görün ki efsane yürümüş; rahmetli Karl Lagerfeld, Dom Perignon şampanyaları için Claudia Schiffer'in meme kahlııyla 2008'de bir kadeh üretmiş. 2014'te de 40 yaşına basan Kate Moss, podyumdaki 25. yılını kutlamak için tasarımcı Jane McAdam Freud'un bir restoran için sol memesinden alınan kalıpla kup kadeh tasarlamasına izin vermiş.

Son meme-kadeh ilişkisi rivayeti de Folies B ergere'den. Dansçı kızlar i e alınırken çıplak memelerinin üzerine kup kadeh konur, kadeh d  mezse i  verilir, bu "test" de belli aralıklarla tekrarlanırmı .

Nereden başlıyor bu kadın memesi formuyla kadeh bağlantısı dediğimizde, antik Yunan'daki *mastos* denilen kaplara kadar gidiyoruz; *mastos* da "meme" anlamına geliyor.

Ne eski Yunan'da bunu ilk kimin d   nd   n , ne de sonrasında kimin yeniden gaz verip canlandır ı ı bilmek mümkün. Ho , ismen mümkün değil belki ama elbette cinsiyetine dair bir tahmin yapabiliyoruz.



Parfüm kokmak, fark edilmek için yeterli o dönemlerde. Arabay   evirenlerden biri olan postacı Jean-Baptiste Drouet biraz yaklaşıp parfümlü hanımefendiye yakından bakıyor, GBT'sini alıyor ve hemen karga tulumba derdest ediliveriyor muhteremler. Devamını biliyorsunuz, aralıklı olarak giyotinle bulu turuluyorlar ve tasfiye tamamlanıyor. Konuya meraklıysanız, bu sekansı daha geniş halde okumak için bkz. *KK - II - Parfümler*, "Birkaç Malzeme: Civet, Amber, Pa uli, Neroli".

Tasfiye ve yeni düzen oluşmasıyla beraber neler de i iyor? Pek çok şey tabii ki. Dile getirilmeyen yeni sosyal kontratlar ve yaşam pratikleri ortaya çıkmaya başlıyor. Bunların bir kısmı beslenme kültür ve pratiklerine de kaçınılmaz olarak yansıyor. Keza gene daha önce mecburen, yani tüccar veya gezginseniz el mahkûm dışarıda yenilen basit yemekler, mecburiyetin tam aksi yönüne evrilerek bir tercih haline geliyor, beslenmenin ötesine geçen anlamlarıyla boy gösterilecek yeni sosyal alanlar olu urmaya başlıyorlar.

Pastanelere ilave olarak ya otellere eklenlenmi  olarak ya da bağımsız birimler halinde yemek yeme mekânları açılmaya başlıyor pe  pe e. Buralarda servis edilen yemeklerin tasarımları da

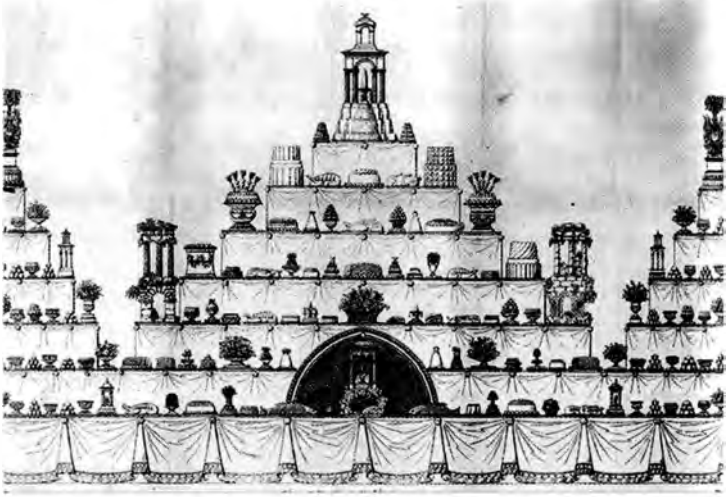
öncelikle daha önce saraylarda ve şatolarda çalışan ama şimdi yeni işverenlerine hizmet veren aşçılar tarafından üstleniliyor. Tasarlanan sadece besinin lezzeti değil elbette; zamanın ruhuna koştur görsellikleri de ön plana çıkarak çok duyulu deneyimler uç noktalarda yaşanmaya başlıyor. Bu yemekleri tasarlayanların en ünlüsü veya ilk ünlüsü (*celebrity*) de yazdığı kitaplar ve oluşturduğu standartlarla ölümsüzleşen Marie-Antoine (Antonin) Carême.



Genç Carême.

Henüz devrimin bütün kargaşasının hüküm sürmekte olduğu 1794 yılında on altı çocuklu ailesi tarafından on yaşında sokağa terk edilen Carême, mutfakla ilgili hayatına bir kasap dükkânında boğaz tokluğuna getir götür işleri yaparak başlıyor. Devamında Sylvain Bally'nin pastanesinde çıraklık, en nihayetinde de Rue de la Paix'de kendi pastanesini açmasıyla ilk zirveye ulaşıyor. Carême için "yüksek mutfağın (*haute cuisine*) başlatıcısı" deniliyor. Geçmişten el aldığı ve servislerinde uyguladığı görsel tasarımlar değil sadece bunun sebebi elbette. Hoş; şeker, badem ezmesi ve hamur kullanarak yaptığı muhteşem görsellikteki antik kalıntı ve tapınak figürleri için saatlerini Ulusal Kütüphane'de (*Bibliothèque Nationale*) mimarî ve gravür kitaplarını inceleyerek geçirdiği biliniyor ama zaten o zamanlarda

görsel tasarım, sunulan lezzetin ayrılmaz bir parçası olarak kabul ediliyor. Şöyle bir cümle var muhteremin söylediği: “Güzel sanatlar beş tanedir: resim, heykel, şiir, müzik ve ana dalı pastacılık olan mimarlık.”



Carême'in mimariye olan ilgisi, pasta tasarımlarına da yansıyor. Görseller, kitabındaki pasta tasarım önerilerinden. Çünkü ona göre: “Güzel sanatlar beş tanedir: resim, heykel, şiir, müzik ve anadalı pastacılık olan mimarlık.”

Parisli seçkinlerin davetlerinde konuk aşçı olarak girdiği mutfaqlarda yeteneklerini pastacılık ürünlerinin ötesine taşıyarak bütün yemek hazırlıklarını ve sunumları yapabilecek hale geliyor, Napoléon dâhil dönemin pek çok ünlü ismine hizmetlerini sunuyor. Bu isimlerden ünlü diplomat ve “şikemperver” Charles Maurice de Talleyrand-Périgord, yani ilk patronu, Carême ile çalışmaya başlamadan önce onu “küçük” bir testten geçiriyor. Carême’den istediği bir yıllık menüyü hazırlaması, ancak bunu yaparken hiç tekrara düşmemesi ve hep mevsimsel ürünleri kullanması. Zorluyor, ama çok şey kazandırıyor bu zorlu süreç ona. Yeni eşleşmeler yapmak konusunda önyargısız olmak, hatta daha da önemlisi yemeklerinde sadece mevsimsel malzemeyi kullanmak gibi. Önkoşullardan biri olan mevsimsel ürün kullanımı Ortaçağ’dan beri zengin mutfağının “kralı” olan ve aşçılara zamansız kullanım avantajı (kurutmayla) sunan baharatın tahtını da altından alıyor elbette. Eh, devrimler sadece yönetim erkinin veya üretim araçlarının mülkiyetinin el değiştirmesiyle sınırlı kalmıyor, üstyapıya, mutfağa da yansıyor kaçınılmaz olarak.

Carême’in yaşadığı bu zorluğun daha sonra diğer şeflerin de yazgısı haline geldiğini görüyoruz. Aristokrat patronlarının ortadan kaybolmasıyla beraber kendilerini işveren olarak bulan kimileri, müşterilerinin gittikçe rafineleşen gastronomik taleplerine cevap verip meslektaşlarıyla rekabet edebilmek için zorlanıyorlar, zira sürekli yenilik sunmak gerekiyor. Carême’den sonra kronolojide ikinci büyük isim olan Escoffier mesela, şöyle diyor: “Vücudum bütün günün yorgunluğunu atmak için dinlenme arzusuyla kıvrılırken, yeni besin kombinasyonları bulabilmek için geçirdiğim uykusuz geceleri saymayı artık bıraktım.”

1799 yılında birinci konsül, 1804 yılındaysa imparator olan Napoléon Bonaparte, yemek yemeye pek ilgi duyan bir isim değil. Ancak kendisi ilgi duymamasına rağmen karakteristik özellikler barındıran ulusal mutfakların kamu diplomasisi alanındaki önemi, kültürel ilişkilerin önünü açabilme ve bir “yumuşak güç” olarak kullanılabilme potansiyeli (gastro diploması) gözünden kaçmı-

yor. Tahta geçtiği 1804 yılında Carême'in patronu Talleyrand'a Château de Valençay'ı satın alması için gereken parayı veriyor, Tallyrand da Paris'in hemen dışındaki bu şatoyu satın alıp diplomatların buluşma yeri haline getiriyor. Talleyrand'ın yanında işe giren genç yetenek Antonin Carême de bu vesileyle mutfakta tasarladığı özgün yemekleri yabancı damaklarla buluşturmaya başlıyor.

Bütün bunlarla beraber özellikle diplomatlar arasında "Fransız mutfacı" kavramının belirgin bir iz bırakmaya başladığını görüyoruz. İz bırakan bu mutfak eski rejimin mutfağından farklı, zira bol yeşil sebze, taze aromatik otlar ve basitleştirilmiş, az malzemeyle yapılan soslarla sunuluyorlar. Carême, bu çizgisini 1814'teki Viyana Kongresi'nde de mutfaktaki icraatlarıyla devam ettiriyor. Lucien Tendret'in aktardığı söylentiye göre Talleyrand diplomatik misyonun bir üyesi olarak Viyana Kongresi için yola çıkmadan önce tahta yeni çıkmış olan XVIII. Louis'yle yaptığı son görüşmede "Efendim, benim talimatlara değil, tencerelere ihtiyacım var. Bırakın ben işimi yapayım, Carême'e güvenin" (*Sire, j'ai plus besoin de casseroles que d'instructions. Laissez-moi faire et comptez sur Carême*) diyor. Kongre dağılıp dünyada oyun kâğıtları yeniden karılırken kongreye katılan yönetici seçkinlerin damakları da yeni Fransız mutfacı lehine komple bir revizyondan geçmiş oluyor.

Muhteremin yeme-içme dünyasına kattıkları sadece pratik değil, teorik olarak da oldukça fazla. Daha önce değindiğim gibi yazdığı kitaplar var ve aralarında en ünlüsü de menü planlamasından masa düzenine, Fransız mutfağının tarihinden yüzlerce yeni yemek reçetesine kadar pek çok bilginin yer aldığı beş ciltlik *Fransız Mutfak Sanatı (L'Art de la Cuisine Francaise au XIXe Siècle)*.

Carême yemek servisinde de yapısal değişikliklere giderek o zamana kadar geçerli olan ve bir servisteki bütün yiyeceklerin eşanlı olarak masaya konumlandığı düzenden (*à la française*), Çar I. Alexander'ın yanında çalışırken bulunduğu Rusya'da görüp daha işlevsel olacağını düşündüğü, yemeklerin sunum sırasıyla birbiri

ardına servis edilmesine (*à la russe*) geçişi başlatıyor. Çok taraftar değil aslına bakarsanız, görkemli bir şekilde tüm sunumun bir görsel şölen edasıyla masada sergilenmesinin ortadan kalkmasına ve içi kan ağlıyor. Ancak toplumsal değişimlerin getirdiği yeni nesnel koşullar, yani şatoların ve sarayların geniş yemek alanlarının yerini alan restoranların kısıtlı mekânları, yer düzeninin üstesinden gelinemez sorunlarıyla boğuşmaktansa servis zamanlamasının düzgün bir planlamayla aşılabilen sorunlarıyla boğuşmayı tercih edilir hale getiriyor. Keza teker teker tabaklara servis yapılması aynı zamanda soğuklarla sıcaklar arasında da sıcakların lehine yeni bir denge oluşturuyor.



*Costumes historiques du XVIIIe
siècle, cuisine*

LE MAITRE D'HOTEL FRANÇAIS,

OU

PARALLÈLE DE LA CUISINE ANCIENNE ET MODERNE, CONSIDÉRÉE
SOUS LE RAPPORT DE L'ORDONNANCE DES MENUS SELON
LES QUATRE SAISONS.

OUVRAGE CONTENANT UN TRAITÉ DES MENUS A SERVIR A PARIS,
A SAINT-PÉTERSBOURG, A LONDRES ET A VIENNE.

ORNÉ DE DEUX PLANCHES GRAVÉES.

PAR M. A. CARÈME, DE PARIS,

Auteur du *Pâtissier Royal*, et du *Pâtissier Pittoresque*.

TOME DEUXIÈME.



A PARIS,

DE L'IMPRIMERIE DE FIRMIN DIDOT,
IMPRIMEUR DU ROI ET DE L'INSTITUT, RUE JACOB, N° 24.

M DCCC XXIII.

Carême'in üçüncü pasta kitabının girişinde aşçı kıyafetleri.

Değişiklikler yetmedi mi? Devamı var o zaman. Mutfakta hijyenle ilgili birtakım önlemler alıyor. O zamana kadar mutfak çalışanlarının saçlarını topladıkları filelerin yerini kartonla güçlendirilmiş ve kumaşla kaplanmış aşçı şapkalarının alması (*toque / tuque*), tıpkı çift düğmeli ceketler ve mutfakta temizliğin denetlenebilmesi için sadece beyaz renkli üniforma kullanımına izin verilmesi gibi, muhteremden bugüne kalan standardizasyonların bir diğer örneği.

Carême'in en önemli katkılarından biri mutfağı hafifletmesi, Ortaçağın aromatik değerlerinden sıyrılarak görece sadeleştirmesi, eti et suyuyla, tavuğu tavuk suyuyla servis etmesi. Daha sonraları yanında çalıştığı Baron de Rothschild'in evinde bir yemek davetine katılan İrlandalı yazar Lady Sydney Morgan bu yeni yaklaşımı şöyle dile getiriliyor: "Koyu kahverengi sos, acı biber ve yenibahar aroması, ketçap ve ceviz turşusunun tentürü, eski zamanların kaba pişirme yöntemlerinin, ateş ve suyun görünür belirteçleri yok... Her et kendi doğal aromasını sunuyor, her sebze de kendi tazeliğinin gölgesini..."

Antrparantez; Batı, özellikle de Fransız mutfağında ara ara nükseden bu sadeleştirme arayışları, bildiğiniz gibi en kuvvetli etkiyi 1960'lardaki *nouvelle cuisine* akımıyla sağlıyor. Tazeliğin ön plana çıktığı, dışarıdan eklemeler yapmak yerine pişirilen malzemenin kendi aromasının damakları fethetmesini amaçlayan bu yaklaşımlarla beraber pişirme süreleri kısıyor; hatta buharda pişirme gibi Çin kültüründen ödünç alınmış uygulamalar evrensel ölçekte kullanılır oluyorlar. Bu görece deneysel uygulamalar çayı bile "öldürene kadar" haşlayan veya etin içinde kırmızı renk görmeye tahammül edemeyen toplumumuzda sadece birer entelektüel fantazi ya da rafine tatmin aracı olmanın ötesine, doğal olarak ve maalesef, geçemiyorlar.

Bütün sosları dört temele dayandırıyor *Carême* ve bu dört sosu da mutfağının yapıtaşları, yani "ana soslar" (*béchamel*, *espagnole*, *velouté* ve *allemande*) olarak isimlendiriyor. İlerleyen dönemde takipçisi Escoffier tarafından eksiltme ve arttırmalarla beraber sayısı beşe çıkarılacak, kurumsallaşarak yaygınlaşacak, hatta bazıları (*béchamel*) buralara kadar gelip mesela hünkârbeğendi tarifinin

içine dahi girebilecek kadar evrenselleşecek olan bu ana soslar, bilinçli olarak olmasa da duyuşal bir sezgi ürünü olarak mutfağın içine bir tat kulvarının daha sistematik olarak girmesine ve yerleşmesine sebep oluyorlar: Daha önceki yazılarda ve bir önceki bölümde ketçabı anlatırken bahsettiğim *umami*. Sos yapımında kullanılan kaynatılmış et ve kemik suları sıvılaştırmış birer “*umami* bombası” olarak içinde kullanıldıkları yemekle beraber acı, tatlı, ekşi ve tuzlu tatların dışında, toplam lezzet algımızın “çarpan etkisi” yaratan yeni bir içeriği haline geliyorlar.

Sunumu, hazırlanışı, tarihi ve felsefesiyle beraber bugün “Fransız mutfağı” denildiğinde akla gelen pek çok şeyi sistemli olarak biraraya getiren Carême, Napoléon’un da öngörüsü ve desteğiyle diploması ve kültürel yayılmayı yönetim erkinin merkezî tasarrufuna bağılı olmaktan çıkarıyor, dünyanın çeşitli yerlerinde yerel mutfaklara ve insan topluluklarına kadar neredeyse içkinleştirerek taşıyor. Beslenme rejimindeki karbonhidrat bileşenini geleneksel olarak pirinçten sağlayan Vietnam’ın isminin doğru telaffuzu bile zor bir kentinde, ayaküstü yiyecek satan bir tezgâhta francala ekmek görerek şaşırmanız, biraz da bundan sebep oluyor.



Vietnam’da bir ayaküstü yemek tezgâhında Fransız tarzı beyaz ekmek somunları (*bánh mì*).

1833 yılında Rue Neuve Saint Roche'daki (Paris) evinde, henüz 48 yaşındayken hayata gözlerini kapıyor Marie-Antoine Carême. Ölüm sebebinin yıllardır meslek icabı haşır neşir olduğu yanmış kömür dumanlarının neden olduğu solunum yolu rahatsızlıkları olduğu tahmin ediliyor. Yıllar sonra müzede muhafaza edilen kafatası üzerinde yapılan ve *British Dental Journal*'da yayımlanan bir inceleme, yoğun pastacılık dönemlerinin olumsuz izi olarak muhteremin ağız sağlığının da oldukça bozuk olduğu, sağlam dişinin neredeyse kalmadığı, dolayısıyla ağızdaki bir enfeksiyonun da ölümüne yol açan süreci başlatmış olabileceği iddialarını gündeme getiriyor.

Carême ölüyor, ama onun başlattığı ve mutfağı, aşçılığı bir sanat, bir bilim olarak konumlandıran anlayış hâlâ devam ediyor. Pardon, "Hani bir kamu diplomasından bahsetmiştin. O iş ne oldu?" mu dediniz? Oh-hoo, o biraz el değiştirdi ama tam gaz devam ediyor hâlâ tabii ki.

BAYRAK ARTIK ESCOFFIER'DE

Carême'den bir başka önemli şefe geçelim, Escoffier'e bakalım şimdi de. Helen Porter Mitchell, Carême'in ölümünden yaklaşık 30 yıl sonra Melbourne / Avustralya'da müziksever bir ailenin ilk çocuğu olarak dünyaya geliyor. Babası, ailenin geçimini inşaat işleriyle sağlarken annesi ev işlerinden arta kalan zamanlarında müzik dinliyor, hatta muhtelif enstrümanlar çalıyor. Küçük Helen ise biraz oğlan çocuğu gibi davranıyor ilk yaşlarında. Mesela ısıklık çalıyor sık sık, oysa ısıklık çalmak kızlardan çok oğlan çocuklarına yakıştırılan bir davranış biçimi o zamanlarda. Zaten müziğe meraklı olan aile de büyük kızlarının bu ısıklık merakını hayra yorup daha da somut bir hale dönüştürmek istiyor.

Sonuçta bizim Helen ailesinin müzik ve enstrüman merakından nasipleniyor, çok küçük yaşlarında annesinden ilk piyano derslerini almaya başlıyor. Halka açık ilk piyano konserini altı yaşında veriyor. Sekiz yaşına geldiğindeyse piyano yerine sesini kullanmaya karar veriyor ve beldelerindeki yerel yönetim binasının açılış töreninde ilk konserine çıkıyor. Belediyenin düzenlediği bu konser aslında bir

karma konser, yani birden fazla sanatçı katılıyor ve becerilerini sergiliyor, ancak sanatçı kadrosu içindeki en genç sanatçının bizim Helen olması elbette çok dikkat çekiyor. 700 kişilik dinleyici topluluğuna üç şarkı söylüyor ve şarkılarında kendisine piyanoyla gene kendisi eşlik ediyor. Ertesi gün yerel gazeteler ne diyeceklerini şaşırıyorlar küçük kız için; “Pırlanta!” diyenini mi ararsınız, “Dâhi!” diyenini mi? Kısacası, ileride ulaşacağı şan ve şöhretin ilk sinyalleri daha sekiz yaşındayken geliyor diyerek özetleyebiliriz.

[illegible]

Helen Porter Mitchell'in (Nellie Melba) Charles Nisbett Frederick Armstrong ile yaptığı ve pek de keyifli geçmeyen evliliğinin Brisbane'deki kayıt belgesi.

Paris'te yanına ıarak girdiği mezzo soprano Mathilde Marchesi'nin çok etkisi oluyor üzerinde. Hem müzik eğitimi, hem de kendisini nasıl sunduğu, sanatını nasıl pazarladığıyla ilgili köklü değişiklikler gerçekleşiyor bu dönemde. İsmi mesela, Marchesi'nin önerisiyle doğduğu şehir olan Melbourne'den mülhem, "Nellie Melba" olarak değiştiriyor.

nlendike nleniyor bu arada. New York Metropolitan Operası ve sonraları neredeyse kendisiyle özdeşleştirilen Londra'daki Covent Garden'da (Royal Opera House) sahne alması, her konserden sonra salonun alkıştan yıkılması, dönemin sosyete dünyasının da hayranları arasına girmesine yol açıyor. ar III. Alexander, İmparator Franz Joseph, Kraliçe Victoria, efendim, daha aklınıza o dönemin ileri gelenlerinden kim gelirse, kendilerine özel konserler talep ediyorlar. Nerede sahneye çıkarsa çıksın, gişenin önünde kalabalıklar bilet bulabilmek için adeta birbirini yiyor.

Efendim, tahmin edebileceğiniz gibi Avustralya'nın dünya çapındaki ilk şöhreti ve gururu denilen, paraların üzerine resmi basılıp muhtelif kentlere heykeli dikilen Nellie Melba'nın hayatını anlatmak değil aslında amacımız. Yok, konu Nellie Melba'nın yemekten ve içmekten ne kadar hoşlandığı, hayat boyu da hep kilo almamak için nasıl mücadele ettiği falan değil. Ne olduğunu anlamak için dönemi sabit tutup, hikyemizin içinde rol bulacak bir başka karaktere göz atmamız gerekiyor, zira bütün bunlar olurken Londra'da bir başka muhterem daha şöhret basamaklarını tırmanmakta. Ancak sahne sanatları veya müzik değil, bilakis bambaşka bir alanda tırmanıyor diğer kahramanımız basamakları.

Evet efendim, ikinci kahramanımız, Marie Antoine Carme'den sonra dünya mutfak leminde en az onun kadar, profesyonel mutfaklarysa belki ondan da fazla etkisi olmuş bir şahsiyet. Daha sonraları "Papa Escoffier", yani "Escoffier Baba" ismi yakıştırılacak olan George Auguste Escoffier. Bu lakaptaki "baba"lık modern Fransız mutfağının doğumuyla sanal bir ilişkilendirmeden değil, muhteremin ekibine yaklaşımından mülhem yakıştırılmış bir sıfat.

Yanında çalışan veya yetişen herkesle yakından ilgileniyor ve bir babanın evladına sahip çıkacağı gibi sahip çıkıyor hepsine.

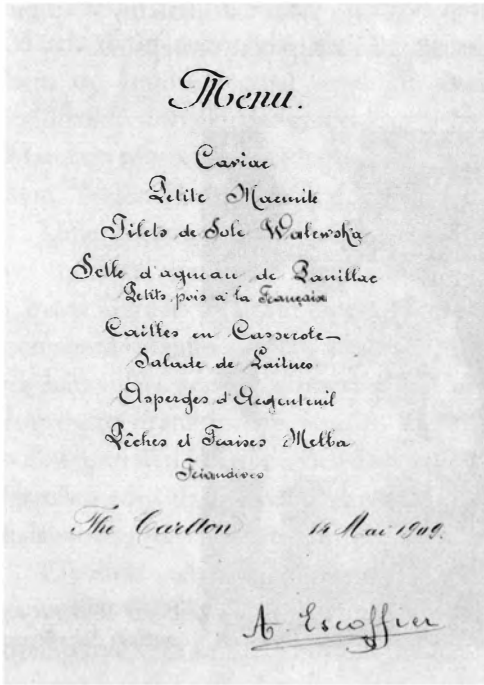


Şef Escoffier,
mutfağı denetliyor.



Escoffier, 1908 yılında Carlton Otel'i'nin mutfağındaki *brigade de cuisine*'iyle.

Escoffier'nin imzasıyla
Mayıs 1909 yılından bir
menü kartı.



Örnek? Titanic'le ilgili pek çok kurguda görmüşsünüzdür, yemek salonlarında şık giyimli hanımefendiler ve beyefendiler beyaz örtülü masalarda, birbirinden nefis görüntülere sahip yemekler önlerinde, kâh sohbet, kâh flört eder, kadeh tokuştururlar. İşte, o masalardaki tabaklarda yer alan muhteşem yemek sunumu görüntüleri aslında Escoffier'in rahle-i tedrisinden geçtikten sonra gemide çalışmaya başlayan mutfak ekibinin eseri. Faciadan sonra Titanic'in mutfak-ında çalışıp kazada hayatını kaybeden tüm ekibin dul eşleri ve çocuklarının bakımlarını üstleniyor Escoffier. Bunun gibi kollayıcı, koruyucu davranışları nedeniyle de "baba" lakabını alıyor.

Escoffier'nin tat kulvarlarının açılımından sistematik sos uygulamalarına, mutfaktaki hiyerarşinin tasarlanmasından bugün keyifle yediğimiz pek çok yemeğin altındaki imzasına kadar sayısız katkısı var. Sayısız derken, bir örnek olması açısından söyleyeyim; yumurtayı 600 farklı şekilde kullanıyor Escoffier ve bunların sadece 256 tanesi yazılı olarak kayda geçmiş durumda.

XIX. yüzyılda yaşamış olan muhterem, önce Savoy Otel'i'nin mutfağında ünleniyor. Rivayete göre ünlenirken de ufak ufak kendine çalışmayı ihmal etmediği söyleniyor. Otelin tüm gıda alımları onun kontrolünde olduğundan, her yaptığı satın almadan küçük bir sakalı kendi hesabına cebe indiriyor. Dönemin parası ile 3.400 Pound'luk şarap ve içkiyi de cebellezi ettikten sonra tam kovulmak üzereyken beraber suçlandığı yol arkadaşı César Ritz ile beraber zaten hazırlığını yapmış oldukları yeni ve rakip bir girişim olan Ritz Otel'i'ni hayata geçirip oraya zıplıyorlar. Ölenin arkasından konuşulmaz, zaten rivayet demiştim başta. Escoffier öyle yaptı, böyle yaptı ama, Allah için konusunda son derece bilgili ve yaratıcı bir muhterem. Mutfak profesyonellerine yönelik yazmış olduğu *Mutfak Rehberi (Le Guide Culinaire)* isimli kitap, hâlâ mutfak sanatlarının kutsal kitabı muamelesi görüyor.

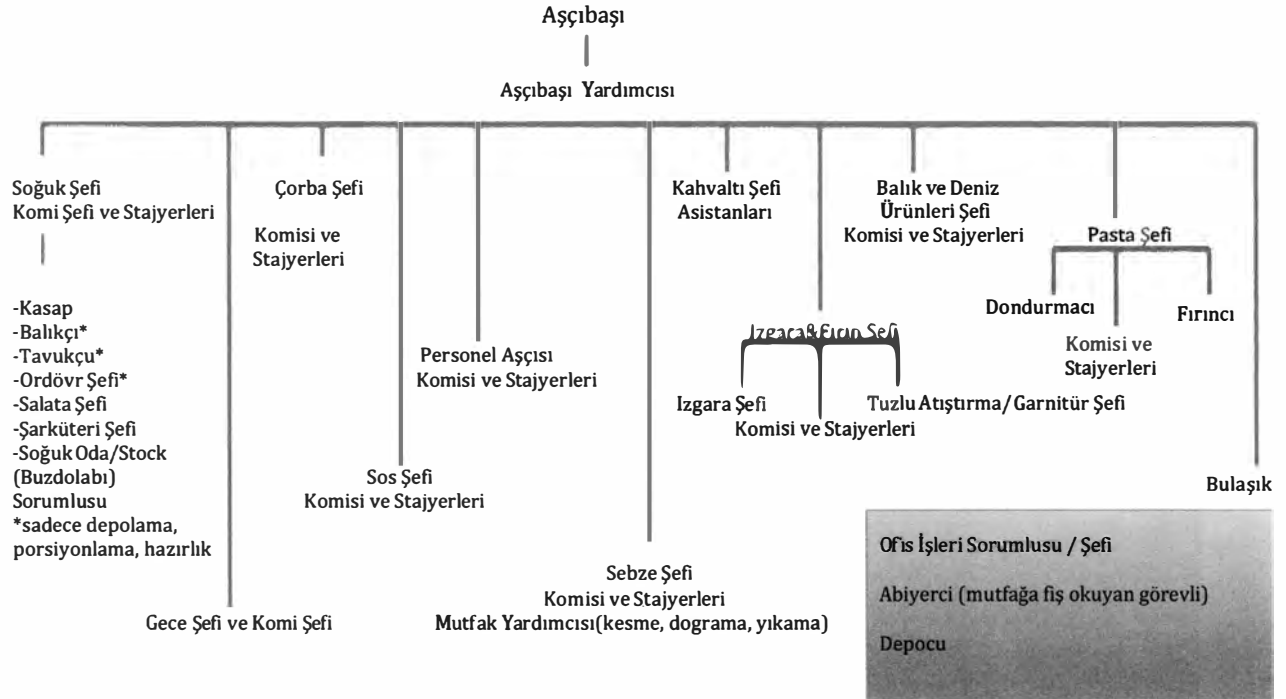
Escoffier'in yemek dünyasına tek katkısı hazırladığı tarifler değil elbette. Aynı zamanda XIV. yüzyıldaki ordu mutfaklarının örgütlenmesini ilham alarak bir de *brigade de cuisine* kavramı atıyor ortaya. Bu kavram hâlâ geçerli ve bütün büyük restoranların mutfakları, Türkçe'siyle "mutfak tugayı" veya "mutfak ekibi" olarak nitelendirilebilecek örgütlenme şeması üzerine inşa ediliyor. Bu şemada da mutfakta görev alan herkesin görev tanımı veya hiyerarşik olarak kime bağlı olduğu net ve kesin çizgilerle belirtilmiş durumda. Kim sosları hazırlar, kim deniz mahsüllerinden sorumludur, patatesi kim soyar, tabaktaki yemeğin görüntüsünü kim tasarlar falan, bütün görevler isim ve tanımları ile beraber açıklanıyor ve hepsinin tepesinde de, sadece ve sadece otel müdürüne (veya patrona, müşteriye) karşı sorumlu olan *chef de cuisine* var. İşte bu *chef de cuisine*, yani "mutfağın şefi" kavramı, bizim bugün "şef" diye bildiğimiz tanımın kaynağı. Bizdeki karşılığı ile aşçıbaşına, yani kendisine bağlı aşçıların başında olan, yöneten kişiye verilen isim. Ancak "şef" tanımı hem mistik bir hava oluşturduğundan hem de uluslararası literatürde karşılık bulduğundan belli bir klasmanın üzerindeki restoranlarda benzer görev üstlenenlere aşçıbaşı değil şef deniliyor.

Şefin veya aşçıbaşının mutfağın bütün bölümleri hakkında çok köklü bilgi ve becerisi olması gerekiyor. Ayrıca idarecilik yeteneği de en az bilgisi kadar önemli. Otel gibi bir işletmenin en çok zarar getirebilecek bölümü olduğu ve ayrıca müşterilerin en önem verdikleri konu olan yemeğe hitap ettiği için yeri tahmin edemeyeceğiniz kadar önemli ekonomik hiyerarşide. Bir anlamda mutfağın beyni ve bu unvan da tahmin edebileceğiniz gibi kolay kazanılan bir unvan değil.

Menülerin hazırlanması, birimlerin işleyişinin kontrolü, satın alma işlemleri, yeni yemek tarifleri oluşturulması, yemeklerin maliyet ve satış fiyatlarının saptanması, müşteriye giden tabağın kontrolü falan hep şefin görevleri arasında yer alıyor. Bu tarif ettiklerimin pek çoğu idarî / ekonomik görevler gibi görünse de, menünün hazırlanması ve menü kalemlerinin uyumu ile yeni yemek tariflerinin oluşturulması elbette idari bilginin yanısıra tat ve lezzet algılarına belli bir seviyenin üzerinde hâkimiyet gerektiriyor.

Evet, uzun uzun şef anlattık ama unutmayalım ki Escoffier'e gelmeden önce bir hanımefendiden bahsediyoruk: 1892 yılında divamız Nellie Melba, Wagner'in *Lohengrin*'i için Londra'ya, Covent Garden'daki Royal Opera House'a geliyor. *Lohengrin*, Wagner'in eski bir destan kahramanı olan "Kuğulu Şövalye"den ilham alarak yazdığı bir eser ve sahnelenirken de dekorda hikâye ve librettoya uygun olarak kuğu şeklinde bir kayık yer alıyor. Nellie Melba, eserin sahnelendiği süre boyunca Savoy'da konaklıyor ve sadece bir opera düşkünü olmakla kalmayıp aynı zamanda kendisinin de sıkı bir hayranı olan Escoffier'le de elbette ahbab olmuş durumdalar, bu konaklamalar sırasında.

Nellie Melba, bu tanışıklıktan sebep ünlü şefe iki adet davetiye yolluyor, bir *Lohengrin* temsili akşamında kendisini izleyebilmesi için. Hem davet edilmiş olmaktan, hem de muhteşem performans tan etkilenen Escoffier, altta kalmamak ve mukabele etmek amacıyla ertesi gün Nellie Melba'nın bazı sahne sanatçısı dostlarının da katıldığı küçük bir partinin finalinde hoş bir sürpriz sunuyor partiye katılanlara.



Restoran servislerinde tabldot (*table d'hôte*) yerine alakart (*à la carte*) öne çıkmaya başladığında, yani misafir kendisine sabit fiyattan sunulan bir seri yemek yerine menüden kendisi seçim yapmaya başladığında, işler karıştı. Her servis aynı sürede hazırlanamıyor, aynı masa müşterilerinin kimi yemek yerken kimi bekliyor, hem salonun hem mutfakın dengesi bozuluyordu. Escoffier, eşgüdümlü çalışan bir görev dağılım düzeneği kurarak mutfak şablonu bağladı. Herkesin yetki, otorite ve itaat sınırlarını kesin çizgilerle çizdi. Askerî hiyerarşiye koşut bu yeni mutfak düzenine de “mutfak tugayı” (*brigade de cuisine*) adını verdi.



Nellie Melba'nın 1899 yılından bir fotoğrafı.



Nellie Hanım'ın biri 1914 (Avustralya), diğeri 1920 (Londra) yıllarından iki konser programı. İlki tam "Cihan Harbî" döneminde gerçekleştiği için "Vatanseverlik Konseri" ismini taşıyor.



Wagner'in *Lohengrin*'inde kuğu.



Wagner'in *Lohengrin*'indeki kuğu, önce *Pêche au Cygne*, yani "Kuğulu Şeftali", daha sonra da *Pêche Melba*'ya (Melba şeftalisi) dönüşüyor.



Önce kuğu şeklinde oyulmuş buz parçası konuluyor servisin üzerine, daha sonra kuğunun kanatları arasına gümüş bir tabak, tabağın üzerine de dondurma (vanilyalı) ve şeftaliden oluşan bir tatlı yerleştiriliyor ve konukların beğenisine sunuluyor.

İlk sunulduğunda *Pêche au Cygne*, yani “Kuğulu Şeftali” olarak bilinen bu tatlı, basit gibi görünse de hem dondurmanın hem de özellikle şeftalinin işleniş sürecinin Escoffier kontrolünde gerçekleştiğini düşünürsek, aslında o kadar da basit değil. Şeftali, aromasını kaybetmemesi için çok kısa bir süre, taş çatlasın üç veya dört saniye kabuğuyla beraber haşlanıyor (*poché*) ve hemen buzlu suya aktarılıyor. Buzlu sudan çıkarılıp soyulduktan sonra üzerine pudra şeker serpiştirilerek buzdolabına alınıyor. *Vaktut taam* (yemek vakti) geldiğinde ise şekerli soğuk şeftaliler bir dondurma yatağının üzerine yerleştirilerek daha önce bahsettiğim buzdan kuğu kanatlarının üzerinde servise sunuluyor.

Bu işlem sürecinin duyuusal yansımasını kısaca şöyle açıklayabiliriz: Pudra şekeri, şeftalinin tadını (tatlılık) arttırırken haşlanma süresinin minimumda tutulması meyvenin tercih edilme sebebi olan aromasını muhafaza ediyor, ancak dokuda minör değişikliklere yol açıyor. Escoffier daha sonra kendisinin de ifade ettiği gibi bu tatlının mükemmel bir denge içerdiğine inanıyor. Ancak bu verili denge defalarca farklı yorumlanmasının, mesela üzerine çiğ badem veya farklı soslar konmasının, hatta daha da köktenci davranılarak şeftalinin başka meyvelerle ikamesinin önüne geçemiyor. Kimsenin günahını almayalım, çiğ badem Escoffier’nin kendi müdahalesi. Ancak koşullu bir müdahale bu, mevsiminde, yani taze ve çiğ badem kullanılmasını istiyor; kuru bademe hiçbir şekilde toleransı yok.

Uzatmayalım efendim, o günkü partide tatlıyı orijinal haliyle yiyen Melba Hanım, bayılıyor lezzetine. Sadece o değil, bütün Londra bayılıyor ve ünü dalga dalga yayılıyor. Ancak ünlenmesi *Pêche au Cygne* ismiyle olmuyor, Nellie Melba’nın tatlıyı beğenmesinin ardından Escoffier ondan müsaade alarak isimde bir değişiklik yapıyor; hanımefendinin sahnede kullandığı, hatta meşhur

olduğu soyadından mülhem, tatlıyı *Pêche Melba* (peşmelba), yani “Melba şeftalisi” adıyla yeniden vaftiz ediyor. İlerleyen yıllarda Escoffier, Savoy macerasını sonlandırıp Ritz’e geçtiğinde isimden gayri yapısal birtakım değişiklikler de gerçekleştiriyor. Önce sadece şeftali, dondurma ve şekerden oluşan tatlının üzerine bu dönemde *Sauce Melba* (Melba Sosu) ismini alan bir meyveli ilave katman, şekerli ahududu ve frenk üzümü püresi geliyor mesela. Daha sonraki yıllardaysa, tercihe bağlı olarak da olsa, krem şanti ilave edildiğini görüyoruz.

Yüz küsur yıllık bir tatlı söz konusu olduğunda, tabii ki bizim anlattığımızın dışında farklı rivayetler de çıkıyor ortaya, tatlının Melba ismini almasıyla ilgili. Aslına bakarsanız sonraları Escoffier’in anlatımıyla Nellie Melba’nın anlatımı bile birbirinden farklı. Keza olayın şahitlerinin hiç de romantik olmayan başka aktarımları da mevcut. Bunların en ilginç canı dondurma çeken ama ses tellerine de zarar vermekten çekinen Melba Hanım için Escoffier’nin şeftaliyi dolgu olarak kullanıp dondurma miktarı azalmış bir “dondurmalı tatlı” servisi, yani *coupe* (kup) icat ederek sunmuş olması.

Hangisi doğru olursa olsun, tabii ki bir tatlıya hatta belki de kupların en ünlüsüne bir ses sanatçısının isminin etiket olması ilginç. İlginç ama tek örnek değil, zira ünlü kişilerin isimleriyle anılan pek çok yiyecek var; *sandwich*’ten başlayan ve *beef Wellington*’la devam eden upuzun bir liste bu. Nellie Melba’nın bu uzun liste içindeki ayrıcalığıysa, hepsi Escoffier’nin tasarımı olmak üzere, bir değil tam dört yiyeceğe isim vermiş olmasından kaynaklanıyor. Poşe şeftalili dondurma tatlısı, yani peşmelba, bir tür fırınlanmış ekmek, yani peksimet olan *Melba toast*, şekerli orman meyveleri püresi, yani *sauce Melba* ve mantar çeşitlerinin eşlik ettiği tavuklu içle yapılan bir tür domates dolması, *Melba garniture*. Magazin meraklıları için belirteyim; Escoffier ile Nellie Melba arasında duygusal bir ilişkiden hiç söz edilmiyor. Sadece dostluk, dört sıradışı yiyecek tasarlatmaya yetmiş Escoffier’ye.

“Bana da Sandwich’inkinden getir!”

Basit veya karmaşık, tüm bilindik masa düzenlerinin dışına çıkılarak, ekmeğin arasına aroma ve lezzeti ondan daha güçlü bir yiyecek koyarak yemenin tarihi oldukça eskilere gidiyor olmasına rağmen, bu tip yiyecekler için günümüzde en yaygın kullanılan isim olan sandviç ismi XVIII. yüzyılda ortaya çıkıyor.

Aslında Ortaçağ döneminde yaygın olan bir uygulama. Sert ekmeği tabak veya kap niyetine kullanıp, üstünü oyarak içine konulan yemek de, Ortaçağdan çok daha gerilere gidip Pesah döneminde hamursuz ekmeğe marullu turplu kurban etini katık etmek de mantık olarak sandviç yapmaktan çok da farklı şeyler değiller.

IV. Sandwich Earl’ü olan John Montagu, muhtemelen Akdeniz ve Ege’ye yaptığı ziyaretlerde gördüğü pide / *pitalardan* ilham alarak, uşağına iki dilim ekmek arasına sıkıştırılmış et parçaları getirmesini söylüyor. Neden bunu yapıyor? Çünkü John Bey o sırada kumar masasında ve ne oyun heyecanını kaybetmek ne de kâğıtlarını masaya bırakmak istiyor.

Neyse, geleni elleriyle yiyip karnını bir güzel doyurunca, bu sefer çevresindekiler de aynısından istemeye, “Bana da Sandwich’inkinden getir!” demeye başlıyorlar. Bir, üç, beş derken, bu şekilde sunulan hızlı ve kolay yiyeceğin ismi *sandwich* oluveriyor.

Yalnız, bu *earl*’lük de nasıl bir soyluluk unvanıysa kardeşim, ikide bir gelip gelip bir yiyecek veya içecek hikâyesinin içine giriveriyor!

Peki, Escoffier neden şeftalileri (*Prunus persica*) sadece birkaç saniye sıcak suyun içinde tutuyor da, şöyle helmelenecek, helva kıvamına gelecek kadar uzun pişirmiyor? Öyle yapsa en azından dokusu dondurmanın dokusuna daha yakın olmayacak mı? Bunun birden fazla sebebi var. Kolay ve bilindik olanından başlarsak, renklere olan düşkünlüğü bilinen bir şef olarak elbette meyvenin beyaza yakın sarı etli kısmının, çekirdeğe kavuştuğu yerlerdeki bordoya kaçan kırmızı renkle buluştuğu o sıcak armoniyi kaybetmek istemiyor Escoffier. Görselliğin bir adım ötesine geçerek baktığımızda, muhafaza etmek istediği bir de doku var aslında,

zira şeftalinin dişle teması ânındaki o hafif diri yapısını elinden kaçırmak istemiyor.

Doku bizim için sandığımızdan daha önemli, pek çok öğün eşleştirmesini bilmeden de olsa dokusal uyum üzerinden yapıyoruz. Bahsetmiştim; sert bir yiyeceğin yanına mutlaka daha yumuşak bir başka yiyecek ekliyoruz. Etse tabaktaki, yanındaki ya pilav ya da püre oluyor mesela en basitinden ve her tabak dokusal zıtlıklarıyla beraber geliyor önümüze. Sert olanı çiğnemek için harcanan çaba, yumuşak olanın kolay yenmesiyle ödüllendiriliyor bir nevi ve bu çaba-ödül-çaba-ödül zinciri her kültürün mutfağında bir şekilde sürüp gidiyor. Dolayısıyla şeftalinin ısırlır diriliğini dengeleyen, dil üzerinde ve herhangi bir diş / ısırma çabası gerektirmeyecek şekilde eriyen dondurma, bilmeden de olsa bu prensibin başarılı bir uygulaması olarak görülebiliyor.

Gelelim bizi bu kitabın bağlamı itibariyle en çok ilgilendiren sebebe: Bütün saydıklarımın ötesinde (veya öncesinde), şeftaliyi şeftali yapan, aynı doku ve benzer görsellikteki diğer meyvelerden ayıran, asit / şeker dengesinin ötesinde karakteristik bir anlam katan, elbette damak üzerinden yükselen ve burun içindeki reseptörlerle buluşarak hayat bulan kokusu, yani aroması. Bu aroma da ısıl işleme tabi tutulduğunda maalesef kaçıp (aslında, uçup) gidiyor. Bundan sebep mümkünse meyveler herhangi bir tatlının, faraza kek veya muhallebinin içine pişmiş olarak dâhil edilmiyor, bilakis pişirme tamamlandıktan sonra çiğ halleriyle yerleştiriliyorlar. Edilseler ne olurdu? Kokuları gider, sadece şekerli birer pelteye dönüşmüş halleri kalırdı. Tüm meyvelerin ısıya duyarlılığı farklı. Belki limonu bir dereceye kadar ısıyla işleyebiliyor ve hâlâ aromasını mahfuz kılabilirdiniz ama şeftalide böyle bir durum mümkün değil.

Şeftalinin kokusunu, doğal yapısı içinde mevcut bulunan 100 civarında molekül sağlıyor. Bunların içinde aldehitler ve alkoller taze / yeşil izlenimi verirken, lakton ve esterler de meyvensiliğin duyumsanmasına neden oluyorlar. Isıttığınızda bu moleküllerin bir kısmı uçuculuk özellikleri nedeniyle bulundukları ortamdan

uzaklaşıyor, bir kısmı ise parçalanarak karakteristik özelliklerini kaybediyorlar. Sonuçta ısınmış şeftali, hele ki ısınma süresi uzadıkça, hem koku hem de aroma olarak şeftali olmaktan uzaklaşıyor. Escoffier de, her ne kadar hayatında şeftaliye dair bir GC/MS analizi veya monogramı görmemiş dahi olsa, tecrübe ve görgüsüyle hareket ederek son derece doğru bir iş yapıyor ve şeftaliyi sıcak suyun içinde dört saniyeden fazla tutmuyor. (GC/MS, gaz kromatograf aygıtı ve aygıtın çıkışına ilave edilmiş mas spektrometre ünitesinin kısaltılmış ismi. Bir ucuna koku örneğini koyduğumuz bu aygıt, öbür ucundan bize o doğal veya kompoze karışımın içinde hangi molekülün ne miktarda mevcut olduğunu bir kâğıda dökerek veriyor. Kolay aklınızda kalması için ekleyeyim: Taklit parfüm endüstrisi bu aygıtla çalışıyor, rakip parfümün formülünü çıkarıyor, sonra aynısını kendileri yapıyorlar. Bkz. *KK - II - Parfümler*, “Angel vs Angel”.) Bir noktadan sonra da Nellie Melba’ya ithaf ettiği bu tatlıda başarılı çokluduyu dengesini kurduğunu fark ederek “mükemmel bir denge içeriyor” diye tanımlıyor.

Sevgili okur, bugün için herhangi bir sokak üstü restoranda peşmelba istediğinizde orijinal tarifteki gibi sadece vanilyalı dondurma ve hassas dengede işlenmiş şeftalinin birlikteliğini bulabilmek artık pek mümkün değil. Haydi, üzerine fazladan ilave edilen mevâdı (madde’nin çoğulu) sıyrır, “kup” olmanın gereği cam kadeh kullanımının daha iyi fotoğraf vermesi için feda edilerek yayvan tabağa evrilmesini görmezden gelirsiniz de, şeftalinin uzun uzun haşlanması ya da direkt şeftali kompostosu dilimleri kullanılması... o hiç olmuyor işte.

Şefin Nasıl Koku ya da Tat Aldığı Önemli mi?

Hiperozmiya, koku alma eşiğinin düşüklüğü anlamına geliyor. Yani bu durumda normal bir insanın algılayamadığı kadar düşük yoğunluktaki kokular algılanabiliyor. Benzetme hoş olmayacak ama köpeklerin koku algısına yakın bir hassaslık durumu söz konusu yani. Koku alıcıları ile koku korteksi arasında gidip gelen sinyallerde normal olmayan bir yükselme söz konusu oluyor hiperozmiyada. Nedenler muhtelif; genetik olarak kalıtılmış da olabiliyor, çevresel koşullar dolayısıyla sonradan oluşmuş da. Bazen tedavi edilebiliyor, ancak her durum için “tedavi edilebilir” demek mümkün değil. Tedavi aşamasında öncelikle hiperozmik kişi kuvvetli koku kaynaklarından uzak neredeyse izole bir yaşam rejimine sokuluyor. Yan etkileri ortaya çıkana kadar da dopamin antagonistleri kullanılıyor. Bazen, nadiren de olsa, bu rahatsızlığın sahibi olanlar hiçbir tedavi uygulamaya gerek kalmadan sadece kokusuz ortam diyetiyle normal koku algısı düzeyine geri dönebiliyorlar. Tabii bunun için genetik değil çevresel koşullardan kaynaklanan bir durumun sebep olması gerekli.

