



Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık Eğitimi Alan Gastronomi Öğrencilerinin Tabak Sunum Perspektiflerine Yönelik Farkındalığının İncelenmesi (An Examination of The Awareness of Gastronomy Students Taking Food Styling and Photography Education Towards Plate Presentation Perspectives)

* Vedat KAYIŞ^a

^a Düzce University, Akçakoca School of Tourism Management and Hotel Management, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Düzce/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 24.08.2024

Kabul Tarihi: 29.12.2024

Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Estetik

Sanat

Stilistik

Fotoğrafçılık

Öz

Bu çalışmanın amacı, “Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık” eğitimi almış gastronomi öğrencilerinin tabak sunumlarında meydana gelen değişimlerin yönünü analiz etmek ve bu değişimlere ilişkin farkındalık düzeylerini belirlemektir. Bu kapsamda, ilgili dersi alan 13 lisans öğrencisiyle nitel bir araştırma gerçekleştirilmiş ve eğitim sonrası katılımcıların tabak sunumu perspektiflerine yönelik farkındalıkları tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların çoğunluğu eğitimin; kültür, sanat, renk uyumu, doğru teknik kullanımı, tabaklama detayları ve fotoğraflamada uygun ışık açıları gibi unsurlara odaklandığını ifade ederek, bu dersin kültür, sanat ve estetikle olan güçlü ilişkisini vurgulamıştır. Ayrıca katılımcılar, aldıkları eğitimin yalnızca tabaklama teknikleriyle sınırlı kalmadığını, yemek stilistliği ve fotoğrafçılıkla bütünleşik bir yapı sunduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılar, bu derste edindikleri bilgi ve becerileri staj ve sektörel deneyimlerle birleştirerek daha ileriye taşıyabileceklerini dile getirmiştir. Sonuç olarak yemek stilistliği ve fotoğrafçılık dersinin, gastronomi bölümlerinde öğrencilere farklı bakış açıları kazandırma noktasında önemli bir etkiye sahip olduğu ve gastronomi eğitiminin estetik ve sanatsal yönünü ortaya çıkarmada kilit bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

Gastronomy

Aesthetics

Art

Styling

Photography

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

The aim of this study is to analyze the direction of the changes in the plate presentations of gastronomy students who have received “Food Styling and Photography” training and to determine their awareness levels regarding these changes. In this context, a qualitative research was conducted with 13 undergraduate students who took the relevant course and the awareness of the participants about the perspectives of plate presentation after the training was determined. According to the research findings, the majority of the participants emphasized the strong relationship of this course with culture, art and aesthetics, stating that the training focused on elements such as culture, art, color harmony, correct technique, tanning details and appropriate light angles in photography. In addition, the participants stated that the training they received was not limited to tanning techniques, but was integrated with food styling and photography. The participants stated that they could carry the knowledge and skills they acquired in this course further by combining them with internship and sectoral experiences. As a result, it was concluded that the food styling and photography course has a significant impact on providing students with different perspectives in gastronomy departments and plays a key role in revealing the aesthetic and artistic aspect of gastronomy education.

* Sorumlu Yazar

E-posta: vedatkayis@duzce.edu.tr (V. Kayış)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1532

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerle birlikte tüketicilerin yiyecek içecek alışkanlıklarında farklılık arayışı ve işletmelerin pazarlama faaliyetlerinde yaptıkları değişiklikler, gastronomi biliminde yeni kavramların ortaya çıkmasına yol açmıştır (Güner & Aydoğdu, 2022). Günümüz dijital çağında; akıllı telefonlar, tabletler ve internet aracılığıyla her türlü bilgiye erişim, yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Dijitalleşme, yakın ve uzun vadede toplumu ve iş dünyasını değiştirecek ana trendlerden biri olarak tanımlanmıştır (Kaya & Yıldızhan, 2022). Bu durum hayatın her alanında dijital dünyaya uyum sağlamanın zorunlu hale gelmesine neden olmuştur. Endüstri sektörü de pazarlama stratejilerinde dijital çağa adapte olma zorunluluğuyla karşı karşıya kalmıştır (Şener & Gündüzalp, 2018).

Günümüz tüketim koşullarında, yeme içme faaliyetleri sadece fizyolojik ihtiyaçları karşılamaktan ziyade yiyeceğin duysal özellikleri ve estetik görünümü gibi farklı yönleri de ön plana çıkarmıştır (Spence vd., 2012). Bu nedenle hemen hemen her yerde karşılaştığımız iştah açıcı görüntülere sahip yemek fotoğrafları, tüketiciyi doğrudan yeme eylemine yönelik motive etme yeteneği sayesinde yiyecek ve içecek işletmeleri için son derece önemlidir (Sarıtış, 2022).

İnsanlar, bilinen ilk öykülerinden bu yana güzelliğe olan tutkularını ve eğilimlerini sürdürmüşlerdir. Bu eğilimin temel nedeni, güzelliğin insan üzerindeki etkileyici gücü ve insanın etkilenmeye olan doğal meyli olarak ifade edilebilir (Taşdelen, 2015). Doğal, sanatsal veya insani güzellikler olsun, güzellik etkileme yeteneğine sahiptir ve insanda etkilenmeye açık bir yatkınlık vardır. İnsanların içindeki güzellik duygusunu daha da güzelleştirme ve sergileme arzusu zaman içinde hiç azalmamıştır. Teknolojinin ve birçok yeniliğin hayatımıza girmesiyle, bu güzellik aktarımlarının şekli sürekli değişmektedir (Sarıtış, 2022). Günümüzde birçok düşünür, sanat terimini estetiğin pratik bir ifadesi olarak görmektedir. Estetik, daha geniş bir araştırma alanını kapsayan ve sanat felsefesini içeren bir disiplin olarak kabul edilmektedir. Estetik, duysal algıdan elde edilen bilgiyle ilişkilendirilen bir bilim olarak ele alınır veya hoş giden duygu durumlarını inceleyen bir disiplin olarak değerlendirilir (Özer, 2013).

Mutfak sanatlarına, yemeğe ve gurmeliğe artan ilgiyle birlikte yiyecek ve içecek sektöründe yeni meslek alanları ortaya çıkmıştır. Bu alanlardan biri de gastronomiyle bağlantılı mesleklerdir. Yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı mesleği teknolojinin etkisiyle ortaya çıkmış nihayetinde eğitim alanında kendine önemli bir yer bulmuştur. Ancak bu mesleğin kendine has bazı zorunlulukları bulunmaktadır. Yiyecek ve içecek stilistinin temel görevi, yiyeceği ve içeceği tüketicinin dikkatini çekebilmek için düzgün bir şekilde hazırlamak ve aynı zamanda iştah açıcı bir görünüme sahip olmasını sağlamaktır (Bekâr & Karakulak, 2016). Bu meslek, görsel estetik ve lezzetin birleşimini vurgulayarak, tüketicilere karşı çekici ve çağrışım yaratan sunumlar oluşturmaya odaklanmaktadır. Özellikle günümüzde yemek fotoğrafları, yiyeceğin görsel çekiciliğini ön plana çıkarma görevini üstlenmiştir (Sarıtış & Sormaz, 2023).

Yiyecek ve içecek fotoğrafçıları, hazırlanan yiyecek ve içeceğin en etkili görüntüsünü elde etmek için farklı çekim seçeneklerinden yararlanır. Gastronomi keşiflerinde, müşterinin beklentisi sadece lezzet ve tat değil, aynı zamanda görsellik ve estetikle ilgili beklentiler bu keşiflerde önemli bir ihtiyaçtır (Böyükılmaz & Yaman, 2019).

Yiyecek ve içeceklerin fotoğraf üzerinde daha çekici ve güzel görünmesi için çeşitli sunum yöntemleri geliştirilmektedir (Özmen, 2022). Bu sunum teknikleri aynı zamanda moleküler gastronomi, nörogastronomi, slow food ve coğrafi işaret gibi gastronomik akımların tanıtılmasına yönelik bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu

yaklaşımlar, sadece lezzet deneyimini değil, aynı zamanda görsel olarak çekici ve beğeni toplayan bir sunumla müşterilere etkileyici bir deneyim sunmayı hedeflemektedir. Yiyecek ve içecek fotoğrafçıları, bu gastronomik akımları görsel öğelerle birleştirerek, müşterilere daha zengin ve çeşitli bir deneyim yaşatmaya odaklanmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık eğitimi alan gastronomi öğrencilerinin tabak sunum perspektiflerine yönelik farkındalığını incelemektir. Öğrencilerin lisans eğitimine başladıkları zamanda tabak sunumlarında bazı eksikliklerin görülmesinden dolayı bu çalışma tercih edilmiştir. Literatürde yemek stilistliği ve fotoğrafçılık ile ilgili yeterli araştırmanın olmaması çalışmanın önemini vurgulamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