Çok sık rastlanmıyor ve gene çok seyrek rastlanan bir başka hastalığın, *Addison Hastalığı*’nın da semptomları arasında yer alıyor. Addison hastalığı böbreküstü bezlerinin körelmesine

veya yıkılmasına yol açan bir hastalık. İsmi de, hastalığı tanımlayan İngiliz hekim Thomas Addison'dan geliyor. Hoş bir hastalık değil ve eskiden ölümlü sonuçlanabilirken, bugün artık yapay hormonlarla kesin olarak tedavi edilebiliyor; böbreküstü bezlerinin üretmekte yetersiz kaldığı hormonlar bu şekilde ikâme edilebiliyor. Neden yapay hormonlar gerekebiliyor tedavisinde? Çünkü vücut bu hastalık süresince yeterli miktarda hidrokortizon, aldosteron gibi adrenal hormonlarını yeterince üretemiyor. İlginç ve hâlâ karanlık bir şekilde suikaste uğrayarak öldürülen ABD Başkanı John Kennedy'nin mesela, Addison hastalığından muzdarip olduğu, öldürüldükten sonra ortaya çıkmıştı. Kennedy'nin hastalığı başkanlığı döneminde gizli tutulmuş ve o zaman için çok yeni bir yöntem olan kortizon tedavisi uygulanmış merhuma.

Addison hastalığının bir diğer semptomu ise son derece gergin bir ruh halinin ortaya çıkması ve hastanın kendisini sürekli stres altında hissetmesi. Önemli bir görev olan başkanlık görevi sırasında bu gibi bir semptomu gizleyebilmek ve karar mekanizmalarına etkisini yok kılmak için muhtemelen doktorları oldukça fazla uğraşmışlardır Kennedy'le diye düşünüyorum. Gene de unutmayalım ki Kennedy'nin başkanlığı döneminde Fidel Castro'ya yönelik pek çok anlamsız ve başarısız suikast girişimi, ek olarak bir de Domuzlar Körfezi Çıkarması fiyaskosu var Amerika'nın agresyon hesabında. Kennedy'nin Addison hastalığının semptomları arasında hiperozmiya da yer alıyor muydu, bu konuda bir bilgimiz yok. Ancak Kennedy'nin bir dönem sevgilisi ve metresi olan Marilyn Monroe için böyle bir şeyin söz konusu olmadığını, bu muhterem Holywood yıldızının *Chanel 5*'i pek sevdiğini ve yatmadan önce nasıl giyindiği sorulduğunda "Sadece *Chanel 5* giyip girerim yatağa" dediğini biliyoruz.

Amerikan başkanlarının sağlık sorunları veya seks hayatlarına kendimizi fazla kaptırmadan hemen bir U-dönüşü yapalım ve konumuza devam edelim. Chicago'daki Koku ve

Tat Tedavi ve Araştırma Merkezi'ne günün birinde bir hasta geliyor. Şikâyeti, koku duyusunun aşırı hassas olması ve bunun hayatını cehenneme çevirmesi. Tabii bilindik koku algı testleri yapılıyor hanımefendiye ve görülüyor ki hakikaten koku alma duyusu rahatsız edecek derecede gelişkin. Zaten kadıncağız da "Eve hapsoldüm!" diye sızlanıyor doktorlara. 4 km. ötedeki bir yangının kokusunu alabiliyor, yüzyüze konuşurken karşısındakinin yediği yemeğin dış arasında kalmış artıklarının kokusunu bile duyabiliyor, bir dükkâna girdiğinde raflardaki ürünlerin kokularından kurtulmak için adımını hemen terse çevirip dışarı kaçmak zorunda kalıyor. Yaşam kalitesi adına ızdırap verici bir durum yani.

Koku seven biriyseniz, size bu şikâyet edilecek bir durum gibi gelmeyebilir ve hatta o hassaslığa talip bile olabilirsiniz. Ancak hiperozmiya söz konusu olduğunda iş keyif olmaktan çıkıyor. Farz edin ki işitme duyunuz aynı şekilde aşırı gelişmiş olsun ve kaldırım kenarındaki çimlerin rüzgârda çıkardığı sesi bile iki dev hoparlörden duyuyor gibi olun. Üstelik rüzgârın zamanı yok, başkasının duyamadığı bu gürültüyü gündüz olduğu gibi gece de duymak zorundasınız. Uyuyabilmek için tek şansınız kulağınıza pamuk tıkayıp öyle yatağa girmek. İşte aynı duyguyu kokuyla yaşadığınızda, o kulağa tıkadığınız pamuğu burun deliğinize yönlendirme şansınız da olmuyor. Neden? Çünkü nefes almak zorundasınız ve ciğerlerinize çektiğiniz havanın vücudunuza girdiği kanal ile koku moleküllerinin beyninize seyahat etmeye başladığı kanal aynı. Yani burnunuz hem nefes almaya yarıyor hem de koku almaya ve kokudan vazgeçeyim diye nefesinizi feda edemezsiniz. Neyse, hanımefendinin rahatsızlığının Addison hastalığı olduğu saptandıktan sonra tedaviye geçiliyor ve nispeten durum iyileşmeye başlıyor.

Koku ve Tat Tedavi ve Araştırma Merkezi'ndekiler de kendilerine gelen bu ilginç başvuruyla beraber başka bir şeyi düşünmeye başlıyorlar. Acaba bu rahatsızlık veren hiperozmiyanın,

yani kokulara karşı aşırı hassas olma halinin olumlu bir yöne evrilebileceği meslekler olabilir mi? Kafalarında bu soru uyanınca da muhteremler hemen kâğıt kalemi önlerine alıp sağlam bir koku duyusunun gerekli olduğuna inandıkları meslekleri yazmaya başlıyorlar ki, bu meslek sahipleri arasında bir araştırma yapsınlar. Bu mesleklerin sahipleri bizden farklı mı veya onları mesleklerinde başarıya götüren aslında hastalık olarak bilinen bu koku alma duyusundaki hassasiyetin fazlalığı mı, o da ortaya çıksın. Tabii akla gelen ilk meslek parfümörlük oluyor. Ancak ciddi ve güvenilir bir araştırma yapabilmek için denek sayısının tatmin edici adette olması gerekiyor ve katılmaya gönüllü parfümörlerin sayısı o kadar az ki, testi yapabilmek için yeterli sayıya ne yapsalar da ulaşamıyorlar.

Ardından akıllarına şarap tadımcıları, somölyeler, önologlar geliyor. Bu meslek gruplarını incelemeye başladıklarında da hayretle şunu görüyorlar ki kendi aralarında şarabı neyin lezzetli yaptığı konusunda bir fikir birliği yok. Onun da ötesinde, şarap düşkünlerinin denedikleri ürüne yönelik yorumlarının her zaman sanıldığı gibi lezzet duygusuyla ilgili olmadığını, şarabın renginin de lezzetle ilgili pek çok yanılsamaya yol açabileceğini fark ediyorlar. Eh, araştırma koku üzerine yapılacaksa renk algısının konuyla ne ilgisi olabilir diyerek, şarap tadımcılarını da ellerinin tersi ile bir kenara itip başlıyorlar kara kara düşünmeye. Ne yapacaklar da koku alma duyusunun işin içinde olduğu ve hatta meslek sahibine ayrıcalık kazandırdığı bir mesleği bulabilecekler. Al takke ver küllah derken sonunda diyorlar ki, “Kardeşim, biz gidelim Chicago’nun en ünlü on restoranının şeflerini arayalım. Eğer kabul ederlerse de bakalım bu insanların koku alma duyuları ne âlemde, mesleklerini de nasıl etkilemiş?” En ünlü restoranları hedef seçmelerinin sebebi bu restoranların şeflerinin, yani aşçıların zaten meslekte rüştünü ispat etmiş kişiler olmaları. Düşünceleri de bu şeflerin koku tanımlama yeteneklerinin olağanın üzerinde olduğu yönünde. Koku tanım-

lama yeteneğini olağanüstü düzeyde beklerken, tat alma yetileri için aynı şeyi düşünmüyorlar, beklentileri normal olması gerektiği yönünde. Çünkü eğer çok düşük bir tat alma yetileri varsa, şekeri tuzu fazla kaçırabilirler, yok güçlü tat alma yetileri varsa bu kez de hassasiyetleri nedeniyle malzemeyi az koyup yemeğin tatsız olmasına sebep olabilirler. Her iki durumda da yaptıkları yemeğin tadı beğenilmez ve ünlü olamazlar. Yalnız, “tadı beğenilmez diyorum” dikkat edin, “lezzeti” demiyorum. Yani bahsettiğim biyolojik tat, kültürel olarak ona atfettiğimiz geniş anlam semsiyesi değil.

Neyse efendim, şefler deneye katılmayı kabul ediyorlar ve hemen bir yaş tablosu çıkarılıyor. En genç şef 25, en yaşlısı ise 50 yaşında ve ortalama denek yaşı da 32,5 olarak bulunuyor. Bu da istenen bir durum, çünkü 50-60’lı yaşların ilerisinde doğal olarak yaşanmaya başlayan koku alma yetisinin azalması, bu denek grubu için söz konusu değil. Ayrıca şeflerin hepsinin de erkek olmasına dikkat ediliyor, zira kadınların koku alma yetisi erkeklerden daha fazla olduğu için karışık bir grup oluşturulursa doğru verilere ulaşılamayabilir. Sadece kadın şeflerden oluşan bir çalışma için ise seçilen restoranlar özelinde yeterince kadın şef yok. Bakınız sevgili okur, hep bahsettiğim o fırsat eşitsizliğinin ne kadar acımasız olduğunu görüyor musunuz?

Evet, baştan işi sıkı tutmaya karar veriyor araştırmayı yürütenler. Deneyin yapılacağı laboratuvarı da tüm kokulardan arındırıyorlar ki ortamda olması muhtemel koku kirliliği sonuçları etkilemesin. Ayrıca kokulara adaptasyondan daha önce bahsetmiştim, biliyorsunuz. Yani bizlerin bir kokuyu duymaya başladıktan kısa süre sonra ona alışkanlık geliştirebilme ve koku molekülleri ortamda halen var olmasına rağmen yokmuş gibi algılayabilme halimizden, yeni normale uyum sağlayabilmemizden bahsediyorum. Bu adaptasyon sorununun önüne geçmek amacıyla da deneye katılacak şefler deneyin dört gün öncesinden başlamak üzere alkol tüketmemek, iki gün önce-

sinden başlamak üzere kafein ve pasta mamüllerini yememek, sekiz saat öncesinden başlamak üzere de sigara içmemek, çiklet çiğnememek, deodorant, kokulu sabun, şampuan, parfüm veya diş macunu kullanmamak konusunda uyarılıyorlar.

Deneyde en bilindiği UPSIT (University of Pennsylvania Smell Inventory Test) olmak üzere toplam 11 farklı test kullanılıyor. Yanılmıyorsam ilk kitapta bu testten bahsetmiştim (bkz. KK, “Hastalık Kokuyu Nasıl Etkiler (veya Tam Tersi)?”); hatırlatayım: Bu test 40 değişik kokunun kazı-kokla şeklinde kartlara yerleştirilmesi ve bu kokulara eşlik eden standart bir seçenekler dizisi ile koku tanımlayabilirliği ölçülmek üzerine kurulmuş, oldukça yaygın bir test yöntemi. Bunun dışında 20 kokulu ve gene meşhur Connecticut Olfactory Test gibi muhtelif testler kullanılarak denekler üzerinde çapraz kontrol yapılıyor.



Özellikle Parkinson ve Alzhemier gibi hastalıkların ilk belirtilerinden olan koku almadaki düşüşleri saptamada yararlı olan Pennsylvannia Üniversitesi Koku Tanımlama Testi UPSIT’in mucidi Richard Doty, kitap formundaki testin (*scratch & sniff*) bir sayfasını bir deneye koklatırken.



UPSIT Koku Tanım testinin iki farklı versiyonu. Testin farklı kültürlerde öne çıkan koku seçenekleri ile kültürel uyarlanması yapılmış (Örneğin Japonya için UPSIT-J) sürümleri olduğu gibi, kâğıt dışında tüpten soluyarak (snap & sniff) tanımlama çalışması yapmak gibi seçenekleri de var. Temel testte 40 (4 x 10) farklı koku yer alıyor ve kokuların değişik yoğunlukta koklanarak algı eşliğinin saptanabilmesi amacını taşıyor.

UPSIT sonuçları önlerine geldiğinde araştırmacılar görüyorlar ki şeflerin yüzde 97,5'u kokuları doğru olarak tanımlamışlar. Aynı teste tabi tutulan normal insanlarla karşılaştırıldığında ise, doğru tanımlama aralıkları 29 ila 99 arasında gerçekleşmiş, tüm sıralama içinde 81. sırada yer almış şefler ortalama olarak. Bu da, bu şeflerin restoranlarına yemek yemeye giden ve normal ortalamada koku alabildiğini varsaydığımız müşterilerin yüzde 20'sinin, şeflerin kendilerinden daha güçlü bir koku alma yetisine sahip olduğu gerçeğini ortaya çıkarıyor. Şeflerden biri testte yüzde 29 tutturuyor ki, bu da müşterilerinin üçte ikisinden daha düşük bir koku alma yetisi var demek bu muhteremin. İyi de bu kadar düşük bir koku algısı ile bu muhterem nasıl olup da hâlâ işine devam ediyor dersiniz, bu muhteremin en ünlü şefler ara-

sında yer aldığını, bu nedenle de yeteneğinin yanı sıra şöhretinin de bir çekim gücü oluşturduğunu düşünebilirsiniz.

Diğer bir test yöntemi olan Connecticut Olfactory Test’inde ise şeflerin üç tanesi öyle düşük bir skor tutturuyorlar ki, neredeyse klinik bir hipozmiya yaşadıkları ortaya çıkıyor. İşin ilginç, bu üç şef durumlarının farkında değiller. Hiperozmiya zaman içinde yavaş yavaş yani tedricen olduğundan, sorunu yaşayan tarafından fark edilmesi sanıldığı kadar kolay değil. Bu nedenle hiperozmiya sorununu yaşayanların bilincinde olmadan bu durumlarına karşı refleksler geliştirdikleri düşünülüyor. Mesela koku alma yetisi azaldıkça, bu muhteremlerin yemeklerde kullandıkları baharat veya aromatik bitki miktarı artıyor. Baharat ve aromatik bitkiler, yani yemeğe konulan kokulu madde artacak ki, muhteremler koku alma yetilerindeki gerileme başlamadan önce var olan lezzet algılarına eşdeğer bir algıyı yakalayabilsin, “yeni normal”i manipüle ederek “eski normal” seviyesine çekebilsinler. Aynı zamanda tat duyusuyla da ilgili birtakım ek davranışlarda bulunulabiliyor ve mesela yemeğe konulan tuz miktarı arttırılarak hem tat alıcılarının hem de trigeminal sinirin aldığı uyarıların devreye girmesine çalışlabiliyor. Dolayısıyla hipotetik olarak hiperozmiya yaşayan şeflerin tasarladığı yemek tariflerinin, meslektaşlarının yemeklerine oranla daha kokulu ve tuzlu olduğunu düşünebiliriz.

İyi de nasıl oluyor da müşteriler şikâyetçi olmuyor bu durumdan? Eh, koku alma yetisinin yaşla beraber azaldığını ve bu şeflerin çalıştığı restoranların hedef müşteri kitlesinin yaş aralığının da diğer meslektaşlarına göre daha ileri bir yaş dilimini kapsadığını düşünmek mümkün. Sonuçta her şef herkesi memnun etmek zorunda değil ve yemek pazarında da tüketicilerin segmentasyonu, yani zevk alma durumlarına göre sınıflandırılmaları gibi bir durum elbette söz konusu.

Koku alma yetisi zayıf bir müşteri, normal koku alma yetisine sahip bir şefin sunduğu tabağı bu nedenle, yani uyarıların olduğundan daha düşük kuvvette algılaması yüzünden beğenmeyebilir ve kendisinin ihtiyaç duyduğu güçlendirilmiş koku bileşenleriyle

zenginleştirilmiş yemek çeşitlerinin sunulduğu restoranları tercih edebilir. Yanlış anlamayın, bu tercihlerin bilinçli olarak yapıldığını falan iddia ediyor değilim. Bu durumları genelde “ağız tadıma daha çok uyuyor” diye izah ediyoruz zaten birbirimize.

Bütün testler koku tanımlama testi değil; tat tanımlamaya yönelik de birtakım testler uygulanıyor bu şef grubuna. Bütün şefler tatlı, ekşi ve acıyı doğru tanımlıyorlar ama içlerinden ikisi, olağan seviyelerdeki tuzu tanımlamakta zorlanıyor. İşin ilginç, şeflerin yüzde 70’i, ki bunların içinde tuzu tanımlayamayan iki şef de var, acı ve ekşi tat algısını birbirinden kesin olarak ayırmakta bayağı zorlanıyorlar. Her verilen değeri doğru olarak tanımlayan, birbirine karıştırmayanların tüm şef grubuna oranı ise yüzde 30. Şaka gibi, değil mi? Ama şunu unutmayın ki bu testler olağan kabul miktarlarında uyaran verilerek yapılıyor. Oysa hepimizin olağan kabul edilen değerler konusunda sapmalarımız var ve bizler de bu sapmalara uygun yemek hazırlayan şeflerin sundukları tabakları tercih edebiliyoruz.

Sonuçlarda dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta; tat algısında yoğun sorun yaşayan şeflerin yüzde 60’ının, aynı koku kendilerine tekrar tekrar verildiğinde algı ve tanımlamalarından bir şey kaybetmemiş olmaları. Bu ne demek? Bu demek ki bu şefler kokuya adaptasyon durumuna direnebiliyorlar. Bütün gün mutfakta aynı kokulara maruz kalan şefler için bu çok önemli bir durum. Koku varsa ve adapte olup onu artık alamaz hale gelirlirse, bu kez aynı yemeğin lezzetinde saat farkıyla sunulan arasında bir sapma ortaya çıkabilir ve bu da standartlar açısından bakıldığında hiç de istenen bir durum değil.

Bütün koku ve tat testlerinin toplamına baktığımızda, olağan kabul edilen değerler doğrultusunda şeflerin koku konusunda yüzde 70, tat konusunda ise yüzde 30 bir düşüklük gösterdiği görülüyor. Ayrıca konuya giriş başlığımız olan ve bu çalışmanın yapılmasının da nedenini oluşturan hiperozmiya, yani kokuya aşırı duyarlı olma hali, deney grubundaki hiçbir şef için tanımlanamıyor. Demek ki pazar segmentasyonlarını da kâle aldığımızda, ünlü bir şef sayılmak için aşırı duyarlı tat ve koku alma yetisine sahip olmak, beklentinin aksine, geçerli bir durum veya şart değil.

Şunu da ekleyeyim; koku alma yetisi düşük çıkan şeflerin koku tanımlama yetileri o kadar da düşük değil. Bu ne demek? Kokuyu almakta zorlanıyor olabilirler ama bir kez kokuyu algıladıklarında şıp diye onun ne kokusu olduğunu söyleyiveriyorlar. Bir şeyi hatırlamamız gerekiyor tam burada: Koku algısı ile koku tanısı aynı şeyler değil ve farklı kulvarlarda farklı yeteneklerin kapısını açabiliyor bu iki farklı tanım. Gene bildiğimiz bir şeyi hatırlayalım; koku öğrenilebiliyor. Bu deney özelinde de zaten öğrenilerek edinilenin doğuştan gelenin üzerine çıkması olarak görüyoruz sonucu.

Efendim, kadınların koku alma yetilerinin erkeklere göre çok daha güçlü olduğu bir gerçek. Buna bakarak da şunu diyebiliriz ki kadın, erkeğe oranla daha az kokulu unsur katılmış yemeklerden keyif alabilir. Acaba bu, koku alma yetisi düşük şeflerin hazırladığı bol kokulu madde, yani baharat veya aromatik bitkiler içeren tabakların sunulduğu restoranların daha çok erkek müşterilerin tercihi olduğu sonucuna götürür mü bizi? Mantıken öyle olması lâzım ama belki de hanımefendiler eşlerinin seçtiği restoranlara gitmeye onları kırmamak için pek itiraz etmiyordurlar. Ama eğer seçim beylerden değil de hanımlardan bekleniyorsa, onların tercih ettiği restoranların nispeten hafif yemeklerinin, bu kez beyleri pek tatmin etmeyeceğini düşünmek sanırım yanlış olmaz.

Kıssadan bize düşen hisse ne? Bir restoran işletecekseniz ve eğer mekân tasarımı veya konsept üzerinden değil de müşterilerinizin lezzet algısı açısından değerlendirme yapmasını önemsiyorsanız, seçtiğiniz hedef kitlenin lezzet algısına uygun menüler tasarlayacaksınız. Herkesi birden lezzet konusunda tatmin edemezsiniz, çünkü lezzet bileşenleri olan koku ve tat alma duyularımız, bırakın kültürel farklılıkları, hepimizde aynı hassasiyette değil. Denek grubunda yer alan şefler de muhtemelen, kendi zaaflarının bilinçli olarak ayırdına varmadan da olsa, bir şekilde kendi lezzet algıları ile örtüşen niş bir kesimi müşteri edinmişler ve bu nedenle de başarılı addediliyorlar.

Peki, evde bu durum kendini nasıl gösterebilir? En basit örnekle hanımefendilerin hazırladığı yemekler önlerine geldiğinde, bu gruba giren beyfendilerin daha tadına bile bakmadan tuzluk ve biberliğe uzanmaları, sanırım bu saptamanın en belirgin örneği olabilir.

Portakalı Soydum, Başucuma Koydum

Efendim, Sankskritçe'deki *naranc* ile başlayan bir kelime serüveni. Acemler *narang* diyor, Portekizliler *naranja*. Yıllar geçiyor, bu etimolojik yolculuğun kaynağı olan meyve Latince'ye baştaki "n" harfini kaybederek *arancia* diye giriyor. Latince'den sırasıyla İtalyanca'ya, Fransızca'ya, İngilizce'ye; *oranj*, *orange* diye döne döne isim değiştiriyor. Ancak bu meyvenin iki farklı tatta çeşidi var. Biri bitter acı, diğeri tatlı. Her ikisi de Çin kaynaklı meyveler olmasına rağmen, tatlı olanı Çin'den dünyaya Portekizliler tarafından yayıldığı için, bir kısım dillerde Portekizlilere atfen tatlı olanına, mesela Yunanistan'da *portokali*, İran'da *portegal* deniliyor. Eh, hangi meyveden bahsettiğimi artık anlamışsınızdır, elbette ki, portakaldan bahsediyorum. Portakal aslında sadece meyve değil milliyet, yani Portekizli anlamında da kullanılıyor buralarda zamanında. "...ve bunların lisanın bir kavim anlamaz, illa Portakal veledi zinası anlar" diyor mesela Evliya Çelebi. Evet, kötü diyor, ama ne yapayım, diyor işte.

Narenciye ismiyle bildiğimiz ve bizde birkaç çeşit portakal ve mandalınanın ötesinde çok da geniş bir çeşidine rastlayamadığımız meyveler, aslında en geniş ailelerden birini oluşturuyorlar. O kadar geniş bir çeşitlilik var ki, bütün bu doğal ya da yapay, yani

bilinçli eşleştirmelerin kökeninde hangilerinin olduğunu, bir başka deyişle soyağaçlarının başını kimin veya kimlerin çektiğini bulabilmek pek olası değil.

Portakal, limon, greyfurt, mandalina, turunc ve bergamotun pek çok çeşidi bu melezler arasında yer alırken hepsinin atasının sitron (*Citrus medica*), pomelo (*Citrus maxia*) ve mandarin (*Citrus reticulata*), yani üç meyve olduğu, diğer tüm çeşitlerin bu üçünden ve üçünün türevlerinden ürediği söyleniyor.

Hoş aroma ve kokusundan sebep çekirdekli olmasına rağmen bizde de son yıllarda revaçta olmaya başlayan Klementin mandalinası (*Citrus clementina*) mesela, XIX. yüzyılda Cezayir’de Marie-Clément isimli bir rahip tarafından üretilen bir mandalina çeşidi. Genetik analizi yapıldığında da bildiğimiz “tatlı” portakal (*Citrus sinensis*) ile Akdeniz’e has bir mandalina çeşidinin (*Citrus deliciosa*) üretildiği görülüyor.



Citrus sinensis, yani portakal.

Peki insanlar neden gidip farklı türleri çaprazlıyorlar? Bunun idealize edilmiş bir lezzet profiline ulaşmak, yüksek verim, yani bir ağaçtan daha çok meyve sağlamak, uçucular, “haşerat”, kemirgenler gibi canlılara daha mukavim hale getirmek, ayrıca özellikle sıcak mevsim meyvelerinde ısı düşmelerine karşı dayanıklılık gibi pek çok sebebi olabiliyor.

Portakal’ın çok hoş bir kokusu var. Ne zaman elinize bıçak alıp kabuğuna değdirseniz, yüzünüze doğru görünür bir püskürtü ve beraberinde de koku dünyasındakilerin sevdiği deyimle bir aldehit patlaması yaşıyorsunuz. Neden kabuğa dokununca oluyor bu? Çünkü portakalın bildiğimiz kokusu, aslında kabuğunda, daha doğrusu, kabuğunun renkli kısmında yer alıyor. “Portakal yağı” falan diye görürsünüz attarlarda belki ama onun doğrusu elbette “portakal kabuğu yağı” olmalıdır, zira kokulu moleküllerin bulunduğu portakal özyağı, sadece ve sadece meyvenin kabuğundan elde ediliyor.

Ne yapıyoruz portakalı elimize alıp bıçakla hamle ettikten sonra? Soyuyoruz tabii. Bize gerekli olan içindeki etli kısım, yani meyve kısmı. Ama kabuğu da çok işe yarıyor. Hem koku orada olduğu için yağı çıkarılabilir, hem kurutulup infüzyon yapılıyor, hem de hayvan yemi olarak kullanılabilir. Ayrıca kabuktaki renkli kısım esas kokuyu barındıran kısım olduğundan oranın hafifçe rendelenmesiyle mutfakta hazırlanan pek çok yiyeceğe muhteşem aromalar katılabilir. Aşurelerin içine konulan portakal kabukçuklarının, kayısı veya üzümünden çok daha kuvvetli bir aromatik katkı yaptığını elbette hatırlıyoruzdur. Ama portakalın tek hikmeti içindeki meyvede veya kabuğun dış yüzeyindeki renkli kısımda değil.

Yemeye tenezzül etmediğimiz meyve ile dış kabuk arasında kalan o beyaz kısım veya daha doğru bir tarifile kabuğun “perikard” denilen iç kısmı da son derece zengin bir *pektin* kaynağı. *Pektin*, Yunanca *pektikos* kelimesinden türemiş, anlamı da “katılaşmış, pıhtılaşmış” demek. Ne işe yarar? O-ooo, ne işe yaramaz? Reçellerin jölemsi dokusunu verir, meyve suları ve süt ürünlerinde stabilizör olarak kullanılır, kıvam verir, kalınlaştırır; hülasa ilaçtan tatlıya pek çok şeyin içine bir maksatla girer yani. *Pektin* deposu olmasının dışında, bu pek

yüzüne bakmadığımız ve meyvenin üzerine yapışmışsa tırnağımızla kaldırarak temizlediğimiz o beyaz bölgede, aynı zamanda, en az meyvenin kendisinde olduğu kadar C vitamini de mevcuttur.

Portakalın bol yetiştiği her bölge, öncelikle tartışmasız lider üretici olan Brezilya, ayrıca İtalya, Florida falan mesela, aynı zamanda portakal özyağının da bolca üretildiği yerler. Eski zamanlarda bu yağı portakalın kabuğundan elle sıkıştırılan preslerde ezerek ve akan yağı süngerle toplayarak elde ederlermiş. Şimdi tabii artık ne el presi var, ne de presin altından yağı toplamak için uzanan süngerli eller. Artık kabuklar otomatik olarak dev preslerde ezile ezile bol bol kokulu sıvı elde ediliyor. Bu sıvının içinde su da var haliyle, dolayısıyla dekante edilerek su kenara ayrılıyor, kalan yağ da bin türlü işe yaramak üzere ambalajlanıp pazara sunuluyor.

Çıkan kokulu yağın moleküler yapısı oldukça ilginç. Neden? Çünkü portakalın koku profilinin yüzde 90'ından fazlasını tek başına *limonen* isimli molekül oluşturuyor. Nedir *limonen*? *Limonen*, terpen olarak sınıflandırılan sıvı bir hidrokarbon ve bütün narenciyelerin doğal bir parçası. Zaten kahve bölümünden hatırlayacaksınız, hani şu “kara ölüm” vebanın Paris’e verdiği zararın boyutunu azaltan, çöplerdeki limon kabuklarının içinde de yer alan molekül. Kokusunun yanında başka özellikleri de mevcut elbette. Çok güçlü yağ çözme ve temizleme özelliği var öncelikle, bu yüzden gün geçtikçe artan bir şekilde temizlik ürünlerinde yer alıyor. Ayrıca, kirli bir tahtaya, mesela mobilyaya sürdüğünüzde, zedelemekten tahtanın kirini çıkarabiliyorsunuz (üstelik parlaklık veriyor mobilyanıza) ve bu nedenle de bu iş için kullanılan terebentinin çok daha hoş kokulu bir alternatifi oluveriyor. Gerçi sayıları epey azaldı ama pul koleksiyoncuları yani filatelistler de, içinde *limonen* olan ortam kokulandırma spreylerini, pulları zarftan nazıkçe zedelemekten ayırmak için kullanıyorlar.

Portakal kabuğu yağının kokusu deyince aklınız hemen parfümlere veya işlevsel ürünler endüstrisinin kokulandırmasına, mesela bulaşık deterjanı kokularına veya diğer yağ çözücülere falan gitmesin. Bu kokuyla arası iyi olmayan canlılar da var ve bir kısım sinek, karın-

ca ve “haşere” mesela portakal yağı kokusunun yanına bile yaklaşmıyorlar. Hatta haşereyi geçtim, kedilerin de hoşlanmadığı bir koku portakal yağının kokusu. Bu hoşlanmama haliyle beraber doğayla barışık bir malzeme olması portakal yağının kullanım alanları içine haşere ve sinek ilaçlamasını da hemen dâhil ediveriyor tabii. Bu arada unutmadan söyleyelim; portakal yağının insan cildiyle teması hafif düzeyde de olsa tahrişe yol açabiliyor, bu nedenle uzun süre bu yağ ile haşır neşir olanlar eldiven giymek zorunda kalıyorlar.

İyi de, kokusunu tarif ederken neden “yüzde 90’ından fazlası *limonen* molekülüdür” dedim de net bir rakam vermedim? Doğru düşündünüz, çünkü hasada ve tarlaya bağlı olarak bu oranlar değişiyor. Yani portakal gene portakal, ama mesela birkaç ayrı Valencia portakalının yağını bile teste tabi tutsanız, çok farklı içeriklere şahit olabiliyorsunuz. Demek ki, her doğal yağda olduğu gibi portakal yağında, daha doğrusu portakal kabuğu yağında da evrensel bir standart yok ve sürprizlere açık olmak gerekiyor.

Zaten bırakın tadını veya kuruluşunu, o kabuğun içeri saldığı koku molekülleri sayesinde her yediğiniz portakalın kokusunun birbirini tutmadığını siz de biliyorsunuz! Markete gidip hazır filede satılan portakallardan bile yan yana duran iki taneyi alıp suyunu sıktığınızda, iki filenin ürününden aldığınız lezzet farklı olabiliyor. Lezzet nedir? Büyük çoğunluğu koku duyusuna az kısmı da tat duyusuna hitap eden toplu bir keyif bileşenidir, değil mi? Eh, iki portakalın koku profilinde fark olunca da kimi portakal belki size daha tatlı kokulu geliyor, seviyorsunuz; kimi belki başkasına daha yağlı ve sert kokulu geliyor, başkası da onu seviyor.

Sadece kokusundan bahsediyorum ve diğer lezzet bileşenlerini, tadı, dokuyu işin içine sokmadım bile. Tamam, da, nasıl kokanını severseniz sevin, her mevsim portakal mevsimi mi? Her dakika markete gidip portakal alıp, portakal sıkacağına koyup, en az üç dakika uğraşıp suyunu çıkartacak, suyu sıktıktan sonra da işlem sırasında oluşan bulaşığı temizleyip o nefis sıvıyı yudumlayacak vaktimiz var mı hep? Keşke olsa. Ama biz öyle canlılarız ki, eğer vakit yoksa da “illa ve hep” ulaşmak istediğimiz için bir şekilde

talep ediyoruz portakalın suyunu. Tabii bu sefer de çözüm olarak önümüze işlenmiş portakal suları, yani pek azını cam şişede, büyük çoğunluğunu karton kutularda satın aldıklarımız çıkıyor.

Türkiye'nin ilk meyve suyu fabrikasını ben hatırlıyorum. Kireçburnu'ndaki Bosstay fabrikasıydı ve son derece ilginç, yuvarlak hatlı, top gibi, yivli gibi bir şişesi vardı. Sonra Aroma, sonra üçgen tetrapak kutularda Meysu geldi. Hangisi önce, hangisi sonra, kronolojiyi karıştırmış olabilirim ama bildiğim, bu işler hep 60'ların sonu civarında oldu. Ondan önce, mesela yazın portakal suyu içmek isteyen benden bir önceki jenerasyon ne yapardı dersiniz? Cevap basit, içmezlerdi efendim. Her sebze veya meyvenin bir mevsimi olduğu bilinirdi ve ona göre davranılırdı. Her an her şeye sahip olma isteği, daha henüz o zamanlar neredeyse genetik kodlarımızın içine kazınacak kadar belletilmemişti onlara çünkü. Mevsiminden az önce satışa çıkabilen pek az miktardaki sebze ve meyve için, şimdi anlamının içi boşalmış olan "turfanda" diye bir kelime vardı o zamanlar; ama o turfanda meyve ve sebzeler de zaten yanına yanaşılamayacak kadar pahalı olurlardı.



Meysu'nun bir zamanlar efsane olan piramit formundaki ambalajının reklamı. Stadyumlarda satıcılar sepet içinde "Pide, ayran, Meysu!" diye bağırarak satar, eğer satın alan arkalarda oturuyorsa hiç elden ele dolaştırıp işi uzatmadan piramit kutuyu alıcıya doğru fırlatıverirlerdi.



70'li yılların ilk meyve suyu markalarından Bosstay'ın meşhur şişesi/reklamı.

NASIL AYNİ OLUYOR BU PORTAKALLAR?

Neyse, “gericilik” yapmayalım ve konumuza dönelim. Diyelim ki her şey aslında böyle normal ve mevsimi dışında da normalde orada olmaması gereken bir meyvenin suyunu içmek istiyoruz. Ne yapacağız? Elbette gidip marketten renkli kutularda satılan pek çok çeşitten birini alıp bardağa boşaltacağız. İyi de, biz mevsiminde bile yan yana iki fileden alıp sıkığımız portakal suyunda fark bulurken, nasıl oluyor da kutularda satılan portakal suları bardağımıza döküldüğünde, aynı markanın ürünleri için geçerli olmak üzere, hep aynı kokuyor ve aynı lezzette oluyorlar? Hatta bir adım ileri gideyim: Bilirsiniz, meyve suları artık farklı şekillerde satılıyorlar, “konsantreden üretilmiştir” veya “yüzde 100 meyve suyundan üretilmiştir” gibi. Hadi konsantre olanları kendimizi az-biraz entel gördüğümüzden elimizin tersi ile ittik market rafında ve gene kendimizi pek de bilinçli bir tüketici addedip daha doğaldır diyerek “yüzde 100 portakal suyundan üretilmiştir” yazan kutulara hamle ettik. İki tane

aldık, geldik eve, açtık. Bir birinden bir de öbüründen içtik. A-aaa! E, ama bunlar da birbirinin aynı? İyi de nasıl oluyor da oluyor o zaman bu iş kardeşler? Bunu anlayabilmek için efendim, gelin önce portakal suyu, daha doğrusu köşe büfedeki portakal sıkacağında sıkılmış olan değil de, endüstriyel ölçekte satılan portakal suyu nasıl hazırlanıyor ona bir bakalım müsaadenizle.

Snow Crop Quality begins with Costlier Oranges

Finer premium oranges!

Only costlier oranges, picked at the peak of sundane y flavor, are used for Snow Crop juice. Frozen just hours from the tree, all its natural freshness reaches you intact.

Soft-squeezed!

Snow Crop's perfect, uncruised juice uses *pure* it's the world's softest-squeezed juice. *Pure* juice, free of the bitter peel oils found in high-pressure extracted juices.



Never cooked!

Unlike most frozen orange juices, Snow Crop is so pure it never *has* to be cooked. All its natural freshness, vitamins are preserved by freezing, not impaired by heating.

**Naturally...the freshest
Orange Juice frozen!**

Refresh yourself with healthful, *naturally* fresher Snow Crop every day. In convenient cans wherever quality frozen foods are sold. At fountains featuring the foamy, blue Snow Crop dispenser. Home or away Snow Crop is *naturally* the finest orange juice frozen.

Snow Crop Division . . . Clunum Foods Inc.
445 Park Avenue, New York 22, N. Y.



Yeni teknikler öncesi piyasanın hâkimi olan ve teneke kutuda satılıp suyla karıştırılarak "portakal suyu"na dönüşen konsantre ("usare").

Öncelikle bu işle-ri başlatan Tropicana isimli bir Amerikan içecek şirketi. Amerika bu konuda çok hassas, çünkü Amerikalılar için kahvaltıda portakal suyu içmek, bizim çay içmemizle eş anlamda ve o olmadan güne baş-lamıyorlar. Kahve bile içseler mutlaka yanına bir portakal suyu eşlik ediyor. Bu da haliyle Amerikan tüketicisini en büyük portakal suyu pazarı haline getiriyor ve üretici şirketler de "Ne yaparım da bu pazardan daha büyük bir dilim alabilirim?" diye düşünmeye başlı-yorlar.

İşte, daha çok veya neredeyse tamamen kolalı meşrubatları ile tanıdığımız bu şirke-te ait bir meyve suyu

markası da, 80'li yıllarda “konsantreden üretilmemiştir” ibaresini portakal sularının üzerine basarak ürününü farklı bir pazar diliminde konumlandırıyor. Yani konsantreden üretilmiş ve ucuz olan portakal sularının karşısına, yüzde 100 meyve suyundan sıkılmış ve konsantre edilmemiş, pastörize portakal suyu ile çıkarak biraz daha pahalı bir ürünü satmaya başlıyor.

Bu ürün, biz tüketiciler üzerinde de bir algı karmaşası yaratıyor, zira biz bu tip yüzde 100 meyve suyundan üretilmiş ürünlerin konsantreden üretilenlere oranla daha taze ürünler olduğunu düşünmeye başlıyoruz. Oysa alakası yok ve yüzde 100 meyve suyundan üretilmiş bir ürün de ambalajlanıp bize sunulmadan önce pekâlâ fabrika deposunda bir yıl bekletilmiş olabilir.



Soldaki konsantreden üretilmiş, sağdakinde ise öyle olmadığı “not from concentrate” ibaresiyle belirtilen iki portakal içeceği. Türk Gıda Kodeksi’ne göre meyve içeren içecekler, meyve oranlarına göre 4 kategoride tanımlanıyor:

- Meyve suyu: Meyve oranı yüzde 100 (Diğer adıyla “yüzde 100” meyve suyu),
- Meyve nektarı: Meyve oranı yüzde 25 - yüzde 99,
- Meyveli içecek: Meyve oranı yüzde 10- yüzde 24,
- Aromalı içecek: Meyve oranı yüzde 10’dan az.

İyi de, evde sıkıldığınız portakal suyu zar zor iki gün bozulmadan kalabiliyorken bunlar nasıl bir yıl dayanabilir bozulmadan? Bizler efendim, bu işleri pek bilemediğimizden ve reklamların manipüle edici mesajlarına inanmaya dünden razı olduğumuzdan, bu tip ürünlerin taze, müdahale edilmemiş ürünler olduğunu düşünüyoruz. Bununla beraber de bu tip ürünlerin satışı bizim bu algı yanılsamamızdan istifade her yıl katlanarak artıyor. Bu ürünün daha pahalı olmasının sebebi taze sıkılmış olana çok yakın olmasından falan değil. Konsantrenin tuttuğu yer bununla mukayese edildiğinde çok çok daha az ve bu da depolama maliyetlerine önemli bir fark bindiriyor. O fark da, kâr marjını birkaç puan gıdıklamak suretiyle bize daha yüksek bir fiyat olarak yansıyor. Bilginiz için; az önce dediğim gibi portakal suyu en çok Amerika'da satılıyor ve bu pazarda iki tane lider marka var. Bu iki lider markadan pazarın yüzde 65'ini elinde tutan Tropicana'nın sahibi Pepsi Cola, diğer lider marka olan Minute Maid'in sahibi ise Coca-Cola. Yani "para yabancıya gitmiyor" da diyebiliriz bu markalara fazlasıyla aşına olduğumuzu düşünerek.

Efendim, portakal suyu uçucu ve oksijenli molekülleri de içeren bir içecek. Yapısı gereği bu uçucu moleküller, mesela terpenler, hiç stabil değiller. Hava veya ışıqla biraraya gelince hemen suratları asılıyor ve şekil değiştiriyorlar. Biz bu moleküllerin suratını görüp kaşlarının çatıldığını idrak edemiyoruz belki ama onlar dış etkilere olan bu tepkilerini hemen lezzeti bozarak belli ediyorlar. Yani, taze sıkılmış portakal suyu az beklediğinde, tat ve kokusunda olumsuz yönde bir değişim oluyor. Oysa portakal suyu fabrikaları, portakalın bol olmadığı veya fiyatının yüksek olduğu dönemlerde de aynı kalite ve fiyatta portakal suyunu satışa sunmak zorundalar. Bunun için de portakal bol ve ucuzken tonlarca satın alıp, sıkıp depolamak mecburiyetindeler. İyi de, o depolanmış portakal suyunun belki bir sene satılmadan beklemesi gerekecek tankların içinde. Bu uzun süre boyunca okside olmasının, yani bozulmasının önüne nasıl geçecekler? "Parfümlerin okside olmasını geciktirmek için yaptığımız gibi, bir kısım antioksidan malzeme koyalım suyun içine" deseniz, o da olmuyor, çünkü antioksidanlar tat duyusunu

olumsuz etkiliyorlar ve portakal suyumuzu acılaştırıyorlar. Üstelik biz yüzde 100 portakal suyu satma iddiasındayız ve etikete de bunu yazacağız. Yalan da söyleyemeyiz ki? Peki nasıl yapacağız da tonlarca taze sıkılmış portakal suyunun aylarca bozulmadan tanklar içinde beklemesini sağlayabileceğiz?



Bir meyve suyu fabrikasındaki depolama tankları ve fabrikaya gelen portakallar sıkılmadan önce kontrol hattında.

Yapacağımız şey aslında gayet basit. Bizim anladığımız anlamda depolamanın bir adım ötesine geçeceğiz ve “aseptik depolama” denilen bir yöntemi uygulayacağız. Ne demek “aseptik depolama”? Basit anlamıyla bir sterilizasyon işlemi. Portakal suyunun okside olarak bozulmasının sebebi, içindeki oksijen olduğundan bu depolama yönteminde portakal suyu içindeki bütün oksijen dışarı alınıp kalanı depolanıyor. “Deaerasyon” denilen bu işlem sayesinde ek koruyucu koymaya gerek kalmadan makul ısı derecelerindeki dev tanklarda portakal suları bozulmadan bir yıla kadar bekletilebiliyor.

Ancaaaak burada da başka ve çok önemli bir sorun çıkıyor karşımıza. Portakala kokusunu veren ve çabuk uçan aroma molekülleri de bu oksijen alımı sırasında portakal suyumuzun dışına çıkarılmış oluyor. Bu ne demek? Bu demek ki o depoladığımız ve beklemekte olan portakal suyu, portakala ait bir kısım besleyici özelliği kısmen muhafaza edebilse dahi, aslında kokusuz bir sıvıya dönüşmüş durumda. Lezzeti oluşturan en önemli faktörün koku olduğunu düşünürsek, o aşamada depolarda havasız ortamda şişelenmeyi bekleyen tonlarca portakal suyu, bizim için lezzetsiz sıvılar halindeler.

Burada da mecburen devreye, bizim Dior, Versace veya Calvin Klein için parfümler üreten koku şirketleri devreye giriyorlar. Neden? Çünkü kokusu, dolayısıyla lezzeti kalmamış portakal suyunu paketlemeden önce kokulandırmak lazım ki satılabilсин. Bunun için işte, o koku şirketleri, her markaya özel “lezzet paketleri” ürettiyorlar. Bu “lezzet paketleri” veya İngilizcesi ile *flavour packler* de markalara özel olduklarından, her markanın her kutu veya şişe portakal suyu bize aynı lezzette ulaşabiliyor. Bu “lezzet paketleri” etiketlerin üzerine de yazılmak zorunda değil, çünkü yabancı bir yerden değil, teknik olarak aynı portakalın kabuğundan üretilmiş esanslardan elde ediliyorlar. Hatta belki de aynı fabrikadaki portakalların suyu sıkılırken ısıkartaya çıkarılan kabuklardan elde edilen esans yağından üretiliyorlar.

DOĞALLIK BU KADAR NET Mİ?

Madem bunlar o portakalların kabuklarının renkli kısımlarından preslenerek elde edilen kokulu yağlar, o zaman bu yağların da en az o portakalların birbirlerine olan farkı kadar farklı kokulara sahip olması gerekmez mi? Gerekir elbette. Ama size kim dedi ki “o portakallardan elde edilen doğal esanslar oldukları gibi portakal suyunun içine katılıyor” diye? Ben demedim valla. Hayır, hakikaten üst satırlara çıkıp tekrar okuyorum; ciddiym, dememişim. Benim dediğim yaklaşık olarak şu: Doğal portakaldan, doğal yöntemlerle elde edilen kokulu özyağ içinden bazı moleküller izole edilerek, yani ayrıştırılarak teker teker dışarı alınıyor. Yani bizim başta por-

takal kokusu olarak bildiğimiz toplam koku, parçalara ayrılarak *etil butirat*, *oktanal*, *dekanal*, *limonen* vs. gibi koku molekülleri bütününden içinden alınarak izole ediliyorlar. Bu sayede de biz bir yapısöküm yapmış oluyoruz ve portakal kokusunu oluşturan tüm içerik moleküllerini ayrı ayrı elimizin altına alıyoruz. Şu âna kadar doğal olmayan bir şey yapmadık. Sonrasında, alıyoruz o molekülleri ve doğada bulunduğu halleriyle değil, içecek firmasının istediği haliyle, yani ısmarlama bir “taze sıkılmış portakal suyu kokusu” üretmek üzere yeniden ama farklı oranlarda biraraya getiriyoruz.

Tüm işlemler teknik olarak doğal, elimizdeki malzeme de teknik olarak doğal, ancak doğal olmayan tek bir şey var, o da tekil molekülleri birleştirerek elde ettiğimiz ve portakal suyuna katılmak üzere meşrubat firmasına satmaya hazırlandığımız kokunun formülasyonu. Bu koku, bu haliyle doğada mevcut bir koku değil ve onu biz sipariş üzerine tasarlayıp ürettik. Bu doğal malzemeden elde edilen portakal suyu kokusunun profili, dediğim gibi, tamamen meşrubat şirketinin siparişi üzerine hazırlanıyor. Eğer bu koku, Amerika’da bir portakal suyu şirketine satılacaksa, içine *etil butirat*’ı, Brezilya veya Meksika için hazırladığımız koku formüllerine oranla daha fazla koyuyoruz. Brezilya’da bir portakal suyu şirketine koku seti hazırlıyorsak, bu kez de *dekanal*’i fazla tutuyoruz aroma formülünün içinde. Yani her pazar veya her marka portakal suyu için hazırlanan ve doğal maddelerden elde edilen bu portakal esansları, aslında birbirlerinden farklı formüllerle biraraya getirilmiş moleküllerden oluşuyorlar.

Ülkeyi geçtim, aynı ülke pazarı içindeki farklı markaların da kendilerine has “taze sıkılmış portakal suyu” kokuları var. Koku dediğime bakmayın, tabii ki bunlar da teknik olarak parfüm, ancak bu parfümleri *eau de toilette*’iniz gibi alkollü bir ortam taşıyorlar size, onun yerine meyve suyu ortamı içinde kullanımınıza sunuluyorlar. Kokularını almanız beklenen patika da *retronazal* koku algınız olduğu için isimleri parfüm değil aroma oluyor. Bu sayede X markasına ait tüm portakal suları, aynı lezzete sahip oluyorlar. Siz de satın alma tercihinizi yaparken “ben X marka portakal

suyunu daha fazla seviyorum” dediğinizde, aslında o markanın aroma profilini tasarlayan parfümörü onore etmiş oluyorsunuz.

Peki “konsantreden üretilmiş” portakal sularında durum nasıl? Onu da kısaca anlatayım: Konsantre üretiminde sıkılmış portakal suları önce pastörize edilip filtreleniyor, daha sonra vakum ve ısı altında buharlaşmaya tabi tutuluyorlar. Bu vakumlama işlemiyle içerikteki suyun çoğu buharlaşmış oluyor ve geriye yüzde 65 oranında şeker içeren “lönk!” diye yoğun bir konsantre kalıyor. Bu konsantre de (-12) derece soğuklukta muhafaza ediliyor ama aynı diğer yöntemde olduğu gibi bunda da portakala has kokuyu veren moleküller vakumlama sırasında kaybolup gitmiş vaziyetler. Daha sonra, yani satışa sunulacağı zaman, bu konsantreye su katılarak şeker oranı ve kıvamı istenen dereceye getiriliyor ve elbette tahmin edebileceğiniz gibi vakumlama sırasında kaybolan kokunun yerine de koku şirketleri tarafından hazırlanmış koku setleri son aşamada içine ilave ediliyor.

Sonuçta, ortada son derece net duran bir gerçeği fark etmekten uzak duruyoruz. Manavdaki portakalın lezzet farkını kabulleniyoruz da, “konsantreden” veya “yüzde 100 portakal suyundan” üretilmiş endüstriyel portakal sularının lezzetlerinin hep birbirinin aynı olması dikkatimizi hiç mi hiç çekmiyor. İnsan beyni, işte böyle bir şey...