İnsanoğlunun yiyecek ve içecek fotoğrafçılığına olan ilgisi, ilk çağlarda mağara duvarlarına çizilen yiyecek resimleriyle başlamış ve zaman içinde varlığını sürdürmüştür (Özdoğan, 2014). Teknolojik gelişmeler, dışarıda yemek yeme ihtiyacının artması, gastronomiye olan ilginin büyümesi ve sosyal medyanın gücündeki artış gibi başlıca faktörlerle birlikte, bu ilgi günümüzde daha da artmıştır. Restoranlarda, kafelerde, otel mutfaklarında ve hatta evde yapılan yemeklerin fotoğraflanarak paylaşılması, yiyecek ve içecek fotoğrafçılığının popülerliğine büyük katkı sağlamıştır. Yemek fotoğrafçılığının temelleri, Fransız mucit Joseph Nicephore Niepce'in 1832 yılında siyah beyaz olarak çektiği bir kâse, bir kadeh ve bir parça ekmek içeren fotoğrafa dayanmaktadır (Glyda, 2019; Blanchard, 2020). Niepce'nin bu fotoğrafı, yemeklerin görsel olarak kaydedilmesi ve paylaşılması konseptinin temelini oluşturmuş, günümüzde ise bu alanda gözlenen ilgiyi büyük ölçüde etkilemiştir.

Yemek stilistliği, fotoğrafçılıktan farklı olarak, yemeğin yapım aşamasında kullanılan yöntemler, teknikler ve malzemelerin doğal veya doğal olmayan bir şekilde fotoğraf çekmek için uygun görünüm, iştah açıcı ve satın alma isteği uyandıran bir görüntü elde etmek için çalışan, yiyecek sunumuyla ilgili eğitim ve deneyime sahip olan profesyonellerden oluşmaktadır (Gutiérrez, 2014). Bu bağlamda stilistler, yemeğin besin değeri, kullanılan pişirme ve sunum yöntemleri gibi teknik özelliklerin yanı sıra, yemeğin cazibesini artırmak için küçük formüller ve hedef kitlenin psikolojisi gibi birçok konuda bilgi sahibi olmalıdır (Young, 2012). Stilistlerin ayrıca fotoğraflama için kullanılan ürünlerin uygunluğuna da dikkat etmeleri gerekmektedir (Ferroni, 2012). Bu, hem estetik bir görünüm elde etmek hem de potansiyel müşteri kitlesine hitap etmek açısından önemlidir. Yemek stilistleri, görsel bir deneyim oluşturarak yemeğin sadece lezzetini değil, aynı zamanda sunumunu ve estetiğini de vurgularlar.

Yemek stilistleri, sadece lezzetli olan ancak görsel olarak insanları cezbetmeyen yemekleri daha çekici hale getirebilmek ve iştah açıcı ürünler haline dönüştürebilmek için farklı yöntem ve metotları kullanabilme yeteneğine sahip profesyonellerdir. Bu uzmanlar, en az bir aşçı kadar yemek pişirme tekniklerine ve becerisine, yemeklerdeki renk uyumuna dikkat ederek yiyeceklerin birbirleriyle olan dengelemesini sağlayabilecek yeterli donanıma sahiptir (Carafoli, 2003). Günümüzde, teknolojinin gelişmesiyle birlikte yiyecek içecek stilistleri, yemeklere dijital ortamlarda kamera vb. materyaller kullanarak son şeklini vermeye başlamışlardır (Vivaldo, 2010). Ancak donanımlı bir stilist olmak için yemek pişirme teknikleri, fotoğraf çekim teknikleri ve psikoloji bilimi gibi geniş bir bilgi birikimine ve bu bilgileri kullanabileceği ekipmana sahip olmaları gerekmektedir (Bellingham & Bybee, 2008; Young, 2012). Bu tanımlar ışığında, yemek stilistleri, yiyecek ve içecekleri görsel açıdan zenginleştirip daha iştah açıcı hale getirmek amacıyla çeşitli dokunuşlarda bulunan ve bu konuda uzmanlaşmış kişiler olarak ifade edilmektedir (Vivaldo, 2010).