Beş Usta

Sizlere bu bölümde Çin Beşlisi'nden bahsedeceğim. Yok, yanlış anlamayın, Marksist terminolojinin bir kısmı içinde yer alan “beş usta” kavramına girmeyeceğim. Zaten bu kavramın her kesim tarafından kabul edilirliliği de tartışmalı olduğundan, üstelik de kokuyla fazla ilgisi bulunmadığından, doğal olarak bizim kapsama alanımız dışında kalıyor. Ama gene de merak edenler için bu “beş usta” nedir çok kısa bir açıklayayım, sonra geçelim Çin Beşlisi'ne. Evet, Karl Marx ve yoldaşı Friedrich Engels'in oluşturduğu düşünce akımının hayatın pratiğine dâhil olma sürecinde, bu süreçleri yöneten önderler kendi isimlerini, teorik altyapıyı oluşturan bu muhteremlerin isimlerinin yanına kayıt olarak düşüyorlar. Marksizmin pratiğe dönüştüğü veya en azından dönüştürülmesinin uzun süreli olarak denendiği ilk ülke olan Rusya'da, SBKP'nin (öncesinde RSDİP) önderi olan Vladimir İlyiç Ulyanov, yani Lenin ile başlayan bu akım, daha sonra Lenin'in ardılı olan Stalin ile devam ediyor.

Ancak Marksist felsefenin pratiğe dönüştürülme çabaları her ülkede aynı yol ve yöntemi izleyemiyor. Neden? Çünkü teori- de öngörülen ve Rusya'da da, Marx'ın aslında devrim beklediği İngiltere ya da Almanya kadar olmasa da, ana motor görevini üstlenen işçi sınıfı, yani proleterya, Marksizm'e gönül vermiş dev-

rimcilerin bulunduğu her ülkede aynı güç ve yoğunlukta değildi. Mesela Çin örneğinde yetkin bir proleteryaдан bahsetmek olası değil, çünkü bu ülkede sanayileşme, dolayısıyla işçi sınıfı yetersiz ve güçsüz. Bu nedenle ÇKP ve önderi Mao, Marksist felsefeyi kendi ülke koşullarına adapte etmeye çalışarak ve devrimin ana motoru görevini proleterya yerine köylülere vererek, proleteryaı da “ideolojik önderlik” mevkisinde tutarak Marksist felsefeyi kendi özelinde pratiğe dönüştürme çabasına giriyor.

Eh, bu da haliyle onun isminin de Marks, Engels, Lenin ve Stalin’in yanında telaffuz edilmesi gereğini beraberinde getiriyor. Tabii bunu söylerken, daha Çin Devrimi sırasında başlayan ufak çatışmaların, özellikle Stalin’in ölümünden sonra zirveye çıktığı Çin-Sovyet çekişmesini dikkate almak zorundayız.

Neden? Çünkü bu çatışmanın zirveye çıktığı ve ÇKP’nin Sovyetleri baş düşmanları arasına alarak “Üç Dünya Teorisi”ni ortaya attığı 70’li yıllarda, SBKP yandaşı olanlar, doğal olarak kendilerini düşman sayan Mao’nun ismini diğerlerinin yanında anmıyorlar. Hatta ve hatta, SBKP XX. Kongre’sinde Kruşçev’in Stalin’e dönük olarak yaptığı sert eleştirilerin ardından, bu muhteremin ismi de o cenahtaki önder listesinden çıkarılıyor ve Marksist olma iddiasında bulunan sol dünya net bir çizgiyle ikiye ayrılıyor.

SBKP’nin politikalarını savunanlar Marks, Engels ve Lenin’in resimleri altında yürüyüşler yapıyor, ÇKP politikalarını savunanlar ise Mark, Engels ve Lenin’e ek olarak Stalin ve Mao’nun da portrelerini taşıyorlar. Bu durumdan da anlaşılacağı üzere, “beş usta” tanımı, ÇKP politikalarını benimseyenler tarafından dillendirilen bir tanım.

Biz elbette bu kitap çerçevesi içinde kalacak ve bu tartışmanın içinde yer almayacağız. Ancak felsefeyi ortaya koyan Marks ve Engels dışındaki diğer tüm isimlerin kuramsallıktan ziyade devlet aygıtını temsil eden birer otorite figürü olduklarının altını çizmekle yetineceğim. Kimse de kusura bakmayacak, çünkü bu da yazarın görüşü efendim.

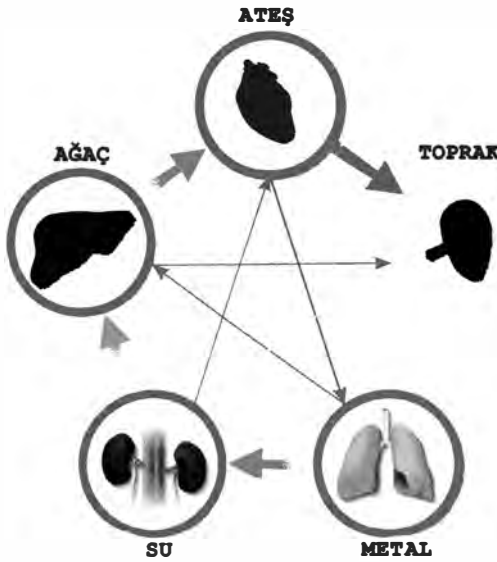


Mao'nun Marksizm'e yaklaşımını ve Çin politikalarını benimseyenlerin "ustalar" posterini sol, Lenin'den sonraki Marksist uygulamaları sorunlu bulan ve Moskova politikalarını benimseyenlerinki ise sağda. Bir de Enver Hoca'nın Marksist teori ve pratiklerini benimseyenlerin "beş usta" görselleri var ki onlarda da Mao'yu çıkarıp yerine Enver Hoca'yı düşünmeniz gerekiyor.

BİZİM 5'LI NEDİR PEKİ?

Evet, ÇKP politikalarını destekleyenlerin dillendirdiği "beş usta" tanımındaki "beş" rakamının, aslında Çin kültürü içindeki yeri, bütün bu anlattıklarımın da ayrı ve öncül olmak üzere oldukça önemli. Binlerce yıllık bir prensip var Çin dünyasında ve buna da "beş element prensibi" deniliyor. Nedir bu beş element? Ağaç, ateş, toprak, metal ve su. Bu beş element iki yoldan etkiliyor birbirini ve hayat ancak bu elementlerin ilişkisi, daha doğrusu dengesi üzerinden sağlıklı yürüyebiliyor. İlk yol olan anaç yolda şu ardışık dizini görüyoruz: Tahta ateşi besler, ateş toprağı (veya külü) yaratır, toprak metali doğurur, metal suyu taşır, su da ağacı besler. Bunun tersindeki babaç veya pederşâhi yolun ardışık dizini ise şu şekilde: Ağaç toprağı deler, toprak suyu emer, su ateşi söndürür, ateş metali eritir ve metal tahtayı parçalar. Bu beş element prensibine Çinliler *Wu Xiang* diyorlar.

Aynı zamanda "beş aşama" veya "beş hareket" diye de bilinen bu prensip, olgular arasındaki etkileşim ve ilişkileri açıklamakta kullanılıyor. Bunların dengede tutulması Çin kültürü içindeki çok farklı alanlarda kendini gösterebiliyor ve bu alanlar arasında *Feng Shui*'yi, astrolojiyi, geleneksel Çin tıbbını, askeri stratejileri, hatta dövüş sanatlarını sayabiliyoruz. Dünya üzerinde en bilindik lezzet arttırıcılardan biri olan Çin Beşlisi veya diğer adı ile "Beş Baharat Tozu" da, varlık sebebini ve adını işte bu beş elementten alıyor.



Çin kültüründeki “Beş Element Teorisi” (Wu Xiang) sadece sosyal yaşamdaki değişimlerin beş aşamasını değil, vücudun sağlıklı kalma dengesini de açıklama iddiasında.

Yiyeceklerin baharat ile muamele edilerek yenilebilir konumda kalma süresini uzatan ve buzdolabından binlerce yıl önce bu sayede yiyecek saklayabilen atalarımıza herhalde en azından bir teşekkür borçluyuz. Elbette ki onların ileride bir gün yiyecek ile ilgilenmenin temel beslenme gereğinin ötesinde bir hobiye ve keyfe dönüşeceğinden muhtemelen haberleri yoktu, ama olsun. Gene de “neye niyet, neye kısmet” kabilinden bir teşekkür yollayalım onlara, binlerce yıl geriye doğru.

Efendim, baharatla tat ve koku’yu manipüle ederek yiyeceği lezzetlendirme macerasının en önemli aktörlerinden biri olan Beş Baharat Tozu’nun kökenleri her ne kadar tarih içinde kaybolmuş olsa da, ilk oluşumu sırasında Çinlilerin beş elementin de dâhil olduğu bir mucize lezzet katkısı yaratmaya çalıştıkları kesin gibi. Beş baharat tozu veya Çin beşlisi, adı gibi beş baharın toz karışımından oluşuyor ve sadece koku duyusunu değil, tat duyusunu da çok yönlü olarak tetikliyor. İçinde yer alan malzeme; yıldız anason (*Illicium verum*), Szechuan biberi (*Zanthoxylum bungeanum* var. *Maxim*), kuru karanfil (*Syzygium aromaticum*), Çin tarçını (*Cinnamomum cassia*) ve rezene (*Foeniculum vulgare*).



Beş baharat birarada.
Saat yönünde: tarçın,
karanfil, yıldız anason,
Szechuan biberi ve
rezene.

Bu beş baharat hem birbirinden farklı koku profillerine sahip-ler hem de kokunun ötesinde tat duyumuzun da mevcut tüm kulvarlarına hitap ediyorlar. Ekşi, acı, tatlı, tuzlu ve *umami*, bu beş elementli tozun içinde mevcut. Bu nedenle en küspe yiyeceğe bile Çin Beşlisi'ni kattığınızda, birden sınıf atlamış bir lezzet deneyimi yaşamaya başlayabiliyorsunuz. Tabii ki benim saydığım içerik mal-zemesi Allah'ın emri değil ve minör değişiklikler gösterebiliyor. Mesela Çin tarçınının aslında gerçek tarçın (*Cinnamomum verum*) olması gerektiği söyleniyor. Ancak güncel uygulama, çok daha ekonomik olan alternatifinin gerçek tarçın yerine bu karışımın içine dâhil edilmiş olduğu yönünde. Keza yıldız anason yerine meyankökü (*Glycyrrhiza glabra*) de katılabilir, hatta daha da ileri gidip ismi beş baharat olmasına rağmen muskat ve zencefil ilavesi ile yediliye dönüşebiliyor bu baharat karışımı.

PEKİ, NEREDE KULLANIYOR BU KARIŞIMI ÇİNLİLER?

Genel olarak evden çok lokanta benzeri hazır yemek sunulan yer-lerde kullanıldığını söyleyebiliriz. Tüm beyaz ve kırmızı etlerde bu karışım kullanılıyor, hele de ana yemek yağlı bir kokuya sahipse, mesela ördek veya domuz eti pişirildiyse, mutlaka beş baharat işin içine giriyor ki, o yağlı kokunun iticiliği baharatın katkısıyla daha dengeli ve arzulanabilir bir hale gelsin.

Söylemeye gerek bile yok, Çin coğrafyasının dışında Çinlilerin göçtüğü her ortamda, yani Çin diasporasının mahallelerinde de bu karışımın kokusuna rastlamak son derece doğal ve olağan hale geliyor zaman içinde.

Çin Beşlisi'ni oluşturabilmek için, bu sayılan beş malzemenin eşit oranlarda karıştırılması gerektiği söyleniyor. Ancak elbette deneyerek ve kişisel beğenilerimizi de göz önünde bulundurarak bu oranlarda “kişiye özel” oynamalar yapabiliyoruz. Bir diğer küçük oynama da, az biraz Çin Beşlisi karışımını bolca tuzla beraber ya da kabaca bir çorba kaşığı tuza bir tatlı kaşığı Çin Beşlisi oranını yakalayarak yağsız tavada ve düşük ateşte rengi dönmeye başlayana dek çevirip baharatlı tuz haline getirmek. Sonrasında et parçaları ağza atmadan önce bu baharatlı tuza hafifçe bandırılarak farklı bir lezzet deneyiminin yaşanması sağlanabiliyor. Evet, müsaadenizle şimdi, bu muhterem Çin Beşlisi'ni oluşturan baharatı birer birer tanımaya başlayalım.

Çin Beşlisi'nde ele alacağımız ilk malzeme; Szechuan biberi, aslında bir tür dişbudak ağacının meyvesi. Yani sadece isminin biber olması dışında biber ailesiyle uzaktan yakından ilgisi yok. İşin ilgici esas biber, yani karabiberden sonra en çok bilinen “çakma biber” olan kırmızı biberle de bir ilgisi yok.

Daha çok Szechuan bölgesinde bulunan bu ağacın meyvelerinin dış kabukları, dövülerek toz haline getiriliyor ve elde edilen aromatik yakıcı toz, sadece Çin Beşlisi'nde değil, oldukça minimalist olan Japon mutfağında bile kullanılıyor. Gerçi Japonlar sadece meyveyi değil, onun yapraklarını da kurutup öğütüyorlar ve *sansho* adını verdikleri bir baharat yapıyorlar, ama meyveleri de kullandıkları oluyor arada.

Bildiğiniz gibi Japon mutfağında baharat kullanımı çok az, ancak Çin Beşlisi'nin elzem görüldüğü bazı durumlar, yani mesela etin yağlı bir kokusunun olması durumunda falan, onlar da bu kokuyu maskeleyerek için eser miktarda da olsa baharata başvuruyorlar.



Szechuan biberi, 2005 yılına kadar ABD'ye ithal edilemiyor, zira bu biberde narenciyeye zararlı olabilecek, kontrolü zor bir pamukçuk türünü taşıma olasılığının yüksek olduğu ortaya çıkıyor. 2005 yılından itibaren, ülkeye gelmeden önce en az on dakika 70 °C ısıtılması koşuluyla ithalata izin veriliyor.

Szechuan biberinin diğer isimleri “anason biberi” veya “çiçek biberi” diye geçiyor. Pas rengine yakın bir kırmızılıktaki meyvelerin içindeki çekirdekler, kinin acısına benzer *bitter* bir tada ve kum gibi bir dokuya sahip olduklarından, satışa sunulmadan önce çıkarılıyor ve dövülerek toz haline getirilirken de asla işin içine dâhil edilmiyorlar. Toz haline geldiğinde çok çok dipten gelen hafif limon notaları taşıyan ve gıcıklayıcı / iğneleyici acılıkta bir lezzeti var. Bu değişik aroma da kendisinden sonra gelecek olan acı baharlara altlık oluşturarak bir anlamda uvertür şarkıcılar gibi assolistlere sahneyi hazırlıyor. Szechuan biberininin dile değmesiyle beraber oluşan hafif ve belli belirsiz irkilten uyarıcı duyguyu 9 voltluk bir pili dilinize değdirdiğinizde hissettiğiniz çok çok

hafif elektrik akımına veya sodalı bir içecek yudumlarken dilinizde hissettiğiniz gıdıklanmaya benzetiyor, bu işin ustaları.

Bu gıdıklayıcı / iğneleyici diye tarif ettiğim lezzet duygusunun sebebi de biberin yapısı içinde yüzde 3 oranında mevcut bulunan *hidroksi alfa sanşol* molekülü ve bu muhterem molekül normalde duyarsız diye kabul edilen bazı sinir uçlarını tahrik ederek beynimizde nörolojik bir karmaşa yaratıyor. Eğer öğütülmüş Szechuan biberini *wok* benzeri yağsız bir tavada hafifçe çevirirseniz, gördüğü bu ısıl işlem koku profilini olumlu yönde etkileyerek oldukça keyifli bir biber notasını ön plana çıkarabiliyor. Elbette o coğrafyada bol bulunan bu ilginç baharat sadece Çin beşlisi içinde yer almakla kalmayıp, özellikle tavuk ve ördek gibi etlerle tek başına da kullanılıyor. Biber olmaktan sebep tada yaptığı acılı katkıyı, yani yakıcı acılığı kırmızı bibere biraz daha geniş eğileceğim iki sonraki bölümde değineceğim.

Evet, Çin Beşlisi'nin içeriğindeki ikinci bahar olan rezene- nin İngilizcesi *fennel* ve bu kelime de Latince *foenum*'dan geliyor. *Foenum*, bir tür saman veya ot demek. Durup dururken yeşil bir bitkiye neden saman veya ot denir? Boşuna denmez herhalde. Bu isimlendirmenin sebebi, yumrunun ucundaki uzantıdan fışkıran iplik inceliğindeki ve görünümündeki yapraklar. Biz pek rezene yemiyoruz ve olsa olsa kurutulmuşunun çayını içiyoruz ama pek çok Avrupa ülkesinde taze öncelikle salatalarda ve ayrıca sebze olarak yemeklerin içinde kullanılıyor. İtalya'da mesela bir deniz mahsulü tabağı yemeye kalktığınızda yanına eşlik etmesi için sipariş edeceğiniz taze rezene salatası sizi farklı bir lezzet dünyasına uçurabiliyor.

Tarihi hatırlanamayacak kadar uzunca bir zamandır rezene, tedavi edici özellikleri bilinen ve bu nedenle geçmiş dönemlerin tıp dünyasında pek revaçta olan bir bitki. İnsanları genç, güçlü ve enerjik yaptığı düşünülüyor, kulak ağrısı, diş ağrısı, astım ve romatizma için tüketilmesi öneriliyor. Hatta zayıflatıcı etkisi olduğu da söyleniyor. Benden söylemesi, elçiye zeval olmaz. Gene elçi olarak şunu da ekleyeyim ki kanıtlanamamış olmakla beraber fareler üzerinde yapılan deneylerde rezene içindeki bir molekülün, yani *anetol*'ün kanserojen olduğu saptanmış.

Acı Ölçen Bir Adam: Scoville

1865 Connecticut doğumlu bir eczacı, Wilbur L. Scoville, farmakolojik referans haline gelen *The Art of Compounding* ve içinde yüzlerce formülün yer aldığı *Extracts and Perfumes* isimli kitapların yazarı. "Scoville Organoleptik Testi"ni 1912 yılında Parke-Davis ilaç şirketinde muhtelif kırmızı biberlerin acılığını ölçerken geliştiriyor.

Şöyle ki, önce alkolde özütlerini çıkarıyor, daha sonra bunları şekerli su içinde muhtelif oranlarda seyreltiyor. Devamında deneklere bu seyreltilmiş solüsyonları içirerek her tür için algılanabilen en düşük yakıcılık değerini bulmaya çalışıyor. Bu testte ulaşılan veriler sonraları "Scoville Ölçeği" olarak bilinmeye, acılıklar bu ölçekteki birimler üzerinden telaffuz edilmeye başlanıyor.



Dile
değdirmekten
acı (yakıcı)
ölçebilmek
için
tasarlanmış
bir yenilik:
Scovillemeter.

Bir biber türü için "5.000 Scoville Isı Birimi / SHU acıdır" diyorsak, bu biberin acılığını ancak 5.000 kat seyreltildiğinde kaybedebileceği anlamına geliyor. Teknolojik gelişmeler, "Yüksek Performanslı Sıvı Kromatograf / HPLC" gibi araçların devreye girmesiyle önceleri insana dayalı yapılan bu testler 1980'lerden itibaren başta *kapsaisin* olmak üzere biberlerin içinde mevcut olan yakıcı moleküllerin nesnel ölçümleriyle yer değiştiriyor.

Burada da birim bir milyon kuru kırmızı biber kütleindeki bir *kapsaisin* molekülü üzerinden ölçülmesiyle ortaya çıkıyor, daha sonra bilindik SHU'ya dönüştürülerek ortak dil üzerinden dolaşıma giriyor.

Şu an bilinen en acı biber *Carolina Reaper* (*Capsicum chinense*) ismini taşıyan melez bir kırmızı biber. Acılığı da ortalama 1.500.000 SHU civarında seyrediyor. Urfa "isot"unun acılığı ise 30.000–50.000 SHU arasında.



Bizde genelde tohumları
ay olarak tüketlenen rezene
(*Foeniculum vulgare*).

Tabii çok yüksek miktarda uygulanması sonucu çıkmış bu sap-
tama ortaya ve endişelenmeyin, halihazırda tüketlenmesinde böyle
bir risk yok. Rivayet bu, anne sütünü fazlalaştırdığı söyleniyor
ve bu iddiayla emziren annelere rezene ayı satılıyor olmasına
rağmen, aslında rezenenin yaptığı meme dokusunun büyümesini
sağlamak. Bunun da süt vermaye veya gelen süt miktarıyla en ufak
bir ilgisi yok.

Maydanozgillerden bir bitki rezene ve güney Avrupa ile
Akdeniz’de bolca bulunabiliyor. Ancak Hindistan, Arjantin, Kuzey
Afrika, Balkanlar veya Japonya ve Rusya gibi farklı bölgelere de
dağılmış durumda. Sarı iekleri ve incecik yaprakları olan yum-
runun üzerinde beş adet de uzantı var. iek, polen, yaprak ve
yumru, hepsi de ayrı ve güçlü kokulara sahipler. Rezene ekilirken
bu ekimin dereotuna uzak bir yere yapılmasına dikkat ediliyor, zira
agresif polenlerin birbirlerini çapraz tohumlama olasılıkları çok
fazla. Tatlı ve yumuşak bir anason aromasını andırır koku profiline
sahip. Ben ortak molekül prensibinden sebep (*anetol*) meyankö-
küne de benzetiyorum rezenenin genel koku profilini. Balıklarla,

özellikle yağlı balıklarla, mesela uskumru, somon veya ringa balığıyla beraber bol kullanılıyor mutfaklarda. Hatta balık eğer mangalda pişiyorsa, kuru dalları mangala atılıyor ki buharlaşarak yükselen koku, üzerinde pişmekte olan balık etinin içine nüfûz etsin ve ona farklı bir aroma katsın. Elbette kuzu eti ve Batı'da domuz eti pişirilirken de rezene ihmal edilmiyor. Tohumları dövülerek toz haline getirildiğindeyse mayoneze veya salata soslarına karıştırılarak balığın yanında ikram edilebiliyor.

Kuru ve toz haline getirilmiş rezene tohumları Çin Beşlisi içinde yer alıyor ama sadece bu Çin kökenli baharat karışımına değil, biraz daha uzaktaki Hint yarımadasında hazırlanan ve *curry* ismiyle tanıdığımız yemekte kullanılan baharat karışımlarının da formülü içinde yer alıyor. (Yanlış kullanımına çok rastladığım için bir küçük uyarıda bulunayım: Dikkatinizi çekerim, *curry* baharatın ismi değil, o baharat kullanılarak yapılan yemeğin ismi.) *Absinthe* ismi ile bilinen pelinotundan mamul yüksek oranda alkollü sert içkinin içinde de rezene var bol miktarda. Karakteristik kokusunu veren *anetol* isimli bir molekül ki bu moleküle anasonun, meyankökünün, tarhunun içinde de rastlayabiliyoruz. *Anetol*, aynı zamanda “uzo efekti” adı verilen ve rakıya su katılınca oluşan dumanlı beyaz rengin de sebebi.

Efendim, üçüncü sırada karanfil var. Tabii karanfil derken karanfil çiçeğini değil, kuru karanfili kastediyorum. İngilizcesi *clove* ve Fransızca “tırnak” anlamına gelen *clou*’dan mülhem olduğu söylense de, tırnağa benzemesiyle bu ismi almış olması Fransızlara değil, onu *clovus* diye isimlendiren Romalılara ait bir buluş. Şöyle bir deyiş var baharat dünyasında: “Muskat cevizi yetiştirmek için denizi koklamak, karanfil ise görmek zorundadır”. Buradan da anlaşılacağı üzere karanfil en çok dört bir yanı denizle çevrili adalarda yetiştiriyor.

Bir dönem üzerinde Hollandalıların borusunun öttüğü, hatta biraz fazla kuvvetli öttüğü, bir diğer isimleri de “Baharat Adaları” olan Molucca Adaları (Endonezya) tarihin en meşhur karanfil plantasyonlarına sahip.

Cilt üzerine saf yağın mahsurunu bir yana bıraksak bile, gerçek-ten mucize ilaç gibi yorumlanan bir bitki ve bundan sebep de antik dönem Çinli hekimler karanfile kucaklarını geniş geniş açmışlar. Tedavinin ötesinde kokusu da oldukça güçlü. Tarife gerek yok zaten, hepiniz biliyorsunuzdur karanfil kokusunu. İşte bundan sebep, Han Hanedanı döneminde imparatoru ziyaret eden misafirlerin, huzura çıkmadan önce ağızlarına bir karanfil taneciği atma mecburiyetleri var ki, haşmetmeabın yakınında maruzatlarını arz ederken nefesleri hoş koksun. Karanfile karakteristik kokusunu veren ve cinsine göre yüzde 70 ila 90 oranında içinde mevcut olan *öjenol*, aynı zamanda pek çok çiçek ve bitkinin içinde de ortak olarak bulunan bir molekül ki, bunların içinde bizim Isparta gülü (*Rosa damascena*) de var. Kuru tomurcuğun yüzde 20'si de yağdan müteşekkil; bu da yağ açısından epey bereketli bir bitki demek oluyor, damıtma işlemi için. Ancak tekrar ediyorum, cilt üzerindeki olumsuz etkisini ve miktara bağlı olarak her doğal malzeme gibi zehirli olma potansiyeli barındırdığını asla akıldan çıkarmamak lazım.

Karanfilin 12 metreye kadar uzanan ağacına yaklaşırken dahi buram buram gelen kokusundan etkilenmemek imkânsız. Buruk, tatlı-acı arası bir tadı ve inanılmaz kuvvetli bir kokusu var. Hollandalılar bu mucize bitkiyi 1700'lerde keşfedince ve kıymetini anlayınca, fiyatları kontrol edebilmek için Molucca Adaları grubu içindeki Amboina Adası dışında yetiştirilmesini yasaklıyorlar ve diğer adalardaki ağaçları tamamen ortadan kaldırıyorlar. Bu da tabii yerlileri bozuyor, çünkü az önce anlattığım gibi onlar karanfilin koruyucu gücüne çok inanıyor, hatta doğum olduğunda bir de karanfil ağacı dikeyiyorlar ki, bu hoş kokulu ağaçla bebeğin kaderi birbirine bağlansın.

Yasak bir müddet devam ediyor ve Hollandalılar kârlarına kâr katıyorlar ama bir Fransız rahip, Peter Poivre, kendi vatandaşlarından gelen talep üzerine aynen tarçına yaptığı gibi karanfili de gizlice kaçırıyor adalardan ve Mauritius'ta korsan ekimini başlatıyor. Oradan Zanzibar, Pemba falan derken tüm Doğu Afrika kıyı şeridine yayılıyor karanfil ekimi. Bir yıl dinlenen, bir yıl da tomurcuk veren bu ağacın hasadı ancak elle yapılabiliyor, aksi

halde ürüne zarar gelebiliyor. Şehrazat'ın *Binbir Gece Masalları'nı* ve içindeki Gemici Sindbad'ın maceralarını hatırlayanınız var mıdır bilmem, ama şunu da bilelim ki Sindbad da aslında karanfil ticareti yapan bir gemiciydi. Bu arada bir yanlış düzeltelim; o muhteremin ismi "Sinbad" değil, "Sindbad"; denizcilik yetenekleri ile ünlü Sindhlerden mülhem verilmiş bu isim o muhtereme. Hoş, İran tarafından da ismin böyle yorumuna itirazlar var...

Dördüncü baharımız ise yıldız anason. Latince ismindeki *illicium* kelimesi *illicere*'den geliyor. *İllicere*, çekici, cazibeli, atraktif demek ve bu isim meyveye kokusunun çekiciliğine atfen verilmiş. Anasonla görüntüsü bu kadar benzeşmeyen, ancak kokusu bu kadar yakın olan başka bir bitki yok ve zaten bundan sebep "yıldız anason" diyoruz (yıldız ve düz olmak üzere iki farklı anason türü var). Daha önce bahsettiğim rezene gibi, bunun da içindeki baskın molekül *anetol*, dolayısıyla rezene için söylenen pek çok şey, yıldız anason için de geçerli. Yıldız denmesinin sebebi, ağacın meyvesinin sekiz uçlu bir yıldız şeklinde olması.



Yıldız anason, *Illicium verum*.

Bizler bu yıldızı kurutup bahar olarak kullanıyoruz. Bizler veya Çinliler kadar baharat düşkünü olmayan minimalist Japonlar ise ağacın kabuklarını yüzyıllardır tütsüde yakmak için toplarlarmış. Sarı, nergise benzeyen çiçeklerin içinden fışkıran yıldız anason meyvesi, ağaç dikildikten ancak altı yıl sonra kendini gösteriyor. Ama bir gösteriyor, pir gösteriyor; ilk meyveyi verdikten sonra ömrü yüzyıla kadar ulaşan yıldız anason ağaçları mevcut.

Henüz olgunlaşmadan toplanıyor bu yıldız şeklindeki meyveler ve koparıldıktan sonra olgunlaştıklarında, yıldızın her bir köşesinin ucunda kehribar renkli minik birer tohumcuk görüyoruz. Meyvenin hem kabuğu, hem de bu kehribar renkli tohumcuğu, öğütülerek kullanılıyor.



Carmelo Fernández'in (1809-87) çiziminde Ocaña (Kolombiya), yani günümüzdeki Norte de Santandar Eyaleti'ndeki anason yetiştiricilerini görüyoruz. Anason (*Pimpinella anisum*), Kolombiya'ya özgü ve rakıya oranla alkol oranı daha düşük olan Aguardiente adlı içeceğin üretiminde kullanılıyor. Aguardiente, "ateş suyu" anlamına geliyor. Resimdeki muhteremler, İber yarımadası kökenli birey ile yerli bireyin beraberliğinden doğmuş, yani birden fazla etnik aidiyet taşıyan ve *mestizo* (dişi: *mestiza*) adı verilen melezler. *Mestizo* aynı zamanda safkan yerli olmasına rağmen beyaz Avrupalı kültürün pratiklerine asimile olanlar için de kullanılan bir deyim.

Yıldız anason, Çin Beşlisi karışımının içindeki en baskın bahar. Tabii, Çin dışına çıkıldığında da pek çok kullanımına rastlanıyor; örneğin Fransızların *Pastis* veya *Anisette* ismi verilen içkileri veya gene *Sambuca* isimli İtalyan likörü, yıldız anasondan yapılıyor. Anasondan ucuz ama çok benzer olması nedeniyle Batıda da kullanımı gün geçtikçe yaygınlaşıyor bu meyvenin. Kısaca, kokusunu tarife gerek yok, aynı anason gibi. Eğer havası alınmış bir kavanozda saklanıyorsa, şaşırtacak kadar uzun bir süre de dayanabiliyor. Elbette önerilen yöntem, kuru ve bütün halde muhafaza edip ihtiyaç oldukça havanda öğütmek, böylece de kuru meyvenin içindeki aromanın en yoğun hali ile içine katıldığı yiyeceği kokutmasını sağlamak. Özellikle et yemeklerinin lezzetine büyük katkısı var, çünkü hem kendinden çok farklı bir şeyler katıyor, hem de bir nevi doping vazifesi görerek pişmiş etin saklı kalmış lezzetinin öne çıkarak belirginleşmesini sağlıyor. Bilginiz için; Hint ellerinde pişirilen biryan kebabların başlıca baharı yıldız anason.

Meyvenin moleküler yapısı içindeki bileşenlerin tıbbi yarar iddiaları saymakla bitmiyor; antimikrobiyel, antioksidan, analjezik, sakinleştirici vs... “Fazla salladın be adam!” derseniz bana, size şu kadarını söyleyebilirim ki domuz gribi döneminde ismini çokça duyduğumuz *Tamiflu* isimli ilacın aktif maddesi olan *şikimik asit*, en çok yıldız anasondan elde ediliyor. 2009 salgını ile beraber ilaç şirketleri bu nedenle yıldız anasona saldırınca tabii arz talebe yeti-şemez oluyor ve yıldız anason fiyatları kısa dönemliğine de olsa yüksek irtifada uçuşa geçiyor. Bugün artık bu sorun değil, çünkü Roche şirketi, yıldız anasondan elde edilen *şikimik asit*’i *e-coli* bakterisinden elde etmenin yolunu bulmuş durumda.

Çin Beşlisi’nin son üyesi, bizde sinameki veya Çin tarçını, Batıda ise *cassia* diye bilinen ve bir diğer adı da, ayıptır söylemesi, “Piç Tarçın” olan ağaç. Bu ağaçtan *Eski Ahi*’te ve daha da geri gidersek MÖ. 3000’lerde Çin kaynaklarında bahsedildiğini görebiliyoruz. Şunu söylemeyi unutmayayım: “Exodus” (Çıkış) bölümünde, yani Mısır’dan çıkışta, Hz. Musa’ya hazırlama-

sı emredilen kutsal yağ formülü içinde ön plana çıkan içerik maddelerinden biriydi. Çok türü olmasına rağmen bizim bahsettığımız Burma menşeli olanı ve kokusu tarçına çok benzemesine rağmen Sri Lanka menşeli tarçın ile karıştırmamak lazım. Gerçek tarçınla mukayese edildiğinde daha sert ve daha zor öğütülebilir bir kabuğu var, ancak bu bazı uyanıkların ikisini karıştırarak “tarçın” diye satmasının önüne geçemiyor elbette. Tarçına çok benzeş ama ondan biraz daha hafif bir kokusu ve az daha sert bir tadı var. Hem Çin tarçını hem de gerçek tarçının içinde *kumarin* var ama Çin tarçınındaki oranı gerçek tarçının çok çok üzerinde. Tonka fasulyesinin içinde de varlığına rastladığımız *kumarin* niye önemli? Çünkü kokusu güzel bir molekül ama kanı fazla sulandırıyor, karaciğere ve böbreklere zarar verebiliyor. Bu nedenle, pek farkında olmayabiliriz ama tarçını çok dikkatli tüketmek gerekiyor. *Kumarin*, elektronik sigara likitlerinde de çokça kullanılan bir içerik malzemesi ama mesela Almanya’da bu şekil kullanımı yasaklanmış durumda.



Gene muhtelif tarçın türleri. Gerçek olup olmadığını anlamının ilk yolu tarçını öğütülmemiş olarak satın almak. Bu bütün baharat için geçerli ve sadece gerçeklik garantisi değil, aynı zamanda aromanın da garantisi. Hazır öğütülmüş baharatta aromatik moleküller çok daha hızlı uçuyor, baharat kokma özelliklerini kısmen kaybediyorlar.



Çin tarçını ya da sinameki tarçını (*Cinnamomum cassia*) ile gerçek tarçın arasındaki görsel fark. İki tarçın türünün sadece fiziksel değil, kimyasal yapıları da farklı. Latince bilimsel isminin ikinci kelimesinden de anlayacağınız üzere gerçek tarçın Sri Lanka menşeli olan, yani *Cinnamomum zeylanicum*.

Gerçek tarçın daha çok tatlılarda kullanılırken Çin tarçını tuzlu yemeklerde tercih ediliyor Batı dünyasında. Ancak Doğu'ya uzandığımızda onu hem Çin Beşlisi'nin içinde hem de tek başına turşu veya et yemekleri gibi muhtelif tuzlu sunumun içinde görebiliyor, daha doğrusu koklayabiliyoruz. Her ikisi de üçer metre boyunda ve keklik üzümü ile defneye benzer, hatta aynı aileden ağaçlar. Yetişmeleri için ılık tropik iklim gerekiyor. Kabuğunun para eder hale geldiğine karar verilince ağaç kesilerek yere yatırılıyor ve üzerinde çalışılabilecek küçüklükte parçalara bölünüyor. Ağaç gövdesindeki gri dış kabuklar uzunlamasına kesilince hemen altından pas kırmızısı renginde kokulu kabuk parçaları belli oluyor zaten. Buradan yontulan ve baharat olarak kullandığımız parçalar, kurutulunca kendi etraflarında kıvrılıyorlar, ancak bu kıvrılma asla tarçın çubuklarının muntazam ve tam bir silindir oluşturan kıvrılması gibi değil, biraz daha sallapati bir kıvrılma oluyor. Sinameki de tıpkı karanfil gibi *flatuans*, yani fazla gaz çıkarma sorunu olanlara iyi geliyor. Aromatik yapısını oluşturan uçucu moleküllerin içinde *sinamaldehit*, *stiren* ve *kumarin* mevcut; bu da demek ki bol bulunca aynı bollukta tüketmemek lazım, zira bu saydığım moleküllerin hepsi kullanım miktarına göre zararlı olabiliyor.

Unutmayalım lütfen, hep söylediğim gibi, mevcut her doğal madde zehirli olabilir; zehirliliği belirleyen yanlış insanın, yanlış şekilde ve yanlış miktarda kullanmasıdır, doğal veya yapay olması değil.

Aromatik Bir Muamma

2005 yılında New York'un bazı mahallelerinde yaşayanlar birden havayı kaplayarak burun deliklerini dolduran akçaağaç şurubu kokusuyla büyük bir şaşkınlık yaşıyorlar. Genelde yaşanan bu şaşkınlık, zaman içinde özele inerek bazıları için panik sebebi oluyor. Kimi "Acaba bir kimyasal saldırıya mı uğradık?" diye paniklerken kimi de "Yoksa beynimde bir tümör oluştu da ondan sebep kokulu sanrılar mı yaşıyorum?" diye endişeleniyor. Şehrin yardım hattı numarası olan 311'e telefonlar gelmeye başlıyor; belediye alarmı geçiyor. Telefon şikayetleri iyice artınca kentin Çevre Koruma Dairesi, havadan örnekler alan cihazlarla koku şikayeti olan bölgelere ekipler yolluyor ama sonuç alınamıyor. Oraya bakılıyor, buraya bakılıyor, elde var sıfır. Bir yıl sonra, 2006 yılında aynı olay tekrar ediyor. Gene bir akçaağaç kokusu, gene panikleyen insanlar, gene yetkililerin kaynağı bulup sorunu çözme çabaları ve gene hüsrân. İki kere tekrar eden ve ciddi paniğe yol açan bu ilginç muammanın çözümü için beklemek gerekiyor, ta ki 2009 yılına kadar.

Biliyorum, bazılarınız bir kentin bazı bölgeleri nasıl olur da spesifik bir yiyeceğin kokusuyla dolar, meraktasınız ve bu merakı fazla uzatmadan gidermek için 2009 yılına zıplıyoruz. Ancak eğer müsaadeniz olursa bahsettiğim bu ilginç aromatik muammanın

nasıl çözüldüğüne gelmeden önce bize hayli yabancı kalan şu “akçaağaç şurubu” nedir, onu bir görelim.

Algonquinler, kuzey Amerika’da yaşayan bir yerli halk. Nüfus olarak yoğunlaştıkları bölgeler bugünkü Kanada’da Quebec’in güneyi, Ontario’nun doğusu, kısmen de Michigan’ın kuzeyi. Tarih boyunca baş düşmanları Iroquois kabilesiyle sürekli savaş haline olan Algonquinler, herhangi bir tarımsal girişimi zor kılacak kadar soğuk topraklarda yaşadıklarından, avcılık ve balıkçılıkla iştigal ediyor, hayvanlardan elde ettikleri deri ve kürkleri de mısır veya tütün gibi ihtiyaçları için takas amacıyla kullanıyorlar. Toplam sayıları 10 bin kişiyi hiçbir zaman geçmeyen Algonquinler koca kıtanın nüfusu içinde sayıca bu kadar az yer işgal ediyor olmalarına rağmen yaşama kültürü içindeki etkileri kafa sayılarının kat be kat üzerine geçiyor. Neden? Çünkü gündelik hayatlarında kullandıkları şekeri akçaağaçtan (*Acer saccharum*) elde ediyorlar ve onların kullandığı bu besin malzemesi modern kuzey Amerika beslenme alışkanlıklarına da damga vurmuş durumda. Elbette onlar “şeker” diye isimlendirmiyorlar ama bu tatlı maddenin onları keyifle beslediğini, enerji kaynakları haline gelebileceğini keşfediyor ve neredeyse tüm kıtanın da bunun farkına varmasına sebep oluyorlar.

Efsaneye göre Algonquinler bu sıvı şekerin kaynağını bir sincap vasıtasıyla fark ediyorlar. Rivayet o ki yerlilerden biri akçaağaç didikleyen bir sincap görüp merakla izlemeye başlıyor. Sincabın daha sonra didiklenen yerden sızan sıvıyı yaladığını ve keyiflendiğini görünce kendisi de gidip tadına bakıyor. Sıvının tat ve lezzeti hoşuna gidince bu kez bizzat ağacı didiklemeye ve sıvı akıtmaya (şuruba “ağaçtan akan” anlamında *sinzibuckwud* ismi veriliyor) başlayarak bir geleneğin kapısını açmış oluyor.

Mart başlarında, yani günler ısınmaya başlayıp geceler hâlâ soğukken yerliler, ağacın gövdesinin güneşe dönük kısmını yarıyor, yarık açık kalsın diye de içine bir yonga sıkıştırıyorlar. Ağacın dibine, yarığın altına da ahşap veya kilden mamul bir kap dayayıp kendi haline bırakıyorlar.



Bir Algonquin şamanı.

Yarıktan akan sıvı, kovayı dolduruyor ve işlemin büyük bölümü böylece tamamlanmış oluyor. Bilginiz için; insan yaşam süresinin çok ötesine geçen ömürleri var şurup veren ağaçların ve 200 yaşında bile hâlâ verimli olan ağaç örnekleri mevcut. Bu sıvı sızdırma işlemi her yıl mevsiminde binlerce ağaca uygulanıyor, yani bayağı

bildiğimiz hasat zamanı gibi döngüsel dönemler yaşadıklarını söyleyebiliriz yerlilerin.

Kap gövdeden sızan sıvıyla dolduğunda elbette tamamı saf ve tatlı bir sıvı değil, zira içinde ağaçtan gelen su da var. Suyu ayırtırmak için de ya kap soğuk gecede donmaya bırakılıp sabah olmadan üstteki buzlaşmış su tabakası kaymak sıyrılır gibi çıkarılıp atılıyor, ya da kızgın taşlarla ısıtılıp suyun buharlaşması sağlanıyor.

“Öz” de diyebileceğimiz elde kalan nihaî konsantre, “şurup”, daha doğrusu “akçaağaç şurubu” tabir ediliyor. Yaklaşık olarak 40 litre sıvıdan ancak bir litre şurup elde edilebiliyor. Zorlukla elde ettikleri bu kıvamlı ve tatlı sıvıyı da yerliler ya içecek olarak kullanıyor, ya da yemek pişirirken, tıpkı bizim tuz ilave etmemiz gibi, yemeklerine katarak çeşnilendiriyorlar.

Efsanelerden birine göre ağaçtan sızanla işe yarar şekilde kullanılabilen şurup arasındaki fark, Manabush isimli tanrısal bir hanımefendiden kaynaklanıyor. Yeryüzü’nün torunu olan bu hanımefendi, yerli erkeklerin ağaçlara yarık açıp altına kovayı dayadıktan sonra yan gelip yattıklarını görerek sinirleniyor. Alıyor eline bir kova su ve çıkıyor ağacın tepesine.

Ağacın tam kalbine tepeden suyu boca ederek gövdesine gömülü şurubu seyreltiyor. Bu sayede de iş sadece sıvıyı ağaçtan akıtmakla bitemiyor, suyunu ayırtırıp akan özün içinde taş çatasın yüzde 3-4 seviyesinde mevcut şekeri açığa çıkartmak için yukarıda anlattığım işlemleri yerine getirmeyi zorunlu hale geliyor. Bilvesile erkekler tembellikten kurtuluyor, Manabush Hanım da toplumsal bir görevi yerine getirmekten sebep mutlu oluyor.

Tabii ki bütün Amerika yerlileri gibi kaçınılmaz an geldiğinde, Algonquinler de ister istemez Avrupa’dan gelen beyaz insanlarla tanışıyorlar. Bir kısmı pek hoş koşullar altında geçmeyen bu karşılaşma ve tanışmaların sonucunda yeni yerleşimciler, ki bölgeye yerleşim yoğunlukla Fransız ve İngilizler tarafından gerçekleştiriliyor, akçaağaç ve şurubunun varlığını öğrenmiş oluyorlar.

Ağaç
gövdesinden
şurubun
akıtılması (1905).



Avrupalı yerleşimciler, işlem sürecinin içine demir ve bakır kapları sokarak ağaçtan akan sıvının daha uzun süre ısıtılmasını, dolayısıyla daha fazla suyun açığa çıkarılarak bugün bilinen anlamda akçaağaç şurubunun üretilmesini sağlıyorlar. Hatta daha da ileri giderek şurubun kurutulmuş ve kristalize edilmiş formunu, yani koyu renkli akçaağaç şekerini de üretiyorlar. 1700'lü yıllardan itibaren de hem şurup hem de şuruptan elde edilen şeker Avrupa için ilk

sömürgelerle yapılan ticaret içinde yer alan vazgeçilmez ürünlerden biri oluyor, ta ki daha sıcak iklimlerden gelen şeker kamışı hâsılasıyla ikame edilene dek. Şekerler, biliyorsunuz, organizmamız tarafından enerjiye dönüştürülen basit karbonhidratlar. Şekeri bünyemize dâhil etmemizle beraber organizmamız o an ihtiyacı olan enerjiyi hemen harcayıp kalanını da yağ olarak depoluyor.

Evet, zaman ilerledikçe akçaağaç şurubu elde edilmesindeki yöntemler değişiyor ve gelişiyor. Amerikan İç Savaşı sırasında kazan gibi kaplar yerine artık daha geniş, yayvan tepsilere geçilerek buharlaşma alanı arttırılırken gereken süre kısaltılıyor. Devamında kaynatma için özel patentli aygıtlar, hatta çıkan ürünü saflaştırabilmek için filtreler devreye giriyor. Bütün bu zamanlar boyunca daha tatlı ve ucuz elde edilen bildiğimiz kamıştan şekerin varlığına rağmen ABD ve Kanada topraklarında akçaağaç şurubu sadece tatlı olması değil, aynı zamanda da farklı aroması, yani tüketilirken damak içinden yükselen kokusuyla çok tercih edilen bir ürün olma özelliğini koruyor. Bugün bile herhangi bir kuzey Amerika kentinde *waffle* veya *pancake* yeseniz, yanına hemen akçaağaç şurubu getiriliyor.

Ne var ki yoğun tüketimi karşılayacak kadar fazla miktarda doğal akçaağaç şurubu üretebilmek imkânsız olduğundan “akçaağaç şurubu” ismiyle satılan pek çok ürün ya akçaağaç aroması ile lezzetlendirilmiş basit şeker şurupları ya da gene aromayla kuvvetlendirilmiş daha düşük nitelikli şuruplardan oluşuyor. Herhangi bir şekerli şuruptan farkı da tabii ki o doğal aromasından, yani damak üzerinden elde edilen kokusundan kaynaklanıyor.

Bu aromayı doğadan ayırıştırarak değil de laboratuvar imkânlarını kullanarak elde edeceğiniz zaman da, vazgeçilemez içeriklerinizden biri *sotolon* (3-hidroksi-4,5-dimetil-2[5H]-furanon) kısa adıyla bilinen bir molekül. Düşük yoğunlukta hafif sütsü bir koku profiline sahip bu molekül oldukça baskın yapıda, dolayısıyla hangi gıdayı çeşnilendirmek için kullanılırsa kullanılsın, formüle çok çok az miktarlarda dâhil edilmek zorunda. *Sotolon* kullanımında iyice elinizi korkak tutup da oranı “eser miktarda” seviyesine

azalttığınızda, akçaağaç şurubu kokusuna çok yaklaşıyorsunuz. Yok, “benim elim boldur, zaten zengin gösterir” diyerek malzemeden kaçmıyor ve *sotolon*’u bol tutuyorsanız, bu kez de köri karışımı gibi baharat kokularına yaklaşıyorsunuz.

Köri Bahar Değildir

Köriyi, tek bir bahar sanıyoruz, değil. Muhtelif baharatın karışımı sanıyoruz, o da değil. Köri; Hindistan’ın güneyinde yapılan bir tencere yemeğinin ismi. O yemeğe konan muhtelif baharatı da “köri” diye bilegelmişiz.

İşleri karıştırmak istersek, bu yemeğin yapıldığı bölgelerde bir de köri ağacının (*Murraya koenigii*) mevcut olduğundan, yapraklarının da bahsettiğimiz yemek dâhil pek çok yemeğin içine dâhil edildiğinden bahsedebiliriz. Yapmayalım, içinden çıkamayız; çünkü karışıklık bitmedi.

Bir diğer karışıklık sebebi de bu tencere yemeğinin net ve standart bir tarifinin olmaması. Et, tavuk, balık veya sebzedden yapılabilir, her bölgenin bu yemeğin içinde kullandığı baharat karışımının bileşen ve oranları da farklı. Yemeğe toz gibi de serpilmiyor baharat; bilakis sos ya da salça haline getiriliyor önce.

Genelde standart olarak içerdikleri şunlar: Kişniş, zerdeçal, kimyon, çemen ve acı kırmızı biber.

İlave olarak az miktarda ve “ince ayar” vermek için dâhil edilebilecekler: Zencefil, sarımsak, tarçın, karanfil, hardal tohumu, yeşil kakule, siyah kakule, muskat cevizi, köri ağacıyaprakları, fülful (uzun biber), karabiber, şeytantesi, rezene.

“Bol sulu” olsun istiyorsanız, bütün bunlara ek olarak et suyu, hindistan-cevizi sütü, kavrulmuş soğan veya domates püresiyle bir sos da hazırlayabilirsiniz.

İçine koyacak başka bir şey kaldı mı dersenez, vallahi bana da kalmadı gibi geliyor! Saydığım baharat biraraya gelince de tabiidir ki çok keskin kokuyorlar.

Batı dünyasında “Hintli kokusu” dendiğinde akla gelen kokunun temelini de bu keskinlik oluşturuyor.