Gastronomi ve fotoğrafçılık alanındaki bu gelişmeler, yemek ve fotoğraf kavramlarını bir araya getirmeye yönelik önemli bir fırsat tanımıştır. Yemek fotoğrafçılığına olan ilginin artmasında, yemeğin sadece bir fizyolojik ihtiyaç olarak görülmemesi etkili olmuştur. Ayrıca, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan statü ve saygınlık göstergesi olarak, insanlar artık sadece tükettikleriyle değil, tükettiklerini gösterip göstermedikleriyle de değerlendirilmektedir (Demirel & Karanfiloğlu, 2020). Yemeklerin ve içeceklerin insanlar için bir statü göstergesi haline gelmesi, sosyal medyanın gücüyle birleşerek bu tür içeriklerin paylaşımını artırmıştır. Yemek fotoğrafçılığının önem kazanmasıyla birlikte, yiyecek ve içeceklerin fotoğraf üzerinde daha çekici ve güzel görünmesi için çeşitli sunum yöntemleri geliştirilmiştir (Özmen, 2022). Bu bağlamda, bireylerin restoran ziyaretlerinde çektikleri ve paylaşmayı tercih ettikleri fotoğrafların büyük bir kısmını yiyecek ve içecekleri içeren fotoğraflar oluşturmaktadır (Böyükıılmaz ve Yaman, 2019). Yemeğin görsel estetiği ve sunumu, insanların sosyal medya platformlarında paylaşım yapma kararlarını etkileyen önemli bir faktör haline gelmiştir.

Yemek fotoğrafçılığının günümüzde büyük bir ivme kazanmasıyla birlikte, sosyal medya kullanıcıları da bu trende ayak uydurarak yedikleri şeylerin fotoğraflarını çekip sosyal medya platformlarında paylaşmaya başlamışlardır. İnsanların kendi mutluluklarını ifade etme ve bu mutluluğu başkalarıyla paylaşma isteği, sosyal medyanın gücünden faydalanma eğilimine yol açmıştır (Şener, 2014). Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve trendlerin değişmesiyle birlikte, bireyler iş ve işletme faaliyetleri için kullanacakları yemek fotoğraflarında yemek stilistliğinden yararlanmaya başlamışlardır (Custer, 2010). Bu değişimler nezdinde, tüm dünyada sosyal medyada yemek fotoğraflarını paylaşma eğilimi bir akım haline gelmiştir (Şener, 2014). Gastronomi alanında yemek fotoğrafçılığı üzerine eğitim alan ve bu alanda yeteneklerini geliştirmek isteyen bireyler için eğitim süreci; temel fotoğrafçılık bilgileri ve kullanılacak kamera donanımının öğrenilmesiyle başlamaktadır. Pozlama, beyaz dengesi gibi temel konuların yanı sıra, yemek fotoğrafçılığına özgü teknikler ve estetik prensipler de bu eğitim sürecinde önemli bir yer tutmaktadır (Young, 2012).

Yemek fotoğrafçılığı, diğer fotoğraf türlerine kıyasla farklı ve geniş bir yelpaze sunar. Farklı bakış açılarıyla çekilen fotoğraflar, yaratıcılık ile birleşerek özgün bir boyut kazanır. Yemek fotoğraflarının çekilmesinde önemli faktörler arasında mesleki ve teknik bilgi yeterliliği, doğru ışık ve açı kullanımı, etkili bir hikâye oluşturma, fotoğrafta odak noktasının yemeğin olması, yaratıcılık, uygun dekor ve takım kullanımı, çekim sonrası fotoğraf üzerinde değerlendirme gibi unsurlar bulunmaktadır (Campbell, 2013). Bu faktörler hakkında eğitimler, yemek fotoğrafçılığı alanında yeteneklerini geliştirmek isteyenlere sunulmaktadır. Bu eğitimlerle birlikte, yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığı günümüzde bir meslek olarak icra edilmeye başlamıştır (Bekar & Karakulak, 2016). Ancak, bu mesleğe olan ilgi sektörün ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli sayıda değildir. Bu alandaki profesyonel sayısı oldukça azdır. Yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığı alanındaki eğitim genellikle kurslar ve bazı üniversitelerde verilen lisans ve yüksek lisans dersleriyle sınırlıdır. Ayrıca, dünyada ve Türkiye’de yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılık kursları, alanında uzman kişiler tarafından verilmektedir. Ancak işletmeler ve tüketiciler, yiyecek ve içecek üzerinden tanıtım yapmanın önemini anladıkça ve bu alandaki talep arttıkça, yiyecek ve içecek stilistliği ile fotoğrafçılık mesleği daha da önem kazanmaya devam edecektir (Bekar & Karakulak, 2016).

Yemek fotoğrafçılığı, sadece bir görsel tanıtım aracı olmanın ötesinde, statüyü yansıtan, ürün pazarlamasını destekleyen ve görsel duygulara hitap eden sıcaklık hissiyatını ileten bir sanat olarak da adlandırılmaktadır (Manna & Moss, 2005). Bu tür fotoğraflar, sadece yiyeceği tanıtmakla kalmaz, aynı zamanda anıları canlandırır, fantezileri

çağrıştırır ve yiyeceği tüketme arzusu uyandırır. Yemek fotoğrafçılığının önemini vurgulayan bir diğer nokta, yemek ile kültür aktarımı arasındaki ilişkiyi güçlendirmesidir. Yemek fotoğrafçılığı sözcüklerle ifade edilemeyen durumları daha iyi anlatmak ve duyguları aktarmak için önemli bir araç olarak kabul edilir (Sarıtaş & Sormaz, 2023). Bu kültürel etkileşime ek olarak, tüketicide duygusal bir tepki oluşturarak satın alma dürtüsünü harekete geçirir ve ürünün satın alınmasına ve sürdürülebilirliğine katkıda bulunur (Kasım, 2005). Günümüzde yaygınlaşan yemek fotoğrafçılığı, farklı kullanım alanlarıyla önemini artırmaktadır. Bu alanlar arasında dergi ve kitap yayıncılığı, ticari reklamcılık ve gurme yemek fotoğrafçılığı bulunmaktadır. Bu durum yemek fotoğrafçılığının çeşitli pazarlarda etkili bir rol oynadığını göstermektedir (Sabbag, 2014).

Araştırma sürecinde literatürde yemek stilisliği ve fotoğrafçılık ile ilgili benzer çalışmalara pek rastlanmamıştır. Bahsi geçen konu ile ilgili verilen lisans eğitimi dersi birçok üniversitede yer almamaktadır. Yapılan araştırmanın literatürdeki boşluğu doldurması öngörülmektedir.

Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır; nitel araştırma, bireyin kendi sınırlarını anlamak ve kendi çabasıyla biçimlendiği toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek amacıyla kullanılan bir bilgi üretme yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2010). Araştırmada bilgi toplamak için görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknikleri kendi içinde yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler olarak sıralamak mümkündür (Yolal, 2016). Görüşme, araştırmacının katılımcıyla yüz yüze görüşerek, araştırdığı konu ile ilgili karşılıklı konuşma yaparak bilgi elde etmesini içeren bir süreçtir (Karagöz, 2021). Görüşme süreci için hazırlanan formda toplamda 6 adet soru bulunmaktadır. Bu sorular literatür incelemesi sonucunda belirlenmiş ve araştırmanın odak noktasını oluşturmuştur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Düzce Üniversitesi Etik Kurulu 19.12.2024 tarihi ve 2024/439 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

Gastronomi öğrencilerinin yemek stilisliği ve fotoğrafçılık eğitimi bağlamında tabak sunumu perspektiflerine yönelik farkındalıklarını değerlendirmeyi amaçlamak çalışmanın temelini oluşturmaktadır. İlk beş soru öğrencilerin tabak sunumu konusundaki düşünce ve becerilerini anlamaya yönelik olup, altıncı soru ise katılımcılardan gelecek önerilere odaklanarak alandaki eğitimin geliştirilmesini hedeflemektedir. Bu çerçevede, araştırma, öğrencilerin mevcut durumu değerlendirmesi ve gelecekteki gelişimleri için önerilerin alınması amacıyla tasarlanmıştır.

Araştırmanın evrenini Türkiye'de gastronomi alanında eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin seçilmesinin temel nedeni, konu hakkında eğitim almış olmaları ve eğitim öncesi ve sonrasındaki farkındalıkları hakkında bilgi sahibi olmalarıdır.

GMS431 Yemek Stilisliği ve Fotoğrafçılığı seçmeli dersini 20 öğrenci almıştır. Görüşmeler, gönüllülük esasına uygunluğu göz önünde bulundurularak 13 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme süresince katılımcıların bireysel istekleri göz önünde bulundurularak görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde literatür incelemesine dayanılarak oluşturulan açık uçlu sorular aracılığıyla öğrencilerin tabak sunum perspektifleriyle ilgili düşünce ve deneyimlerine odaklanılmıştır. Katılımcıların cevapladığı görüşme soruları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Görüşme Soruları

1. Dersi almadan önceki sunumlara yaklaşımınız nasıldı? Eğitimden sonra bakış açınız nasıl değişti?
2. Tabaklama esnasında sizin için en önemli unsur nedir? Bunu nasıl fark ettiniz?
3. Renkler sizin için neyi ifade etmektedir?
4. Gastronomide fotoğrafçılık sizin için ne ifade etmektedir?
5. Yemek stilistliği ve fotoğrafçılık gastronominin gelişmesine katkı sağlar mı?
6. Bu eğitim ile ilgili önerileriniz nelerdir?