İkinci söylediğim, yani “köri” size şaşırtıcı gelmesin, zira 1975 yılında *sotolon*’un doğal bir malzemeden kimyasal olarak ilk kez

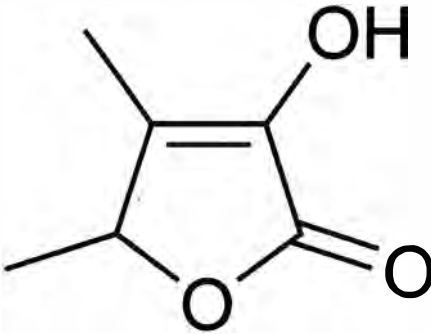
ayrıştırılması (Rijken & Boelens) köri karışımının içinde kullanılan ve bize de pastırmadan sebep oldukça aşına bir ottan gerçekleştireiliyor: Çemen otu!

Çemen otu; *Trigonella foenum-graecum*.



Çemen otu, güney Asya'ya özgü bir bitki. Yaprakları ve daha çok tohumları (ezilerek) pek çok ülke mutfağında kullanılıyor. Verdiğim köri karışımı ve pastırma örnekleri bu kullanımların ilk akla gelen örneklerinden. Endüstriye gereken kokulu sıvı ise tohumların işleminden geçirilmesiyle elde ediliyor. Tohumlar buhar damıtmasına tabi tutulduğunda verim çok düşük olduğundan, tercih edilen işlem yöntemi de solvent ekstraksiyonu oluyor.

Çemen tohumu ekstraktı olduğu gibi, yani ekstrakt olarak çok çok düşük miktarlarda bazı parfümlerin içine dâhil edilebiliyor; fakat esas kullanım alanı vanilya aroması, akçaağaç aroması, rom aroması veya meyankökü aroması gibi lezzet katkılarının üretimi alanında oluyor. Ekstraktı kimyasal bileşenlerine ayırarak her bir bileşeninden ayrı ayrı istifade etmek de mümkün ve *sotolon* da bu kimyasal bileşenlerden biri, hatta en önemlisi, zira karakteristik çemen kokusu burnumuza daha çok *sotolon*’dan geliyor. İlerleyen dönemde başta *sotolon* olmak üzere bu bileşenlerin yapıları laboratuvarında taklit edilerek, yani daha kolay erişilebilir başlangıç noktalarından sentezlenerek ucuzluyor ve yaygınlaşıyor.



Çemen otunun kimyasal yapısının bir parçası olan *sotolon* molekülünün kokusu, şarapla ilgilenenlere tanıdık gelebilecek bir profile sahip. Bu molekül oksidasyon sırasında oluşabiliyor ve Sherry veya Madeira gibi fortifiye şaraplar ya da fazla dinlendirilmiş beyaz şaraplarda, örneğin beklemiş Chardonnaylerde, keza “soylu küf”e (*Botrytis cinerea*) maruz kalmış bazı üzümlerden üretilen çeşitlerde hissedilebiliyor. *Sotolon*’un en belirgin olduğu, yani neredeyse karakter verdiği şarap çeşidi ise, Jura (Fransa) bölgesinde üretilen sarı şaraplar (*vin jaune*).

Nereden nereye, değil mi sevgili okur? Kanada’nın en bilindik gıda maddesi akçaağaç şurubundan Kayseri’nin pastırmasına giden ince, görünmez ve kokulu bir iz mevcut. Tabii ki ağaç ve

otun birbirleriyle botanik bir bağlantısı, akrabalığı mevcut değil. Ancak doğadaki maddelerin içinde yer alan ve onların kokularını veren pek çok molekül ortak olarak farklı malzemelerin içinde, onların doğa tarafından oluşturulmuş formüllerinde de bulunabiliyor. Kusmuk ile parmesan peyniri, yasemin çiçeği ile çürük et aynı ortak molekülü barındıran zıt kokulu olgular olarak hayatımızın içindeler. Daha yumuşak örneklerle gidersek, mesela lavantanın içinde mevcut olan *linalol* molekülüne farklı botanik ailelerden gelen portakal, gül veya kişnişin içinde de rastlayabiliyoruz.



1965'ten beri Kanada bayrağında bir akçaağaç yaprağı yer alıyor. Daha önceki bayrağın üzerinde yer alan ve Birleşik Krallık bayrağını çağrıştıran iç içe geçmiş haçlar ve çaprazlar (*Union Jack*) yerine farklı bir ulusal simge arayışları başladığında ilk önerilen, zeminde üç adet yaprağın kullanılması oluyor. Ancak daha sonra tek iri yaprakta karar kınıyor ve söylendiğine göre yaprağın on bir ucu, on eyaletin bir ulus çatısı altında birleşmesini temsil ediyor.

Bu ortak molekül prensibi daha önce de değindiğim gibi bazı içeceklerin içinde, mesela şarap, viski, kahve veya çay içinde alaka-sız görünen meyve veya çiçek isimleri tanımlamamızın da sebebi. Eğer bir şarabın koku tanımında mesela “menekşe” geçiyorsa, fermente veya bekleme döneminde oluşan reaksiyonların *iyonon*

molekölünü ortaya çıkarmasından sebep oluşmuş bir algıya işaret ediyor. *İyonon*'un ne olduğunu zaten birkaç bölüm önce anlatmıştım, menekşenin karakteristik kokusunu veren molekül. *Sotolon* da böyle bir molekül işte ve melastan beyaz şaraba, mantar kurusundan islenmiş tütüne kadar pek çok malzemenin içinde doğal olarak mevcut. Tabiidir ki kokusunu duyduğumuzda ilk aklımıza gelen, bize uzak veya bilmediklerimiz değil, ait olduğumuz kültürün en çok tükettiği malzeme oluyor.

Ek bir bilgi olarak şunu söyleyebilirim ki *sotolon* vücudumuzun içinde çok az değişime uğruyor. Bunun sonucunda da eğer doğal yapısında yüksek oranda *sotolon* içeren bir gıda tükettiyseniz, yenilen maddeyi çağrıştıran bir koku profili vücutsal atıklarımızda belirgin olarak kendini hissettiriyor. Pastırma yedikten sonra ter veya idrarımızın nasıl koktuğunu aklımıza getirirsek, bu son cümleyi daha açık olarak anlayabiliriz.

Laboratuarda sentezlenebilmesi mümkün olmadan önce yapay akçaağaç şurubu için gerekli *sotolon*, yukarıda belirttiğim gibi çemen otu ekstraktının içinden ayrıştırılarak elde ediliyordu. Hâlâ da sadece doğal malzeme kullanılmış kompoze bir akçaağaç şurubu taklidi oluşturmak isteniyorsa, en çok başvurulan yöntem doğal kökenli *sotolon* kullanımı oluyor.

Ancak her konuda olduğu gibi elbette burada da belirleyici olan fiyat ve eğer ucuz bir akçaağaç şurubu arıyorsanız, elinize geçen muhtemelen sentezlenmiş moleküllerden oluşan bir kompozisyon oluyor. Dünya üzerinde sentetik veya akçaağaçtan daha ucuz ve daha verimli doğal malzemelerden, mesela az önce bahsettiğimiz çemen otu içinden ayrıştırılmış *sotolon*'u üreten pek çok fabrika var. Kuzey Amerika pazarına hitap edenlerin en büyük ve ünlüleri de New York eyaletinin komşusu New Jersey'de yoğunlaşmış vaziyetler.

2009 yılının 29 Ocak gününde New York semalarında gene aynı akçaağaç şurubu kokusu belirliyor, 311 numaralı yardım hattının telefonu aramalardan gene kilitleniyor. Kentin Çevre Koruma Dairesi bu kez geçmiştekinin aksine, ekiplerden havadan alınan

örnekleri laboratuara getirmelerini değil, ânında ve örnek alınan yerde test etmelerini istiyor. Ayrıca söz konusu ekipleri yardım hattına gelen telefonların sayısının artmasını beklemeden, ilk gelen birkaç telefonda ve şoku atlattıktan hemen sonra mobilize ediyorlar.

Yaklaşık 40 saatlik hummalı bir çalışma sonucu bu kez sorunun kaynağı olan koku molekülü aşağı yukarı belirleniyor: *sotolon*. “Zaten” diyor laboratuvar yöneticisi, “baştan tahmin etmeliydim ‘akçağaç şurubu gibi kokuyor’ denildiğinde, zira o şurubun karakteristik kokusunu bu molekül verir.” Sonuçta bu molekülün olaya özel olmasından bağımsız olarak, herhangi bir uçucu molekül soluduğumuzda kokusunu da kaçınılmaz olarak duyumsuyoruz. Çünkü ne diyoruz hep? Koku kaçınılmaz bir uyarandır. Ortamda koku varsa, onu mutlaka duyarsınız.



Kokunun kaynağı olan fabrikanın yer aldığı New Jersey'nin Bergen bölgesinin New York'a yakınlığı harita üzerinde dahi görülebiliyor.

New York Çevre Koruma Dairesi yöneticisi ilk saptamanın ardından bu kez kokunun bölgedeki onlarca koku ve aroma şirketinden hangisinden gelebileceğinin peşine düşüyor. Saat saat rüzgâr yönü haritaları çıkarılıp aynı saatlerde rüzgârın şiddeti ve havadaki nem oranları not ediliyor haritanın üzerine.

Bütün bu yön belirleme çalışmaları sonucunda oklar New York'un komşusu New Jersey'deki Bergen ilçesini göstermeye başlıyor. Müfettişler hemen Bergen'de bulunan koku ve lezzet katkıları üreticisi şirketlere gönderiliyor, gün be gün geçmiş üretim raporları talep ediliyor.

Ve, bingo! Bölgedeki şirketlerin birinden gelen üretim raporunda 29 Ocak 2009 günü, yani kokunun son duyumsandığı tarihte tesiste tüm gün boyunca çemen tohumu ekstraksiyonu yapıldığı görülüyor. Doğru yönde kuvvetli rüzgâr, nemi yüksek ama yağışsız havayla beraber çemen tohumunun doğal yapısı içinde mevcut olan *sotolon*'u New Jersey'den komşu eyalet New York'a doğru taşıyor. New Yorklular da duyumsadıkları kokuyu çemen otuyla değil (elbette) kültürel belleklerindeki en güçlü referansla, yani akçağaç şurubuyla özdeşleştiriyorlar.

Sınır Tanımayan Malzemeler

Kış akşamlarında bizim evde artık neredeyse gelenek haline gelmiş, adeta törensel bir uygulama var. Yemekten kalktıktan yaklaşık yarım saat kadar sonra bir şeyler okumaya veya izlemeye niyetlendiğimizde, yani günün karmaşası ve bir şeylere yetişme telaşından âzâde olduğumuz anlar başladığında, bir fincan sıcak suyun içinde zencefil rendesi, limon / limon kabuğu ve bir tarçın çubuğunun kırılmış parçacıklarından oluşan içeceği yudumlamaya başlıyoruz. Neden sadece bu malzemeyi biraraya getirdiğimizin tek bir cevabı da yok. Öyle çok da “hep sağlıklı beslenelim” zihniyetinde insanlar değiliz. Değiliz ama, “Amaaan, zararlı deseler de aldırma. Sen yemene-içmene bak”çılardan da pek sayılmayız. Kendimizce bir denge tutturmuşuz, doğru-yanlış geçinip gidiyoruz.

Kuşkusuz zencefilin vücut direncini arttırdığına ve içimizi ısıttığına, limonun vitamin sağladığına, tarçının da hoş bir sıcaklık verdiğine dair genel geçer bir fikrimiz var. Kaldı ki böyle bir fikrimiz olmasa sizlerin de tahmin edebileceği gibi sadece kış akşamlarında tüketmezdik bu karışımı. Ama kuşkusuz içeceğin toplam lezzet algımızdaki etkisini de gözden uzak tutmak mümkün değil, gerçekten seviyoruz bu sıcak ve demlenmiş karışımı içmeyi. Zencefilin asiditesi limonun asiditesine bir de yakıcı acılık ekliyor ve bu yakıcı acılık tarçınıninkiyle buluştuğunda, sadece tat duyumuzu bile temel almış olsak, birden fazla farklı kulvarda,

üstelik uyumlu geçişler yaşatacak bir şekilde uyarılmış oluyoruz. Farkındaysanız sadece tat duyumuzun uyaranlarını saydım ve bu üç malzemenin damak üzerinde yarattığı aromatik izlenimin zenginliğine değinmiyorum bile.



Baharatın revaçta olduğu dönemlerde Avrupa'da biberden (kara) sonra en çok tercih edilen baharat arasında yer alan *Zingiber officinale*, yani zencefilin 1.000'den fazla çeşidi mevcut.

Bu anlattığımda benim ilgimi çeken, o karışımdaki bileşenlerden bir tanesinin, yani zencefil (*Zingiber officinale*) rendesinin varlığı. Çocukluğumda, kurutulmuş toz olarak attar dükkânları dışında satıldığını hatırlamıyorum zencefilin. Gençliğimde de hatırlamıyorum desem, yalan olmaz. Ancak ne hikmetse yakın sayılabilecek bir zaman içinde, bırakın attar veya baharatçıları, en ucuz malı satmakla övünen, az çeşitli ama çok şubeli marketlerin seçkisinde bile şekilsiz görüntüleriyle zencefil kökleri yer almaya

başladı. Daha da ilginçini söyleyeyim: Bundan beş, altı yıl kadar önce Bilgi Üniversitesi'nde vermekte olduğum yüksek lisans dersinde öğrencilerimden Türkiye'ye ait olduğunu düşündükleri ve akıllarına ilk gelen yirmi kokuyu yazmalarını istediğimde, birden fazla kez "zencefil" yazılmış olduğunu gördüğümde gerçekten çok şaşırmıştım. Şaşkınlığımı arttıran diğer bir cevapsa, gene birden fazla kere listelenmiş olan kiviydi. Bir gariplik vardı bu işte, çünkü benim gençliğimde kivi bulmak konu bile değildi, varlığından bihaberdik. Yoktu hayatımızda hiç, bilmiyorduk. İlginç görseleğiyle tatmasak bile belki mesela ananası duymuştuk ama aromatik profilinin görece güçsüzlüğü ve ananasla mukayese edildiğinde görece görsel çekimsizliği nedeniyle hayatımıza herhangi bir şekilde nüfuz edememişti.

Yanlış bir tahminde bulunmak istemiyorum ama hem kivi hem de zencefil, sanıyorum ki son yirmi, yirmi beş yılda gündelik hayatımızın içine girerek bir nevi "milli" algı oluşturdular. Sözün özü, bundan otuz yıl önce evde akşam yemeğinden sonra sıcak iki yudumla keyif yapmak istesek, bugün içtiğimiz demleme içeceği yudumlayamayacak, keyfi başka bileşenlerden oluşturulmuş bir içecekte arayacaktık.

Mutfak, böyle bir şey. Mutfağa dâhil olan yiyecekler öncelikle bulabildiğimiz, elimizin altındaki içeriklerden oluşuyor. Eğer mutfağımızın karakteristik bir kısım içerik malzemesi varsa ve bu malzeme kullanıldıklarında oluşturdukları toplam algı o mutfağın bizim kültürel varlığımızla beraber tanımlanmasına imkân veriyorsa, bunun ön koşulu doğanın bize içinde yaşadığımız coğrafyada sunduğu seçkiler. Statik, yani durağan ve dışı kapalı yaşasak, doğa esirgemediği sürece bu içerik malzemeleri ve ortaya çıkan yenilebilir / içilebilir sonuçları değişmiyorlar.

Gelin görün ki, insan toplulukları durağan değiller, üstelik etkileşimlere de açıklar. Yeni coğrafyalara göç ettiklerinde yiyecek malzeme ve alışkanlıklarının bir kısmını beraberlerinde götürüyorlar. Keza, daha önce bilinmedik coğrafyalardan gelen yeni içerik malzemeleri de eninde sonunda yerleşik mutfak pratiklerinin

içine nüfuz ediyorlar. Bir ömür süresini birkaç kez geçen zaman dilimleri içinde de yerleşik ve karakteristik mutfağın ayrılmaz parçaları olabiliyorlar. Onların yok olduğu zamanların varlığını dahi düşünemiyor, çıkardığımız zaman mutfağımız çökecekmiş gibi algılıyoruz.

Başka bir yerden yaşadığımız topraklara gelen her yiyecek malzemesi öncelikle üç duyuyu tatmin etmek zorunda: Görsellik, tat ve koku. Bu tatmine ulaşma işi de elbette “hemencecik” olmuyor. Önce değişmez sanılan biyolojik verilerin ve kültürel bariyerlerin aşılması gerekiyor ki kullanıma girsin, devamında da yaygınlaşarak “özgün”müş veya “yerel”miş gibi algılsın.

“Biyolojik veriler” demem, biraz kapalı bir tanım gibi gelebilir. En basit örnek olarak kahve içmeye alışmamızı söyleyebilirim. İçine şeker konulmadığı zaman kahve acı bir içecek, acı olan şeylerle ilgili beynimizde yanıp sönmeye başlayan ilk uyarı lambasının üzerindeki etikette de “zehir” kelimesi yazıyor. Ancak zaman içinde kahve çekirdeklerinin içindeki *kafein* molekülünün uyarıcı etkisinin faydalarını görerek ve tadındaki acılığın kat be kat ötesinde bir haz algısı yaratan aromasını deneyimleyerek kahveyi tüketebilir hale geliyoruz. Acılık algısının hâlâ bir reddetme nedeni olarak sabit kaldığı hemcinslerimizin bir kısmı ise o acılığı azaltarak / bastırarak, yani kahvenin içine şeker gibi tatlı malzeme koyarak tüketmeye alışıyorlar. O alışkanlığın devamında da kahve, bu kez pişirme yöntemleriyle etnik / ulusal ayrışmalar oluşturarak “Türk kahvesi” veya “espresso” gibi tasarlanmış bir içecek olarak belli bir mutfak karakteri haline geliveriyor. Antrparantez; kahvenin acılığını mumla aratacak başka acılar da var hayatımızın içinde. Dünyada bilinen en acı madde; *denatoniyum benzoat*. Bu madde, kazara zehirlenmelere karşı bir tedbir olsun diye böcek ilaçlarına, ev temizliğinde kullanılan deterjanlara ve içilmesin diye acılaştırılan parfüm alkolüne katılıyor.

“Kahve de çok basit bir örnekmiş kardeşim; onu zaten biliyorduk, kitabın başlarında okuduk” diyorsanız, bu kez daha az bilindik bir örnek olan baklaya (*Vicia faba*) geçelim isterseniz. Bakla,

çok uzun zamandır çeşitli kültürlerce tüketilen bir yiyecek. MÖ. 6000 yıllarında kullanımına dair bulgulardan söz edilen baklanın kökeni kuzey Afrika ama dayanıklı bir tür olduğundan pek çok yerde yaygın olarak yetiştiriliyor ve tüketiliyor. Özellikle Akdeniz ülkeleri ve Avrupa'da pek çok baklalı yemek var. Hatta pek çok hububatın yer aldığı bir bitki ailesine de isim olmuş bu muhterem, *baklagiller* veya *bakliyat* olarak.



Eski Yunan'da bakla (*Vicia faba*) taneleri bir nevi oy pusulası yerine geçiyor ve oylamalarda “evet” diyenler beyaz, “hayır” diyenler ise siyah taneleri kullanıyorlar.

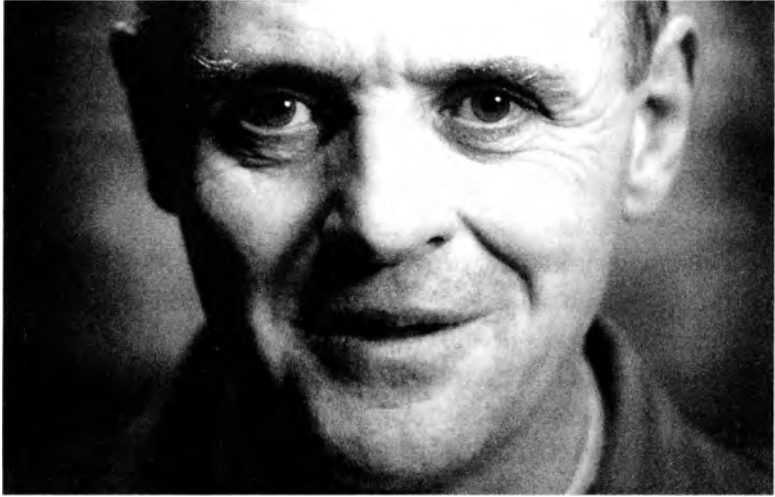
Ancak kendi isminden mülhem adlandırılan *favizm* hastalığının da sebebi olabiliyor bakla. Kısaca kırmızı kan hücrelerinin (*alyuvarlar*) parçalanması olarak tanımlayabileceğimiz bu duruma

hemolitik anemi deniliyor. Kadınlardan çok erkekleri etkiliyor ama en çok çocuklar için tehlikeli. Yoğun olarak görüldüğü bölgeler ise Akdeniz, güneydoğu Asya ve Afrika veya buralardan kök almış kişilerin yaşadığı coğrafyalar olabiliyor. Yüksek lif yapısıyla ilk başta neden zararlı olduğunu anlamakta güçlük çekebileceğimiz baklaya karşı bu tehlikeli hassasiyet aslında bir enzim eksikliğinden (*G6PD*) kaynaklanan genetik bir durum. Tıpkı sütün içindeki şekeri parçalayamayan insanlarda yaşanan durumda, *laktöz intoleransı*'nda olduğu gibi, evrimsel süreçte bu durumun üstesinden gelememiş yaygın bir nüfus var dünya üzerinde.

Peki, özellikle Akdeniz mutfağında nasıl yer buluyor da her yaz mevsiminde bu bölgede yer alan pek çok ülkede baklalı çeşit çeşit yemek sofraları süslemeye başlıyor? Çünkü bakla tüketmek bazılarına zararlıyken bazılarında fazlasıyla yararlı oluyor. "Neden?" dersanız, bakla özellikle salgın hastalıkların önünün alınamadığı dönemlerde sıtmaya (*malaria*) karşı direnç gelişimine katkısıyla, daha açık bir ifadeyle de sıtma parazitinin (*plasmodium*) kandaki gelişimini sağlayacak koşulları ortadan kaldırmasıyla biliniyor. Bu nedenle de mal ve kargo hareketlerinin fazla olduğu, sıtmayla sık karşılaşılan ve direnç kazanmanın daha önemli hale geldiği Akdeniz gibi coğrafyalarda bakla tüketimi oldukça fazla. Bölge mutfağındaki yoğun kullanımıyla beraber bakladaki zararlı yöne karşı bağışıklık geliştirenlerin yaşama şansı daha fazla oluyor.

Bakla üzerindeki bu kuşkulu ve zıt algılara yol açabilen durum, kadim kültürlerde de karşılık buluyor. Antik Mısır'da mesela, bazı dönemlerde rahiplerin bakla tüketmesi yasaklanıyor. Hatta Herodot'a göre bırakın tüketmeyi, rahiplerin baklaya gözlerini dikerek bakmaları bile kabul edilebilir bir hal sayılmıyor. Elbette o dönemde enzim eksikliği vs. gibi bir kısım veriye ulaşmak mümkün değil; dolayısıyla bu yasaklamalar kültürel birtakım gerekçelerle ilişkilendiriliyorlar. Bu gerekçelerden bir tanesi de bakla tanelerinin insan kafasına, çiğken ısırıldığında ağızda bıraktığı ilk kokusal izlenimin ise kana benzemesi ve bakla yemenin yamyamlıkla (*cannibalism*) bağlanabilecek kuvvetli çağrışımlara

yol açması. Bu son söylediklerim belki 1992 yapımı *Kuzuların Sessizliği* filminde yamyam Hannibal Lecter'in "Ciğerini (onun) biraz bakla ve iyi bir şişe *chianti* şarabı eşliğinde yedim" sözlerini anlamlandırmanıza da yardımcı olur.



"Ciğerini (onun) biraz bakla ve iyi bir şişe *chianti* şarabı eşliğinde yedim."

Lafi uzatmayalım; başlangıçta vücudun tepki gösterdiği yani biyolojik reaksiyon oluşturan gıda maddeleri evrimsel süreçte zaman içinde kazanılan bağışıklıklarla beraber günlük kullanım listesinin içine dâhil olabiliyorlar. Bunları sık tüketen kültürler bırakın dışarıdan özdeşleştirilmeyi, kendi yaşamlarında da içselleştirerek sanki onlarsız hiç yaşamamış gibi bir algı içine giriyorlar.

Mesela İtalyan mutfağıyla eş anlam kazanmış pek çok tasarlanmış yiyecek, domatesin yokluğunda pişirilemiyor. Oysa tarihsel bir perspektifle baktığımızda domates İtalyanlara ait bir içerik malzemesi değil; 1493 yılından önce Amerikan yerlileri dışında ne adını bilen var, ne de tadını.

1540'tan beri İspanya'da domates ekimi yapılıyor ama bunun İtalya'ya geçmesi, geçtikten sonra da mutfağa girmesi epey zaman

alıyor. Çaprazlanarak melez ve amaca daha uygun türlerin yetiştirilmesiyle beraber kültürel bariyerleri aşıyor ve özellikle güney kentlerinde ufak ufak kullanımına başlanarak zaman içinde mutfağın egemeni haline dönüşüyor. Yanlış anlamayın, egemenlik egemen olunanın zayıflığından değil, egemenin gücünden kaynaklanıyor. Öyle bir meyve ki zaten bu domates, nereye gitse oranın hükümdarı oluyor. Misal, Karayipler'e (*Las Antillas Españolas*) taşınması, kargo hareketleriyle beraber Asya'ya sıçrayıp Hint mutfağına girmesi ve oraya da damga vurmasıyla sonuçlanıyor. Bu furyadan bizim nasibimizi almamış olmamız düşünülebilir mi? Hayır. Domates bize de geldiği andan itibaren güçlü bir yayılım gösteriyor ve bugün neredeyse mutfağımızın güncel ürünleriyle özdeş hale geliyor.

Domatesin hem yerel hem de küresel yaygınlığı doğal döngüsünün dışında bir kullanıma işaret ediyor ve bu kullanım sadece kurutmayla veya salça haline getirerek uzun süreli muhafazasıyla karşılanabilecek bir durum değil. Dolayısıyla domatesin her mevsim ve neredeyse her yerde üretimine gidilmiş durumda. Peki ama bu sınırsız tüketim arzusu acaba karşılığında birtakım fedakârlıklar gerektiriyor mu? Elbette gerektiriyor. Yirmi yıl önceki domates lezzetinden çok uzaktayız bugün. Şekiller daha düzgün, renkler daha canlı, tatlar bazı türlerinde belki biraz daha şekerli ama aroma, yani damak üzerinden alınan koku artık neredeyse yok maalesef. Bu kayıp aromaya ulaşmak için salkım halde satılan nispeten daha ufak boylarını satın alsak da, sonuç değişmiyor.

Salkım domatesi market veya manav reyonunda burnumuza götürüp kokladığımızda aslında saptaki yeşilliğin kokusunun etkisi altına giriyoruz. Ne var ki saptaki yeşillige kokusunu veren moleküller, özellikle de *cis-3-hekzenal* molekülü çok hafif ve hemen uçup kayboluyor. Dolayısıyla çok kısa bir süre sonra bırakın damak üzerinden aldığımız (*retroazal*) ve toplam lezzetinin algısı içinde değerlendirdiğimiz kokusal katkı, yani aromasını, dışarıdan aldığımız kokusunda (*ortonazal*) bile varlığı belirsizleşiyor. Sonuçta da salkım halde aldığımız domatesler mutfak tezgâhında saplarından koparıldıktan kısa bir süre sonra anlamsız hale geliyorlar, çünkü

bizi cezbetmiş ve satın alma kararımızı etkilemiş olan aslında meyvenin kendisi değil, takılı halde bulunduğu yeşil sapın kokusu.

Biraz daha açalım bu dediğimizi. Gerçi önceki bölümlerde parça parça da olsa bu konuya değindik ama bu da toparlaması, cilası olsun. Domates dediğimiz meyve, dokusu dışında iki tat kulvarından oluşuyor: tatlı ve ekşi. Onun dışında domatesi domates yapan her şey, bünyesindeki uçucu koku moleküllerinin marifeti. Yaklaşık 400 uçucu molekül var bir domatesten. Ancak tabii ki bunların bir kısmı algı eşliğimizin altında kalıyor ve biz onları duyumsamıyoruz. Bu çok sayıdaki molekülün içinde öne çıkan 15-16 tanesi ise bizim domates kokusu diye adlandırdığımız alginın sebebi oluyorlar. Şanssızlığımız, domatesin karanfil veya vanilya gibi tek bir molekülün kokusuyla anlam bulmaması. Öyle olsaydı sadece *öjenol* molekülünü koklayıp kuru karanfil taneciklerinin güçlü bir çağrışımını veya sadece *vanilin* koklayıp vanilyayı algıladığımız gibi algılayabilirdik domatesi de. Ne var ki domatese koku açısından baktığımızda tek bir temsil yetkisine sahip moleküle değil, birden fazla ve tek başlarına farklı çağrışımlar yapabilen moleküllerin toplamda oluşturduğu farklı kokusal anlamlandırma-ya ihtiyacımız var.

Demin bahsettiğim *cis-3-hekzenal* mesela, yeni biçilmiş çimen gibi kokuyor ve domatesteki taze / yeşil algıyı yaratan da bu molekül. Bir diğeri, *3-metilbutanol* ise topraklı ve hafif küflü diyebileceğimiz nemli alginın oluşmasına yardımcı oluyor. Başka moleküller, mesela menekşeden aşına olduğumuz *ionone* ve gülden tanıdığımız *damasenonlar* da meyveye belli belirsiz çiçeksi bir yön kazandırıyorlar. Hepsinin doğal olarak birlikteliği ise toplamda domatesin kokusunu meydana getiriyor.

Sürekli ve istenildiği kadar, yani neredeyse sınırsız domates elde etme arzusu, domatesin yapısal özelliklerinde değişimi kabul etmek gibi bir fedakârlık gerektiriyor. İhtiyaca dönüştürülmüş bu arzuyu karşılamak için henüz tohum aşamasında daha dirençli ve daha verimli hale getiriliyorlar. Ancak bu yapısal değişimlerin bir de bedeli var. Bu bedeli ödemenin, yani verim uğruna tat ve

kokudaki kayıpları görmezden gelmenin bindiğimiz dalı kesmekle neredeyse eş olduğu da yeni yeni fark ediliyor. Önlem olarak şimdilerde domatesi tatlandırma konusunda birtakım adımlar atılmış durumda ve en azından meyveden kaybolan şeker *Kumato* veya *Rosso Bruno* gibi yeni, ancak tohum üzerine mülkiyet tesis edilmiş melez türlerde bir ölçüde ikame edilebiliyor. Ancak daha önce de dediğim gibi tatlılık, ekşilikle beraber domatesin iki tat kulvarından sadece biri ve toplam lezzet algımız sadece tat duyumuzdan oluşmuyor. Onun dışında bir de aromatik özellikleri var ki, tohumun mülkiyetine teslim olsanız dahi henüz onların geri kazanımı konusunda anlamlı adımlar atılabilmiş değil.

Sadece mevsiminde domates yetiştirmek, kadim yöntemlere başvurarak meyvenin doğal döngüsü dışına çıkmak ve uzun süreli saklamayla tohumu manipüle etmeden lezzetine bir nebze olsun ulaşmak mümkün gibi görünüyor. Ancak bu da mevsimine sığamayacak hacimde bir üretim miktarı demek; üstelik bu yöntemler de lezzette tam bir ikame sağlayamıyor. Domatesle domates türevleri arasındaki, örneğin domates salçasının kokusu / aroması arasındaki fark salçaya dönüşme işlemi sırasında karakteristik kokuyu oluşturan moleküllerin bazılarının hemen uçarak kaybolması, yerlerine topraktayken var olmayan yeni ve başka moleküllerin geçmesi nedeniyle oluyor. Aynısının bir benzerini de kurutma işlemi için düşünebilirsiniz. Kurutulmuş domates, domatesten başka bir şey. Bırakın bunların hepsini, herhangi bir tencere yemeğinde aldığımız domates kokusuyla tarlada dalından ısırdığımız domates arasında dünyalar kadar fark var. Bu farkların çoğunu kabulleniyor, hatta onların verdiği hazza dair hiyerarşik bir değerlendirme yaparak çiğ hallerinden daha güçlü beğeniler oluşturabiliyoruz. Öyle olmasaydı zaten mutfağımızın içine girip karakteristik öğelerinden birisi haline gelmezlerdi.

Refik Halid Karay, orijinali 1949'da *Aydede*'de neşredilmiş ve 2013 yılında *Yemek ve Kültür* dergisinde tercümesi yayımlanmış olan "Domatesin İkbali" başlıklı yazısında, 1880'lerde sokaktaki insanın daha henüz yeni yeni tanıştığı domatesin "Frenk elması"

ismiyle satıldığından ve çiğden ziyade pişirilerek yenildiğinden bahsediyor:

Merak edip küfeye bakan bir adamın göreceği elmalar toparlak olmaktan ziyade yayvanca, iri dilimli, sap yerlerinde kabuğa örümcek gibi ayaklar ile tutunup yapışmış yeşil yapraklı ve kıpkırmızı şeylerdir; o güne kadar pazarda, çarşıda satıldığına rastlanmamıştır! Sorar:

– Bunun nesi elma? Elma böyle mi olurmuş?

Satıcı cevap verir:

– Elma dedikse adı öyle... Sana Amasya elması satıyoruz demedik ya! Bunlar yeni çıktı; kabak gibi, patlıcan gibi kalyesini, dolmasını yapıp yiyeceksin. Çiy yiyen de varmış ama isteğe bağlı... Azıcık zırtlakcadır!”

1800’lerin sonunda sokaktaki insanın yeni tanıştığı domates, bugün mutfakın ayrılmaz bir parçası. *Fine dining* gibi niş alanların dışına çıkıp ev ölçeğinde baktığımızda herhangi bir tencere yemeğini, içinde domates veya türevi olmadan düşünmemiz neredeyse imkânsız. Hatta öyle imkânsız ki domates bu topraklara gelmeden önce yemeklerin nasıl pişirildiğini aklımıza bile getiremiyoruz. Oysa domates yokken de yemek vardı; üstelik kendi bağlamaları ve zenginlikleri içinde lezzetli, çoklu duyulu deneyimler yaşatabilen yemeklerdi. O dönemin uygulamaları, mesela eti erikle pişirmek falan, şimdilerde bize nedense “deneysel” geliyor.

Başta da dediğim gibi, insan toplulukları durağan değil ve etkileşimlere açıktır. Bilinmedik coğrafyalardan gelen yeni içerik malzemeleri de muhtelif engeli aşarak eninde sonunda yerleşik mutfak pratiklerinin içine nüfuz ediyorlar. Bütün bunları bildiğim halde benim içeceğimin içindeki zencefile şaşırmam ve buralara aitmiş gibi kabullenmekte zorlanmam, herhalde herkesin başına geldiği (veya geleceği) gibi zamanların değişimine uyum sağlamakta çektiğim güçlükten kaynaklanıyor. Bu da haliyle keyifsiz bir durum. Keyifsiz, çünkü sorunun tespiti insanın bayağı bir yaş aldığını fark etmesine yol açıyor.

Kokulu Maddeler Ticaretinden Bir Dev Doğuyor

Karl Marx, 1844 *El Yazmaları*'nda meâlen diyor ki, "Beş duyunun tarihi, insanlığın tarihidir." Bir yıl sonra, 1845'te kankası Friedrich Engels de *İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu* adlı kitabında, sanayi devrimine İngiltere örneğinden hareketle bir açıklama getiriyor. Bir geçiş dönemini, yani zaten var olan, herhangi bir mal varlığı veya üretim aracı sahibi olmayıp sadece kendinde olan tek şeyi, emeğini satarak yaşayan, proleterleşen kitlelerin eski usul imalat tekniklerinden, makineleşmeyle beraber gelen seri üretim ve kaçınılmaz yabancılaşmanın içine gömülmesini Sanayi Devrimi'ne bağlıyor.



Karl Marx'ın
elyazısıyla aldığı
notlar.

Sanayi Devrimi olmasa, Avrupa'dan başlayarak yayılan yeni ekonomik ve sosyal sistem, yani kapitalizm nasıl gelişir, yerleşirdi? Alan daraltıp bir soru daha soralım: Neydi Sanayi Devrimi'nin İngiltere'ye getirdiği? Mikro ölçekte, muazzam bir tekstil sanayisi, ki bu sanayi de makineleşme ve buhar gücünden destek alarak varlık bulan bir sanayiydi. 1765'te James Watt ve buharla başlayan yolculuk 1920'de Atlantik'in öte yanında Henry Ford'un üretim bandıyla zirveye çıkarak kendine teknolojiyi de içeren ama daha kapsamlı bir anlam kazandırdı. İngiltere'deki tekstil sanayisinin yaktığı kıvılcımla, makineleşmeyle beraber kırdan kente zorunlu göç ve ücretli emek kavramları ortaya çıktı.

Ufak ufak pek çok teknik yenilik döşedi malum yolun taşlarını aslında. Mesela, yapay aydınlatmanın geliştirilmesi, sokak ve evlerin bu sayede aydınlatılması iki önemli dönüşüm yaşattı. İlki, artık sokaklar nispeten güvenli hale gelebildi ve insanlar geceleri çıkmaya başladılar. Bunu karşılayacak sosyal alanlar da ya hemen oluştu ya da var olanlar çalışma saatlerini uzattılar. İki dönüşüm demiştim ama ikincisi zaten bir önceki cümlemin son kısmında yer alıyor. Süresi itibariyle de zaten zor olan çalışma koşulları gün ışığına, yani doğaya bağlı olmaktan çıkıp saate bağlı olmaya başladılar. Dört duvar arasında güneş ışığı alamayan imalathanelerde, bodrumlarda bile yapay ışıklandırma uzun ve birden fazla vardiya ile işçi çalıştırabilmenin önünü açtı.

İyi de, Sanayi Devrimi için birtakım makine, ekipman, buhar, kömür falan, yani yatırım ve sermaye gerekiyorsa, bunlar her yerde ve bedavaydı da kimse mi farkında değildi? Elbette öyle değildi ve bu aşamayı da geçip döngüyü tamamlamak için öncelikle üretim aracının ve satılık emeğin sahibi olmanızı sağlayacak sermaye yapılanması gerekiyordu. Öyle “cebimdeki üç otuz parayı sermaye yaparım” nevinden bir sermaye de değildi bu ve belki de daha doğrusu, alınır satılır menkul kıymetleri, uluslararası ölçekte finans hareketlerini düzenleyen bankalarıyla, belki internetten EFT yapamayacağınız ama bu tip kolaylıklar ayrı tutulursa bugünkünden mantık olarak çok da farklı olmayan unsurlarıyla bir

sermaye sistemiydi. Çünkü esas olan zaten kendi cebindeki parayı yatırmak değil, geniş tabandan toplanan parayı kendi yatırımına beraber kontrol etmektir; hatta esas yatırım, bu “kontrol”ün bizzat kendisiydi; zira doğru kontrol sağlanması halinde üretim dahi yapmadan para kazanabiliyordu. Bu da “hissedâr” denilen kavrama getiriyordu işi. Ne isterdi bir hissedâr? Elbette öncelikle kâr isterdi ama onunla sınırlı kalmazdı talepler. Regülasyonlar, yani kontrollü ve güvenli sermaye hareketleri, hissedâr olduğu yapının yasal sorumluluklarının belirlenmesi ve kendi başına ürüne dönüşecek ortaklığına pazar oluşturulması. Bunları da hangi kurumlar sağlardı? Sorumlulukları sınırlı tüzel kişilikler olan şirketler ve borsa kurumları.

O zaman belki de “Sanayi Devrimi’nin devamında kapitalizmin doğuşu, kendini geniş paydaşlı sermayenin oluşum ve hareketliliğine borçludur” dersek ve bu önemli tarihsel başlığı da hep dile getirilen İngiltere’den beri çekip, XVII. yüzyılda altın çağını yaşayan Hollanda’ya getirsek, daha doğru bir bakış açısıyla bakmaya başlamış olabiliriz. Neden Hollanda? Çünkü ilk uluslararası hisse senedi, hatta ilk menkul kıymetler, hatta ve hatta onun bir adım ötesinde ilk türev piyasaları, ilk borsa ve merkez bankasının öncülü Hollanda’da ortaya çıkmıştı. Çok karıştı konular, farkındayım. Korkmayın, ekonomi tarihi okumayacağız takip eden sayfalarda. Daha da beterini yapacak, isimlendirme zorluğu çekilebilecek başka bir tarih okuyacağız. Ama gelin, müsaadeniz olursa, o günlere nasıl gelindi, önce ona bir göz atalım.

Yediğimizin ve içtiğimizin bize yaşattığı binlerce farklı duygudurum, koku duyusundan kaynaklanıyor. “Baharat” dediğimizde bu kavram tat duyumuz için belli bir yakıcılık veya acılıktan öte pek bir şey ifade etmiyor. Oysa koku duyumuzu serbest bıraktığımızda o baharat çeşitleri arasında farkı anlayıp tanımlamaya, böylece de toplam bir besin algısına ulaşmaya başlıyoruz. Bugün için baharatı pek önemsemeyebiliriz ama unutmayalım ki yüzyıllar boyunca yanında birkaç başka satılabilir emtia ile beraber dünya ticaretinin belkemiğini oluşturarak güç savaşlarının analığını yaptılar.

2.000 yılı yazılı geçen 3.000 yıllık Avesta dilinde “hoş kokulu çiçek veya bitki” anlamına gelen *vanhar* kelimesinden türeyen baharatı bugün bizler salataya sıkılan limon benzeri basit bir çeşni olarak kullanıyoruz. Baharlı maddenin yiyeceğimizin içine kattığı koku, yediğimiz gıdanın besin değerinden ayrı olarak haz almamızı sağlıyor, çarpan etkisiyle lezzetini katlayarak artırıyor. Humusunuzdan kimyonu, sahlebinizden tarçını, köftenizden biberi çıkarıp yemeyi deneyin, ne demek istediğimi daha net anlayacaksınız.

Ancak tarihe baktığımızda baharatın sadece bir lezzet çeşni olmanın ötesinde yüzlerce farklı kullanım alanı bulmasının onu “hep aranan ürün” yaptığını görüyoruz. Eski Mısır’da tarçın mesela, yüksek fiyattan el değiştiriyor, çünkü mumyalama törenlerinde kullanılıyor. Keza anason, kakule ve kimyon, ölümlerin içini temizlerken, onları asırlar boyu korumaya hazırlanırken gereken maddeler. Miyazma teorisinin geçerli olduğu dönemlerde karanfilin salgın hastalıktan korunmak için portakal kabuklarına saplanarak doğal ve nispeten ucuz *pomander*ler elde edilmeye çalışılıyor. Tarçın ve biber Hippocrates’te, Dioscorides’de geçiyor, Eber Papirüsü’nde yer alıyor. Bütün bunları yaparken de doğudan, “kutsal topraklar”dan gelerek, geldiği yerdeki kutsala dair bir söylemi beraberinde getiriyor. *Tevrat*’taki parfüm formülünde tarçın var, *Kur’an*’da safrandan bahsediliyor.

Hammurabi’nin kanunlarının başarısız ameliyat yapan hekimlere getirdiği acımasız, kısas kriterli cezalar çok şey değiştiriyor. Hekimler her rahatsızlığı bıçak altına yatırmaktan ziyade, baharat ve bitkilerin ilaç olarak kullanımını düşünmeye mecbur kalıyor. Bu da baharatın ilaç değerini öne çıkarıyor. Ancak bundan ayrı olarak ve özellikle Avrupa’da, elbette baharat gıda için gerekiyordu. Öncelikle buzdolabı falan olmayan dönemlerde baharat, muhtelif gıda maddelerinin bozulmasının önüne geçiyor, bozulmasını engelleyemediklerinin ise o iştah kaçıran itici ve çürük bozulma kokularını bastırıyordu.

Eber Papirüsü

1800'lü yıllarda Teb kentinde (Luksor) bir mumya kucağında bulunan belge, bir müddet ünlü antikacı Edwin Smith'in koleksiyonunda kalıyor. Daha sonra onun verdiği ilanı değerlendiren Mısır bilimcisi George Maurice Ebers tarafından satın alınıyor; belgeye de onun ismi veriliyor.

Halen Leipzig Üniversitesi'nde bulunan 20 metrelik (120 sayfa) bu papirüs, daha çok cerrahi müdahaleleri kapsayan Edwin Smith Papirüsü ile beraber en önemli iki eski Mısır tıp ansiklopedisinden biri.

Dönem tıbbına dair pek çok önemli bilgi içeren belgede vücudun merkezi olarak kalp konumlandırılıyor. Beyin, zaten biliyorsunuz, Mısır tıbbında çok önemsenen bir organ değil; mummyalamada da (bkz. KK - III - *Kültürler*, “‘Valar Morghulis’ - ‘Herkes Ölmelidir’”) çıkarılıp atılıyor. Kalp ise kan, sperm, idrar, gözyaşı gibi vücutsal sıvıların yönetim merkezi olarak görülüyor. Böbrek hakkında ise bilgi yer almıyor.

Belgede depresyon, demans, şizofreni belirtileri tanımlanıyor, jinekolojik rahatsızlıklar, doğum, yanık, parazit, göz ve diş hastalıkları, bağırsak rahatsızlıkları, timsah ısırması, cin kovmak gibi birbirinden farklı 700'den fazla soruna çözüm önerileri getirilirken, balla karıştırılan baharattan yapılacak ilaçların nasıl tablet haline getirileceği ve nereye, nasıl uygulanması gerektiği de anlatılıyor.

Kötü bir hasat yılı ve soğuk bir kışın ardından yenilebilen sadece –eğer bulunabilirse– etti ve et de bol tuz ve karabiberle yeniliyordu. “Bol tuz ve karabiber” dedim ama bu bolluk hiçbir zaman yeterli olamıyor, arz azlığından biber hep kıymete biniyordu. Bugün bir markete gittiğimizde ilgili reyondaki çubuklarda 50 gram, 100 gram içeren muhtelif markalarda paketler halinde sallanıyor. Eğer alışveriş listemizde yoksa başımızı çevirip ilgilenmiyoruz bile. Oysa koca paketlerine bakmadığımız baharatın pek çoğu bırakın ağırlık, taneyle el değiştiriyordu zamanında. Bu nedenle fiyatları altınla ölçülüp, dönem dönem biberle altın bire bir değerde takas ediliyordu.

408 yılında Roma'yı kuşatan vizigotların kuşatmayı kaldırmak için talep ettikleri kan bedeli içinde altın ve gümüşle beraber kara-

biberin yer alması da bundan sebepti. Ortaçağda veba Avrupa'yı kasıp kavururken ilaç yapımında baharatın kullanımına öyle bir talep olmuştu ki bir kilo muskat cevizi alabilmek için yaklaşık 12 adet besili büyükbaş hayvan vermek zorunda kalıyordunuz. Biber tanecikleriyle kira ödeniyor, denizci maaşları karabiberle veriliyordu. Yarım kilo safran bir at, yarım kilo zencefil bir koyuna bedeldi.

Nereden geliyordu baharat? Doğu'dan, Hint diyarından geliyordu ve bu ticaretin köprübaşını da Sami ırkından insanlar, Arap tüccarlar tutuyorlardı. Herhangi bir bahar Avrupa'daki kullanıcısının eline geçene kadar yaklaşık bir düzine aracının elinden geçiyor, fiyatı da rahatlıkla elli, yüz misline katlanıyordu. Araplar, müşterilerinin kafasını karıştırıp malın fiyatını yükseltmek için baharatın kaynak ve elde edilme yöntemleri ile ilgili bin türlü hikâye yazıyorlardı. Tabii ki öncelik mümkün olduğu kadar kaynağı, yani Hint ellerini gizlemekti. İkinci öncelik ise birtakım zorluk hikâyeleriyle yüksek fiyatlara bahane üretmekti. Bu hikâyeler toplamda işe yarıyor, Batılı alıcının gözünde baharatı olduğundan da gizemli bir hale getiriyordu.

Herodotus'u bile kandırmışlardı. Tarçının ancak dağlık bölgelerden elde edildiğini sanıyor, kitabına da (*Historia*) böyle kayıt düşüyordu garibim. Nakledilen efsaneye göre dağlarda yetişen tarçını bir cins yırtıcı kuş (*cinnamologus*) toplayabiliyor, gagalarıyla topladıkları tarçınları yuvalarına taşıyıp az yaklaşıp hemen saldırıyorlardı. Araplar da yuvaların hemen yakınına taze kesilmiş eşek eti fırlatıp, yırtıcı kuşların iştahını kabartıyor, etleri yuvalarına taşımaya kışkırtıyorlardı. Eh, haliyle lök lök parça eti yuvasına taşıyan kuş, o yuvanın o kadar ağırlığı çekemeyeceğini hesaplayamıyor ve bir noktadan sonra da yuva "Güm!" diye toprağa iniyordu. Toprağa düşüp parçalanan yuvalardaki tarçın da, küçük yaştan itibaren koşmak üzere yetiştirilmiş hızlı hareket eden özel tarçın toplayıcı gençler tarafından hemen torbalara konulup oradan uzaklaşıyordu. Tabii ki bu riskli ve karmaşık işlem, tarçın fiyatı içinde karşılığını buluyor ve kendi daha henüz kaynağındayken çarpıla çarpıla fiyatını arttırıyordu. Oysa biliyoruz ki tarçının gerçekte

kuşlarla böyle bir ilişkisi yok; bir cins ağacın iç kabuğu olmanın ötesine geçmiyor.



Arapların, sattıkları ürünlerin fiyatını yükseltmelerine zemin hazırlayan “zorluk hikâyeleri”ne en ilginç örnek, tarçın toplayan yırtıcı kuş *cinnamologus*’tu. Satıcılar, tarçının bu vahşi ve acımasız kuşun yiyeceği olduğunu, fiyatın da girilen risk nedeniyle yükseldiğini anlatıyorlardı. Görselde bir muhteremi elinde sopayla kuşa yaklaştırmaya çalışırken görüyoruz.