Verilere yönelik olarak betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu analiz türünde araştırmacı, görüştüğü ya da gözlemlediği bireylerin görüşlerini vurgulamak amacıyla sık sık doğrudan alıntılar yapabilir. Temel amaç, elde edilen bulguların okuyucuya özgün ve anlaması kolay bir şekilde sunulmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2003). Araştırmada bu analiz türünün kullanılması, elde edilen verilerin ve katılımcıların görüşlerinin daha derinlemesine anlaşılmasını amaçlar. Betimsel analiz, araştırmacının verileri sistematik bir şekilde düzenleyerek, belirli temalar altında özetlemesine ve yorumlamasına olanak tanır. Bu şekilde, araştırmada elde edilen bulgular daha anlamlı hale gelerek okuyucunun açık bir şekilde anlamasına imkân sunar.

Bulgular

Bu çalışmanın amacı Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık eğitimi alan gastronomi öğrencilerinin tabak sunum perspektiflerine yönelik farkındalığını incelemektir. Gönüllülük esasıyla gerçekleştirilen çalışmada, öğrencilere yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanarak mülakatlar yapılmıştır. Katılımcıların kişisel verilerinin korunması amacıyla, verilen cevaplar kodlanarak “K1, K2,, K12, K13” gibi katılımcı kodları atanmıştır.

Yemek stilistliği ve fotoğrafçılık eğitimi alan gastronomi öğrencilerinin tabak sunum perspektiflerine yönelik farkındalığının incelenmesini belirlemeye yönelik yapılan çalışma hakkında katılımcıların ifadeleri şu şekildedir.

1. “Dersi almadan önceki sunumlara yaklaşımınız nasıldı? Eğitimden sonra bakış açınız nasıl değişti?”

K1: Dersi almam sunumlara karşı olan bakış açımı değiştirmede çünkü dersi alacağım döneme kadar geçen süreçte aldığım eğitimler sunumlara bakış açımı değiştirmişti. Ancak bu eğitimi almamla birlikte sunumlar hakkında renk uyumları, sunum teknikleri vb. unsurları daha fazla araştırarak kendimi geliştirmeme olanak sağladı. Farklı sunum teknikleri hakkında bana yol gösteren bir eğitim oldu.

K2: Eğitim almadan önce tabaklara daha sık bir düşünceyle yaklaşarak sadece yemek için yapılan bir tabak olduğu bilincindeydim. Ancak eğitim almaya başladığımda daha derin ayrıntılara, tabakta ürünlerin uyumuna, yükseklik dengesine, ışığın açısına dikkat ederek farklı tabak prezantasyonları yapmaya başladım.

K3: Eğitim almadan önce sunulan tabaklara sadece estetik açıdan yaklaşıyordum. Eğitimden sonra estetikliğin yanı sıra yemekte bir tat uyumu ve kaliteli malzeme seçiminin gerekliliğini kavradım. Bu nedenle sunumda kullanılan malzemelerin kalitesine, renklerin uyumuna daha fazla dikkat ederek özen gösterdim.

K5: Dersi almadan önce ürünü hazırlayıp sunuma odaklanıyorken dersi aldıktan sonra tabağın çekimine de önem vermeye başladım. Çünkü fotoğraflama aşaması aslında yemeğin pazarlanması noktasında önemli bir unsur olarak değerlendirilmesinde yemek fotoğrafçılığının önemini artırmaktadır.

K6: Dersi almadan önce yapılan tabak sunumlarına daha amatörce bakıyordum. Ürünlerin tabağa yerleştirilmesi, renk uyumu, tabak bütünlüğü sağlayamıyordum. Eğitim ile birlikte daha estetik tabaklar oluşturmaya ve ürünler arasındaki ahenge daha fazla dikkat etmeye başladım.

K8: Eğitimden önce tabak doluluk oranı, tabak seçimi, dekoratif ürünler kullanımı gibi teknik bilgilerde yetersiz olduğum kanaatindeydim. Eğitim sonrası bu bilgileri öğrendim ve sunumlarımda uygulamaya başladım daha albenili ve uyumlu tabaklar yapmaya odaklandım.

K9: Eğitim öncesi tabaklara ve çekim açılarına dikkat etmezdim sadece görüntüsüne bakardım. Eğitimden sonra tabaktaki ürünlerin konumuna, kontrast uyumuna, tabak rengine dikkat etmeye başladım. Çekim aşamasında doğal ve yapay ışık açılarını kullanmayı öğrendim.

K10: Işık ve çekim açısına dikkat etmiyordum şu an daha dikkatli davranıyorum.

K12: Eğitim almadan önce sadece sunumda fotoğraf açılarının doğru kullanılması gerektiğini düşünüyordum ama eğitimden sonra kullanılan ürünler arasındaki uyumun ve renk tonlarının fotoğraflama kadar önemli olduğunu gözlemledim.

K13: Eğitimden önce sunumlarıma daha basit ve dar açıdan bakıyordum. Eğitimden sonra yapılan sunumlara eleştirel bakış açısı kazandım, bu sayede eksiklikleri görüp tekrar çalışmaya başladım ve sunum konusunda kendimi geliştirdim.

Katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevaplar üzerinden yapılan sonuçlara bakıldığında, eğitim öncesi ve eğitim sonrasında tabaklama sürecindeki farklılıklar olumlu yönde gelişmiştir. İlk olarak, eğitim öncesi dönemde katılımcılar, genellikle yemeğin hazırlık aşamasına odaklanmış ve sunum sırasında renk uyumu gibi görsel unsurlara yeterince önem vermemişlerdir. Bu durum, sunumun sadece lezzet üzerine odaklanması ve estetik unsurların ikinci planda kalması anlamına gelmektedir. Ancak eğitim sürecinin ardından katılımcılar, yemek sunumunun estetik boyutlarına daha fazla vurgu yapmaları gerektiğini fark etmişlerdir. Bu dönüşümü daha iyi anlatmak için, eğitim öncesi ve sonrası sunumları içeren Resim 1 ve Resim 2 kullanılmıştır. Resimler, katılımcıların başlangıçta nasıl odaklanma eğiliminde olduklarını ve eğitim sonrasında nasıl daha dengeli ve estetik sunumlar yapabildiklerini görsel bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu eğitim programının katılımcılarda estetik algılarını ve tabaklama becerilerini geliştirme noktasındaki durumu vurgulamak adına önemli bir gösterge olarak değerlendirilebilir.



Resim 1. Eğitim öncesi renk uyumu



Resim 2. Eğitim sonrası renk uyumu

Kaynak: Düzce Üniversitesi gastronomi öğrencisi Semiha KARADEMİR tarafından hazırlanıp fotoğraflanmıştır.

2. “Tabaklama esnasında sizin için en önemli unsur nedir? Bunu nasıl fark ettiniz?”

K2: Yiyeceğin tabaklanması esnasında dikkat ettiğim en önemli husus, garnitür veya yemeğin tamamlayıcısı olarak kullanılan ürünlerin ana ürünün önüne geçmemesi ve kullanılan tabağın geometrik şekli olmuştur. Ürünlerin tabakta konumlandırılması ve diziliş yöntemi de önemli hususlar arasındadır.

K3: Yemeğin ana lezzetini öne çıkaracak bir sunum yapmak en belirleyici husustur. Eğitim aşamasında renk uyumu ve malzeme seçiminin önemini eğitimden sonra fark ettim.

K4: En önemli unsur doğru tabak seçimidir. Yemek çok lezzetli olsa bile tabak seçimi yanlış ise yemek iştah açıcı özelliğe sahip olmaz. Bu durumu eğitim aşamasında farklı tabakların üzerinde karşılaştırma yaparak fark ettim.

K6: Tabakalama yaparken en önemli unsurun yaratıcılık ve kriz yönetimi olduğunu düşünüyorum. Yaptığım uygulamalar esnasında yaşadığım olaylar sonucunda bunu fark ettim. Tabaklama esnasında ürünlerin tabağa yerleştirilmesi, uyum, yaratıcılık gibi unsurların hepsini aynı anda düşünüp tabağa yansıtmalıyız. Eğer düşündüğümüzü yansıtamıyorsak hemen krizi yönetip tabaklama işlemini gerçekleştirmeliyiz. Olaya daha profesyonel yaklaşmalıyız.