Araplara ödenen yüksek faturalar elbette bazı akli başında kişileri rahatsız ediyordu. Roma’da *Naturalis Historia*’nın yazarı Yaşlı Pliny (*Gaius Plinius Secundus*) mesela, imparatorluğun altınlarının oluk oluk Doğu’ya akmasına şiddetle karşı çıkıyor, Arapların aslında Hindistan’dan aldıkları biber vesair baharatı yüz misli fiyatla kendilerine satıp kazık attıklarını söyleyerek senatoyu birbirine katıyordu. Romalılar, tarihin gelmiş geçmiş en büyük baharat tüketicisiydiler ve baharatı aklınıza gelebilecek her yerde kullanıyorlardı. Yiyeceklerde, içeceklerde, savaşa giderken vücutlarına

sürmek için, hatta akşam çok şarap içtiklerinde, o geceden kalmalık halinden kurtulmak için yastığını safranla dolduran zenginler bile vardı.

Bu kadar çok talep olur ve bu talep de oluk oluk altın, gümüş ve bronzun Doğu'ya akmasına sebep olursa, Romalı da kalkıp ordusuyla beraber gitmez miydi Arap ellerine? Giderdi ve gitti de. Ama sonu hüsrarla biten bir sefer oldu, MÖ. 24 yılında. Ancak savaşın yapamadığını daha sonra ticaret yaptı ve Hippalus isminde bir Yunan, Arapların uzun zamandır gizlemeye çalıştıkları bir gerçeğin farkına vardı: Hint ellerindeki o envai çeşit baharatın serpilip büyümesine sebep olan muson rüzgârları, sene ortasında yön değiştiriyordu.

Üstelik Hint elleri o zamana kadar bilindiği gibi enine yaygın, geniş bir toprak parçası değil, dikine uzunlukta bir coğrafyaydı ve bu yeni bilgiyi temel aldığınızda karaya çıkınca baharatı ararken bir uçtan bir uca olabilecek mesafeyi kısaltıyordu. Bu yön değişimini takip ederek Mısır'ın kuzey kıyılarına, İskenderiye'ye varmak, oradan aşağıya inip (Süveyş Kanalı falan yok tabii o tarihte daha) yelken açarak Hindistan'ın baharat zengini batı kıyılarına ulaşmak, baharat ve reçine yüklü olarak geri gelmek mümkündü. Hippalus'un bu önerisi tarihi değiştirdi; baharat ticaretinde Arap tekeli bir süreliğine de olsa kırıldı, Roma ile Hindistan arasındaki bir ticaret patlaması yaşandı. Bu akıştaki bir yeni değişikliğe rastlamak için epey bir süre beklemek gerekecekti. Yol güzergâhındaki en önemli aktörlerin bir kısmı, Araplar, tek gövdeli merkezî bir devlet kurumunun otoritesi altında değil, irili ufaklı yüzlerce kabile halinde yaşıyorlardı.

İSLAM ÇEVRESİNDE BAHARAT BİRLİĞİ

Sevgili okur, 570 yılında Abu El Kasım Muhammed Abdullah'ın doğuşu çok şeyi değiştiriyor. Kureyş kabilesine bağlı Hâşimî ailesinden Emine'nin doğurduğu Muhammed, altı aylıkken babasını, altı yaşında annesini, sekiz yaşındaysa dedesini kaybederek amcası Ebu Talip'in yanında, kervanlarda çıraklık yaparak büyüyor. Hint

okyanusuyla Akdeniz arasındaki ticaretin önde gelenlerinden, baharat ticaretiyle mâruf zengin bir dul olan Hatice'nin yanında işe giriyor. 595 yılında patronuyla, yani Hatice'yle evleniyor. Bu onun ilk, Hatice'nin ise üçüncü evliliği oluyor. Kimden bahsettiğimi anlamışsınızdır, Hazreti Muhammet'ten bahsediyorum. Hz. Muhammet, 610 yılında Hıra Dağı'nda ilk sûrelerin tebliğ edildiğini önce Hatice'yle paylaşıyor. İlk takipçisi olan Hatice dışındakilerle paylaşması ise üç yıl sonra gerçekleşiyor. Tabii bu açıklama, inen sûreler falan, büyük tepkiyle karşılanıyor. Bir kısmının önce var olup sonra yok denildiğini, bir kısmının ise zaten hiç olmadığını, dolayısıyla dedikodudan öte gitmediğini söylediği “Şeytan Ayetleri” bahsinin de bu tepkiyi göğüslemek üzere dile getirildiği rivayet olunuyor.

610 ila 620 yılları arasında Mekkelilerin Hâşimîleri boykot etmesi ve artan baskılar sonucu takipçileriyle beraber daha çok bir finans merkezi olan Mekke'den, finanstan ziyade mal ticaretiyle ünlenmiş Yatrib'e (Yesrib) gidiyor; ayak bastığında da kentin ismini Medine olarak değiştiriyor. Neden anlattım uzun uzun şimdi bunları?

Tabii ki derdim dinler tarihi anlatmak falan değil, öyle bir donanımım olduğunu da söyleyemem. Ancak demin demiştim ya “bu akıştaki bir yeni değişikliğe rastlamak için epey bir süre beklemek gerekcekti, zira yol güzergâhındaki en önemli aktörlerin bir kısmı, Araplar, tek gövdeli merkezî bir devlet kurumunun otoritesi altında değil irili ufaklı yüzlerce kabile halinde yaşıyorlardı” diye, işte bu değişikliğin Arapların bir inanç şemsiyesi altında toplanmasıyla gerçekleştiğini görüyoruz. Giderek artan Müslüman sayısıyla beraber Hz. Muhammet'in öldüğü 632 yılında 640 kabilenin İslam'ı kabul ettiğini, irili ufaklı parça parça bağımsız hareket eden kabilelerden tek bir komutla (en azından teorik olarak) hareket edebilen dev bir gövdeye dönüştüğünü görebiliyoruz. Dokuz yıl sonra, 641 yılında ise bu Arap / İslam gücü, baharat ticaretinin en önemli antreposu konumundaki İskenderiye Limanı'nı ele geçiriyorlar.

Sonraki birkaç yüzyıl boyunca bu ticareti sıkı sıkıya kontrol eden Araplar, Avrupa'da da fiyatların artmasına sebep oluyorlar.

Artan fiyatlarla birlikte baharat, sadece varlık sahibi seçkinlerce ulaşılabilen kısıtlı erişimde bir lüks ürün haline geliyor. Bu tabii ki yoksullar için kötü bir durum; ancak biri için kötü olan, bir başkası için iyi olabiliyor ve bu kez de bu işten kârlı çıkanlar Venedikliler oluyor. Birkaçı biraraya gelip sermayelerini çoğaltarak Araplarla uzun vadeli anlaşmalar yapıyorlar ve Arapların elinden geçen ürünlerin (tabir caizse) “Avrupa yetkili satıcısı” oluveriyorlar.

Haçlı Seferleri sırasında bile bu iş ilişkisi aksamıyor, gelişerek devam ediyor. Her ne kadar “küffarı” alt etmek için Haçlı Seferleri düzenleniyor olsa da, söz konusu baharat olunca Avrupalı’nın pek de umurunda değil malzemenin kaynağı, zira onlarla Müslümanlar arasında bir perde, yani Venedikliler var ve onlar perdenin arkasındakiyle değil, önünden kendilerine uzatılanla yetiniyorlar. Rönesans döneminin finansmanı, o sanat hamilikleri, mesenlikler falan da zaten Venedik’in bu baharat ticaretinden elde ettiği muazzam servetlerin tekstil ticaretiyle birleşerek bankacılığa yansımalarıyla ortaya çıkıyor.

Ammaaaa, gelin görün ki 1453 yılında Osmanlı, Konstantinopl’u ele geçirince, bu ticaret yolu birden sekteye uğruyor ve o aradaki perde de yer ile yeksan oluveriyor. Kuşatma ve savaş masrafları, buna ek olarak Batı’ya yayılarak yeni güç alanları elde etme hevesindeki Osmanlı’nın eline geçen bu ticaret yolu, Batı’daki tüketici için maliyetin daha da artması, yani eskisinden farklı olarak bir de Osmanlı’ya ülkesinden geçen baharat için bedel ödemek anlamına geliyor. Eh, o zaman iki seçenek var, ya bineceksin Osmanlı’nın tepesine, ya da usul usul başka rotalar bulmaya çalışıp, onun kontrolündeki ticaret yolunu devre dışı bırakacaksın, yani “baypas” edeceksin.

Elbette ikinci yol daha az masraflı ve riskli, bu nedenle düşün-yor kâşifler yollara, romantik bir isimle “Keşifler Çağı” dediğimiz dönemi başlatarak. İsmi duydüğümüz pek çok ünlü “kâşif”, Magellan, Vasco de Gama, Christopher Columbus falan yani, “Ah bir keşif yapayım da *Atlas’a* veya *National Geographic’e* kapak olayım” diye çıkmış değiller ortaya. Baharat ve beraberinde gelecek güç sahipliği uğruna yelken açıyorlar bilinmedik sulara.

“Sizi Biraz Bekleteceğiz”

Avrupa salgınlardan kırılırken ve bilim dünyası dönemin güncel tıp teorileri çerçevesinde bu duruma çare ararken, uygulaması daha kolay ve sonucu daha garantili birtakım kolay önlemler de elbette ihmal edilmiyor. Ülkeler bugün ilticanın önüne geçmek için nasıl sınırlarını duvarlarla çeviriyorlarsa, ona benzer önlemler alınıyor. Duvar yapılmıyor belki ama sanal ya da kurgusal duvarlar oluşturulabiliyor.

Bu konuda en bilindik örnek; karnavalında kullanılan maske dahi aslında bir veba maskesi stilizasyonu olan Venedik. Venedik ve benzeri Dubrovnik veya Sevilla gibi liman kentleri, insanlar ve mallar için kesişme noktaları. Mallar gemiden karaya, karadan gemiye aktarılıyor. Kimi denizden gelip karadan dağıtılıyor, kimi de karadan gelip denizden.

Sürekli hareketlilik bu tip kıyı kentlerinin ekonomilerine oldukça olumlu katkılarda bulunup bu ekonomik katkıları politik güce dönüştürmelerine olanak sağlarken beraberinde de bir risk getiriyor: İnsan, hayvan veya emtia, bilumum salgın hastalık taşıyıcılarına açık olmak.

Venedik kentinin, çevredeki bazı diğer liman kentleriyle beraber bu riski elimine etmek için aldığı önlem ise yanaşan gemileri belli bir müddet limanın açıklarında bekletmek. Bu sürenin sonunda da gözlem yaparak herhangi bir hastalıklı durum olup olmadığına bakmak. Tekne ve içerikleri bu bekleme süresi sonunda sağlık açısından bir sorun yaşamadıysa rıhtıma yanaşıp mallarını boşaltmalarına, tayfalarını şehre salmalarına müsaade etmek.

1377'den beri uygulanmaya başlanan bu yöntemde bekleme süresi önce otuz gün. Bu süre içinde ya gemi açıkta bekletiliyor, ya da Dubrovnik örneğinde olduğu gibi özel olarak buna ayrılmış bir başka adaya yönlendiriliyor. Daha sonra otuz gün bekletilip sağlıklı kabul edilenlerde gene de sorun çıktığı gözlenince, süre uzatılıyor ve kırk güne çıkarılıyor.

İtalyanca *quaranta giorni*'nin (kırk gün) Venedik ağzıyla söylenişi olan *quarantina*'ya dönüşmesi de bugün hâlâ kullanılan “karantina” kelimesinin kökenini oluşturuyor.

Şimdi bu bölümün başından beri yazılanlar, parça parça konular gibi gelebilir; yani bir tarafta Sanayi Devrimi ve kapitalizm, diğer tarafta Hollandalıların altın çağındaki menkul kıymet hamleleri, diğer taraftan da İslam, Konstantinopl'un el değiştirmesi, öte taraftan da koku duyusu ve kokunun besin algısı, dolayısıyla lezzete katkısı falan.



“Baharat Adaları” diye bilinen Molucca Adaları. Burada meydana gelen herhangi bir güç değişimi Avrupa’yı derinden ilgilendiriyor, 200 yıl boyunca dünya ticaretinin kalbi bu bölgede atıyordu. “Molucca Adaları”nı elinde tutan, diğer eliyle Venedik’in boğazını sıkar” denmesi bundan sebepti.

Ancak sayfaları çevirdikçe aslında bunların hepsinin birbiriyle sebep sonuç ilişkileri çerçevesinde bağlı olduklarını ve hakikaten Marx’ın dediği gibi beş duyunun tarihinin aslında insanlık tarihinin özeti olduğunu, sisler arasından beliren bir dev gemi silüetinin gittikçe netleşmesi misali fark edeceğiz. Evet, Konstantinopl, Osmanlıların eline geçiyor ve doğu-batı arasındaki ticaret yolunun yeni bir hâkimi ortaya çıkıyor. Her gelen yeni hükümrân gibi, o hükümrânlığı elde etmenin maliyeti de Batı’ya sevk edilen malların, yani baharatın, ipeğin vs. fiyatına yansınca, bu kez alıcı konumundaki Batı, aradaki bu istasyonu devreden çıkarıp Doğu’ya farklı yollardan ulaşmayı deniyor. Kokulu malzemenin kaynağına, Hint ellerine bilinenlerin dışında bir deniz yolundan ulaşmak gerekiyor.



Jose Veloso Salgado'nun tablosunda (1898), Vasco de Gama'yı Kalikut'ta getirdiği hediyelere hiç yüz vermeyen sultanın (Samoothiri) huzurunda, belki de bölgedeki barış ortamının son anlarında görüyoruz. Gama'nın Avrupa'dan Asya'ya deniz yolunu açmasıyla beraber baharat ticareti ortadoğulu Müslüman tüccarlardan Avrupalı tüccarların eline geçecek, Gama'nın peşinden ilk ticarî Hint seferinde Avrupa'ya getirilen mal, sefer maliyetinin 60 misli kârla satılacaktı. İlerleyen zamanda Portekizlileri yerlerinden eden Hollandalılar, onları takip eden de İngilizler oldular.

İki ana baharat merkezi var: Molucca Adaları, ki bin kadar ada-
cıktan oluşmasına rağmen bunların sadece bir kısmında karanfil ve
muskat yetişiyor, geri kalanlarında ise depolama yapılıyor. Bir de
Java ve Sumatra var ki, oraları da karabiberin merkezi. Endonezya
turundayız farkındaysanız, sevgili okur. Esasen bütün mücadele,
Molucca boğazı için, zira burası ticaretin kaynağı açısından çok
önemli bir üretim ve toplanma noktası, bir anlamda dev bir antre-

po ve baharat adalarının da çıkış noktası. Venediklilerin doğu-batı ticaretine hâkim oldukları dönemde, “Bir elinde Molucca’yı tutan öbür eli ile Venedik’in boğazını sıkar” deniliyor. Bu nedenle hem Portekizliler, hem de İspanyollar, onlarca keşif gezisi düzenliyorlar bu bölgelere ulaşmanın yolunu bulabilmek için. Elbette bu keşfe çıkan gemilerin en az yarısı, bir daha geri dönemiyor ve sulara gömülüyor.

Amacına ulaşan; Vasco de Gama oluyor. Onun başarısıyla beraber Portekizlilerin dünya üzerindeki belirgin hâkimiyetinin de önemli bir adımı atılmış oluyor. İleride çok savaşıacakları İspanyollarla beraber dünyanın iki önemli denizcilik imparatorluğundan biri oluyorlar. Uçağın olmadığı bir dönemde uzak ülkelere gidişin tek medyası olan denizlere hâkimiyetin, gemi yapım tekniklerinin, seyrüsefer becerilerinin ne kadar önemli olduğunu takdir edersiniz. O dönemde bunları yapabilmek belki de sıradan bir Avrupalı için bir anlamda uzaya çıkabilmekle eşdeğer bir algı yaratıyor. Dört gemilik bir filoya kumanda ediyor Vasco Bey. Kendisi 200 tonluk St. Gabriel’de yol alırken kardeşi Paulo da St. Rafael’e kaptanlık ediyor. Sonunda olan oluyor; 1498 yılında, Vasco de Gama, Ümit Burnu’ndan kıvrılıp Hindistan’a ulaşıyor. Calicut’a yanaşıp filikayla karaya ayak bastığında titreyen dudaklarından “Tanrı ve baharat adına” kelimeleri dökülüyor.

Tabii bu ulaşma işi kolay olmuyor, oldukça kanlı geçiyor. Vasco de Gama da, bir kâşif olarak anılmasına rağmen oldukça acımasız bir kişilik. Uğradığı sahil kasabalarını topa tutuyor, yol boyunca pek çok silahsız gemiye saldırıp mallarına el koyuyor, yükünü kendi gemisine aldığı pek çok gemiyi de içindekilerle beraber ateşe verip elemanları cayır cayır yakıyor. Ciddiyim; adamın adı kâşif diye yaptığına bakıp öyle bilim aşkıyla yola çıkmış romantik-avantür tipli falan olduğunu sanmayın diye söylüyorum ve muhtemelen tarihteki en önemli kitlesel katillerden biri de Vasco de Gama’dır.

Bir gemi yakma olayı, özellikle kaleme alındığı için, oldukça meşhurdur: İçi hacdan dönen Müslümanlarla dolu, kadın, erkek ve çocuklar dâhil olmak üzere toplam 400 kişilik bir gemiyi bütün

yalvarma yakarmalara, kadınların güverteye çıkıp bebeklerini göstererek merhamet dilenmelerine aldırmadan, önce yağlamış, sonra da ateşe vermiştir. İçindekiler yanarken de güvertesinden bu yangını seyredip muhtemelen kulaklarını çığlık, burnunu da yanık kokularıyla doldurmuştur. Bu aktardığım, kendi ulusundan biri, Portekizli tarihçi Gaspar Correira tarafından kaleme alınmış ve yüzlerce olay içinden sadece birini oluşturuyor.

Bu nedenle Vasco de Gama, çizdiği rota ile baharat yoluna alternatif yaratarak tarihin bir dönemine Portekiz damgasını vurmuş olmasına rağmen Portekiz dışında, hele ki Müslümanlar arasında hiç sevilmiyor. Sadece Müslümanlar değil, başka sevmeyenleri de var elbette. 1998 yılında, yani Gama'nın Hindistan'a eski baharat yolunu pas geçerek ve Ümit Burnu'nu dolaşarak ayak basmasının 500. yılında, Hindistan hükümeti Gama'nın Hint coğrafyasında ilk vardığı yer olan Kalikut'da ülkeye ve bölgeye turist çekmek amacıyla 500. yıl kutlamaları yapmak istiyor. Ancak başta Hindistan Komünist Partisi olmak üzere halk, Vasco De Gama'nın gelmesiyle köleleştirme ve emperyalist sömürü döneminin başladığını söyleyerek bu kutlamalara karşı ayaklanıyor, gürültülü gösteriler düzenliyorlar. Bu nedenledir ki 500. yıl kutlamaları Hindistan'da kutlanamıyor. Bu arada tarih kitaplarımızda bile çok sık tekrarlanan bir yanlış düzeltelim: Vasco de Gama, Hint yarımadasında, Batı Bengal'deki Calcutta'ya değil, taa aşağıda, yarımadanın burnunda, Kerala eyaletindeki Calicut'a çıktı. Calicut'un İngilizceleşmemiş olduğu için pek bilinmeyen gerçek ismi Kozhikode ve Calcutta ile bir ilgisi yok. İkisi de Hindistan'da olmasına rağmen aralarında yaklaşık 3 bin kilometre mesafe var.

Neyse, Gama'nın ruhunu cinayetleriyle baş başa bırakıp dönelim konumuza: Dalga dalga seferler Gama'nın peşinden Hindistan'a ulaşır baharat yüklü gemilerle geri döndükçe, bu kez şaşıрма sırası Venediklilere, Mısırlılara ve tabii bizimkilere geliyor. Zira bu yeni yoldan lönk lönk Portekiz limanlarına yığılan karabiberin fiyatı, Venedik'teki spot fiyatın beşte birine kadar düşüyor. Mutsuz olan sadece Osmanlı, Venedikli, Mısırlı veya İranlılar

değil ve İspanyollar da pek keyifli sayılmıyorlar. Onlar da baharat ve özellikle karabiber peşinden Christopher Columbus'u batıdan Hint adalarına yolluyorlar ama Columbus, Hindistan yerine Amerika'ya tosluyor.

Tabii seferine yatırılan parayı bir nebze haklı çıkarmak için Columbus tarihe geçecek ve bugün bile kafa karışıklığına yol açacak iki hata yaparak etimolojik damgasını vuruyor dünya tarihine. İlk hatası, daha önce anlatmıştım, Amerika'nın yerlilerini *indian* yani "Hintli" olarak isimlendirmek. İkinci hatası ise, uğrunda sefere çıktığı karabibere ulaşamayınca, yetinmek zorunda kaldığı çili biberine, "nasıl olsa o da acı, bu da acı" diyerek "kırmızı biber" ismini vermesi. Kırmızı biber diye bir kavram ortaya çıkana kadar renk sıfatı taşıyan bir biber türü yok. Biber denildiğinde anlaşılan zaten bugünkü isimlendirmeye karabiber dediğimiz meyve. Yakıcılığına bağlı olarak aynı isme sahip bu iki baharın ne botanik aile ne de yakıcılığı veren molekül olarak benzerlik veya akrabalığı mevcut değil. Bu iki kelime, hâlâ alakasız türlerin benzer isimle anılması olarak kafa karıştırmaya devam ediyor ve bu talihsiz isimlendirmeleri de Christopher Columbus'un, o amacına göre başarısız seferine borçluyuz.

Evet efendim, baharat yolundaki tıkanmayla beraber yeni sulara açılarak şahlanan iki büyük denizci güç, Portekiz ve İspanya iki kutuplu bir dünya oluşturuyorlar. İki kutupluluk hali muktedirlerin iç dinamiklerine "dıştaki düşman" bağlamında avantaj sağlıyor gibi görünse de, zorlu baharat seferlerinden dönen rakip gemilerin birbirleriyle çatışması pek avantaj olarak nitelenebilecek sonuçlara yol açmıyor. Zorla elde edilen mal heba oluyor, yatırılan kaynaktan optimum veya maksimum fayda sağlamak mümkün olamıyor, ayrıca pek önemli görünmese de insan kaybına yol açıyor.

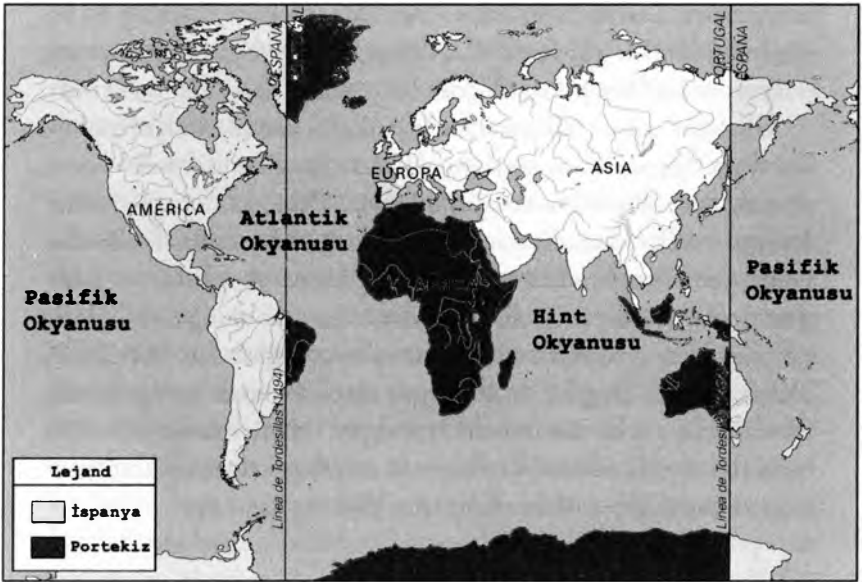
Sadece coğrafya hâkimiyetinden bahsetmeyelim elbette, güç üzerine konuşurken. İnanç üzerindeki bir tahakküm belki de coğrafyalardaki toprak veya denizler kadar, hatta belki ondan da önemli olabiliyor. Demem o ki, bir de İspanya ve Portekiz gibi iki büyük gücü "inanç" adına dengede tutması gereken papalık var unutmama-

mız gereken. Sürekli itişip kakışmanın zarar vermeye başladığı bu iki dönemsel mutlak güç Papa VI. Alexandre'in kestığı racona uyuyor, dünyayı ve ulaşılabilir kaynaklarını bir güzel paylaşıyorlar aralarında.

Güçlerin asgari müstereklerde anlaşıp kendilerinden güçsüz olanların kaynaklarını paylaşmalarının örneklerini daha sonra da çok defa göreceğiz ve görmekteyiz. Peki, nasıl paylaşıyorlar İspanya ve Portekiz dünyayı? Efendim, 1494 yılında Tordesillas Antlaşması olarak adlandırılan bir antlaşma yapıyorlar ve buna göre de Avrupa dışında kalan dünya söz konusu olduğunda, dikine bir meridyen çizilerek batısı İspanya'nın, doğusu ise Portekiz'in oluyor. Hatlar, çizgiler, kesin değil, zaten bundan sebep zaman içinde anlaşmada düzeltmeler yapılıyor. Hani merak edersiniz belki Brezilya'da neden Portekizce konuşuluyor diye; sebebini aramanıza başlangıç noktası oluştursun diye söylüyorum.



Tordesillas
Antlaşması'nın
metni.



Tordesillas Antlaşması'na göre dünyanın iki Katolik denizci ulus arasında bölünmesi. Ne öncesinde, ne de sonrasında İspanya ve Portekiz arasında sular hiç durulmadı. Haritadaki küçük bir kaydırma da (500 Km.) güney Amerika'nın tamamının İspanyolca, o zamanlar henüz keşfedilmemiş olan Brezilya'nın ise Portekizce konuşması sonucunu doğurdu.

Dünyanın iki süper güç arasında bölüştürülmesi ne anlama geliyor? Pek çok anlamı var elbette ama pratik ve somut olarak bu iki denizci gücün dışında kalan ama denize kıyısı olup denizcilik ve gemiadamlığı konularında kendi hacimlerinde azımsanmayacak donanıma sahip Almanya ülkeleri, Hollanda, Baltık ülkeleri ve İskandinavları paylaşım pastasının büyük dilimlerinden uzak tuttuğu, hatta tamamen pastanın dışında bıraktığı kesin. 1494 yılında imzalanan antlaşmanın 23 yıl sonrasında Luther'in Wittenberg Kilisesi'nin kapısına çaktığı "95 Tez"le başlayan reformist/Protestan hareket en güçlü takipçileri hangi ülkelerde buluyor dersiniz? Zorlanmayın, ben söyleyeyim: Almanya ülkeleri, Hollanda, Baltık ülkeleri ve İskandinav ülkeleri.

Baharlı Yumuşak Kurabiye

Baharat Doğu'dan Avrupa'ya günler, aylar süren yolculuklar sonunda ulaştığında, gelen malın dağıtımını tek bir kişi veya insan grubunun gerçekleştirmesi, haliyle mümkün olamıyor. Yani hem gidip malı ithal edeceksin, hem depolayacaksın, hem toptan ihtiyacı olana satacak, hem de son tüketiciye, mümkün olan en ücra köşede dahi telep edene ürün veya hizmeti ulaştıracaksın; yok böyle bir lojistik mucizesi.

Bunun yerine, kademeli dağıtım sistemleri oluşturulmuş, ithalatçıya bağlı bölgesel pazarlamacılar ortaya çıkmış durumda. Mesela Montpellier kenti ve tüccarları böyle bir kimlik taşıyorlar. Zaten eczacılık alanında oldukça gelişmiş, bir de efsane tıp fakültesi var, eh, baharat için Fransa'nın güneyine

toptan ve perakende dağıtımın yapılacağı daha uygun neresi olabilir ki zaten?

Tıpkı güney kenti Montpellier gibi kuzeyde yer alan bir başka kent, bugün Almanya sınırları içinde yer alan Nuremberg de bu ticaret rotası üzerinde yer alan dağıtım istasyonlarından biri. Burada yaşayan Alman tüccarlar da Venedik'ten aldıkları doğu kaynaklı baharatı Lviv üzerinden kuzeye dağıtıyorlar.

Baharata bu kadar kolay erişen ve neredeyse bu sebeple kurulmuş, Almanya'nın da baharat deposu haline gelmiş bir şehirden *lebkuchen* ismi verilen baharlı yumuşak kurabiye'nin çıkması da elbette tesadüf değil. Hamur ve gene bölgede bol üretilen balla tatlandırılıp, zencefil, anason, kişniş tohumu, karanfil, kakule ve yenibahar ile aromalandırılan kurabiyelere zaman zaman badem, fındık veya ceviz de ilave ediliyor.

Frankonia ve Baviera'nın muhtelif bölgelerinde *lebkuchen* üretiliyor ve Oktoberfest veya Noel dönemlerinde bol satılıyor olmasına rağmen Nuremberg, yerel üretimine 1996 yılından beri "Nürnberger Lebkuchen" korumalı "coğrafi işareti" taşıma hakkını Avrupa Birliği'nden almış durumda.



Sade ve çikolata ile çeşnilendirilmiş karışık bir paket Nürnberg Lebkuchen.

Yılbaşı öncesi
Noel pazarında
satılan çeşit çeşit
Lebkuchenler.
En sağdakiler
“orijinal
Nürnberg” diye
satılıyor.



Vatikan'a ve temsil ettiği Hristiyanlık anlayışına bir tepki olarak Protestanlığın doğmasında, papanın önderlik ettiği ve Avrupa'nın diğer devletlerini kâle bile almayan bu Tordesillas Antlaşması, en büyük rolü oynar. Katolik kilisesinin boşalan hazinesini doldurmak için zenginlere para karşılığı günahların affını sağlayan belgeler dağıtması gibi, Luther'in karşı çıktığı moral değerlerden bahsetmiyorum. Ancak işin ekonomik planına baktığımızda, özellikle Almanya gibi bu antlaşma dışında bırakılan ülke halklarının, bu antlaşmayla beraber ekonomik çıkarlar açısından büyük sorun yaşadıkları bir gerçek. Bu gerçek de, antlaşmanın hamisi olan papalığın reddini getiriyor. Bakın yani, “Bir avuç kokulu madde uğruna ne güneşler batıyor yârab” durumlarındayız farkındaysanız.

Öyle veya böyle antlaşma yapılmış oluyor ama 1522'de Ferdinand Magellan'ın başlattığı sefer dönüp dolaşıp baharat adalarında, yani az önce bahsettiğim Molucca'da sonlanınca işler biraz karışıyor. Seferi Magellan tamamlayamıyor aslında ve Filipinlerde öldürülüyor ama yancısı Sebastian del Cano işi bitirip bir ton baharatla geri dönüyor. O baharatın büyük bölümü de karabiber olduğu için, giden beş geminin dördü battığı ve arada da Magellan telef olduğu halde, sefer son derece kârlı sonuçlanmış oluyor. Seferi tamamlayıp bu kıymetli kokulu malzemeyi İspanya

topraklarına ulaştırdığı için de kral ona ve ailesine bir amblem taşıma hakkı veriyor. Amblem, yani aile amblemi veya *coat of arms* dediğimiz Şeyden bahsediyorum. Del Cano'nun ambleminde de sefere ithafen iki tarçın çubuğu, üç muskat cevizi ve oniki adet karanfil tanecigi yer alıyor.



Sebastian del Cano'nun ambleminde kalkanın alt kısmında tarçın çubukları, muskat cevizleri ve kuru karanfilleri görebilirsiniz.

Evet, baharat denen acılı ve bol kokulu nesnenin peşinde antlaşmalar yapılıyor, bozuluyor, yeni antlaşmalar yapıp yeniden bozuluyor falan; bu arada da oluk gibi kanlar akıyor. Nedir üzerinde fırtınalar koparılıp dünyanın bugününü bile etkileyen bu bir bardak suyun içindeki? Çokça karabiber, karanfil, tarçın, muskat cevizi, vesaire. *Coca-Cola'yı* anlatırken muskata değinmiştim; o da ne ola ki demeyin. Hatta Cola efsanesini bir başka taraftan daha deşelim tam yeri gelmişken: Diğerlerine oranla nispeten daha tatlı

bir bira türü olan *ale* tipi biranın içine muskat cevizi ve tarçın rendelenmesinin, aslında *Coca-Cola*'nın ilk formülüne ilham verdiğine dair de söylentiler var.

XVI. ve XVII. yüzyılın neredeyse tamamı, batılı iki gücün, hem doğuda ulaştıkları, kokulu malzemenin kaynağı olan yerlerdeki halkı ve idarecileri, hem de birbirlerini kandırmak için binbir türlü entrika düzenlemesiyle geçiyor. Bu mücadelenin sonunda Portekizliler karanfil pazarının başoyuncusu olarak ortaya çıkıyorlar. Başoyuncusu, yani en büyük tüccarları, ancak bu konuda dikine entegre bir tekel oluşturabilmiş değiller. Gidip, bulup, kesip, dövüp, edip baharatı getiriyorlar eski kıtaya, ama dağıtım işini pek üstlenmiyor ve başka bir ulusa ihale ediyorlar. Yani kendilerine zaten çok telefathı deniz seferleri için gerekli tayfanın bir kısmını sağlayan Hollandalılara, kuzey ve batı Avrupa'daki bütün müşterilere baharat satımı için bir nevi bayilik veriyorlar. Ancak zaman durduğu gibi durmuyor, imparatorluklar da öyle. 1580 yılına gelip de İspanyollar uzun süreli rakipleri Portekizlileri saf dışı ederek dünyanın didişilen kısmının tek hâkimi olunca, bu kez Hollandalılar iyot gibi açıkta kalıyorlar. İspanyolların Portekiz'i saf dışı etmeleri ile beraber sadece Hollandalılar açıkta kalmıyorlar tabii, zira aynı zamanda Avrupa'daki baharat fiyatları da yeni hâkimlerinin elinde yükselmeye başlıyor.

Şimdi bir an kendinizi Hollandalıların yerine koyun: Hem patronunuzu kaybetmişsiniz, hem işsiz kalmışsınız, hem de yabancı olmayıp bizzat ticaretiyle uğraştığınız bir emtia, birden daha da kıymetli ve dolayısıyla daha da kârlı bir hale gelivermiş. Siz olsanız ne yaparsınız bu durumda? Eh, herhalde, "Yahu onlar bulup getiriyor da ben niye yapamayayım?" diye düşünürsünüz, değil mi?

Evet, Hollandalılar da böyle düşünüyorlar ama onların bu işe girmek için koşul ve hazırlıkları hem Portekiz hem de İspanyollardan çok farklı oluyor. Zaten bu farklardan sebep, bölümün girişinde Marx'a atıfta bulunmuş ve Engels'in Sanayi Devrimi tanımını da şöyle bir teğet geçmiştik. Şimdi geldi sıra bu kokulu malzeme peşindeki maceraların, bahsettiğim iki unsurla birleşmesine.

Goededaaaag! V.O.C. Geliyooooor!

Neydi olay sevgili okur? Papa Bey, Avrupa dışında yeni keşfedilecek alanları bir güzel iki emperyal güç arasında paylaşıyordu. Bu paylaşım da tarafların dışında kalan ulusların ahlaki kuşkularla Katolisizme karşı çıkmalarının ekonomik altyapısını hazırlıyor, Protestanlık doğuyordu. Ancak kaçınılmaz olarak bu iki güç de birbiriyle çarpışıyor ve bu yol kazasında habire kralları vârisiz ölen Portekizliler, İspanyolların gücünü kabullenerek İber Birliği altına (1581) giriyorlardı. Portekizliler kâşif adamlardı, ancak getirdikleri malların ticareti için Avrupa’da Hollandalıları yetkili “anabayı” olarak seçmiş, mal dağıtımını onlara yaptırıyorlardı. Eh, Portekiz’in güneşi İspanyol bulutuyla gölgelenince, Hollandalılar da açıkta kalıvermişlerdi.

Bu bölümde Hollanda ekseninde konuşacağız ama daha başlar başlamaz hatalar yapmaya başladık farkındaysanız. Neden? Çünkü aslında Hollanda bir ülke değil, bir bölge. Sadece biz değil, pek çok ulus o ülkeye “Hollanda” diyor, ama bu Türkiye’ye “Marmara” demek gibi bir durum aslında. Hollanda, Nederlands denilen ülkeyi oluşturan on iki eyaletin sadece ikisinin ismi. Kuzey ve güney Hollanda eyaletleri, Amsterdam, Den Haag ve Rotterdam’ı da içeren oldukça güçlü bir bölge, ama işte tüm ülkeyi bu iki bölgenin ismiyle çağırdığınızda diğer on bölge bunu pek hoş karşılamıyorlar. Bereketli bir bölge ve limanlar falan var tabii burada,

Ortaçağda da yemyeşilmiş ki, ismi “ağaçlı memleket” anlamına gelen *holtland* diye anılmış. Zaman içinde de *holtland*, *holland*’a evrilmiş dillerde. Biz gene kafa karıştırmayalım ve diğer on bölgeden özür dileyerek tüm ülkeyi Hollanda diye anmaya devam edelim, içinden çıkamayacağız yoksa.

Ne gelir aklınıza bugün Hollanda deyince? Bisiklete binen bir kraliçe, serbest ve ucuz ot, halisünojenik mantarlarla imal edilmiş püskevitlerin yenilebildiği kafeler, yel değirmenleri, tahta takunyalar, enfes Gouda peyniri, zamanında büyük bir liman olması nedeniyle uzun süre kara yüzü görmeyen denizcilerin cinsel açıklıklarını karşılamak için tesis edilmiş meşhur “kırmızı fenerli bölge” falan, değil mi? Yani şirine benzer bir tablo çizdik ama bir dönemler bura insanların en acımasız ve yayılmacı tâcirler olarak bilindiklerini söyleyerek perdeyi açalım.



XVIII. yüzyıldan bir gümüş baharatlık. Her gözünü ayrı doldurabilmek, büyük zenginlik ve güç göstergesiydi.

V.O.C. ÇIKTI MEYDANE!

Bütün bu işleri karıştıran ve acımasız unvanını üstüne alan da bir şirket, daha doğrusu ilk çok uluslu, çok ortaklı, ortaklık hakkı da ayrı ürüne dönüşmüş ticarethane. Bu şirketin ismi Vereenigde Oost-Indische Compagnie, kısaca V.O.C. Türkçe'si de Birleşik Doğu Hindistan Şirketi. İlk bölümlerde dünyanın kaderine vurduğu damga nedeniyle çaya bağlayarak bahsettiğimiz İngiliz Doğu Hindistan Şirketi (EIC) ile karıştırmayalım, bu onun büyük rol modeli. 1602 yılında, Birleşik Eyaletler Meclisi'nin (*Staat General*) özel imtiyaz vermesiyle kurulmuş, çok ortaklı bir şirket. İlk kurulduğunda, Asya ile yapılacak ticaret üzerinde 21 yıllık bir tekel olma hakkı veriliyor V.O.C.'a. Ayrıca bu şirket, tarihte ilk hisse senedi çıkaran şirket olarak biliniyor.

Bir karışıklık olmasın, diğer ülkelerde de zaman zaman gemi seferleri için ortak sermaye yatırılıp gelecek malın hissesi falan alınıyor ama mal gelip satıldıktan sonra gelir paylaşılınca iş bitiyor. Eğer yatırımcı riskini dağıtmak istiyorsa birden fazla gemiye ortak olabiliyor. V.O.C. bu ortaklık ağını inanılmaz ölçüde büyütüyor. Yüzlerce ortak onlarca gemiye aynı anda ortak olup riski minimize, kâr beklentisini ise maksimize edebiliyorlar. Şirketin süre tanınmış bir ayrıcalığı olduğundan, 21 yıldan önce "Haydi, paraları paylaşalım; ben Bodrum'a yerleşicem!" diyemiyorsunuz. Bugünkü anlamda ortak oluyorsunuz, size senelik bir temettü yani kâr payı veriliyor, paranın geri kalanı da şirketin işlerini genişletmesi için kullanılıyor. Hükümetler üstü bir gücü var, savaş ilan edebiliyor, ordu toplayabiliyor, barış antlaşmalarında bulunabiliyor, yargılayabiliyor, mahkûm ve idam edebiliyor, sömürgeler tesis edebiliyor ve hatta kendi parasını bile basabiliyor. Önceden bahsettiğim İngiliz şirketi için anlattıklarımı bir misliyle çarpabilirsiniz yani rahatlıkla.

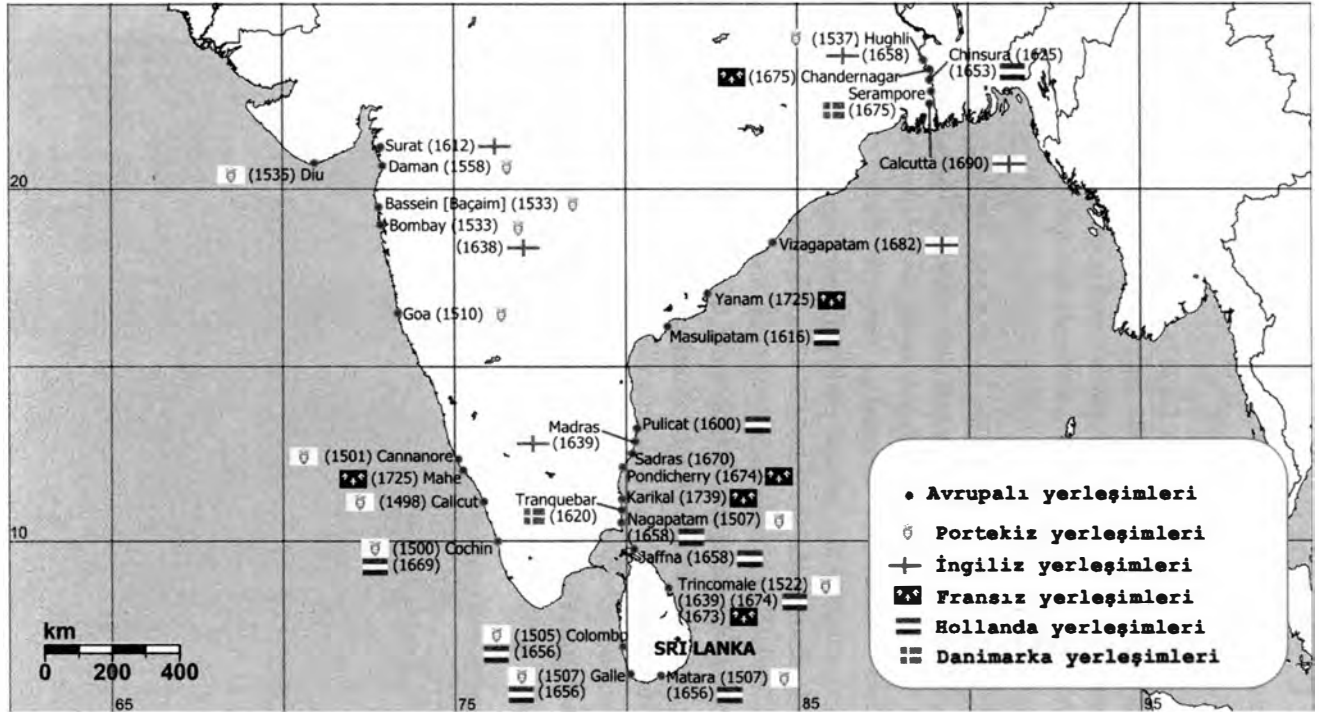
Şirket bazen bir "ticaret şirketi" bazen de "taşımacılık şirketi" olarak anılıyor. Ne olursa olsun, bugün bildiğimiz dev şirket yapılarının atası olduğu kuşkusuz. Uluslararası ticaret, gemi inşaatı, özellikle doğu Hint adalarında tarım ve bu tarım neticesinde elde edilen baharatın ticareti, Formosa adasından şeker kamışı ithalatı,

hatta Güney Afrika'dan şarap getirmek gibi işler yaparak hem kıtalar ötesi (*transcontinental*) bir işveren oluyor hem de “yabancı yatırımcı” kavramının ilkel bir öncüsü. 1600’lerin başında tahvil ve hisse senedi ihraç ederek borsada listelenmiş ilk halka açık şirket unvanını kazanan şirket, şirket eliyle küreselleşme akımını başlatarak modernizmin de temellerine harç katıyor.



Birleşik Doğu Hindistan Şirketi'ne ait tahvil, kâğıt para, madeni para, hisse senedi gibi menkul kıymetler.

V.O.C., 1602 ila 1796 yılları arasında 4785 sefer / gemiyle 1 milyon Avrupalıyı Asya ticareti için işe gönderiyor. Bu sefer ve insanlar da, toplamda iki buçuk milyon ton mal hareketi sağlıyorlar. Bu malların büyük çoğunluğu baharat, hatta aslında çoğu karabiber taşıyor desek daha doğru olur. Daha sonra gelen İngiliz Doğu Hindistan Şirketi'nin hayatı boyunca taşıdığı mal, V.O.C.'un taşıdığının zar zor beşte biri kadar. XVII. yüzyıl boyunca şirket, baharat üzerinde kurduğu tekelle inanılmaz kârlar elde ediyor, ta ki yönetim hataları, iç güç mücadeleleri ve elbette değişen genel konjonktür sonucunda tahtını İngilizlere kaptırana kadar.



Bu haritada sadece belli başlı uluslar gösteriliyor ama, 1498 ile 1739 yılları arasında sadece burada listelenenler değil, neredeyse bütün Avrupa, kokulu maddeler ticaretine bir ucundan katılabilmek amacıyla Hindistan yarımadasının bir köşesine “çökmeye” çalışıyordu.

V.O.C. NASIL ORTAYA ÇIKIYOR?

İspanyollar, Hollandalıların sadece ticaretine çomak sokmakla kalmayıp, bölgedeki Protestan isyanlarını bastırmak için işgale girişince, “Aşağı Ülkeler” diye bilinen, bugünkü Hollanda, Belçika ve Lüksemburg’un yer aldığı coğrafyanın kuzeyi başkaldırıyor ve Utrecht Birliği’ni oluşturarak bir antlaşma imzalıyor, Birleşik Eyaletler ismiyle bağımsızlıklarını ilan ediyorlar.

Burada bahsedilen Birleşik Eyaletler, kabaca bizim bugün Hollanda diye bildiğimiz ülke oluyor işte. Ancak şimdi Belçika topraklarında kalan Antwerp limanı, ki dönemin kuzeydeki en büyük ticaret limanı, bu birliğe dâhil bölgelerden biri. İspanyollar Antwerp’e de giriyor, şehirdeki Protestanları kovuyorlar. Yetmedi? Birliğe dâhil bütün limanları ablukaya alıp baharat yüklü gemilerin hepsine el koyuyorlar. Kovulan Protestanlar da gidip döneminde görece öncelikli, olmayan limanı ve Hollanda bölgesinin (eyalet mi desek artık?) başkenti olan Amsterdam’a yerleşiyorlar. Yerleşiyorlar da, ne yapacaklar? İspanyol hâkimiyetindeki limanlara uğrayamazlar, çünkü gemilerine el konuluyor. Portekizlilerden mal alıp satamazlar, çünkü o ticaretin de önünü İspanyollar kesti. Eh, bu durumda yapacak tek şey, “Onlar yapıyorsa, ben de yaparım ağbi. Ne yani? Ben insan değil miyim?” deyip bu baharatı bulup getirme işine kendi başlarına girmeye kalkmak.



Üstte yer alan açık renkli alan, bugünkü Hollanda’nın temelini oluşturan Utrecht Birliği.

Amsterdam

XII. yüzyılda Kuzey Hollanda eyaletinin güney doğusunda birbiri ardına sel felaketleri yaşıyor. Bunun üzerine bölgenin yerlileri kentten geçen Amstel nehri üzerine bir köprü ve bir baraj inşa ediyorlar. Köyün büyümesine ve gelişmesine, nehir üzerinde yapılan barajın yakınında oturan köylülerden köprü geçiş ücreti alınmaması sebep oluyor.

Bu avantajlı durumdan istifade köylüler çevre köy, kasaba ve kentlere gidebiliyor, oralarla ticaret yapabiliyorlar. Bu ticari ve kültürel etkileşime ek olarak, küçük dahi olsa korunaklı limanı, gelişen balıkçılık, çevrenin en büyük pazarlarının burada kurulmaya başlanması, köyü köylükten çıkarıp yavaş yavaş cazibe merkezi bir kent haline getiriyor.

Yapılan barajdan sebep de “Amstel Nehri Barajı” anlamına gelen Aemstelredamme ismi veriliyor; zamanla da bu isim kısalıp 1327 yılında resmen Aemsterdam’a evriliyor.

Hollanda’nın coğrafi yapısı nedeniyle ülkede Rotterdam, Edam, Volendam, gibi “baraj” (dam) isimli yerleşim birimi sayısı oldukça fazla.

1594’te, bu iş için ilk girişim gerçekleşiyor ve “Uzak Ülkeler Şirketi” (*Compagnie van Verre*) isimli bir Hollanda şirketi kurularak, dört gemi ve 249 denizciyle Hindistan’a doğru yelken açıyor. Hindistan derken, bugünkü gibi bir devlet yapısı ve siyasi sınırları anlamayalım, kullandığımız bu şemsiye ismin Hint yarımadası ve çevre adaları, hele de baharat söz konusu olunca elbette Endonezya’yı da içerdiğini düşünelim lütfen. Sefere giden 249 ama seferden geri dönebilen sadece 89 kişi oluyor.



V.O.C.’un Amsterdam’daki merkez binası.

Yükleri de sadece karabiber, ki hani karanfil, tarçın falan gibi daha pahalı baharat kargonun içinde hiç yok (ilerleyen dönemde şirket görülmemiş bir tekelleşme sağlayarak muskat cevizi ve karanfilin dünya üzerindeki tek sağlayıcısı haline gelecek).

Dönem öyle bir dönem ki o kadar adam kaybı ve küçücük kargoya rağmen herkesin dikkatini çekecek kadar kâr ediyor Uzak Ülkeler Şirketi. Daha bir sene geçmeden bu kârı görüp ağız sulanan diğer girişimciler, beş yeni rakip şirket daha kurup toplamda 22 Hollanda gemisinin Hint sularına gitmesine sebep oluyorlar. Gene gemilerin ve insanların çoğu telef oluyor bu toplu seferde ama bu kez kargoları yaklaşık 300 ton karabiber olunca yatırımcıların cüzdanları ve iştahları bir daha kabarıyor. 1601 yılına gelindiğinde 65'e çıkıyor seferdeki gemi sayısı. Ancak işlerin de tadı kaçmaya başlamış durumda, çünkü bu şirketlerin hepsi birbirine rakip.

Hem vardıkları yerde karabiberi almak için biri diğerinden fazla fiyat öneriyor satıcıya, hem geri döndüklerinde alıcı önünde fiyat rekabetine giriyor, daha ucuza satıp müşteri tavlama çalışıyorlar, ki bu ikisini toplayıp üzerine de gemi ve adam kaybını eklediğinizde, bilançonun kârdan zarara doğru evrilmeye, işlerin "tadının" kaçmaya başladığını görmek çok da zor değil. Oysa birçok şirket değil tekelleşmiş tek bir yapı olsa mesela, gemi malı getirdiğinde malın piyasa fiyatı ucuz veya pahalı, arzı kontrol ederek belirlemeniz mümkün. Keza sabit yatırım ile tek elden karşılanacak değişmez masraflar tek tek harcanacağından çok daha aza mal olabiliyor.



Vereenigde
Oost-Indische
Compagnie'nin
logosu.

Ortada logonun yer aldığı, daha sonra ülkenin bayrağına dönüşecek olan bayrak.

Staat General, yani Birleşik Eyaletler devletinin meclisi, ki modern anlamda ilk seçilmiş parlamentolardan biridir bu meclis, bu çok tüccarlı ticaret yapısına müdahale ederek işi düzen altına almaya karar veriyor. Mevcut altı rakip şirket biraraya getiriliyor ve bu altı şirketi denetlemek için de 17 kişilik bir yönetim kurulu (*Herren 17*) kuruluyor. Bu 17 kişilik yönetim kuruluna birliği oluşturan en küçük dört eyaletten birer kişi, ikinci büyük eyalet olan Zeeland'dan dört kişi, en büyük eyalet olan Hollanda eyaletinden de sekiz kişi seçiliyor. 17. üye ise, dönüşümlü olarak Hollanda eyaleti dışındaki eyaletlerden birinden seçiliyor ki, Hollanda eyaleti şirket üzerinde tek başına söz sahibi olmasın. 1602 yılında yatırımcılar şirkete 6.440.200 Gulden tutarında para yatırıyorlar; bu da bugünün parası ile yaklaşık 100 milyon ABD Doları ediyor, hatta belki biraz fazlası. Ne için kullanılıyor bu para? Gemi sahibi olmak, tayfa kiralamak ve baharatla takas edilmek üzere gümüş ve diğer emtiayı almak amacıyla kullanılıyor. Yatırılan bu sermaye, tam anlamıyla sermaye, yani yatırımcı “paranın hepsini kârıyla beraber hemen geri alayım” diye bir beklenti içinde değil ve şirketin yıllık temettüsü üzerine oynuyor. Temettüyü de, yani kâr payını da küçümsemeyin, çoğu kez yıllık yüzde 40'a ulaşan kâr payları oluyor hissedârların, o kadar kârlı bir iş yani baharat ticareti yapmak. Atlamayın lütfen, şirketin “kârı” yüzde 40 değil, dağıtılmasına karar verilen “kâr payı” yüzde 40'ları buluyor. Yoksa şirketin faaliyetlerinden yüzde 600 kâr elde ettiği yıllar da var.

Bu uzun vadeli yatırım fikri, bugün için normal gelebilir ama o zaman için böyle uzun vadeli bir yatırım söz konusu bile değil ve olay tamamen yatırımcının Birleşik Eyaletler'in finans sistemine güveninden kaynaklanıyor. Gelin görün ki bugünkü anonim şirketlerin öncülü olan V.O.C.'un bir küçük mahzuru var. Hissedârlar şirketi her yıl yapılan genel kurullarda denetleyemiyor. Genel kurul kavramına aşina olunmayan, bu tip hak ve denetim kurallarının, daha doğrusu henüz oyunun kurallarının yeni yeni yazıldığı bir dönem o dönem ve şirkette de yöneticilerin ortaklara hesap vermesi ancak on yılda bir gerçekleşiyor.

Bir Deniz Ülkesi

“Beşinci kıta üzerinde Hollanda etkisi var mıdır?” diye sorsam, “Hollanda nire, Antartika’nın az kuzeyi nire?” demeyiniz lütfen. Bu bölgedeki iki büyük kara parçasının isimlerine bir bakalım, neden böyle söylediğim daha anlaşılır olsun.

Okyanusta bir “Büyük Beyaz Bulut Ülkesi”. Evet, ülkeye ya da adaya Maorilerin taktığı isim bu. Ancak dünya kime kalmış ki Maorilere kalsın? V.O.C. ile beraber dünya denizlerinde cirit atmaya başlayan Hollandalılar, 1642 yılında bu ilginç kara parçasına ayak basıyorlar. Başlarında da Abel Janszoon Tasman var, hani şu adıyla *Tasmania* arasında bağ kurabileceğiniz muhterem. Abel Bey, V.O.C. adına çalışan bir tüccar ve kâşif.

O karaya ayak bastıktan üç yıl sonra şirketin haritacıları burayı da kayıt altına alıyor ve ülkelerinin önemli eyaletlerinden *Zeeland*’a (Deniz Ülkesi) atfen *Nieuw Zeeland* (Yeni Zeeland) ismini uygun görüyorlar. Daha sonra İngilizlerin yerleşmeleri, tamamı üzerinde hak iddia etmeleri falan derken isim değişmiyor ama telaffuz değişiyor ve İngilizceleşip *New Zealand* oluyor. Biz de aynen tercüme edip “Yeni Zelanda” diyoruz.

Yeni Zelanda’dan denizin ötesine geçince karşımıza çıkan Avustralya’yı da ilk gören Batılılar, tahmin edebileceğiniz üzere gene V.O.C.’ta çalışan Hollandalı gemici ve tüccarlar. Hatta Avustralya’nın ismi yakın zamana kadar “Yeni Hollanda” (*Nieuw Holland*) olarak biliniyor. Biliniyor ama, Hollandalılar buralara yerleşmek için bir çaba göstermiyorlar ve hak iddia etmek ayrıcalığı burada İngilizlere kalıyor.

Onlar da uzun zamandır zihinlerde kurgulanan güneydeki meçhul ülke kavramının Latince’sini, yani Terra Australis’in (Güney Ülke) kısaltılarak İngilizceleştirilmiş halini, Australia’yı uygun görüyorlar. Biz de dilimize uygun hale getirip “Avustralya” diyoruz.

Bakın, fiziki olarak Portekiz’den küçük, nüfus olarak da bir buçuk milyonluk bir ülkeden bahsediyoruz, 1600’lü yıllarda. Zaten o günden beri ülkelerin ticaret hayatında boyuttan çok işlev önem kazanıyor ve kim politik etkinliğe, hukuki üstünlüğe ve en önemlisi finansal olarak güce sahipse, uluslararası pazarda da o söz sahibi oluyor. Yola çıkıp mega-şirket V.O.C.’u kurarken yatırımcının güvenini sağlayan yerel bankacılık sisteminden bahsetmiştim az önce. Bu finansal sistemi anlayabilmek için bir de genel olarak ülkenin o dönemdeki ekonomik durumuna bir bakalım mı?

Efendim, bir kere bu ülkenin çoğu, deniz seviyesinden aşağıda. Bu nedenle tarım için güçlü bir kanal sistemi inşa edilmek zorunda kalınıyor. Bu kanal sistemi, yel değirmenleriyle desteklenerek şehirlerin etrafında merkeze yiyecek sağlayan periferal tarım alanları kuruluyor. Tarım alanlarındaki köylüler, dar alanda sulama ve rüzgârla bereketlenen tarım ürünlerinin kentlere satışını sağlayarak kendi efendileri olmaya benzer bir duruma gelmiş, benzer ülkelerdeki meslekdaşlarının maruz kaldığı feodal seçkinlerin finansal boyunduruk baskısının ötesine geçmiş durumdalar.

Öte yandan şehirdeki halk da kendilerine verilen Portekiz baharatının bayiliği görevini mükemmelen üstlenip, para üstüne para kazanıyor ve tarımla uğraşmak falan gibi işlere hiç soyunmayıp, onu köylerdeki kardeşlerine bırakıyorlar. Kentte ticaretten kazanılan paralar, kendilerine yiyecek sağlayan köylülerin en pahalı yatırımları olan yel değirmenlerine ve kanaletlere, kredi olarak geri dönüyor. Bu nedenle de, dönem içinde Avrupa ülkeleri içindeki en ucuz faiz, Birleşik Eyaletler, yani bugünkü Hollanda'da görülüyor. Krediyi verenler; kiliseler, yerel yönetimler ve banka benzeri kurumlar aracılığıyla bu kredileri dağıtıyorlar. Su kanalı ve yel değirmeni yapıp ürün bereketlendikçe hem köylü satacak mal bulup paralanıyor, hem de kentli ticaretinin kârına ek bir de faiz geliri elde ediyor. Bu durum, kaybedenin olmadığı bir sisteme dönüşünce, bu kez elde biriken paraların ne olacağını merak ediyor olabilirsiniz. Haklısınız, anlatayım.

Bu elde biriken paralar da uzak ülkelere yapılan seferler için kurulan şirketi daha da büyütmek için yapılan yatırımların finanse edilmesinde kullanılıyor. Neredeyse her evde sefere çıkan gemilerin bir miktar hissesi, parası az olanda da kesirli hisse, yani 1/28'e kadar kesirlenmiş hisseler var. Kesirli hisseyle yatırımcı kentli, yani küçük burjuva, riskini muhtelif seferlere dağıtıp olası kaybını minimize edebiliyor. Ayrıca yatırımcı olmak için illa büyük para sahibi olmak gerekmiyor. Misal, bir ev kadını dahi mutfağın bir köşesinde sakladığı bozukluklarla şirket ortağı olabiliyor. Son derece cazip bu yatırım araçları sonucunda faizler ne oluyor? Alternatif yatırım daha cazip olduğundan faizler daha da düşüyor. Kişi başı-

na milli gelir karşılaştırması yapayım o dönem için de, tabloyu daha net görebilelim. Birleşik Eyaletler, yani bugünkü Hollanda'da o dönemlerde kişi başı gelir 2.175 Dolar iken, rakip İngiltere'de bu rakam 1.400 Dolar seviyesinde. Kesirli hisseler bir dönem sonra 1/64 hisseye kadar ufalıyor ve belki de Hollandalıların o günden bugüne uluslararası piyasaların en agresif yatırımcıları olmalarının sebebi de o zamandan atılan bu tohumlar oluyor.

Hollanda'nın altın çağında, sefere giden insanların yaklaşık yarım milyonu yolda veya ulaşılan yerde ölüyor. Hatta V.O.C. şirketi için söylenen bir lâf var ki, "Avrupa sokaklarını işsiz ve dilencilerden temizledi" diye ironi bile yapılıyor. Ancak bu düşük kalitedeki eleman istihdamının, şirketin sonunu getiren etmenlerden biri olduğunu ve onun ardılı olan diğer dev şirket, İngiliz Doğu Hindistan Şirketi'nin asla bu hatayı tekrar etmeyip, fazla maaş ve daha kalifiye eleman prensibinden hareket ettiğini not düşelim.

Laf istihdâma gelmişken bahsetmemiz gereken bir finansman enstrümanı icadı daha var, Birleşik Eyaletler Devleti'nin: Sefere çıkan geminin daha henüz elde etmediği mal üzerinden yaptığı satış anlaşması. Bankacılık veya mal borsalarından anlayan dostların hemen isimlendirebileceği gibi bir anlamda *futures market* yani. Hani diyorduk ya, kapitalizm ve Sanayi Devrimi hop diye olmadı, onun olması için bir sermaye altyapısı gerekiyordu ve bu İngiltere'deki imalat sanayisinin doğmasından önce ve daha önemli bir aşamaydı diye, işte kokulu maddeler ticareti peşinde oluşturulan o piyasayı anlatıyorum; eğer konunun dağıldığını düşünenler varsa diye tekrar hatırlatmak istedim. Bilginiz için, para basımı veya kambiyo kurlarının belirlenmesi gibi merkez bankası işlevlerinin pek çoğunu yerine getirerek modern merkez bankalarının öncülü sayılan, Sveriges Riksbank ve Bank of England'ın ilham kaynağı olan Amsterdamsche Wisselbank yani Bank of Amsterdam'ın kuruluş tarihi 1609. Antwerp'tekinin yerini alarak yüzyıl boyunca bütün bölgedeki menkul kıymet ve emtia alışverişinin gerçekleştiği merkez haline gelen De Beurs van Amsterdam, yani Amsterdam Borsası'nın kuruluş tarihi ise iki yıl sonrası, yani 1611.



Para piyasaları için olmazsa olmazlardan biri, dünyadaki merkez bankalarının öncülü sayılan Amsterdamsche Wisselbank. Banka, yatırılan para karşılığı bir kâğıt veriyor, bu kâğıt da para yerine geçiyordu. Bugün bildiğimiz kâğıt para gibi değildi, zira karşılığı bankada mevcuttu ve varlığı sirkülasyondaki para miktarını değiştirmiyordu. Bu sayede tüccarlar fiziksel olarak altın, gümüş veya diğer madenden mamul paraları taşımak zorunda kalmıyorlardı.

Evet, ne oluyor bu diğer finansman aracında? Geminin seferden getireceği mal, daha sefere çıkılmadan önce ileride belirlenmiş bir tarih ve fiyat üzerinden satılıyor. Yani şirket tüccara diyor ki “Bak, gemim sefere çıkıyor. İki sene sonra ambarları karanfil dolu olarak gelecek, aha buraya yanaşacak. İstersen şimdiden iki sene sonrası için bir satış anlaşması yapıp fiyatı kesinleştirelim seninle?” Alıcı tüccar “Oldu ağbi, hemen yapalım” derse, bu satış bir belgeyle yapılıyor ve bu belge de ayrıca alım satımına konu olabiliyor. Aslında belki tam Hollandalı icadı diyemeyiz bu enstrümana, çünkü güney Avrupa ve İslam dünyasında öncül örnekleri var. Ancak şu bir gerçek ki bu ve benzer mali enstrümanları son derece disiplinli bir hale getiriyor bu muhteremler.



Sermaye piyasaları için olmazsa olmazlardan biri, dünyanın ilk borsası olan Amsterdam Borsası. İlk başlarda kurlsızlıktan pek çok spekülâtif işlem gerçekleşti.

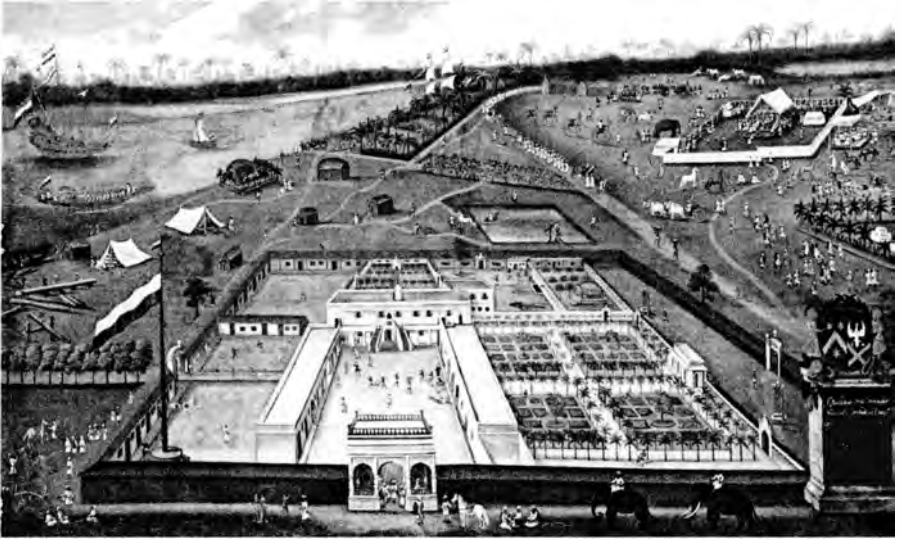
Sadece gemi seferi için değil, tarlaya ekilen ürün için de kullanılabilen bu ileri dönük satış enstrümanı, kesire kadar inebilen yatırımcı hisseleri ve elbette sigorta sistemiyle beraber, biraz ilkel kalmakla beraber finans kapital piyasasının oluştuğunu söyleyebiliyoruz XVII. yüzyıl Hollanda'sında.

MENKUL KIYMET HAREKETLERİ SADECE MAL ÜZERİNDEN Mİ DÖNÜYOR?

Hayır, V.O.C.'un, yani Birleşik Doğu Hindistan Şirketi'nin, XVII. yüzyılda Hint adalarında sürekli olarak yaklaşık 200 gemisi ve 10 bini silahlı kuvvetler olmak üzere 30 bin insan mevcudu var. Ancak biliyoruz ki gerek hava ve deniz koşulları, gerekse kanlı kıyım ve savaşlar nedeniyle bu insan kaynağında kayıp sayısı oldukça yüksek. Yani işe alınan eleman sayısının en az dörtte biri çok

kısa sürede ölüyor. Bu nedenle artık Birleşik Eyaletler nüfusunun kendisi işgücünü karşılamaya yetmiyor ve göçmen işçi olayına giriyorlar. Göçmen işçiler de genellikle Almanya'dan geliyor –bir diğer Protestan ülke vatandaşı olarak. Bu göçmen işçileri işe ikna etmek için özel ekipler var. Bunlara *zielverkoopers*, yani “ruh satıcıları” deniliyor. Bunların hedefi; Almanya'dan iş ve aş bulmak için gelmiş genç ve bekar Alman delikanlıları. Çoğu eşlerini daha önceki seferlerde kaybetmiş kadınlardan oluşan “ruh satıcıları”, bu gençlere bir gemide işe girene kadar yatacak yer ve yemek sağlıyorlar. Hatta çoğu bekar olan bu gençlere iş bulma sürecinde başka servisler de verdiklerinin dedikodusu da yapıyor. Adı üstünde “dedikodu”, kimsenin günahını almayalım ve cemiyet sayfalarına dönüştürmeyelim el emeği kitabımızı. Geminin limandan hareket günü geldiğinde, tayfa adayını elinden tutup limana götürüyor, şirkete teslim ediyorlar. Bunun karşılığında da şirket tarafından, tayfanın sefer dönüşü alacağı maaşın belli bir yüzdesinin bu kadınlara verileceğine dair bir kâğıt, yani bir nevi menkul kıymet veriliyor. Bu menkul kıymete, yani ileri bir tarihte maaş alacağından kesilecek komisyon belgesine de *transportbrief* deniyor.

Şimdi, ruh satıcısı olur da, ruh alıcısı olmaz mı? Oluyor tabii. Bir kere ruh satıcıları şöyle bir sorun yaşıyorlar. Evlerinde yatırıp, yedirip içirip masraf etmişler tayfalara ama karşılığında ellerine geçen sadece gemi dönünce kendilerine ödeme yapılacağına dair söz veren bir kâğıt parçası. İyi de, gemi dünyanın bir ucuna sefere çıktı, kim bilir ne zaman geri döner? Adamlar gemiyi baharat doldurup, seferden dönüp, hak edişlerinin bir kısmı bu hanımefendilere ödenmeden önce gerekli olan acil ve güncel nakit para ihtiyaçları nasıl giderilecek? Efendim burada da devreye *zielkoopers*, yani “ruh alıcıları” giriyor. Bunlar, beli bir yüzde karşılığında bu *transportbrief*, yani ileride hak edilecek maaştan kesilecek komisyonu gösterir belgeyi iskonto ediyor, yani alenen çek-senet kırar gibi kırıyorlar. Bu da şu demek, kadın iki sene sonra alacağı paranın bir kısmından vazgeçerek avucuna sayılan nakit parayı alıp çıkıyor “ruh alıcısının” odasından.



Hint yarımadası üzerinde, batıda Surat ve doğuda Bengal'de V.O.C.'a ait yerleşim birimleri.

Kırmayın Bizi Elihu Bey

Avrupa'daki her ulus, kokulu maddeler ticareti peşinde koşar, ayak basılmadık yer bırakmazken, Yeni Dünya uyuyor mu? Uyumuyor ama Amerikalıların ayrı bir kimlik olmalarının tam da baharat piyasasının cazibesini kaybetmeye başladığı döneme gediğini söyleyebiliriz. 1700'lerin sonuna doğru Avrupalı araçlar yerine kendi gemileriyle seferler düzenlemeye başladıklarını, Asyalı üreticilerle direkt iletişime geçtiklerini ve bu işi yapan tüccarların da hatırı sayılı kârlar ettiklerini söylemek mümkün.

İlk ismi duyulan Jonathan Carnes oluyor, Salem, Massachusetts'den. Yelken açıp Endonezya'ya gidiyor ve gemiyi karabiber doldurup dönerek yüzde 700 kâr ediyor. Sonrasında 90 yıl içinde bölgeden Hint diyarına yaklaşık 1.000 sefer yapıldığını, eyaletin de bir gemicilik, aroma ve koku cennetine dönüştüğünü söylemek mümkün, ta ki baharat fiyatları düşmeye başlayana kadar.

ABD'den İngiliz ya da Hollanda şirketleri gibi dev bir şirket ismi duymasak da kişi olarak ünlü isimler var. Bunlardan biri de Boston'da doğmuş olan Gal asıllı Elihu Yale. Elihu, 14 yaşında Birleşik Krallık'a gidiyor ve bir daha da ABD'ye ayak basmıyor. İngiliz Doğu Hindistan Şirketi'ne giriyor ve yönetim kademelerinde kâtiplikten valiliğe hızla yükseliyor. İsminden de Hindistan'da Madras/St. George (şimdiki Chennai) vilayetini yönetirken bahsettiriyor.

Şirket ve taht adına bölgeyi acımasızca ve zalimce yönetmekle kalmayıp şirketin parasıyla kendi adına baharat ve özellikle köle ticareti yaptığı, hatta topladığı vergilerin bir kısmını cebine indirdiği rivayet olunuyor. 1692'de zaten, şirket sepetliyor muhteremi. Ancak o arada da dev bir servet edinmiş durumda. İngiltere'ye dönüyor ve malikanesinde yaşamaya başlıyor.

1718'de Collegiate School of Connecticut, yani Connecticut Üniversitesi isimli küçük okulun yeni bir binaya ihtiyacı oluyor, ancak paraları yok. Hemen hayırsever kişilerin peşine düşüyorlar. Bunlardan biri de ABD doğumlu Elihu oluyor. O da kırmıyor; 417 kitap, Kral George'un bir portresi ve dokuz balya muhtelif emtia gönderiyor gemiyle. Gönderdikleri, okul adına satışa çıkarılıyor ve karşılığında da 800 Pound para toplanıyor.

Bu para ile yeni bina inşa ediliyor; sonra bu parasal desteğe bir şükran ifadesi olarak önce yeni binaya, daha sonra da tüm okula Elihu'nun soy ismi veriliyor: Yale Üniversitesi.

Tahmin edebileceğiniz gibi XVII. yüzyıldaki parlak dönemler sona erip XVIII. yüzyıla girildiğinde ve işler bozulup paralar batmaya başladığında, ellerindeki kâğıtlar “toksik varlık”a dönüşmüş *zielkoopers*ların çoğu iflas ediyor.

Peki ne işler yapıyor bu şirket? Efendim, önce gidip Banda takımadalarında bir merkez üssü kuruyorlar. Burada başka uluslarla iş yapan varsa, bunları ya kıyımdan geçirip öldürüyor ya da başka adalara sürüyorlar. Yerlerine, baharat tarımı yapmak üzere Avrupa’dan gelenlerin kontrolünde kendi yerli işbirlikçilerini yerleştiriyorlar. Karanfil satmak için nazlanan sultanları ikinci plana atıp adanın muskat cevizlerinin peşine düşüyorlar. Tekel konumunda sahip oldukları ne varsa ölümüne koruyorlar onu. Karanfilde tekeller mesela, değil mi? Siz onların elindeki karanfil üretilen bölgelerden birine gidip “İki tohum atayım cebime, bizim oralara ekerim sonra” derseniz, kelleniz gidebiliyor. Yani ürünlerinin başka bölgelerde tarımına izin vermiyor, böyle bir teşebbüsü idamla cezalandırıyorlar. Maksat tabii ki arzı kontrol edip fiyatların tek belirleyicisi konumunda kalmak.

Peşinden biraz kanlı olmakla beraber diğer baharat adaları, yani Moluccaların ele geçirilmesine geliyor sıra ve bu sayede de bütün Malay bölgesi kontrolleri altına giriyor. Arada Endonezya’da daha rahat iş yapabilmek için Çin’den göçmen işçiler getiriyorlar. Üzerinde pek insan yaşamayan Taiwan adasına yerleşip, anakıta Çin’den 30 bin işçi kiralyorlar. Nagasaki açıklarında bir iletişim bürosu tesis ediyor, yapay olarak oluşturulan *Dejima* adacığında şeker kamışı depoları kuruyor ve Japonlarla işbirliğine gidiyorlar. Japonya’nın dışa kapalı döneminde onlarla iş yapabilen tek Batılı devlet oluyor, onlardan aldıkları gümüşü Hint adalarında baharat satın almak için kullanıyorlar. Hatta Kore’ye ilk ayak basan, oradaki yaşamı kaleme alanlar da gene V.O.C. çalışanları, daha doğrusu haritacıları oluyor. İnanılmaz büyüklükte bir uluslararası ticaret operasyonundan bahsediyoruz farkındaysanız ve internet, faks, teleks, telefon falan bile yok o dönemde, dikkatinizi çekerim. “Peki nasıl haberleşiyorlar?” derseniz, uzak mesafeye mesajları gemiler, yakın mesafeye mesajları ise posta güvercinleri (bkz. *Kokular Kitabı*, “Diğer Bazı Hayvanat ve Koku”) taşıyor.



Batavia
(Jakarta,
Endonezya),
V.O.C.'un
Asya
kıtasındaki en
büyük ticarî ve
idari merkezi,
bir anlamda
şirketin
Avrupa
dışındaki
“başkenti”ydi.

Muskat, karanfil, tarçın, karabiber vesaire derken yayıldıkça yayılıyorlar. Dönem dönem o kadar çok malla doluyor ki gemiler, Amsterdam’a geri dönüldüğünde arz fazlalığından fiyatlar düşmesin diye limandaki depolarda karanfil ve muskatlar cayır cayır yakılıyor. Ayrıca sevkیاتlar da kontrollü yapılıyor ki mal bollaşmasın ve fiyatlar yükselsin. Tamamen oynuyorlar yani baharat borsasıyla ve tek hâkimi oluyorlar piyasanın. Afrika ve Yeni Dünya’ya, yani Amerika kıtasına da seferler düzenleyip burada da koloniler kuruyor, ufaktan köle ticareti işine de başlangıç yapıyorlar.

Köleciliğe önce kendi işçi ihtiyaçları için başlıyorlar ama mal maldır, talep bulunca köleleri de satmaktan geri kalmıyorlar. Yalnız bu işten V.O.C. değil hedefi Atlantik ticareti olan ayrı bir şirket nemalanıyor: Geoctroyeerde Westindische Compagnie (Sözleşmeli Batı Hint Şirketi) veya kısaca W.I.C. Bu yeni şirketin ortakları arasında bugün 6 milyar Dolara yaklaşan servetleriyle dünyanın sayılı hanedanları arasında yer alan Orange hanedanının üyeleri de var.

İlk merkez üssünü kurdukları Bandalardaki muskat cevizi ile ünlü minik Run adasında İngilizler var ve bu İngiliz varlığını da maddi bedel ödeyerek sonlandırıyorlar.

Çıkış Adası: Dejima

1580 yılında Hristiyanlığa geçen feodal bey Sumitada, Nagasaki'yi Cizvitlerin hükümrânlığına bırakıyor ve Macau üzerinden Çin'le ipek ticareti tekeliğini yürüten Portekizliler bölgeye yerleşiyorlar. Ancak 50 yıl içinde işler değişiyor ve Shōgun Iemitsu, bölgedeki Portekizlilerin misyonerlik yapmasının önüne geçmek, halkla temaslarını kesmek için bir yapay ada inşa edilmesini emrediyor.

Böylece 120 x 75 metrelik küçük bir yapay ada olan ve anakaraya bir köprüyle bağlanan Dejima (Çıkış Adası) çıkıyor ortaya.

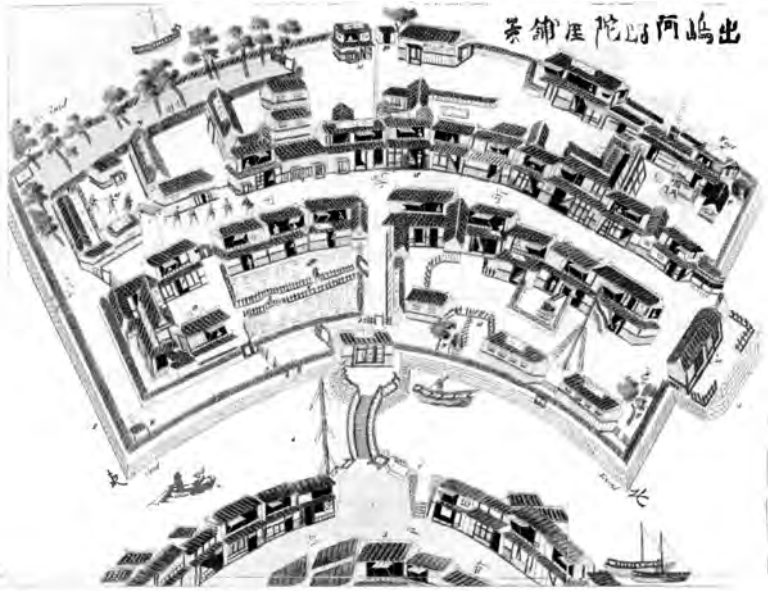
İlerleyen zamanda Portekizlilerin tamamen kovulmasıyla beraber bölgede kalan tek Batılı, Hollandalılar oluyorlar. Hirado'daki V.O.C. ticaret merkezi zorla Dejima'ya naklediliyor ve yerleşkeleri adayı karaya bağlayan köprüden bir kapıyla ayrılıyor. Adadaki binalarda depolar, ofisler, mutfak ve yöneticilerle tercümanların konutları var. Nagasaki'nin Maruyama mahallesindeki çayhanelerde çalışan fahişelerin dışında Dejima'ya Japon girmesi de yasak.

1641 sonrasında Japonya'ya Batı'dan sadece kısıtlı sayıda Hollanda gemisinin gelmesine ve Nagasaki limanına yanaşmasına izin veriliyor. Japonya'nın dışa kapandığı bu dönemde Hollandalıların mevcudiyeti, hiçbir dinsel tören yapmamak veya din kitabı bulundurmamak gibi katı kurallara bağlı. Dejima'ya gelen her gemi sıkı sıkıya aranıyor, dönüş tarihine kadar yelkenlerine el konuluyor.

Bütün bunlara rağmen oldukça kârlı bir nokta oluyor burası V.O.C. için. Ülkenin ihtiyacı olan bütün şekeri satmakla kalmıyor, geyik kürkü, köpekbalığı derisi gibi emtiayı Taiwan'dan, kitap, bilimsel malzeme gibi nadir eşyayı Avrupa'dan getiriyor, karşılığında bakır, gümüş, kâfur, porselen, pirinç, soya sosu, *miso* ve *saké* götürüyorlar.

Bu dönemde Japonya, V.O.C. aracılığıyla daha önce varlığından haberdar olmadığı bira, kahve, *badmington*, fotoğraf, bilardo, katran ve domatesle tanışıyor.

Yani şöyle oluyor: Amerika kıtasına gidip kürk ticareti yapmak için yerleşim kurdukları ve kendilerine bağladıkları Nieuw Nederland bölgesindeki Nieuw Amsterdam (Yeni Amsterdam) kentini İngilizlere veriyorlar, karşılığında ise Run adasının baharat kaynaklarının tek sahibi oluyorlar. İngilizlerin baharat hakkından feragat ederek aldıkları Nieuw Amsterdam ne oluyor diye sorarsanız, İngilizler de Amerika kıtasındaki Nieuw Amsterdam'ın ismini değiştirip, kendi memleketlerinden bir kentin ismiyle vaftiz ediyor, New York (Yeni York) yapıyorlar efendim.



Nagazaki'de inşa edilen yapay ada Dejima ve üzerindeki V.O.C. yapıları. Ada, anakaraya köprüyle bağlanıyor, köprünün ada tarafında da pasaport ve gümrük binası gibi bir kontrol kapısı yer alıyordu. Japonya'nın Batı'yla olan bütün ticareti bu küçük yapay adadan V.O.C. aracılığıyla yürütülüyordu.

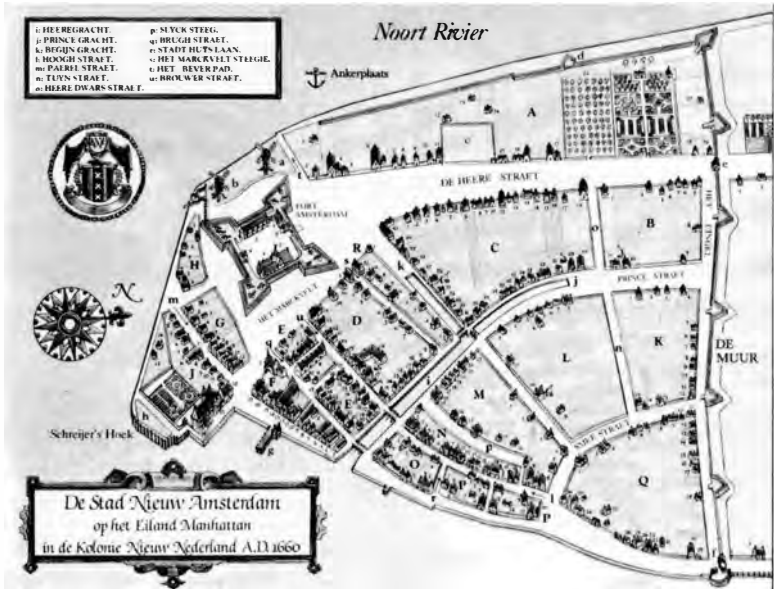
Evet, zamanında Hollandalıların elinde olup bir küçük adanın baharat ormanı stoğu karşılığında satılan o şehir, bugün ABD'nin New York diye bildiğimiz en kozmopolit şehri.

V.O.C.'UN İYİ YÖNLERİ?

Efendim, her ne kadar sermaye ve para piyasalarının kurucusu desek de V.O.C.'un sonrasına "kötü örnek" olup tekrarını engellediği bir takım yanlışlar da elbette var. Bunların pek çoğu da hissedarların günlük işlemlerini bire bir takip edemeyecekleri kadar büyük ortaklık yapılarında ortakların haklarının nasıl korunacağı, suiistimalin nasıl önleneceğiyle ilgili. V.O.C.'ta bu pek gerçekleşmiyor açıkçası. İnanılmaz bir suiistimal furyası başlıyor şirketin kurulmasıyla beraber. Bir kere üst yönetimde liyakat diye bir kavram yok, yöneticiler ömür boyu kaydıyla seçiliyorlar.

Yetmiyormuş gibi kuruluş sözleşmesinde genel kurul yapılması mecburiyeti konmuyor. Yöneticilerin bir de ballı börek denilebilecek bir avantajları var ki, yeni gelen malı yüzde 30 indirimle alabiliyorlar. Bu da haklarında “İki saatte doğu Hint’e sefer yaptılar” diye dedikodu çıkmasına sebep oluyor.

Keza kârın ve masrafın yüzde 1’i yönetim kademesine paylaştırılıyor. Bunun doğal sonucu olarak da masraflar şiştikçe şişiyor. Seferden dönen geminin mutfağındaki kurtlanmış peksimetlerin yeni alınmış gibi tekrar şirkete satılması, hatta gereksiz yere gemi yaptırılması gibi sonuçları oluyor bunun. Yöneticilerin şirket ve gemi hareketlerinden haberdar olup yaydıkları dedikodularla borsadaki fiyatları manipüle etmeleri de ayrı bir sorun oluyor. “Gelen filodan iki gemi batmış” söylentisini yayarak hisse fiyatlarını düşürüyor, fiyatı düşen hisseleri de topluyorlar.



Nieuw Nederland kolonisindeki Nieuw Amsterdam'ın haritası (1660). Amerika'nın kuzeydoğusundaki bu yerleşim birimi, 1667'deki Breda Antlaşması'yla üzerinde muskat cevizi yetişen Endonezya açıklarındaki küçük Run adacığı karşılığında İngilizlerle takas edilerek "New York" adını aldı.

“Yiyecek Kalıntılarını Silmeyi Unutmayın!”

1622’de, yani V.O.C.’un ilk 20 yılı tamamlanıp ayrıcalıklı statü süresinin uzatılması gündeme geldiğinde, yöneticilerle hissedarlar arasında bayağı bir olay çıkıyor. Bu dönemde büyük hissedarların bir kısmı yöneticilerin şirket kaynaklarını kendi zenginleşmeleri için kullandıkları yönünde ciddi suçlamalarda bulunup yönetici atanmasından kredi kullanımında kendilerine danışılmasına kadar pek çok talepte bulunuyorlar. Bu suçlama ve taleplerin bir kısmı metne dönüştürülüp küçük kitapçıklar (*pamphlet*) halinde basılıp dağıtılıyor. Taleplere bakıldığında, hissedarların idealize ettiği yönetim modelinin büyük rakipleri İngiliz Doğu Hindistan Şirketi’ne çok benzediği görülebiliyor.

Dağıtılan kitapçıklar kamuoyunu etkiliyor ve insanlar o dönemde yeni kurulmaya çalışılan Batı Hint Şirketi’ne yatırım yapmakta çekingen davranıyorlar. Sonuçta kısmen de olsa bu hissedar baskısı başarılı oluyor ve şirket 21 yıl süren ayrıcalıklı statüsü için ilk uzatmayı alırken ortaklara daha önce olmayan birtakım haklar veriliyor. Her yıl temettü ödenmesi, içeriden bilgi alarak hisse senedi ticareti yapmanın zorlaştırılması, sadece danışma niteliğinde de olsa hissedarlar arasından seçilen dokuz kişinin denetleyici bir komite oluşturması (*Heren IX*) bu kazanımlar arasında yer alıyor. Ne var ki ortaklara tanınan bu hakların tamamının etkin bir şekilde kullanıldığını söylemek mümkün değil; yöneticiler kendi borularını öttürmenin bir yolunu hep buluyorlar.

Yöneticilerle ortaklar arasındaki ilk tartışmaların çıktığı bu zaman diliminde ortakların kamuoyunu ikna edebilmek için suistimallere örnek olarak verdikleri bir olay, bazen eline servetler teslim edildiğinde, insana özgü açgözlülüğün nerelere varabileceğini göstermesi açısından oldukça ilginç. Ortaklar tarafından bastırılıp dağıtılan muhalif broşürlerden *Tweede Nootwendiger Discours*’ta belirtildiğine göre, V.O.C. tarafından el konulan yabancı gemilerden biri (muhtemelen Portekiz gemisi) limana yanaştırıldığında, limandaki şirket yöneticisi muhterem, ambarları incelemek üzere gemiye çıkıyor.

Bir müddet sonra iskeleden inerken cebinin dikişleri hafif bir çatırtı sesiyle sökülmeyle kalmıyor, pantolon belinden kaymaya, beyefendinin muhtelif vücut bölgeleri görünür olmaya başlıyor. Bunun üzerine yanında yürüyen ve gene şirket görevlisi olan kankası “Gömleğin pantolondan çıkmış ve düğmesi açılmış ağbicum. Bir düzeltiver, popo çatalın görünüyor” diye usturuplu bir şekilde ikaz ediyor.

Muhterem bunu duyunda tabii ki herkesin önünde saçlarının dibine kadar kızıyor. Hemen hamle ederek pantolonun belinden düşmesine sebep olan, geminin ambarından yürütülmüş ve şirket envanterine kaydedileceği yerde beyefendinin cebine girmiş olan ağır bir altın zincir ile ucundaki altın haçı, eliyle destekleyip gene cebine saklamaya çalışarak durumu kurtarıyor. Bildiride bu olayın anlatıldığı bölüm şu cümleyle bitiyor: “Siz, yöneticiler! Yemek yemediğinizi söyleyeceğiniz zaman ağzınızdaki yiyecek kalıntılarını silmeyi unutmayın!”

Bir hafta sonra eksiksiz limana yanaşan filoyla beraber hisseler tabii ki tekrar yükseliyor. Bu sefer de fiyat düşürüp topladıkları hisseleri yükselen fiyattan hemen satarak aradaki farkı cebe indiriyorlar. Bütün bunlar ve daha fazlası, yani bugün için müsaade edilmeyen pek çok şey, o dönemde rahatlıkla hayat bulabiliyor. Bu tip olumsuzluklar da piyasaların düzenlenmesinden gerekli kuralların sıkılaşmasına yol açıp bugün bildiğimiz ortamların hazırlanmasına katkıda bulunuyorlar.

HER ÖLÜM BİR DOĞUMDUR

Sonunda her emperyal gücün başına gelen V.O.C.'un da başına geliyor ve önce kendi içlerindeki kargaşa, ardından aldıkları karşılığında sattıkları mallara olan talebin düşmesi, yeni keşfedilen yerlerdeki egzotik emtianın daha cazipleşmesi, yolsuzluklar, baştan beri onları gözleyen, onların hatalarından ders çıkaran İngilizlerin gümbür gümbür gelmesiyle beraber 1700'lü yılların sonunda şirket iflas ediyor ve hükümet tarafından devralınıyor.



Şirkete bağlı gemi inşaat alanı. İlerleyen yıllarda ihtiyaçtan fazla gemi inşa edilerek masrafların şişirilmesi, şirketin iflas sebeplerinden biri oldu.



Jan Miense Molenaer'in *Koku* isimli tablosunda (1637) öndeki kadın (muhtemelen anne) bebeğin kakasını silerken arkada kalan ve baba olduğunu varsaydığımız erkek burnunu tıkayarak kokudan kaçmaya çalışıyor.

Şirketin hayatta olduğu dönem, Hollanda için “Altın Çağ” oluyor. Bugün eğer bir Hollanda resim sanatından bahsedilebiliyorsa, bu estetik zenginlik kendini V.O.C.’a borçludur. O dönem ünlenen ressamların birkaçının ismi dahi bu gerçeği idrak etmemize yol açıyor: Johannes Vermeer, Peter Paul Rubens, Rembrandt Harmenszoon van Rijn, Paulus Potter, Dirk Hals, Adriaen van Ostade, Hendrick Avercamp ve daha onlarcası. İlginç bir şekilde o dönem ressamlarının pek çoğunun “beş duyu” başlıklı bir resim serisi ya da salt “koku duyusu”na atanmış bir çalışması mevcut.

Japonya’daki V.O.C. şubesi, ülkede üretilen kâğıdı hem kendi yazışmaları için kullanıyor, hem de diğer ülkelerdeki V.O.C.

merkezlerine, hatta Amsterdam'daki genel merkeze gönderiyor. Rembrandt'ın baskılarını bu kâğıtlara yaptırması, hatta çizim için Japon kâğıdı kullanması bu sebepten. Muhterem ressam, kaba ve mat Avrupa kâğıdına göre çok daha parlak, düz dokulu ve hafif sarımsı rengi olan yüksek nitelikli Japon kâğıtlarını çok seviyor. Keza Çin ve Japonya'dan ülkelerine ithal edilen nadide porselenleri pek çok Felemenk ressamın, özellikle de Vermeer'in tablolarında görmek mümkün. Bütün bunları bir arada düşündüğümüzde, etkisi bugüne uzayan bir dönem sanatının, tek değil belki ama en önemli varlık sebebi V.O.C.'tur demek mümkün.

Şirketin enflasyonu da göz önüne alınarak saptanan değerinin bugün karşılığını düşünebilmek çok zor. Birtakım hesaplamalar yapılmış ve muhtelif modellemelerle güncel Dolar cinsinden tarihsel değerinin 8 trilyon Dolara yakın olduğu söyleniyor. Bu ne demek? Çok şey demek. Kolay anlaşılabilmesi için kabaca Almanya ve Japonya'nın gayrisafi milli hasıllarının toplamına denk geliyor demem yeterli olur sanıyorum. Ülke yerine şirket örneği peşinde koşmayayım hiç ve eğer aklınıza geldiyse, Microsoft'u, Apple'ı falan hiç düşünmeyin. İkisinin toplamı V.O.C.'un yüzde 10'u ancak ediyor. Muhtemelen bunları dedikten sonra da şirketin dünya ticaretine etkisini açıklamak için başka bir örnek vermem gerekmiyor.

Gelin görün ki bizi ilgilendiren aslında kokulu madde ticareti uğruna kurulmuş bu dev şirketin büyüklüğü, cirosu ya da pazar değeri değil, dünyayı nasıl dönüştürdüğü. Ne demiştik? Sanayi Devrimi'nin yanına bir şeyler daha lazımdı. Kontrollü sermaye piyasaları (De Beurs van Amsterdam), kontrollü para piyasaları (Amsterdamsche Wisselbank), neredeyse tekelci bir mal piyasası ve finansal araçlarla kontrol altına alınmış emek hareketlerinin toplamını Sanayi Devrimi ile beraber düşündüğümüzde varılan noktaya pek de şaşırmamak gerekiyor. İki alan, para ve teknoloji birbirini tamamlıyor ve kucağımıza yeni bir sistem olarak düşüveriyor. Öyle de bir sistem ki atsan atılmıyor, satsan satılmıyor...

Evet, belki V.O.C. kaybolup gidiyor ama önayak olduğu kurum ve düzenlemelerle beraber payanda olduğu taşkın sistem, kapitalizm hayatta. Ben de bir Doğu Hint Şirketi ile başlayıp bir başka Doğu Hint Şirketi’nden çıkarak bu kitap özelinde farklı bir duyu üzerinden bu sistemi okumaya çalıştım.

Elimizdeki araç, yani duyu, hep aynı; “koku”. Zaman ama duyu gibi sabit değil, hareket halinde, akıyor. Zaman gibi algı ve olgular da sabit kalamıyorlar.

Eğer ki o algıların ve olguların akışını, birbirini takip eden bu sayfalarda bir nebze olsun gözünüzün önüne, burnunuzun dibine getirebildiysem, değmeyin sabrınıza müteşekkir olan keyfime...

Okuma Listesi

Kitaplar

- *A Sociology Of Food & Nutrition*. Ed. John Germov ve Lauren Williams. Victoria: Oxford University Press, 2017.
- Accum, Friedrich. *A Treatise on Adulterations of Food, and Culinary Poisons, Exhibiting the Fraudulent Sophistications of Bread, Beer, Wine... and Other Articles Employed in Domestic Economy*. Londra: 3. Longman, 1820.
- Ackerman, Diane. *A Natural History of the Senses*. New York: Random House, 1990.
- Aftel, Mandy, ve Daniel Patterson. *Aroma: The Magic of Essential Oils in Food & Fragrance*. New York: Artisan, 2004.
- Allen, John S.. *Obur Zihin: Yiyeceklerle İlişkimizin Evrimi*. çev. Erdem Gökyaran. İstanbul: YKY, 2016.
- *Allured's Flavor and Fragrance*, Carol Stram: Allured Publishing, 1999.
- Altıntaş, Ayten. *Gül, Gül Suyu: Tarihçe, Tedavide ve Gelenekteki Yeri*. İstanbul: Maestro Reklamcılık, 2010.
- Anderson, E. N. *Everyone Eats: Understanding Food and Culture*. New York: NYU Press, 2005.
- Appell, Louis. *Cosmetics, Fragrances and Flavors*. Whiting: Novox, 1982.
- Appert, M.. *The Art of Preversing*. Londra: Kingsbury, 1811.
- Arctander, Stefen. *Perfume and Flavor Materials of Natural Origin*. Elizabeth, New Jersey: S. Arctander, 1960.
- Armstrong, Karen. *Islam: A Short History*. Toronto: Random House, 2002.

- Ashley, Bob, Joanne Hollows, Steve Jones ve Ben Taylor. *Food and Cultural Studies*. New York: Routledge, 2004.
- Ashurst, Philip R. ve Robert Hargitt. *Soft Drink And Fruit Juice Problems Solved*. Boca Raton: CRC Press, 2009.
- Athanaeus. *Deipnosophists*. Londra: Bohn, 1854.
- Avcı, Ayşegül, Seda Erkoç, ve Elvin Otman. *Yemekte Tarih Var: Yemek Kültürü ve Tarihçiliği*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2012.
- Backhouse A.E.. *The Lexical Field of Taste*. New York: Cambridge University Press, 1994.
- Bal Onur, Berrin ve Biber, Neşe. *Peynir Aşkına*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2015.
- Barbery, Muriel. *Gurmenin Son Yemeği*. çev. Armağan Sarı. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2015.
- Barham, Peter. *The Science of Cooking*. Berlin: Springer-Verlag, 2001.
- Batuta Tancı, İbn. *İbn Battuta Seyahatnâmesi: Yaşantı*. Çev. A. Sait. Aykut. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2013.
- Bauer, Kurt, Dorothea Garbe ve Horst Surburg. *Common Fragrance and Flavor Materials*. Weinheim: Wiley-VCH, 1997.
- Beardsworth, Alan, ve Teresa Keil. *Sociology on the Menu: An Invitation to the Study of Food and Society*. Londra: Routledge Taylor & Francis Group, 2002.
- Bedichek, Roy. *The Sense of Smell*. New York: Doubleday Company, 1960.
- Bedoukian, Paul Z., *Perfumery and Flavoring Synthetics*. Wheaton: Allured Publishing, 1986.
- Belge, Murat. *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.
- Bernstein, William J. *A Splendid Exchange: How Trade Shaped the World*. Londra: Publishers Group West, 2008.
- Biddle, Wayne. *A Field Guide to the Invisible*. New York: Henry Holt and Company, 1998.
- *Biochemistry of Milk Products*. Ed. A.T. Andrews ve J. Varley. Cambridge: Woodhead Publishing, 2005.
- Blanding, Michael. *The Coke Machine: The Dirty Truth Behind the World's Favorite Soft Drink*. New York: Penguin Books, 2010.
- Bloch Dano, Evelyne. *Sebzelerin Efsanevi Tarihi*. çev. Nihan Özyıldırım. İstanbul: RGK Yay., 2015.

- Blussé, Leonard ve Hendrik E. Niemeijer. *TANAP Monographs on the History of the Asian-European Interaction*. Boston: Koninklijke Brill, 2007.
- Bowen, H. V. *Business of Empire - The East India Company and Imperial Britain, 1756-1833*. Cambridge University Press, 2006.
- Bradley, Mark. *Smell and the Ancient Senses*. Londra: Routledge, 2015.
- Bremzen, Anya von. *Sovyet Mutfak Sanatı: Yemek ve Hasret Anıları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2013.
- Brenckbill, Glen O.. *The Spice Notes of Fragrance*. New Jersey: Fragrance Books, 2012.
- Briggs, Dennis E., Chris A. Boulton, Peter A. Brookes, ve Roger Stevens. *Brewing Science and Practice*. Boca Raton: CRC Press, 2001.
- Brillat-Savarin, Jean Anthelme. *Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler*. Çev. Heval Bucak. İstanbul: Oğlak Yay., 2016.
- Brillat-Savarin, Jean Anthelme. *The Physiology Of Taste Or Transcendental Gastronomy*. Philadelphia: Lindsay & Blakiston, 1854.
- Briscione, James, ve Brooke Parkhurst. *The Flavor Matrix: The Art and Science of Pairing Common Ingredients to Create Extraordinary Dishes*. Toronto: HarperCollins Publishers Ltd, 2013.
- Brittin, Helen C.. *The Food and Culture Around The World Handbook*. New Jersey: Pearson Education, 2011.
- Brown, Cynthia Light. *Amazing Kitchen Chemistry*. Chicago: Nomad Press, 2008.
- Brückner, Bernhard, ve S. Grant. Wyllie. *Fruit and Vegetable Flavour: Recent Advances and Future Prospects*. Boca Raton: CRC Press, 2008.
- Brunning, Andy. *Why Does Asparagus Make Your Pee Smell: Fascinating Food Trivia Explained with Science*. Berkeley: Ulysses Press, 2016.
- Buettner, Andrea. *Handbook of Odor*. Cham: Springer, 2017.
- Burckhardt, Johann Ludwig. *Travels in Arabia*. Frankfurt: Institute for the History of Arabic-Islamic Science at the Johann Wolfgang Goethe University, 1995.
- Burckhardt, John Lewis. *Travels in Arabia Vol 1*. Londra: Henry Colburn, 1829.
- Cagaptay, Soner. *Islam, Secularism and Nationalism in Modern Turkey: Who is Turk*. New York: Routledge, 2006.
- Carcopino, Jérôme, ve Henry T. Rowell. *Daily Life in Ancient Rome: The People and the City at the Height of the Empire*. Londra: Lowe and Brydone Printers, 2003.

- Carême, A. *Le Pâtissier Royal Parisien, Ou, Traité élémentaire Et Pratique De La Pâtisserie Et Moderne; Suivi D'observations Utiles Aux Progrès De Cet Art, Et D'une Revue Critique Des Grands Bâts De 1810 Et 1811*. Paris: Renouard, 1844.
- Carolan, Michael. *The Sociology of Food and Agriculture*. New York: Routledge, 2012.
- Çelebi, Evliya. *Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyâhatnâmesi: Konya-Kayseri-Antakya-Şam-Urfa-Maraş-Sivas-Gazze-Sofya-Edirne 1. Cilt*. İstanbul: Yapi Kredi Yayınları, 2010.
- Chartier, François. *Taste Buds and Molecules*. New York: Houghton Mifflin Harourt Publishing, 2009.
- Chen, Jianshe, ve Andrew J. Rosenthal. *Modifying Food Texture: Volume 2: Sensory Analysis, Consumer Requirements and Preferences*. Cambridge: Woodhead Publishing, 2015.
- Claasen, Joanneke. *On the Scent of Taste : The Story of flavours and Fragrances*. Baarn: Tirion, 1994.
- Clarkson, Janet. *Pie: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2009.
- Classen, Constance, Dawid Howes. *Aroma: The Cultural History of Smell*. Londra: Routledge, 1994.
- Coe, Sophie D ve Michael D. Coe. *Çikolatanın Gerçek Tarihi*. çev. Ayşe Öztekin. İstanbul: Ayrıntı Yay., 2005.
- Coe, Sophie D., ve Michael D. Coe. *The True History of Chocolate*. New York: Thames and Hudson, 1993.
- Collingham, Lizzie. *Curry: A Tale of Cooks and Conquerors*. New York: Oxford University Press, 2006.
- Counihan, Carole M., ve Steven L. Kaplan. *Food and Gender: Identity and Power*. Amsterdam: Harwood Academic, 2005.
- Crone, Patricia. *Meccan Trade and the Rise of Islam*. New Jersey: Princeton University Press, 1987.
- Cserhati, Tibor. *Chromatography of Aroma Compounds and Fragrances*. Berlin: Springer, 2010.
- Czarra, Fred. *Spices: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2009.
- Czerski, Helen. *Storm in a Teacup: The Physics of Everyday Life*. Londra: Penguin Random House, 2017.
- Dalby, Andrew. *Cheese: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2009.
- Dean, Taraneh. *Food Intolerance and the Food Industry*. Boca Raton: CRC Press, 2000.

- Deibler, Kathryn D., ve Jeannine Delwiche. *Handbook of Flavor Characterization Sensory Analysis, Chemistry, and Physiology*. New York: M. Dekker, 2004.
- Demir, Meral Nayman., ve Irvin Cemil Schick. *Osmanlı Hanımları Mutfakta: Osmanlıca Kadın Dergilerinde Yemek ve Mutfığa Dair Makaleler*. İstanbul: Ruhun Gıdası Kitaplar, 2014.
- Dickie, George. *The Century of Taste: The Philosophical Odyssey of Taste in the Eighteenth Century*. New York: Oxford University Press, 1996.
- Drobnick, Jim (Ed.). *The Smell Culture Reader*. Oxford: Berg, 2012.
- Dunbabin, Katherine M. D.. *The Roman Banquet: Images of Conviviality*. New York: Cambridge University Press, 2003.
- Earle, Richard, Mary Earle, ve Allan Anderson. *Food Product Development*. Boca Raton: CRC Press, 2001.
- Edwards, John. *The Roman Cookery of Apicius*. Londra: Century, 1984.
- Ekşigil, Hülya. *İyi Bir Yemek Tek Başına Yenmeyen Yemektir*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık, 2013.
- Ellena, Jean-Claude. *Perfume: The Alchemy of Scent*. New York: Arcade Publishing, 2011.
- Engen, Trygg. *The Perception of Odors*. New York: Academic Press, 1982.
- Erikson, Emily. *Between Monopoly and Free Trade: The English East India Company, 1600-1757*. Princeton: Princeton University Press, 2014.
- Escoffier, A. *A Guide to Modern Cookery*. Londra: W. Heinemann, 1907.
- Esterik, Penny Van. *Food Culture in Southeast Asia*. Westport: Greenwood Press, 2008.
- Étiévant, Patrick, Élisabeth Guichard, Christian Salles, ve Andrée Voilley. *Flavor: From Food to Behaviors, Wellbeing and Health*. Amsterdam: Elsevier, 2016.
- Eutropius. *Kısa Roma Tarihi*. Çev. Çiğdem Menzilioğlu. İstanbul: Alfa Yay., 2016.
- F. Rosengarten. *The Book Of Spices*, 23–96. New York: Jove Publ., Inc., 1969.
- Farb, Peter, ve George J. Armelagos. *Consuming Passions: The Anthropology of Eating*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1980.
- Fennema, Owen R. *Principles of Food Science*. New York: Marcel Dekker, 1996.

- Feydeau, Elisabeth De. *The Secret of History of Marie Antoinette's Perfumer*. New York: I.B. Tauris, 2006.
- Field, Simon. *Culinary Reactions: The Everyday Chemistry of Cooking*. Chicago: Chicago Review Press, 2012.
- Figoni, Paula. *How Baking Works: Exploring the Fundamentals of Baking Science*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2008.
- Fisher, Carolyn, ve Thomas R. Scott. *Food Flavours: Biology and Chemistry*. Cambridge: Royal Society of Chemistry, 1997.
- Flament, Ivon. *Coffee Flavor Chemistry*. West Sussex: Wiley, 2002.
- *Food Cultures of the World Encyclopedia: Africa and The Middle East Volume I*. Ed. Ken Albala. California: Greenwood, 2011.
- Fox, Patrick F, Timothy P. Guinee, Timothy M. Cogan, ve Paul L. H. McSweeney. *Fundamentals of Cheese Science*. Gaithersburg: Aspen Publication, 2000.
- Freedman, Paul. *Doğu'nun Armağanı Baharatın Yolculuğu*. Çev. İmge Tan. İstanbul: Everest Yay., 2008.
- Freedman, Paul. *Food the History of Taste*. Berkeley: University of California Press, 2007.
- Freidberg, Susanne. *French Beans and Food Scares: Culture and Commerce in an Anxious Age*. New York: OxfordUniversity Press, 2004.
- Frewer, Lynn ve Hans van Trijp. *Understanding Consumers Of Food Products*. Boca Raton: CRC Press, 2007.
- Gardner, Brian. *The East India Company*. Barners & Noble Books 1971.
- Gibson, Glenn R., ve Christine M. Williams. *Functional Foods: Concept to Product*. Boca Raton: CRC Press, 2000.
- Gilbert, Sandra M.. *The Culinary Imagination: From Myth to Modernity*. New York: W.W. Norton & Company, 2014.
- Ginzburg, Carlo. *Peynir ve Kurtlar*. çev. Ayşen Gür. İstanbul: Metis Yayınları, 2016.
- Glaser, Gabrielle. *The Nose: A Profile of Sex, Beauty and Survival*. New York: Atria Books, 2002.
- Goldstein, E. Bruce. *Sensation and Perception*. Belmont: Cengage Learning, 2010.
- Goody, Jack. *Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması*. çev. Müge Günay Güran. İstanbul: Pinhan Yayıncılık, 2013.

- Gootenberg, Paul. *Andean Cocaine: The Making of a Global Drug*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 2008.
- Gu  rer, Annick Le, Caroline Champion, Brigitte Proust, Sean Rose, Percy Kemp, Denis Dailleux, ve Lili Roze. *Givaudan: An Odyssey of Flavours and Fragrances*. New York: Abrams, 2015.
- G  rsoy-Naskali, Emine. *T  rk Kabvesi Kitabı*. İstanbul: Kitabevi, 2014.
- Handbook of Fruits and Fruit Processing. Haz: Hui, Y. H..Oxford: Blackwell Publishing, 2006.
- Herodotos. *Tarih (Historiai)*.   ev. Furkan Akderin. İstanbul: Alfa Yayınları, 2007.
- Herz, Rachel. *That's Disgusting*. New York: W. W. Norton & Company, 2012.
- Herz, Rachel. *The Scent of Desire: Discovering Our Enigmatic Sense of Smell*. New York: Harper Collins, 2007.
- Hillman, Howard. *The New Kitchen Science*. New York: Houghton Mifflin Company, 2003.
- Hirsch Alan R., M. D. ve F.A.C.P.. *Scent-sational Weight Loss*. New York: Element Books, 1997.
- Hirsch, Alan R. *What Flavor Is Your Personality?: Discover Who You Are by Looking at What You Eat*. Naperville, IL: Sourcebooks, 2001.
- Hornung, Erik. *Mısır Tarihi*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 2004.
- Howes, David. *Empire of the Senses : The Sensual Culture Reader*. New York: Berg, 2005.
- Hummel, Thomas, ve Antje Welge-L  ssen. *Taste and Smell: An Update*. Basel: Karger, 2006.
- Ichijo, Atsuko, ve Ronald Ranta. *Yemek ve Ulusal Kimlik*.   ev. Emrullah Ataseven. İstanbul: Ayrıntı Yay., 2018.
- I  şın, Priscilla Mary. *Osmanlı Mutfak S  zl  ğ  *. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2017.
- Israel, Jonathan I.. *The Dutch Republic: Its Rise, Greatness and Fall, 1477-1806 Oxford History of Early Modern Europe*. New York: Oxford University Press, 1995.
- I  şın, P. Mary. *Avcılıktan G  n  m  ze Yemeğın K  lt  rel Tarihi*. İstanbul: YKY, 2018.
- Ittersum, Martine Julia Van. *Profit And Principle: Hugo Grotius, Natural Rights Theories and the Rise of Dutch Power in the East Indies (1595-1615)*. Leiden: Koninklijke Brill NV, 2006.

- Jackson, Ronald S.. *Wine Tasting: A Professional Handbook*. Londra: Elsevier Academic Press, 2002.
- Jean Louis Frandrin, and Massimo Montanari. *Food: A Culinary History*. Rome: Columbia University Press, 1999.
- Kadı, İsmail Hakkı. *Ottoman and Dutch Merchants in the Eighteenth Century: Competition in Ankara, Izmir and Amsterdam*. Leiden: Brill, 2012.
- Kanık, İlkey. *Gastro Endişe*. İstanbul: Alfa Yayıncılık, 2019.
- Kanık, İlkey. *Gastro Gösteri: Popüler Kültür Ürünlerinde Yemeğin Kültürel Gösterisi*. İstanbul: Ayrıntı Yay., 2016.
- Karaosmanoğlu, N. Defne. *Yemekle Devriâlem: Küreselleşme, Kimlik, Teknoloji*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2017.
- Karay, Refik Halid. *Mutfak Zevkinin Son Günleri: Memleket Yazuları 4*. İstanbul: İnkılab Yayınevi, 2014.
- Karay, Refik Halid. *Sonuncu Kadeh*. İstanbul: İnkılab Yayınevi, 2009.
- Karay, Refik Halid. *Üç Nesil Üç Hayat*. İstanbul: İnkılab Yayınevi, 2015.
- Kasapoğlu, Türkan. *Aile Yemekleri ve Sohbetleri*. İstanbul: İnkılap ve Aka Basımevi, 1977.
- Kass, Leon R. *The Hungry Soul: Eating and the Perfecting of Our Nature*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1999.
- Katz, Solomon H., ve William Woys Weaver. *Encyclopedia of Food and Culture*. New York: C. Scribner Sons, 2003.
- Kiechle, Melanie. *Smell Detectives: An Olfactory History of Nineteenth-Century Urban America*. Washington: University of Washington Press, 2017
- Kittler, Pamela Goyan, ve Kathryn Sucher. *Food and Culture*. Belmont: Thomson Wadsworth, 2008.
- Klein, Carl H. Von, A.M. ve M.D.. *The Medical Features of the Papyrus Ebers*. Chicago: Press of the American Medical Association, 1905.
- Korsmeyer, Carolyn (Ed.). *The Taste Culture Reader: Experiencing Food and Drink*. New York: Berg Publishers, 2005.
- Krondl, Michael. *Lezzet Fetihleri: Üç Büyük Baharat Kentinin Yükselişi ve Çöküşü*. Çev. Aslı Kutay Yoviç. İstanbul: RGK Yayınları, 2014.
- Kuiper, Rik, ve Tonie Mudde. *Dunk Your Biscuit Horizontally: 106 Strange Scientific Facts*. Chichester, West Sussex: Summersdale, 2007.

- Labuza, T. P., G. A. Reineccius, V. M. Monnier, J. O'Brien ve J. W. Baynes. *Maillard Reactions in Chemistry, Food and Health*. Cambridge: Woodhead Publishing, 2005.
- Laing, D. G., R. L. Doty, ve W. Breipohl. *The Human Sense of Smell*. Berlin: Springer- Verlag, 1991.
- Laudan, Rachel. *Cuisine and Empire: Cooking in World History*. Londra: University of California Press, 2013.
- Lawrence, Graham. *Webster's Unabridged Dictionary*. Tennessee: The Lawful Path, 2009.
- Le Guérer, Annick. *Scent: The Essential and Mysterious Power of Smell*. Çev. Richard Miller. New York: Kodansha America, 1992.
- Leake, Chauncey. *The Old Egyptian Medical Papyri*. Lawrence, University Of Kansas Press, 1952.
- Lehrer, Jonah. *How We Decide*. New York: Houghton Mifflin Company, 2009.
- Lehrer, Jonah. *Proust Was a Neuroscientist*. New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2007.
- Lie, Oyvind. *Improving Farmed Fish Quality And Safety*. Boca Raton: CRC Press, 2008.
- Lindstorm, Martin. *Brand Sense: Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound*. New York: Free Press, 2005.
- Logue, Alexandra W.. *The Psychology of Eating and Drinking*. New York: Brunner- Routledge, 2004.
- MacDougall, Douglas B. *Colour in Food: Improving Quality*. Boca Raton, FL: CRC Press, 2002.
- Macfie, H. J. H. *Food Choice, Acceptance and Consumption*. Hong Kong: Chapman & Hall, 1996.
- Mahmud, Şirvanî Muhammed Bin, ve Argunşah Mustafa. *Tuhfe-i Murâdi İnceleme*. Ankara: Türk Dil Kurumu, 1999.
- Mahoney, Carolyn. *Health, Food and Social Inequality: Critical Perspectives on the Supply and Marketing of Food*. Abingdon, Oxon: Routledge, 2015.
- Marinetti, Filippo Tommaso. *The Futurist Cookbook*. Çev. Suzanne Brill. Haz. Lesley Chamberlain. Londra: Penguin Books, 2014.
- Marsili, Ray. *Flavor, Fragrance and Odor Analysis*. New York: Marcel Dekker, 2002.
- Martin, Eliza. *Wine Encyclopedia*. Delhi: Global Media, 2009.

- Marx, Karl. *1844 Elyazmaları: Ekonomi Politik ve Felsefe*. Ankara: Sol Yay., 2011.
- Maser, Chris, Andrew W. Claridge ve James M. Trappe. *Trees, Truffles, and Beasts How Forests Function*. Londra: Rutgers University Press, 2008.
- McGee, Harold. *On Food And Cooking: The Science and Lore of the Kitchen*. New York: Scribner, 2004.
- Meiselman, Herbert L.. *Meals in Science And Practice Interdisciplinary Research and Business Applications*. Boca Raton: CRC Press, 2009.
- Melville, Herman. *Moby Dick; Beyaz Balina*. çev. Sabahattin Eyüboğlu ve Mina Urgan. İstanbul: Yapı kredi Yayınları, 2015.
- Miller, William Ian. *The Anatomy of Disgust*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.
- Miodownik, Mark. *Eşyanın Tabiatı*. Çev. Selen Ak. İstanbul: Domingo Yay., 2019.
- *Modern Gastronomy A to Z: A Scientific and Gastronomic Lexicon*. Boca Raton, Fla: CRC Press, 2010.
- Montanari, Massimo. *Avrupa'da Yemeğin Tarihi*. İstanbul: Alfa Yay., 1995.
- Montanari, Massimo. *Food Is Culture*. New York: Columbia University Press, 2006.
- Morris, Sallie ve Lesley Mackley. *Choosing and Using Spices*. Londra: Anness Publishing, 1999.
- Moss, Michael. *Salt Sugar Fat : How the Food Giants Hooked Us*. New York: Random House, 2013.
- Moss, Sarah ve Alexander Badenoch. *Chocolate: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2009.
- Mouritsen, Ole G. ve Klavs Stybæk. *Mouthfeel: How Texture Makes Taste*. New York: Columbia University Press, 2017.
- Nealon, Thomas F. *Food Fights and Culture Wars: A Secret History of Taste*. Londra: British Library, 2016.
- Newton, David E.. *Food Chemistry*. New York: Infobase Publishing, 2007.
- Nierstrasz, Chris. *Rivalry for Trade in Tea and Textiles: The English and Dutch East India Companies (1700-1800)*. New York: Palgrave Macmillan, 2015.
- Niggli, Urs, Julia Cooper, ve Carlo Leifert. *Handbook of Organic Food Safety and Quality*. Boca Raton: CRC Press, 2007.

- Notaker, Henry. *Food Culture in Scandinavia*. Westport: Greenwood Press, 2009.
- Nowak, Zachary. *Truffle: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2015.
- Nunn, Laura S., Alvin ve Virginia Silverstein. *Smelling and Tasting*. Brookfield: Millbrook Press, 2002.
- Onaran, Burak. *MUTFAKTARİH: Yemeğin Politik Serüvenleri*. İstanbul: İletişim Yay., 2016.
- Onay, Ahmet, Hakan Yıldırım, Altınkut Uncuoğlu, Yelda Özden Çiftçi ve Engin Tilkat. *Sakız Ağacı (Pistacia lentiscus L.) Yetiştiriciliği*. Diyarbakır: Dicle Üniv. Basımevi, 2016.
- Oostrom, Frits van. *The Netherlands In A Nutshell: Highlights From Dutch History And Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2008.
- Özilgen, Sibel ve Özge Samancı. *Kadim Lezzetler*. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Yayınevi, 2014.
- Özen, Saadet. *Çukolata, Çikolatanın Yerli Tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2012.
- Panayi, Panikos. *Spicing up Britain: The Multicultural History of British Food*. Londra: Reaktion, 2008.
- Parthesius, Robert. *Dutch Ships in Tropical Waters*. Amsterdam: Amsterdam UP, 2010.
- Pekin, Ersu (Ed.). *Bir Taşım Keyif: Türk Kahvesinin 500 Yıllık Öyküsü*. İstanbul: Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği, 2015.
- Pelosi, Paolo. *On The Scent: A Journey Through The Science of Smell*. New York: Oxford University Press, 2016.
- Pendergrast, Mark. *Uncommon Grounds: The History of Coffee and How It Transformed Our World*. New York: Basic Books, 2010.
- Peter K. V. *Handbook of Herbs and Spices*. Boca Raton: CRC Press, 2001.
- Pliny. *Pliny's Natural History*. Leicester: George Barclay, 1847.
- Pollan, Michael. *Arzunun Botanığı*. çev. Sevin Okyay. İstanbul: Bkz Yayıncılık, 2011.
- Prescott, John. *Taste Matters: Why We Like the Foods We Do*. Londra, Reaktion Books, 2012.
- Purnell, Carolyn. *The Sensational Past: How the Enlightenment Changed the Way We Use Our Senses*. New York: W.W. Norton & Company, 2017.

- R., Van Vliet Eugenia. *Dinners with Famous Women from Cleopatra to Indira Gandhi*. Lincoln: iUniverse Star, 2004.
- Raats, Monique, Lisette De Groot, ve Wija Van Staveren. *Food for the Ageing Population*. Boca Raton: CRC Press, 2009.
- Rachewiltz, I. De. *Prester John And Europe's Discovery Of East Asia*. Canberra: Australian National University Press, 1972.
- Rain, Patricia. *Vanilla: The Cultural History of the World's Favorite Flavor and Fragrance*. Londra: Penguin Books, 2004.
- Rance, Caroline. *The History of Medicine in 100 Facts*. Stroud: Amberley Publishing, 2015.
- Reinarz, Jonathan. *Past Scents: Historical Perspectives on Smell*. Illinois: University of Illinois, 2014.
- Robins, Nick. *Dünyayı Değiştiren Şirket: Doğu Hindistan Kumpanyası'nın Modern Çokulusluluğu Şekillendirmesi*. çev. M. İnanç Özekmekçi. İstanbul: H₂O Kitap, 2016.
- Robins, Nick. *Corporation That Changed the World How the East India Company Shaped the Modern Multinational*. Londra: Pluto Press, 2006.
- Robinson, Richard Kenneth., ve Adnan Y. Tamime. *Feta and Related Cheeses*. Cambridge: Woodhead Publ., 1996.
- Rosenthal, Andrew J., ve Jianshe Chen. *Modifying Food Texture: Volume 1: Novel Ingredients ve Processing Techniques*. Woodhead Publishing, 2015.
- Rouby, Catherine, Benoist Schaal, Danièle Dubois, Rémi Gervais, ve André Holley. *Olfaction, Taste, and Cognition*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002.
- Rovira, Dolf A. De. *The Dictionary of Flavors*. Trumbull: Food& Nutrition Press, 1999.
- Rowe, David J. *Chemistry And Technology of Flavours And Fragrances*. Boca Raton: CRC Press Blackwell Pub., 2005.
- Rozin, Elisabeth. *Ethnic Cuisine: How to Create the Authentic Flavors of 30 International Cuisines*. New York, NY, U.S.A.: Penguin Books, 1992.
- Rozin, Elisabeth. *The Flavor-principle Cookbook*. New York: Hawthorn Books, 1973.
- Rozin, Elisabeth. *The Universal Kitchen*. New York: Penguin Books, 1997.
- Rozin, Paul. *Towards a Psychology of Food Choice*. Brusses: Institut Danone, 1998.

- Ruangsilp, Bhawan. *Dutch East India Company Merchants at the Court of Ayutthaya: Dutch Perceptions of the Thai Kingdom, circa 1604-1765*. Leiden: Brill, 2007.
- Saarela, Maria. *Functional Dairy Products*. Boca Raton: CRC Press, 2007.
- Saberi, Helen. *Tea: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2010.
- Sanceau, Elaine. *The Land of Prester John : A Chronicle of Portuguese Exploration*. New York: Alfred A. Knopf, 1944.
- Schlosser, Eric. *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*. Londra: Penguin Books, 2002.
- Schlosser, Eric. *Hamburger Cumhuriyeti: Amerikan Fast Food Kültürünün Karanlık Yüzü*. Çev. Hayrullah Doğan. İstanbul: Metis Yayınları, 2004.
- Schrikker, Alicia. *Dutch and British Colonial Intervention in Sri Lanka, 1780-1815 Expansion and Reform*. Leiden: Brill, 2007.
- Schubert, Helmar ve Marc Regier. *The Microwave Processing Of Foods*. Boca Raton: CRC Press, 2005.
- Scurrah, Katherine. *Make It Safe a Guide to Food Safety*. Collingwood, Vic.: CSIRO, 2010.
- Secundus, Gaius Plinius. *Doğa Tarihi (I ve II. Kitap)*. İstanbul: Say Yayınları, 2017.
- Segnit, Niki. *The Flavour Thesaurus: Pairings, Recipes and Ideas for the Creative Cook*. Bloombury Publishing, 2010.
- Sen, Colleen Taylor. *Curry a Global History*. Londra: Reaktion Books, 2009.
- Şenyapılı, Önder. *Damakta Kalan Tatların Akılda Kalan Adları*. İstanbul: ODTÜ Yayıncılık, 2010.
- Shepherd, Gordon M.. *Neurogastronomy: How the Brain Creates Flavor and Why It Matters*. New York: Columbia University Press, 2012.
- Shepherd, Richard, ve Monique Raats. *The Psychology of Food Choice*. Wallingford: CABI, 2011.
- Sherherd, Gordon M. *Neuroenology: How the Brain Creates the Taste of Wine*. West Sussex: Columbia University Press, 2017.
- Silvertown, Jonathan. *Darwin'le Akşam Yemeği: Evrim Yeme İçmeyi Nasıl Etkiler?*. Çev.: Can Evren Topaktaş. İstanbul: Kolektif Kitap, 2017.
- Smith, Andrew F. *Hamburger: A Global History*. Londra: Reaktion Books, 2008.

- Smith, John L. *The Psychology of Food and Eating: A Fresh Approach to Theory and Method*. Basingstoke: Palgrave, 2002.
- Smith, Mark M.. *Sensing the Past: Seeing, Hearing, Smelling, Tasting and Touching in History*. Los Angeles: University of California Press, 2007.
- Sonesson, Ulf, J. Berlin, ve F. Ziegler. *Environmentally-friendly Food Processing*. Cambridge: Woodhead, 2003.
- Spary, E. C. *Eating the Enlightenment: Food and the Sciences in Paris, 1670-1760*. Chicago: University of Chicago Press, 2014.
- Spence, Charles, ve Betina Piqueras-Fiszman. *The Perfect Meal: The Multisensory Science of Food and Dining*. Chichester, West Sussex: Wiley Blackwell, 2014.
- Spence, Charles. *Gastrophysics: The New Science of Eating*. Londra: Penguin Random House, 2017.
- Standage, Tom. *Altın Bardakta Dünya Tarihi*. çev. Ahmet Fethi. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2014.
- Standage, Tom. *İnsanlığın Yeme Tarihi*. İstanbul: Maya Kitap, 2016.
- Stearns, Peter N.. *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*. New York: Routledge, 2001.
- Sterer, Nir. *Breath Odors*. Berlin: Springer, 2011.
- Stevenson, Tom. *The Sotheby's Wine Encyclopedia*. Londra: Dorling Kindersley, 2005.
- Stoddart, D. Michael. *The Scented Ape: The Biology and Culture of Human Odour*. New York: Cambridge University Press, 1990.
- Stoller, Paul. *The Taste of Ethnographic Things: The Senses in anthropology*. Pennsylvania: The University of Pennsylvania Press, 1989.
- Strauss, Claude Levi. *The Raw and The Cooked*. Londra: Jonathan Cape, 1969.
- Stuckey, Barb. *Taste: Surprising Stories and Science about Why Food Tastes Good*. New York: Atria Paperback, 2013.
- Sutton, David E. *Rememberance of Repasts*. Oxford: Oxford International Publishers, 2001.
- Swift, Karl A. D. *Flavours and Fragrances*. Cambridge: Woodhead Publishing Limited, 2005.
- Şık, Bülent. *Mutfaktaki Kimyacı*. İstanbul: Doğan Yayıncılık, 2018.
- Terzioğlu, Arslan. *Helvahan Defteri ve Topkapı Sarayında Eczacılık: Eine Bisher Unbekannte Handschrift Über Die Herstellung Der Arzneien*

Im Topkapı-Schloss in Istanbul Und Ihre Bedeutung Für Die Geschichte Der Pharmazie. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 1992.

- This, Hervé, ve Pierre Gagnaire. *Cooking: The Quintessential Art.* Çev. M. B. DeBEVOİSE. Londra: University of California Press, 2008.
- This, Hervé. *Molecular Gastronomy: Exploring the Science of Flavor.* Çev. M. B. DeBevoise. New York: Columbia University Press, 2006.
- Thomson, E. P.. *The Making of the English Working Class.* New York: Pantheon Books, 1963.
- Tucker, Catherine M. *Coffee Culture: Local Experiences, Global Connections.* New York: Routledge, 2011.
- Turin, Luca. *The Secret of Scent: Adventures in Perfume and the Science of Smell.* Londra: Faber and Faber, 2006.
- Uhri, Ahmet. *Boğaz Derdi.* İstanbul: Ege Yayınları, 2011.
- Ünsal, Artun. *Nimet Geldi Ekine: Türkiye'nin Ekmeklerinin Öyküsü.* İstanbul: Yapı Kredi, 2011.
- Voilley, Andree, ve Patrick Etievant. *Flavour in Food.* Cambridge: CRC Press, 2006
- Waddington, Shelley. *Perfuming With Natural Isolates: The Complete Reference Manual.* Lulu.com, 2012.
- Wansink, Brian. *Mindless Eating.* Hay House UK, 2011.
- Ward, Kerry. *Networks of Empire Forced Migration in the Dutch East India Company.* New York, NY: Cambridge University Press, 2009.
- Waverman, Lucy ve Beppi Crosariol. *The Flavour Principle.* Toronto: HarperCollins Publishers, 2013.
- Weaver, Connie M., ve James R. Daniel. *The Food Chemistry Laboratory: A Manual for Experimental Foods, Dietetics, and Food Scientists.* Boca Raton: CRC Press., 2003.
- Weinberg, Bennett Alan., ve Bonnie K. Bealer. *The World of Caffeine: The Science and Culture of the Worlds Most Popular Drug.* New York: Routledge, 2002.
- Wilson, Bee ve Annabel Lee. *Consider the Fork: A History of How We Cook and Eat.* New York: Basic Books, 2012.
- Wilson, Donald A. Ve Richard J. Stevenson. *Learning to Smell: Olfactory Perception from Neurobiology to Behavior.* Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2006.
- Wrangham, Richard. *Catching Fire: How Cooking Made Us Human.* New York: Basic Books, 2010.

- Yaman, Reyhan. *Likör Hikayeleri*. İstanbul: Can Yay., 2016.
- Yanishlieva, Nedyalka, Michael Gordon, ve Jan Pokorný. *Antioxidants in Food: Practical Applications*. Boca Raton, FL: CRC, 2001.
- *Yemek ve Kültür Dergisi*. İstanbul: Çiya Yayınları.
- Yentürk, Nejat. *Ayaküstü İzmir-Sokak ve Fırın Lezzetleri*. İstanbul: Oğlak Yayınları, 2018.
- Yerasimos, Marianna. *Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2014.
- Yücel, Yaşar. *Osmanlı Ekonomi- Kültür-Uygurluk Tarihine Dair Bir Kaynak: Es'ar Defteri (1640 Tarihli)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1992.
- Zinn, Howard. *People's History of The United States*. New York: Harper Collins Publishers., 1999.

Makaleler

- “Is The Kitchen The New Venue of Foreign Policy?” *A Report Of The Conflict Cuisine Project*, American University, School Of International Service.
- “Flavor & Fragrance Leaderboard.” *Perfumer & Flavorist*, Vol. 39. (2014):18-49.
- “Ibuprofen-like activity in extra-virgin olive oil.” *Brief Communications*, Vol 437. (2005).
- “Letters”, *British Dental Journal Volume* 215 NO. 4 (2013).
- “Scientific American: Food.” 2013.
- “Social and Cultural Aspects of Drinking”, *The Social Issues Research Centre*, (1998).
- Achan, Jane, Ambrose O Talisuna, Annette Erhart, Adoke Yeka, James K Tibenderana, Frederick N Baliraine, Philip J Rosenthal ve Umberto D'alessandro. “Quinine, An Old Anti-Malarial Drug In A Modern World: Role In The Treatment Of Malaria.” *Al. Malaria Journal*, 10:144. (2011).
- Ahn, Yong-Yeol, ve Sebastian Ahnert. “The Flavor Network.” *Leonardo* 46, no. 3 (2013): 272-73.
- Ahn, Yong-Yeol, Sebastian E. Ahnert, James P. Bagrow ve Albert-La'szlo' Barabasi. “Flavor network and the principles of food pairing.” *Scientific Reports* 1 : 196.

- Alikılıç, Dündar. "Çay'ın Karadeniz Bölgesi İçin Önemi ve Tarihi Seyri". *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 21; (2016): 269-280
- Altun, Muhsin. "Çalmanın Antropolojisi: Avcı-toplayıcılardaki "hoşgörülen Hırsızlık" Pratiğinin Maddi ve Davranışsal Arka Planı." *Antropoloji*, no. 31 (2016): 23-50.
- Andersson, K. ve T. Ohlsson. "Including Environmental Aspects in Production Development: A Case Study of Tomato Ketchup." *Lebensm.-Wiss. u.-Technol.*, 32, (1999): 134-141.
- Aronson, J. K.. "Over-the-counter medicines." *British Journal of Clinical Pharmacology*, 58:3. (2004): 231-235.
- Barham, Peter, Leif H. Skibsted, Wender L. P. Bredie, Michael Bom Frøst, Per Møller, Jens Risbo, Pia Snitkjær ve Louise Mørch Mortensen. "Molecular Gastronomy: A New Emerging Scientific Discipline." *Chem. Rev* 110. (2010)2313-2365.
- BATU, Ali. "Moleküler Gastronomi Bakış Açısıyla Gıdaların Tat ve AromaAlgıları." *Aydın Gastronomi*, 1, (2017):25-36.
- Bawadekji, Abdulhakim, Maria Letizia Gargano, Alessandro Saitta ve Giuseppe Venturella. "A new record of the desert truffle *Picoa lefebvrei* in Saudi Arabia." *Mycotaxon*, Volume 122 (October–December 2012): 243–247.
- Belitz, H., W. Grosch ve P. Schieberle. "Aroma Compounds " içinde: *Food Chemistry*, (2009).
- Beltrami, Monique Carniel, Thiago Döring ve Juliano De Dea Lindner. "Sweeteners And Sweet Taste Enhancers In The Food Industry." *Food Sci. Technol, Campinas*, 38(2). (2018):181-187
- Ben-Yehoshua, Shimshon, Carole Borowitz, ve Lumír Ondřej Hanuš. "Frankincense, Myrrh, and Balm of Gilead: Ancient Spices of Southern Arabia and Judea." *Horticultural Reviews*. (2012):1-76.
- Bishop, Paul A.. "Martin Luther and the Protestant Reformation."
- Brady, Thomas A.. "The Protestant Reformation in German History." *German Historical Institute*, Paper No. 22.
- Brewster, Rethel Hampson. "The Synthesis of the Romans." *Transactions and Proceedings of the American Philological Association*, Vol. 49 (1918):31-143.
- Carpenter, Stephen, Michel Rigaud, Mary Barile, Tracy J. Priest, Luis Perez ve John B. Ferguson. "An Interlinear Transliteration and English Translation of Portions of The Ebers Papyrus Possibly Having to Do With Diabetes Mellitus." *Ebers Papyrus Rubric* 197, Column 39.

- Castillo, M.. “The Complicated Equation of Smell, Flavor, and Taste.” *AJNR American Journal Neuroradiol* 35 (2014): 1243-45.
- Cemil Yücepur, Berke Özücer, Nazan Değirmenci, Yalçın Yıldırım, Bayram Veyseller, ve Orhan Özturan. “University of Pennsylvania smell identification test: Application to Turkish population.” *Kulak Burun Bogaz İhtis Derg.* 22(2). (2012):77-80.
- Chamberlain, A. F.. “The Maple Amongst The Algonkian Tribes.” *The American Anthropologist Vol. Iv.* (1891):39-45.
- Chambers, Kathleen C.. “Conditioned Taste Aversions.” *World Journal Of Otorhinolaryngology-Head And Neck Surgery* 4. (2018):92-100.
- Cinotto, Simone. ““Everyone Would Be Around The Table”: American Family Mealtimes In Historical Perspective, 1850–1960.” *New Directions For Child And Adolescent Development*, No. 111. (Spring 2006).
- Dandine-Roulland C, Laurent R, Dall’ara I, Toupance B, Chaix R. “Genomic Evidence For Mhc Disassortative Mating In Humans.” *Proc. R. Soc. B* 286: 20182664 (2019).
- Denton, Andrew Blake. “The Quest for Prester John.” *Vexillum Journal* no:2 (2012): 203-219.
- Donahue, John F.. “Toward a Typology of Roman Public Feasting.” *American Journal of Philology*, Volume 124, Number 3 (2003):423-441.
- Doty, Richard L. “The Smell Identification Test: Administration Manual.” *Sensonics Inc* (1983).
- Doty, Richard L., Steven M. Bromley ve Matthew B. Stern. “Olfactory Testing as an Aid in the Diagnosis of Parkinson’s Disease : Development of Optimal Discrimination Criteria.” *Neurodegeneration* Vol 4. (1995):93-97.
- Drewnowski, Adam, Susan Ahlstrom Henderson ve Anne Barratt-Fornell. “Genetic Taste Markers And Food Preferences.” *The American Society For Pharmacology And Experimental Therapeutics* Vol. 29, No. 4, Part 2 (2001): 535-540.
- Drewnowski, A.. “Taste Preferences and Food Intake.” *Annu. Rev. Nutr.*, Vol 17. (1997): 237-253.
- Drewnowski, Adam ve Cheryl L. Rock. “The Influennce of Genetic Taste Markers on Food.” *American Society for Clinical Nutrition* (1995).
- Driver, Liesl. “What Made Us Human: Analysis Of Richard Wrangham’s Cooking Hypothesis.” *Lambda Alpha Journal Volume* 40. (2010):21-28.

- Düzgün, Ertuğrul, Fügen Durlu Özkaya. “Mezopotamya’dan Günümüze Mutfak Kültürü.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/1 (2015): 41-47.
- Emecen, Feridun. “Osmanlı Hanedanına Alternatif Arayışlar.” İçinde “Osmanlı Klasik Çağında Hanedan, Devlet ve Toplum” İstanbul: Timaş Yay., 2011. 37-60.
- Emecen, Feridun. “Sakız Adasının Sakızları: Küçük Bir Osmanlı Tarım İşletmesi.” *Osmanlı Araştırmaları / The Journal of Ottoman Studies*, XXXVII (2011), 1-16.
- Escher, Felix, Béatrice Conde-Petit ve Jeannette Nuessli. “From Structure And Rheology To Sensory Quality Of Food.” *3rd International Symposium On Food Rheology And Structure*, 44-47.
- Farah, Adriana. “Coffee Constituents”. İçinde: *Coffee: Emerging Health Effects and Disease Prevention*, haz. Yi-Fang Chu, (2012): 21-57.
- Fırat, Mümtaz. “Yemeğin İdeolojisi ya da İdeolojinin Yemeği: Kimlik Bağlamında Yemek Kültürü.” *Cyprus International University Folklor/ Edebiyat*, Cilt: 20, Sayı: 80, (2014/4): 129-140.
- Fiese, Barbara H., Kimberly P. Foley ve Mary Spagnola. “Routine and Ritual Elements in Family Mealtimes: Contexts for Child Well-Being and Family Identity.” *New Directions For Child And Adolescent Development*, No. 111. (Spring 2006).
- Fujiwara, Thomas, Humberto Laudaes ve Felipe Valencia Caicedo. “Tordesillas, Slavery and the Origins of Brazilian Inequality.” (2017).
- Garneau, Nicole L., Tiffany M. Nuessle, Robin M. Tucker, Mengjie Yao, Stephanie A. Santorico ve Richard D. Mattes. “Taste Responses to Linoleic Acid: A Crowdsourced Population Study.” *Chemical Senses*, Vol 42. (2017): 769-775.
- Gelderblom, Oscar, Abe de Jong ve Joost Jonker. “The Formative Years of the Modern Corporation: The Dutch East India Company VOC, 1602_1623.” *The Journal of Economic History*, Vol. 73, No. 4 (2013).
- Gerstell, Daniel. «Administrative Adaptability: The Dutch East India Company.» tarih yok.
- Goff, Emmett S.. “The Relation of Color to Flavor in Fruits and Vegetables.” *The American Naturalist*, Vol 18, No 12. (1884): 1203-1210.
- Goucher, Candice, Charles LeGuin, ve Linda Walton. “Commerce and Change: The Creation of a Global Economy and the Expansion of Europe,” içinde *In the Balance: Themes in Global History* (Boston: McGraw-Hill, 1998), 491-508.

- Grainger, Sally. “X. *Garum*, *Liquamen*, And *Muria*: A New Approach To The Problem Of Definition.” *Première Partie : Approches Historiographiques Et Technologiques*.
- Gutierrez, Ranier ve Sidney A. Simon. “Why do people living in hot climates like their food spicy?” *Temperature*, Vol. 3, No. 1, (2016): 48–49.
- Hansen, Anne-Mette S., Henrik L. Frandsen ve Arvid Fromberg. “Authenticity of raspberry flavor in food products using SPME-chiral-GC-MS.” *Food Science & Nutrition*, (2015): 348–355.
- Harrar, Vanessa ve Charles Spence. “The Taste Of Cutlery: How The Taste Of Food is Affected By The Weight, Size, Shape, And Colour Of The Cutlery Used To Eat It.” *Harrar and Spence Flavour* 2013, 2:21.
- Hirsch, A.R., M.D., Ve R. Gomez. “Weight Reduction Through Inhalation Of Odorants.” *J Neurol Orthop Med Surg*. 16. (1995):28–31.
- Hirata, Satoshi, Kunio Watanabe ve Masao Kawai. “Sweet-Potato Washing Revisited.” 488–510.
- Howes, David. “Cross-Talk Between The Senses.” *Senses & Society* Vol 1:3 (2006) 361–390.
- Illy, Ernesto ve Luciano Navarini. “Neglected Food Bubbles: The Espresso Coffee Foam.” *Food Biophysics* 6. (2011):335–348.
- Janssen, Geert H.. “The Dutch Revolt And Catholic Exile In Reformation Europe.” İçinde *The Dutch Revolt And Catholic Exile In Reformation Europe: Preface*, Cambridge University Press (2014).
- Kafadar, Cemal. “A History of Coffee.” Harvard University.
- Kalua, C.M., M.S. Allen, D.R. Bedgood, A.G. Bishop, P.D. Prenzler ve K. Robards. “Olive Oil Volatile Compounds, Flavour Development And Quality: A Critical Review.” *Food Chemistry* 100. (2007):273–286.
- Kaufman, Cathy K.. “Structuring the Meal: The Revolution of Service à la Russe.” (2001).
- Kawai, Masao. “Newly-acquired Pre-cultural Behavior of the Natural Troop of Japanese Monkeys on Koshima Islet.” The Japan Monkey Centre, *Primates* Vol., No:1 (1965).
- Khatchadourian, Raffi. “The Taste Makers: The Secret World of the Flavor Factory.” *The New Yorker*. (2009).
- Kivançlı, Jülide, ve Yeşim Elmacı. “Türk Kahvesinin Lezzetini Olusturan Uçucu Bilesenlerin Belirlenmesinde Uygun Yöntemin Seçilmesi.” *Academic Food Journal*: 12(3), (2014):6–15.

- Kittler, Pamela Goyan, Kathryn P. Sucher ve Marcia Nahikian Nelms. *Food and Culture* içinde. Belmont: Cengage Learning, 2012.
- Koza, Brian J., Anna Cilmi, Melissa Dolese ve Debra A. Zellner. "Color Enhances Othonasal Olfactory Intensity And Reduces Retronasal Olfactory Intensity." *Chem. Senses* 30. (2005):643-649.
- Kuroda ve Miyamura: Mechanism Of The Perception Of "Kokumi" Substances And The Sensory Characteristics Of The "Kokumi" Peptide, γ -Glu-Val-Gly. *Flavour* 2015 4:11.
- Kuster, Hansjorg. "Dangerous Tastes: The Story of Spices (review)" *Journal of World History*, Volume 14, Number 4 (2003):553-555.
- Larson, Reed W., Kathryn R. Branscomb ve Angela R. Wiley. "Forms and Functions of Family Mealtimes: Multidisciplinary Perspectives." *New Directions For Child And Adolescent Development*, No. 111. (Spring 2006).
- Linden, David. "How We Sense the Heat of Chili Peppers and the Cool of Menthol." *Touch: The Science of Hand, Heart and Mind*.
- Lipatova, Olga ve Matthew M. Campolattaro. "The Miracle Fruit: An Undergraduate Laboratory Exercise in Taste Sensation and Perception." *The Journal of Undergraduate Neuroscience Education*, (2016).
- Lippi, D. ve E. Gotuzzo. "The Greatest Steps Towards The Discovery Of Vibrio Cholerae." *European Society of Clinical Microbiology and Infectious Diseases* (2013)
- Marais, J.. "Terpenes In The Aroma Of Grapes And Wines: A Review." *S. Afr. J. Enol. Vitic.*, Vol. 4. No. 2. (1983):49-60.
- Maruyama, Yutaka, Reiko Yasuda, Motonaka Kuroda ve Yuzuru Eto. "Kokumi Substances, Enhancers of Basic Tastes, Induce Responses in Calcium-Sensing Receptor Expressing Taste Cells." *Plos One* Vol 7 (2012):1-9.
- Mercer, Michele E., Mark D. Holder ve Russell J. Adams. "The Effects of Palatable Sweet Ingesta on Human Responsivity to Heat Pain." *Journal of Behavioral and Brain Science*, 5, (2015):405-419.
- Messerli, Franz H. Ve M.D.. "Chocolate Consumption, Cognitive Function, and Nobel Laureates." *The New England Journal Of Medicine* (2012).
- Michaelides, Michael, Panayotis K. Thanos, Nora D. Volkow ve Gene-Jack Wang. "Dopamine-Related Frontostriatal Abnormalities In Obesity And Binge-Eating Disorder: Emerging Evidence For Developmental Psychopathology." *Int Rev Psychiatry* 24(3). (2012):211-218.

- Michel, Charles, Carlos Velasco, Elia Gatti ve Charles Spence. “A taste of Kandinsky: assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience.” *Michel et al. Flavour* (2014) 3:7.
- Mintz, Sidney W. Ve Christine M. Du Bois. “The Anthropology Of Food And Eating.” *Annu. Rev. Anthropol* 31. (2002): 99-119
- Mookherjee, Braja D., Robert W. Trenkle ve Richard A. Wilson. “The Chemistry of Flowers, Fruis and Spices: Live vs. Dead A New Dimension In Fragrance Research.” *Pure & Appl. Chem.* Vol 62, No:7. (1990):1357-1364.
- Morck, Randall K. ve Lloyd Steier. “The Global History of Corporate Governance: An Introduction.” İçinde *A History of Corporate Governance around the World: Family Business Groups to Professional Managers* (2005).
- Munizaga, Gipsy Tabilo ve Gustavo V. Barbosa-Canovas. “Rheology for the food industry.” *Journal of Food Engineering* 67 (2005):147–156.
- Neumark-Sztainer, Dianne. “Eating Among Teens: Do Family Mealtimes Make a Difference for Adolescents’ Nutrition?” *New Directions For Child And Adolescent Development*, No. 111. (Spring 2006).
- Nie, Wen. “The Origin of Quarantine” *Global Partners in Education Journal* 2015, Vol. 5, No. 2, 24-31.
- North, Adrian C.. “The effect of background music on the taste of wine.” *British Journal of Psychology* no:103 (2012):293–301.
- Ochs, Elinor ve Merav Shohet. “The Cultural Structuring of Mealtime Socialization.” *New Directions For Child And Adolescent Development*, No. 111. (Spring 2006).
- Özdoğan, Yahya ve Nermin Işık. “Geleneksel Türk Mutfağında Şerbet.”
- Palma, Vittoria Di. “Empire Gastronomy.” *Aa Files* 68. (2014): 114-124.
- Parker, Gordon ve Joanna Crawford. “Chocolate Craving When Depressed.” *The British Journal Of Psychiatry* Vol 191. (2007):279-372.
- Parlaz, Selim. “Osmanlı Ceneviz Ticaretinde Sakız Adasının Yeri ve Önemi (1346-1566).” *Ulakbilge*, 2017, Cilt 5, Sayı 14.
- Patel, Z. M., Delgaudio ve S. K.Wise. “Higher Body Mass Index Is Associated With Subjective Olfactory Dysfunction.” *Behavioural Neurology*, Volume 2015.
- Pelchat, Marcia Levin ve Paul Rozin. “The Special Role Of Nausea İn The Acquisition Of Food Dislikes By Humans.” *Appetite: Journal For Intake Research* 3. (1982): 341-351.

- Peng, Mei, Duncan Coutts, Ting Wang ve Yusuf Çakmak. “Systematic Review Of Olfactory Shifts Related To Obesity.” *Obesity Reviews*.
- Petram, L.O., “The World’s First Stock Exchange: How The Amsterdam Market For Dutch East India Company Shares Became A Modern Securities Market, 1602-1700.” *Eigen Beheer*. (2011).
- Rae-Espinoza, Heather. “Family Mealtime as a Context of Development and Socialization. Larson, Reed W., Angela R. Wiley ve Kathryn R. Branscomb, Eds. *New Directions for Child Development*, Number 111. San Francisco, CA: Wiley Periodicals, Inc. 2006. 110pp.” *Ethos* 38, no. 1 (2010): 1-3.
- Roberts, Michael. “Martin Meets Maximus: The Meaning Of A Late Roman Banquet.” *Revue Des Études Augustiniennes*, 41 (1995): 91-111.
- Rodriguez, Sonia, Cortney S. Warren, Silvia Moreno, Antonio Cepeda-Benito, David H. Gleaves, Mari´a del Carmen Fern´andez ve Jaime Vila. “Adaptation of the Food-Craving Questionnaire trait fort he assessment of chocolate cravings: Validation across British ans Spanish Women.” *Appetite* 49, (2007): 245-250
- Rossit, Christopher R.. “Treaty Of Tordesillas Syndrome: Sovereignty Ad Absurdum And The South China Sea Arbitration.” *Cornell International Law Journal Vol No 50*. (2017).
- Rozin, Paul, Larry Hammer, Harriet Oster, Talia Horowitz ve Veronica Marmora. “The Child’s Conception Of Food: Differentiation Of Categories Of Rejected Substances In The 16 Months To 5 Year Age Range.” *Appetite*, 7. (1986):141-151.
- Rozin, Paul, April Fallon ve Marylynn Augustoni-Ziskind. “The Child’s Conception Of Food: The Development Of Contamination Sensitivity To “Disgusting” Substances.” *Developmental Psychology* Vol 21 No 6. (1985):1075-1079.
- Rozin, Paul, and April E. Fallon. “A Perspective on Disgust.” *Psychological Review* 94, no. 1 (1987): 23-41.
- Rozin, Paul. “The Meaning of Food in Our Lives: A Cross-Cultural Perspective on Eating and Well-Being.” *Journal of Nutrition Education and Behavior* 37 (2005): 107-12.
- Rozin, Paul. “The Selection of Foods by Rats, Humans, and Other Animals.” *Advances in the Study of Behavior* 6, (1976): 21-76.
- Running, Cordelia A., Bruce A. Craig ve Richard D. Mattes. “Oleogustus: The Unique Taste of Fat.” *Chemical Senses*, Vol 40, (2015):507–516.
- Schaal, Benoist, Luc Marlier ve Robert Soussignan. “Original Research Report.” *Chem. Senses* 25 (2000): 729-737.

- Sereni, Anthony, James Osborne ve Elizabeth Tomasino. "Exploring Retro-Nasal Aroma's Influence on Mouthfeel Perception of Chardonnay Wines." *Beverages* 2016, 2, 7.
- Shell, Ellen Ruppel. "Chemists Whip Up a Tasty Mess of Artificial Flavors", *Smithsonian Magazine* 17 (1986) : 79
- Sherman, Paul W. Ve Jennifer Billing. " Darwinian Gastronomy: Why We Use Spices?" *BioScience* Vol. 49 No. 6 (1999): 453-463.
- Silici, Sibel. "Balda Duyusal Analiz." *Gıda Mühendisliği Dergisi*, Erciyes Üniversitesi.
- Snow, Catherine E. ve Diane E. Beals. "Mealtime Talk That Supports Literacy Development." *New Directions For Child And Adolescent Development*, No. 111. (Spring 2006).
- Spence, Charles ve Jozef Youssef. "Olfactory Dining: Designing For The Dominant Sense."
- Spence, Charles, Caroline Hobkinson, lberto Gallace ve Betina Piqueras Fiszman. "A touch of gastronomy." *Spence et al. Flavour*, 2:14 (2013).
- Spence, Charles. "Eating With Our Ears: Assessing The Importance Of The Sounds Of Consumption On Our Perception And Enjoyment Of Multisensory Flavour Experiences." *Spence Flavour* 4:3. (2015).
- Stafford, Lorenzo D. ve Ashleigh Whittle. "Obese Individuals Have Higher Preference and Sensitivity to Odor of Chocolate." *Chemical Senses*, (2015):279-284.
- Stafford, Lorenzo D. ve Kimberley Welbeck. "High Hunger State Increases Olfactory Sensitivity to Neutral but Not Food Odors." *Chem. Senses* 36 (2011): 189-198.
- Stegman, Margaret. "Perceptual differences of aromas delivered through the orthonasal and retronasal routes."
- Şekeroğlu, Nazım. "Aktarın Doğası." *Bakder* Yıl:1 Sayı:2 (2015).
- Şendeniz, Özlem. "Kapitalizm ve Ağız Kokusu: 1920'li Yıllarda Toplumsal Cinsiyet Rollerini Listerine Reklamları Üzerinden İzlemek" *Fe Dergi* 10, no. 2 (2018), 98-110.
- Ting-Chih, Wang. "Exploring The Effects Of Multi-Sensory Simulation On The Anticipation Of Ice Cream Flavours." University College Londra (2015).
- Tural, Murat. " Ortaçağ'da Tebaasının Dini Üzere Olmayan Hükümdarlar ve Hayali İmparatorluklar." *Journal of History School (JOHS)*, Year 11, Issue XXXIV. (2018): 43-64.

- Velasco, Carlos, Felipe Reinoso Carvalho, Olivia Petit ve Anton Nijholt. “A Multisensory Approach for the Design of Food and Drink Enhancing Sonic Systems.” (2016).
- Vinning, Grant. “Select Markets For Taro, Sweet Potato And Yam.” *Rural Industries Research And Development Corporation Publication No 03/052*. (2003).
- “War On Big Food”. *Fortune*, 2015.
- White, Roderick Thirkell. “Luxury at Rome: avaritia, aemulatio and the mos maiorum.” *Ex Historia* :117-150.
- Williams, Mary Wilhelmine. “The Treaty Of Tordesillas And The Argentine-Brazilian Boundary Settlement.” *The Hispanic American Historical Review*, Vol. 5, No. (1922):3-23.
- Winterhalder, Bruce. “A Marginal Model of Tolerated Theft.” *Ethnology and Sociology* no: 17, *Elsevier Science* (1996): 37-53.
- Winterhalder, Bruce. “A Marginal Model of Tolerated Theft.” *Ethology and Sociobiology* 17, 1996: 37-53.
- Wohl, Sharon. “The Turkish Tea Garden: Exploring a “Third Space” with Cultural Resonances.” *Space and Culture* 20 (2017): 56–67.
- Wolz, I., A. Sauvaget, R. Granero ve diğerleri. “Subjective Craving And Eventrelated Brain Response To Olfactory And Visual Chocolate Cues In Bingeeating And Healthy Individuals.” *Scientific Reports* (2017).
- Woods, A.T., E. Poliakoff, D.M. Lloyd, J. Kuenzel, R. Hodson, H. Gonda, J. Batchelor, G.B. Dijksterhuis ve A. Thomas. “Effect of background noise on food perception.” *Food Quality And Preference Journal* no: 22 (2011):42-47.
- Wrangham, Richard W., James Holland Jones, Greg Laden, David Pilbeam ve Nancylou Conklin-Brittain. “The Raw And The Stolen: Cooking And The Ecology Of Human Origins.” *Current Anthropology* Volume 40, Number 5 (1999): 567-595.
- Wrangham, Richard ve Nancylou Conklin-Brittain. “Cooking As A Biological Trait.” *Comparative Biochemistry And Physiology Part A* 136. (2003):35-46.
- Wright, Clifford A.. “The Medieval Spice Trade And The Diffusion Of The Chile.” *Gastronomica: The Journal Of Food And Culture*, Vol. 7, No. 2, (2007)35–43.
- Yaparel, Ceren ve Yeşim Elmacı. “Tat-Koku İnteraksiyonları.” *Akademik Gıda* 14(2) (2016):218-224.

- Yarmolinsky, David A., Charles S. Zuker ve Nicholas J.P. Ryba. "Common Sense about Taste: From Mammals to Insects." *Leading Edge Review Cell* 139. (2009): 234-245.
- Yeshurun, Yaara ve Noam Sobel. "An Odor is Not Worth a Thousand Words: From Multidimensional Odors to Unidimensional Odor Objects." *Annu. Rev. Psychol.* 2010. 61:219-41.
- Zaki, Faith Elizabeth, "The Significance of Color In Food Marketing" (2013). *Syracuse University Honors Program Capstone Projects*. 113.
- Zampini, Massimiliano ve Charles Spence. "The Role Of Auditory Cues In Modulating The Perceived Crispness And Staleness Of Potato Chips." *Journal of Sensory Studies* 19 (2004) 347-363.
- Zellner, D. A., A. Garriga-Trillo, E. Rohm, S. Centeno ve S. Parker. "Food Liking And Craving: A Cross-Cultural Approach." *Appetite* 33. (1999): 61-70.

Konferans & Sempozyum Bildirileri

- "What Is America Eating?" Proceedings of a Symposium. Food and Nutrition Board Commission on Life Sciences National Research Council, Washington: National Academy Press, 1986.
- "XVI International Symposium on Olfaction and Taste." Stockholm, İsveç, 2012.
- Anlı, R. Ertan, ve Yalçın Güçer. "Sarap Kusur, Hata ve Hastalıkları." Türkiye 9. Gıda Kongresi. (2006).
- Jongh, J. Matthijs de. "Shareholder Activism at the Dutch East India Company 1622 – 1625." The Conference on the Origins & History of Shareholder Advocacy, 2009.
- Kaplan, Hillard ve Michael Gurven. "The Natural History of Human Food Sharing and Cooperation: A Review and a New Multi-Individual Approach to the Negotiation of Norms." Conference on the Structure and Evolution of Strong Reciprocity (2001).
- The International Symposium on Food Rheology and Texture. Ed: Filiz Lokumcu Altay, Ömer Said Toker ve Sercan Dede. İstanbul: İstanbul Technical University Press, 2018.
- Velioglu, Hasan Murat, İsmail Yılmaz ve Serap Duraklı Velioglu. "Gıdalarda Kullanılan Doğal Renklendiricilerden Karmin." Türkiye 9. Gıda Kongresi (2006): 347-350.

Tezler

- Çiğdem, Eda, ve Ali Bayrak. "Siyah Çayların Aroma Maddeleri Üzerine Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2003.
- Dinç, Benan. "Lezzet Arttırıcı Maddeler" Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, 2012.
- Gray, Marianne (Annie). "Man Is A Dining Animal: The Archaeology Of The English At Table, C.1750-1900." Doktora Tezi, University of Liverpool, 2009.
- Hansen, Anne-Mette Solbjerg. "Authenticity Of Aroma Components: Enantiomeric Separation And Compound Specific Stable Isotope Analysis." Doktora Tezi, Technical University of Denmark, 2015.
- Hudson, Sonia Dara. "Retronasal Olfaction As Affected By Miracle Fruit And Gymnema Sylvestre." Yüksek Lisans Tezi, University Of Florida, (2011).
- Keskin, Filiz Y. "Bir Osmanlı Adasında Toplum ve Ekonomi (XVI. Yüzyıldan XVIII. Yüzyıla Sakız)." Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, 2013.
- Lohuizen, Jan Van. "The Dutch East Indla Company And Mysore 1162-1190." Doktora Tezi, Van Het Koninklijk Instituut Voor Taal. (1961).
- Longoria, Victoria. "The Coffee Trader, An Interdisciplinary Approach to the Dutch Golden Age via Literature." NEH Seminar For School Teachers, Humanities, University of Massachusetts Dartmouth (2015).
- Mitrasing, Ingrid Saroda. "The Age Of Aceh And The Evolution Of Kingship 1599 – 1641." Doktora Tezi, Leiden University, 2011.
- Robertson, J. S.. "Capitalism And Accounting In The Dutch East-India Company." Doktora Tezi, University Of Wollongog, 2011.
- Teel, Lindsey. "A Culinary Revolution: The First Celebrity Chef And The Unification Of French Culture." Yüksek Lisans Tezi, The University Of New Mexico, 2010.
- Uzun, Beyza. "Ottoman Olfactory Traditions in a Palatial Space: Incense Burners in the Topkapı Palace." Yüksek Lisans Tezi, Koç Üniversitesi, 2015.
- Whitham, Haley Medora. "Measuring Chocolate Craving In Adults." Yüksek Lisans Tezi, The Faculty of Humboldt State University, 2017.

Ders Planı

- “Our Chemical Senses: Olfaction” Student Guide, University of Washington.
- Brown, Shelby. “Greco-Roman Feast: Menu with Recipes.” AIA Education Department Lessons Plan, Archaeological Institute of America.

Kataloglar

- “Easy Food.” Şubat 2019.
- “Kitchen Ingredients: Meeting Consumer Demand For Clear And Clean Labels.” Givaudan.
- “Soups, Stews And Stocks.” Shelbourne Community Kitchen, 2015.
- “Auguste Escoffier”, Villeneuve: Escoffier Museum of Culinary Art Auguste Escoffier Foundation
- “Can You Taste Without Your Nose?”
- “Chapter 20: Stocks, Sauces And Soups.”
- “Cooking Terminology.”
- “Developing Better Products Through Natural Chemistry.” Penta Manufacturing Company.
- “Easy Cook” Şubat, 2019.
- “Fırıncılık ve Pastane Mamülleri Üretimi için İyi Hijyen Uygulamaları Rehberi.”
- “Food & Beverage Business Review Vol XV No. 3.” 2018.
- “Givaudan, Your Natural Partner: Working Together To Bring You The Best Solutions From Nature.” Givaudan.
- “Lectures 26 And 27: Spices And History.”
- “Sakız Eylem Planı 2014-2019”, T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı.
- “Spice Compendium.” Perkin Elmer.
- “Stein CMII Charmarker.”
- “The Chemical Senses: Smell And Taste How Does The Nose And Tongue Work?”
- “The cultural dimension of food” Barilla Center For Food Nutrition.
- “The Fat Duck Wine List.”
- “The Protestant Reformation.”

- "The Sciense Of Taste." Smag 2015.
- "Trüf Ormanı Eylem Planı 201-2018." T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı.
- "U.S. Per Capita Utilization Of Patatoes, By Category: 1970-2017." Vegetable And Pulses Yearbook, 2018.
- "Why Do Natural Flavors Cost More Than Natural & Artificial Or Artificial Flavors?" Gsb Flavor Creators.
- "Yiyecek İçecek Hizmetleri: Klasik Usullerde Servis." Meslekî Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (2006).
- Han, Baoyu, Peng Zhou, Lin Cui ve Jianyu Fu. "Characterization Of The Key Aromatic Constituents In Tea Flowers Of Elite Chinese Tea Cultivars." Original Research Report.
- Lathim, Dale. "Overview of the Frozen Potato Market."
- Siegel, Ellen. "Symbols of Change in Dutch Golden Age Still Life Paintings: Teachers' Guide and Lesson Plan." NEH Summer Seminar (2011).
- Southworth, Eve. "The Roots of the Dutch Republic's Golden Age Commercial Success." NEH Seminar, University of Massachusetts Dartmouth (2015).

I. Dünya Savaşı 101, 367, 410
I. Elizabeth 40, 379
II. Abdülhamit 99
II. Bayezid 46
II. Charles 78, 244, 282
II. Dünya Savaşı 34, 170, 254, 255, 256,
443, 480
II. Felipe 41
III. Gustav 282
VI. George 246
XV. Louis 135, 517

A

Acı 131, 183, 185, 186, 196, 573
Acıbadem 245, 416
Adaptasyon 117
Afgan 75, 81
Afrika 51, 58, 89, 90, 91, 135, 176, 212,
239, 240, 244, 253, 272, 334, 336,
383, 387, 408, 432, 454, 574, 577,
601, 602, 634, 649
Afro Amerika 58
Afrodizyak 217, 221
Afrodizyak 221
Akçağaç 583, 584, 586, 587, 588, 589,
591, 592, 593, 594, 595
Alan Hirsch 8, 665
Albert Einstein 241
Alexander Achenbach 35
Alkol 9, 139, 204, 242, 307, 308, 340,
350, 361, 424, 452, 464, 469, 470,
527, 545, 579
Almaç 131, 193

Almanca 73, 356
Alp Dağları 73
Amber 20, 230, 231, 235, 302, 492
Americano 152
Amerika 41, 51, 55, 56, 57, 58, 72, 165,
168, 177, 203, 211, 212, 213, 217,
219, 221, 224, 226, 228, 229, 230,
231, 234, 239, 244, 252, 280, 281,
329, 330, 333, 334, 344, 358, 368,
371, 379, 383, 405, 406, 408, 409,
428, 454, 458, 459, 465, 469, 480,
498, 501, 516, 542, 558, 560, 563,
584, 586, 588, 593, 624, 626, 649,
650, 652
Amigdalın 15
Amsterdam 106, 631, 636, 637, 642,
644, 649, 650, 652, 656, 662, 663,
666, 669, 681
Anaerobik 156, 457
Anason 21, 230, 268, 383, 410, 568, 569,
571, 574, 578, 579, 580, 612, 627
Andre Michaux 72
Anthony Synnot 8
Antioksidan 68, 70, 71, 84, 512, 560, 580
Arap 162, 276, 278, 281, 323, 341, 429,
614, 616, 617
Aristoteles 114
Aroma 74, 80, 128, 129, 131, 139, 141,
142, 153, 154, 168, 175, 188, 194,
263, 265, 287, 288, 289, 298, 322,
338, 340, 342, 343, 346, 350, 352,
353, 354, 355, 358, 361, 364, 365,
370, 371, 372, 382, 388, 396, 412,

413, 414, 417, 423, 424, 425, 436, 438,
440, 469, 471, 480, 493, 495, 504, 509,
538, 539, 540, 552, 562, 563, 564, 571,
575, 595, 604, 647

Aromaterapi 142

Aşçı 394, 418

Aşkenaz 283

Asya 24, 54, 55, 104, 176, 187, 240, 304,
305, 323, 324, 341, 376, 400, 481, 495,
496, 590, 602, 604, 621, 633, 634, 649

Attar 99, 303, 598

August Escoffier 6, 188, 515, 521, 524,
526, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 536,
537, 538, 540, 663, 686

Avcı 488, 660, 675

Avery Gilbert 8, 664

Avrupa / Avrupa Birliği 23, 31, 32, 36,
48, 51, 59, 63, 67, 73, 80, 90, 91, 95,
102, 106, 108, 109, 170, 176, 203, 209,
211, 230, 233, 234, 238, 278, 281, 283,
290, 304, 310, 324, 329, 333, 339, 344,
345, 356, 357, 375, 379, 380, 381, 392,
393, 394, 409, 456, 464, 466, 468, 497,
498, 572, 574, 586, 587, 598, 601, 610,
612, 614, 617, 618, 619, 620, 621, 625,
627, 628, 630, 631, 635, 641, 642, 643,
647, 648, 649, 650, 656, 668

Avustralya 387, 526, 528, 534, 640

Avusturya 387, 480

Ayran 320, 556

Aztek 160, 165, 218, 219, 225, 226, 227,
333, 498

B

Badem 119, 223, 378, 394, 519, 536, 627

Bahar 106, 299, 349, 375, 572, 579, 580,
589, 614

Bakla 601, 602, 603

Bakliyat 324, 601

Balık 157, 186, 198, 221, 246, 248, 312,
313, 324, 383, 384, 394, 428, 432, 435,

446, 482, 494, 495, 496, 497, 498, 499,
501, 503, 508, 575, 589

Banka 78, 641

Barb Stuckey 8, 672

Batı 54, 135, 212, 240, 367, 408, 616,
620, 622, 630

Béarnaise 184, 185

Belçika 41, 233, 286, 636

Benjamin Franklin 57

Bergamot 31, 37, 38, 39, 40, 61, 63, 96,
268

Biber 50, 52, 130, 185, 203, 230, 265,
303, 324, 333, 339, 358, 359, 376, 379,
382, 383, 384, 387, 388, 488, 507, 524,
570, 572, 573, 589, 612, 613, 615, 624

Biftek 369, 370, 419

Bipedal 19, 117

Birleşik Doğu Hindistan Şirketi / V.O.C.
52, 91, 281, 497, 633, 634, 644

Bisküvi 108, 327, 340, 342, 418

Bitki 54, 66, 78, 81, 89, 90, 92, 99, 104,
117, 132, 203, 214, 259, 262, 272, 308,
333, 334, 336, 345, 372, 375, 391, 392,
400, 408, 421, 433, 461, 483, 484, 486,
487, 491, 496, 499, 548, 572, 574, 577,
578, 590, 601, 612

Bitter 69, 131, 177, 183, 206, 251, 253,
265, 285, 551, 571

Bob Marley 57, 58

Böbrek 466

Böcek 15, 328, 345, 600

Brezilya 65, 281, 387, 446, 554, 563, 625,
626

Budizm 104

C

Cadbury 229, 230, 233, 234, 240, 241,
242, 243, 244

Café Blanc 263

Calcutta 60, 623

Çam 73, 93, 338, 340

Camellia sinensis 65, 80, 82, 83, 90
 Carême 6, 515, 519, 520, 521, 522, 523,
 524, 525, 526, 528
 Carolyn Korsmeyer 8, 666
 Carolyn Purnell 8, 669
 Ceneviz 209, 680
 Ceviz 416, 494, 500, 503, 524, 627
 Chaku 98
 Charles Grey 27, 28, 29, 36, 37, 61, 63
 Charles Spence 8, 146, 147, 678, 680,
 684
 Christine Nagel 111
 Christopher Columbus 63, 209, 224,
 249, 406, 407, 618, 624
 Civet 485, 486
 Cizvit 203, 245, 409
 Coca-Cola 139, 466, 468, 472, 473, 474,
 476, 477, 479, 480, 560, 629, 630
 Constance Classen 8, 662
 Creole 408, 409

Ç

Çatal 308, 310, 378
 Çay 23, 28, 30, 31, 37, 38, 39, 40, 53,
 55, 56, 57, 59, 60, 61, 65, 66, 67, 68,
 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79,
 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 90,
 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101,
 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109,
 110, 111, 134, 138, 159, 183, 188, 198,
 230, 231, 263, 274, 281, 282, 360, 381,
 396, 400, 408, 409, 420, 469, 497, 558,
 574, 592
 Çekya 73
 Çemen / otu 590, 591
 Çiçek 16, 74, 104, 212, 264, 270, 274,
 275, 279, 308, 309, 332, 333, 335, 378,
 391, 393, 395, 396, 408, 421, 484, 491,
 571, 577, 592, 612

Çiğ 129, 283, 298, 304, 319, 329, 384,
 432, 433, 434, 435, 436, 446, 447, 483,
 499, 536, 539, 606

Çiğer 466

Çiklet 160, 166, 167, 168, 169, 170, 174,
 546

Çikolata 110, 148, 214, 215, 216, 217,
 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 229,
 230, 231, 233, 234, 236, 237, 238, 239,
 240, 241, 242, 243, 244, 245, 247, 248,
 249, 250, 251, 252, 253, 255, 256, 257,
 282, 296, 303, 324, 330, 333, 340, 342,
 352, 353, 354, 381, 394, 627

Çilek 223, 297, 327, 335, 357, 359, 374,
 416, 480

Çin / ce 17, 23, 38, 39, 40, 53, 55, 59, 60,
 61, 62, 65, 66, 73, 75, 80, 81, 82, 84,
 85, 86, 92, 95, 97, 100, 106, 108, 190,
 191, 341, 381, 382, 387, 409, 451, 486,
 496, 497, 524, 551, 565, 566, 567, 568,
 569, 570, 572, 575, 576, 580, 581, 582,
 648, 650, 656

Çinhindi 109

Çivit 54

Çokluduyu (multisensory) 19, 114, 115,
 292, 361, 540

Çorba 78, 133, 187, 199, 400, 432, 570

D

Darjeeling 38, 60

David Howes 8, 662, 665, 678

David P. Hänig 194

Deterjan 123, 554, 600

Dışkı 231, 266, 364

Domates 188, 202, 319, 324, 373, 374,
 379, 384, 408, 498, 499, 501, 503, 507,
 510, 511, 512, 537, 589, 603, 604, 605,
 606, 607

Dominikan 245

Dondurma 139, 146, 148, 340, 341, 342,
343, 346, 368, 420, 421, 423, 536, 537,
539, 540

E

Ecza 261

Edwin Boring 194

Ekmek 23, 73, 107, 146, 147, 152, 195,
245, 270, 288, 324, 326, 352, 353, 355,
356, 360, 378, 381, 400, 436, 437, 525,
537, 538

Ekşi 131, 133, 135, 145, 182, 186, 189,
196, 203, 297, 302, 366, 400, 419, 493,
506, 525, 549, 605

Elihu Yale 647

Elizabeth Arden 74

Ellen Ruppel Shell 141, 350

Endorfin 224

Enfüze / İnfüzyon 74, 90, 188, 553

Enginar 134

Eric Schlosser 8, 359

Escoffier 6, 188, 515, 521, 524, 526, 528,
529, 530, 531, 532, 533, 536, 537, 538,
540, 663, 686

Espresso 67, 152, 284, 298, 600

Et 72, 127, 131, 156, 157, 180, 186, 187,
188, 189, 198, 243, 245, 248, 250, 288,
313, 317, 321, 324, 345, 356, 357, 361,
362, 383, 384, 385, 386, 388, 415, 419,
433, 435, 436, 446, 447, 449, 450, 456,
457, 482, 488, 496, 499, 506, 508, 522,
524, 525, 538, 570, 580, 582, 589, 592,
613, 680, 682

Etiyopya 272, 275, 276, 386, 387

Etobur 431, 449, 450

Evliya Çelebi 99, 551, 662, 674

F

Fabrika 230, 242, 256, 559, 593

Fare 78, 306, 451, 486

Fast-food 366, 369, 493, 494, 507, 508

Felemenk 104, 235, 656

Fenotip 121, 122

Fermantasyon / Fermente 290, 312, 338,
340, 403, 456

Fesleğen 202, 384

Fildişi 240

Finlandiya 160, 282, 386, 387

Fırın 288, 440, 442

Flavor 659, 660, 661, 663, 664, 665, 667,
670, 671, 673, 674, 676, 677, 678, 687

Fransa 37, 49, 81, 86, 91, 94, 106, 109,
208, 231, 233, 269, 300, 301, 305, 306,
336, 387, 391, 394, 409, 457, 465, 497,
515, 516, 517, 591, 627

Frutoz 297

G

Garson 136

Gazoz 139, 412, 469, 470, 478, 480

Genotip 121, 122

George Orwell 60

George Washington 57

Georgiana Cavendish 30, 37

Geyik 447, 452, 650

Glisemi 179

Gofret 242, 327

Grip 212, 358

Grog 73

Gül 259, 262, 263, 264, 268, 317, 318,
324, 378, 380, 393, 394, 425, 592

Günnük 162, 275

Gürcistan 100

Gürcü 102

Gurme 13, 185, 311, 312

H

Habeşistan 376

Haçlı Seferleri 51, 375, 618

Hardal 387, 509, 589

Harman 38, 61, 96, 103
 Havyar 356
 Hayvan 127, 274, 345, 357, 428, 446,
 450, 451, 485, 486, 487, 488, 489, 491,
 553, 614, 619
 Herve This 8
 Heston Blumenthal 146, 147
 Hidrofobik 134, 259
 Hindistan / Hint 23, 40, 41, 42, 45, 48,
 49, 52, 53, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 63,
 71, 78, 81, 82, 91, 204, 210, 281, 305,
 313, 323, 335, 336, 339, 384, 386, 387,
 405, 482, 484, 497, 574, 589, 615, 616,
 622, 623, 624, 633, 634, 635, 637, 642,
 644, 647, 653, 670
 Hiperozmiya 542, 543, 548, 549
 Hippocrates 261, 612
 Hristiyan 244, 315, 317, 376, 469
 Hollanda 41, 47, 49, 53, 81, 91, 94, 108,
 153, 281, 336, 497, 611, 626, 631, 632,
 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 644,
 647, 650, 655
 Honore de Balzac 298

I

International Flavors and Fragrances /
 IFF 141, 350
 Izgara 288, 362

İ

İbranice 162
 İçki 23, 240, 242, 284, 318, 452
 İdrar 613
 İlaç 102, 109, 163, 180, 203, 231, 260,
 261, 275, 276, 302, 303, 333, 395, 410,
 411, 461, 467, 472, 473, 474, 573, 576,
 577, 580, 612, 614
 İncil 317
 İndigo 54
 İndol 54, 156

İngiliz Doğu Hindistan Şirketi / EIC 40,
 41, 49, 63, 204, 633, 634, 642, 647, 653
 İngiltere / Britanya 31, 38, 40, 41, 49, 52,
 56, 59, 60, 81, 96, 106, 208, 210, 222,
 233, 234, 244, 246, 278, 351, 371, 387,
 457, 458, 465, 504, 517, 565, 609, 610,
 611, 642, 647
 İran 17, 81, 322, 387, 551, 578
 İrlanda 387, 418
 İşkembe 311
 İskoçya 77
 İskorbüt 51
 İslam 377, 616, 617, 619, 643
 İspanya 41, 63, 81, 207, 209, 212, 217,
 228, 229, 230, 231, 234, 239, 296, 312,
 407, 603, 624, 625, 626, 628
 İspemeçet 231
 İsviçre 231, 233, 241, 444
 İtalya 41, 63, 209, 230, 272, 281, 289,
 290, 299, 304, 318, 387, 391, 395, 462,
 463, 480, 498, 554, 572, 603
 İyonon 65, 361, 395, 396, 401, 402, 416,
 421, 592, 593

J

James Raleigh 96
 Jan Hugo van Linschooten 104
 Japon 66, 73, 105, 106, 153, 181, 188,
 194, 197, 198, 341, 429, 570, 650, 656
 Jean Claude Ellena 111
 Jel 123, 138, 319
 Jim Drobnick 8, 663
 John Hancock 57
 John Purdue 200
 Jöle 359, 504

K

Kabakulak 212
 Kabile 427, 616, 617
 Kadeh 71, 464, 518, 530, 540

- Kafein 67, 68, 92, 183, 221, 255, 285, 469, 470, 546, 600
- Kahvaltı 96, 99
- Kahve / Kahvehane 23, 30, 65, 69, 70, 76, 78, 80, 99, 108, 114, 115, 138, 152, 153, 159, 183, 203, 231, 241, 255, 263, 264, 269, 274, 275, 277, 278, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 298, 299, 300, 303, 309, 352, 353, 360, 381, 554, 592, 600, 650
- Kakao 213, 214, 216, 217, 224, 225, 226, 227, 229, 230, 231, 233, 234, 235, 236, 239, 240, 243, 244, 245, 249, 250, 251, 252, 253, 333, 379, 405
- Kaktüs 345
- Kakule 75, 268, 276, 323, 383, 589, 612, 627
- Kalori 433, 435, 451, 452, 453, 454, 455, 458
- Kalp 70, 123, 182, 205, 221, 223, 261, 331, 466, 483, 613
- Kamboçya 83
- Kamelya 65, 75
- Kan 70, 179, 222, 228, 257, 261, 523, 601, 613
- Kanarya Adaları 63, 211
- Kanûnî 46
- Kapitalizm 21, 610, 619, 642, 657
- Karabiber 130, 230, 265, 299, 317, 322, 378, 382, 388, 509, 589, 613, 624, 628, 629, 634, 638, 647, 649
- Karadeniz 101, 675
- Karantina 619
- Karayip 211, 212, 252
- Karbonhidrat 287, 432, 498, 525
- Karides 408
- Karl Marx 8, 565, 609
- Karnaval 314, 317
- Kaşık 51, 133, 139, 150, 226, 268, 310, 357, 373
- Kate Greenway 107
- Kaz ciğeri 110, 147
- Kek 74, 107, 119, 142, 288, 321, 327, 340, 394, 539
- Kekik 265, 268, 308, 313, 383, 420
- Keklik 260, 343, 582
- Kenya 386, 387
- Keşkül 133
- Ketçap 494, 499, 500, 501, 502, 503, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 524
- Kilo 102, 154, 163, 170, 178, 179, 190, 262, 282, 338, 368, 398, 402, 424, 434, 442, 451, 452, 453, 454, 458, 459, 528, 614
- Kinin 203
- Kiraz 352
- Kişniş 268, 313, 383, 387, 470, 479, 627
- Kınakına 203
- Kızamık 212
- Kızartma 147, 185, 357, 419, 433
- Kızıldeniz 276
- Köfte 198, 362, 435
- Koka / in 462, 463, 464, 465, 468, 469, 472, 474, 476
- Kokumi 5, 193, 199, 679
- Kola 67, 255, 296, 366, 420, 469, 470, 472
- Köle 36, 58, 135, 164, 226, 239, 314, 337, 429, 647, 649
- Kombu 187
- Konserve 134, 455, 456, 457, 501
- Kore 17, 382, 383, 387, 648
- Köri 400, 589, 590
- Krema 69, 108, 154, 329
- Krizantem 393
- Küba 34, 218, 221, 228, 407, 477
- Küf 151, 152, 497, 591
- Kültür 91, 226, 360, 408, 491, 518
- Kur'an 162, 612
- L**
- Ladin 172
- Laktoz 176, 178, 602

Lapsang sushong 73
 Latince 54, 135, 176, 200, 214, 311, 315,
 317, 324, 333, 353, 551, 572, 578, 582,
 640
 Lavanta 263, 264, 268, 270
 Limon 39, 51, 69, 119, 182, 268, 304,
 305, 306, 328, 329, 356, 361, 387, 388,
 400, 417, 422, 469, 470, 471, 472, 479,
 552, 554, 571, 597, 612
 Limonata / cı 234, 300, 301, 302, 304,
 305, 306
 Lipton 76, 77
 Lotus 73

M

Macun 235, 394, 486
 Madagaskar 334, 336
 Magnezyum 222
 Malt 95, 139
 Mandalina 552
 Mango 480
 Mantar 423, 451, 494, 500, 503, 506,
 517, 537, 593
 Marcel Proust 119, 665, 667
 Margarin 364, 456
 Mariani 463, 464, 465, 466, 468
 Marie Antoinette 231, 516, 517, 664
 Marion Cabell Tyree 72
 Marmelat 270, 504
 Maya 198, 360
 Mayhoş 63, 138
 Maymun 181, 449, 485, 486, 491
 Mayonez 329, 330
 MDMA 410, 411
 Medici 230, 310
 Memeli 266, 451
 Menekşe 308, 378, 391, 392, 393, 394,
 395, 396, 398, 399, 401, 402, 592
 Mersin 481
 Meşrubat 74, 92, 106, 342, 343, 358, 468,
 472, 477, 563

Meyankökü 21, 167, 569, 591
 Meyhane 242
 Meyve 51, 62, 63, 110, 127, 135, 138,
 168, 213, 264, 266, 273, 275, 279, 286,
 294, 303, 304, 305, 314, 320, 334, 344,
 360, 366, 378, 379, 416, 425, 435, 455,
 457, 461, 480, 483, 484, 485, 491, 498,
 499, 501, 551, 552, 553, 556, 557, 558,
 559, 561, 563, 592, 604, 605, 624
 MHC 121, 122
 Mikrodalga 440, 442, 445
 Ming Hanedanı 92
 Miracle fruit 134
 Mısır 168, 204, 226, 229, 324, 333, 379,
 384, 417, 420, 441, 442, 509, 584
 Moğol 99
 Molekül 74, 135, 193, 250, 288, 342,
 343, 346, 357, 358, 360, 363, 399, 400,
 401, 411, 464, 539, 554, 572, 574, 575,
 576, 577, 578, 581, 588, 591, 592, 593,
 594, 605, 624
 Motecuhzoma / Montezuma 217, 218,
 221
 Muhallebi 404, 415
 Mukoza 145, 176, 293
 Musevi 428
 Muskat 303, 387, 410, 470, 479, 569,
 589, 614, 621, 629, 630, 638, 648,
 649, 652
 Müslüman 50, 245, 345, 428, 617, 621
 Mutfak 18, 24, 129, 211, 284, 285, 329,
 334, 357, 375, 383, 384, 385, 392, 393,
 394, 400, 408, 409, 412, 429, 430, 496,
 522, 524, 528, 530, 531, 533, 599, 600,
 604, 607, 650
 Muz 327, 350, 416

N

Nagıt 354, 355
 Nane 75, 130, 131, 168, 268, 308, 313,
 361, 420

Napoléon 54, 336, 364, 392, 521, 525
Napoli 41, 202, 451
Nar 69
Narenciye 39, 51, 63, 504
Nellie Melba 527, 528, 532, 534, 536,
537, 540
Nişasta 205, 404
Norveç 246, 282, 386, 387

O

Obez 454, 458
Olfaktometre 154
Ortonazal 143, 144
Osmanlı 43, 57, 68, 94, 109, 163, 164,
208, 278, 282, 290, 394, 618, 623, 663,
665, 674, 677, 680, 685
Otobur 431, 450

Ö

Özyağ 16, 62, 142, 259, 262, 263, 264,
267, 509, 562

P

Papa Clement XIV 183, 245
Parfüm 9, 19, 20, 62, 74, 111, 123, 141,
260, 264, 265, 308, 309, 311, 318, 319,
366, 384, 393, 395, 396, 400, 405, 416,
417, 422, 540, 546, 563, 600, 612
Parmesan 152, 188, 592
Pasta 43, 74, 110, 393, 394, 437, 520,
523, 546
Pastırma 147, 289, 386, 488, 590
Patates 11, 145, 147, 152, 181, 185, 248,
296, 324, 356, 366, 368, 369, 418, 483
Paul Freedman 8
Paul Rozin 177, 294, 383
Pêche Melba (peşmelba) 535, 537
Peksimet 98, 537
Pepsi 77, 139, 478, 560

Peynir 23, 98, 148, 151, 152, 157, 188,
202, 221, 360, 364, 386, 452, 506
Pide 538
Pilav 152, 248, 356, 539
Pirinç 100, 104, 353, 378, 382, 650
Pişirme 20, 147, 269, 289, 327, 362, 369,
389, 428, 433, 439, 483, 484, 524, 539,
600
Pizza 201, 202, 285, 296, 423
Plasenta 120, 121
Portakal 39, 51, 73, 90, 95, 138, 263, 268,
318, 366, 373, 378, 393, 394, 415, 416,
417, 455, 469, 470, 471, 479, 480, 499,
551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558,
559, 560, 561, 562, 563, 564, 592, 612
Portekiz / ce 41, 50, 208, 209, 230, 387,
409, 504, 623, 624, 625, 626, 630, 631,
640, 641, 653
Protestan 626, 636, 645
Puding 133, 153, 154, 359, 378, 403,
404, 420

Q

Quaker 229, 241, 242, 244

R

Rachel Herz 8
Radar 143, 440, 441
Radyum 215
Reçel 110, 148, 264, 393, 456, 504
Refik Halid Karay 606
René-Maurice Gattefossé 142
Reoloji 148
Reseptör 118, 131
Retronazal 128, 129, 132, 139, 140, 143,
149, 265, 285, 295, 311, 360, 412, 455,
493, 504, 563, 604
Reunion 336, 337
Reynaud de Marchais 135

Rezene 21, 267, 313, 323, 568, 569, 572,
574, 575, 578, 589
Rize 101, 102, 103
Robert Fortune 59
Rokfor 151, 152, 386
Roma 5, 17, 54, 163, 208, 211, 214, 304,
307, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315,
316, 318, 321, 322, 323, 324, 356, 357,
375, 378, 495, 613, 615, 616, 663
Roobos (*Aspalathus linearis*) 89, 90
Roy Bates 34, 35
Rus / ya 100, 384

S

Sabun 123, 365, 400, 482, 546
Safran 106, 305, 322, 383, 387, 614
Sahleb 99
Sakız 160, 161, 162, 163, 164, 165, 170,
197, 353
Salam 296, 345, 386
Samuel Adams 57
Sanayi Devrimi 55, 59, 142, 226, 238,
261, 279, 325, 327, 338, 342, 343, 345,
481, 609, 610, 611, 619, 630, 642, 656
Sandwich 537, 538
Sarımsak 129, 149, 157, 198, 202, 223,
312, 378, 382, 384, 387, 388, 419, 420,
438, 488, 509, 589
Scenting 97
Sealand Prenslığı 33, 34, 35
Sebz 319, 320, 330, 355, 378, 388, 434,
435, 436, 446, 456, 481, 483, 499, 512,
522, 524, 556, 572
Semaver 100
Sentetik 141, 170, 328, 340, 342, 344,
345, 352, 400, 411, 593
Seylan 38, 49, 60, 77, 281
Shen Nong 65, 66
Sicilya 41
Sinameki 265, 580, 582
Sincap 449, 485, 486, 584

Singapur 81, 497
Slovakya 73
Soğan 11, 129, 130, 149, 157, 198, 223,
285, 312, 335, 368, 378, 382, 384, 385,
387, 388, 436, 509, 589
Somölye 136
Somon 110, 356, 575
Soya 187, 251, 297, 382, 383, 496, 497,
506, 650
Sperm 613
Sucuk 386
Sukroz 178, 297
Sülfür 156, 157
Sumatra 50, 281, 621
Süsen 395, 396, 399, 401, 402
Sushi 198
Süt / Sütlaç 39, 60, 75, 98, 121, 176, 216,
217, 226, 235, 238, 251, 335, 356, 364,
383, 386, 404, 420, 436, 553, 574
Szechuan 568, 569, 570, 571, 572

Ş

Şaman 489
Şampuan 138, 546
Şarap 23, 46, 69, 73, 132, 134, 136, 137,
147, 235, 300, 302, 303, 304, 311, 318,
320, 321, 340, 360, 378, 420, 468, 470,
517, 531, 544, 591, 592, 616, 634
Şeftali 250, 416, 480, 537, 539, 540
Şeker 18, 39, 47, 69, 98, 102, 106, 115,
119, 133, 134, 135, 139, 148, 165, 168,
169, 176, 177, 178, 179, 180, 199, 201,
204, 216, 217, 230, 231, 238, 263, 288,
297, 305, 335, 372, 378, 394, 412, 416,
438, 457, 469, 470, 472, 482, 500, 501,
519, 536, 539, 564, 584, 587, 588, 600,
606, 633, 648
Şerbet 135, 282, 301, 394
Şnitzel 354, 356

T

Taiwan 81, 86, 648, 650
Tanen 69
Tarçın 168, 230, 231, 235, 265, 268, 276,
319, 323, 339, 375, 378, 382, 383, 387,
410, 470, 479, 509, 569, 581, 582, 589,
597, 612, 614, 615, 629, 630, 638, 649
Taro 481, 482, 483, 683
Tastevin 137
Tatlı 8, 9, 20, 63, 116, 133, 134, 135, 138,
139, 141, 145, 166, 177, 179, 181, 182,
183, 186, 188, 189, 194, 196, 197, 203,
230, 247, 256, 268, 289, 293, 297, 302,
303, 318, 320, 327, 335, 378, 381, 382,
393, 394, 395, 396, 400, 411, 422, 438,
468, 470, 482, 493, 499, 500, 504, 525,
536, 537, 549, 551, 552, 555, 569, 570,
577, 584, 586, 588, 600, 605, 629
Tava 288
Tavuk 132, 144, 147, 199, 215, 354, 355,
362, 363, 383, 394, 451, 506, 524, 572,
589
Tekel 49, 55, 59, 163, 630, 633
Tereyağ 75, 119, 150, 289, 357, 364, 384,
436
Tevrat 265, 612
Thomas Lipton 77
Thomas Sullivan 76
Thomas Twining 78
Tibet 81, 98
Tonik 131, 204, 464
Toplam besin algısı 133, 142, 455
Tordesillas Antlaşması 41, 625, 626, 628
Toscana 231
Trabzon 69
Trigeminal sinir / sistemi 130, 132, 267
TRPV1 131, 266
Truffle 669
Trygg Engen 8

Tükürük 69, 135, 437, 438
Türkçe 23, 63, 116, 127, 131, 188, 206,
370, 396, 458, 531, 633
Turunç 95, 264, 268, 270, 304, 470, 479,
552
Tütsü 311, 321, 456, 485, 486, 491
Tütün 379, 380, 415, 488, 489, 584
Tuzlu 131, 133, 139, 145, 180, 181, 182,
189, 195, 196, 203, 293, 296, 378, 423,
438, 456, 482, 495, 496, 497, 503, 506,
507, 525, 548, 569, 582
Twinings 38, 40, 61, 78, 96

U

Umami 133, 145, 152, 186, 187, 188,
189, 191, 194, 196, 197, 198, 199, 203,
205, 206, 506, 525, 569
Un 34, 35, 36, 59, 77, 81, 119, 127, 190,
203, 205, 209, 210, 211, 212, 219, 224,
228, 233, 238, 249, 257, 271, 279, 280,
309, 310, 312, 313, 316, 318, 326, 330,
337, 364, 367, 376, 377, 392, 396, 401,
405, 406, 407, 408, 418, 433, 440, 466,
472, 473, 497, 518, 525, 583, 589, 591,
593, 595, 610, 616, 619, 623, 624, 634,
636, 637, 639, 644, 647, 649, 651, 653,
654, 656
Unilever 77

Ü

Ümit Burnu 91, 106, 622, 623
Üzüm 69, 91, 138, 319, 358, 416, 480

V

Vanilya 16, 217, 231, 235, 250, 324, 328,
330, 333, 334, 335, 337, 338, 340, 341,
342, 343, 346, 379, 405, 470, 479, 591,
605
Vasco de Gama 618, 621, 622, 623

Veba 212, 230, 614, 619

Vegan 132, 187, 428

Vejetaryen 132, 345, 369

Velasquez 218

Victoria 107, 392, 465, 528, 659, 685

Vietnam 281, 287, 383, 387, 411, 525

Viktoryen dönem 48

Viski 23, 340, 592

Vişne 119

Zeus 272

Zeytin / Zeytinyağı 224, 329, 357

Zihni Derin 102, 103

W

Wamira 482, 484, 489

Wasabi 198

Y

Yağ 147, 156, 178, 199, 200, 201, 202,
216, 235, 251, 253, 255, 259, 262, 263,
265, 268, 306, 307, 328, 329, 356, 357,
364, 369, 372, 373, 398, 446, 452, 454,
483, 497, 554, 555, 576, 577, 581, 588

Yahudi 208, 209, 245, 345

Yak 98

Yam 483, 484, 489, 490

Yasemin 421

Yavuz Selim 46

Yemen 99, 276, 281

Yeni Zelanda 51, 640

Yucatan 218, 220

Yulaf 375

Yumurta 119, 122, 146, 156, 185, 243,
251, 317, 319, 328, 329, 330, 340, 373,
383, 394, 442

Yunanistan 63, 161, 386, 387, 551

Z

Zenbilli Ali Efendi 46

Zencefil 268, 305, 323, 375, 378, 382,
383, 384, 387, 388, 509, 569, 597, 598,
599, 614, 627

Ve nihayet kokuların lezzetlerle buluştuğu o
beklenen cilde sıra geldi!

Türkçe koku literatürünün kurucusu Vedat Ozan'ın tadına
doyulmaz kaleminden; tarihin, dünyanın, kimyanın ve de insanın
bildiği *Lezzetler* için görkemli bir kapanış sahnesi...

Beslenmek için yemekten ziyade damak zevkimizin peşinde
giderken dünya tarihini nasıl değiştirdik?
Kapitalizm, baharat ticaretinden mi doğdu?
Mutfağlarımızda tüten dumanlar bize neyi anlatıyor?

Kolalı içeceklerin gerçek hikâyesinden yeni keşfedilen tatlara ve
soyluların yasak aşklarına uzanırken başınız dönmesin,
daha köle ticaretinden girip aromalardan çıkılacak...

Elinizdeki bir yemek kitabı ama içinde
tek bir yemek tarifi dahi yok!

Bu kitabı okuyunca gurme olmayacaksınız ama
gurmeleri terletecek sorular sorabileceksiniz.

"Kuzın ayağı" öyle miymiş, hep birlikte göreceğiz!

Kokular Kitabı, istediğiniz sırayla okuyabileceğiniz dört ciltten
oluşuyor: Kokuya dair algının nasıl oluştuğuna odaklanan
ilk kitap, bir ürün olarak *Parfümler* ve elbette *Kültürler* içinde
kokunun temas ettiği yerleri inceleyen üç cildin ardından...
Dünyanın sayılı koku uzmanlarından, Türkiye'de burnunun
dikine gidenlerin yolunu açan Vedat Ozan'ın *Kokular Kitabı*
koleksiyonu bu kitapla tamamlanıyor.

Arada ağzınızın tadı kaçarsa bir bardak su için
ve derin bir nefes alın.

Nefesle birlikte koku da aldığınızın farkındaysanız,
başlıyoruz efendim!



EVEREŞT

www.everestyayinlari.com

f/everestyayinlari

tv/everestkitap

@everestyayinlari