K7: Benim için önemli olan tabak ve yemeğin birbirini tamamlamasıdır. Örneğin siyah tabak ana ürünü daha çok kapattığı için riskli bir tercihtir. Her ana ürüne siyah fonda bir tabak kullanılmaz. Bunu uygulamalarda aynı yemeğin farklı tabaklarda sunum yapılması sonucu fark ettim.

K8: Tabak dolum oranı ve görsellik önemli faktörlerdir. Bunu yaptığım uygulamalarda hazır olan ürünün hepsini tek tabakta sunduğum esnada aldığım eleştiriler sonucu öğrendim. Ayrıca bir işletmeye gittiğimde gelen tabağın çok dolu olduğunda bir görsel estetik sağlamadığında deneyimlemiş oldum.

K10: En önemli unsur doğru tabak seçimidir. Doğru tabak seçimi en büyük etkenlerden birisidir. Bu durumu almış olduğum eğitim sonrası yapmış olduğum sunumlarda tabakları değiştirerek fark ettim.

K11: Tabakalamada tek bir unsur ele alınmaz. Birden çok önem verilmesi gereken unsur vardır. Bunların başında besinlerin kendi içinde renk uyumudur. Diğer önemli unsur o renklerin tonuna göre sunum çeşitleri ve sunuma göre uygun bir tabak seçimidir. Aslında tabaklamada tek bir özelliğine bakarak önemli unsur budur denilemez. Hepsini kendi içinde çok önemlidir ve biri olmadan diğeri eksik kalmış olur.

K12: Tabakalamada öncelikle yemeğin sunumu göze hitap etmelidir. Tabak ve yemeğin bir bütün olmasına, renklerin birbiri ile uyumlu olmasına dikkat ederim. Bu uyumu almış olduğum derslerdeki açıklamalardan, şeflerin yaptıkları uygulamalardan, sosyal medyada yapılan yemeklerin sunumlarından yola çıkarak fark ettim.

K13: Benim için en önemli unsur renk uyumu ve tabağın doluluğudur. Tabağa baktığımda ilk bunlar gözüme çarpar. Bunu kendi tabaklarımı yaparken fark ettim.

Katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevaplar incelendiğinde, genel olarak tabaklama sürecinin önemli belirleyicisi olan unsurların (tabak seçimi, renk uyumu, tabakta ürün konumlandırma vb.) birbirleriyle bağlantılı olduğu ve biri eksik olduğunda diğerrinin de etkilendiği görüşü ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşım, uygulamalardaki tabak eleştirilerinin ve sosyal medyada yer alan gastronomi eğitimlerinin katılımcıların farkındalığını artırdığına dair bulgularla desteklenmektedir. Bu durumu daha açık bir şekilde göstermek amacıyla, ilgili mutfak uygulamalarında eğitim öncesi ve eğitim sonrası yapılan sunumlara Resim 3 ve Resim 4'te yer verilmiştir. Bu görseller, tabaklama

sürecinin çok boyutlu doğasını vurgulayarak, katılımcıların eğitim sonrasında kazandıkları bilgi ve becerileri görsel olarak ortaya koymaktadır. Eğitim öncesi ve sonrası sunumları karşılaştırarak, katılımcıların başlangıçtaki yeteneklerinden ne kadar ilerleme kaydettiklerini göstermek mümkündür. Aynı zamanda, bu görseller aracılığıyla katılımcıların öğrendikleri bilgileri nasıl uyguladıklarını ve estetik anlayışlarını nasıl geliştirdiklerinin bir göstergesi olabilir.



Resim 3. Eğitim öncesi tabak seçimi



Resim 4. Eğitim sonrası tabak seçimi

Kaynak: Düzce Üniversitesi gastronomi öğrencisi Zeliha KAYNAK tarafından hazırlanıp fotoğraflanmıştır.

3. “Renkler sizin için neyi ifade etmektedir?”

K1: Renkler bir tabaktaki en önemli unsurlardan biridir. Yeşil ve kırmızı rengin birbiriyle uyumlu olduğunu ve aynı zamanda iştah açtığını düşünüyorum.

K2: Kontrast (zıtlık) tabakta sunumu öne çıkaran unsurlardandır ve renkler bireylerin bilinçaltında farklı etkiler uyandırmaktadır.

K4: İnsana kendini ve duygularını ifade etmesine yardımcı olur. Bununla birlikte bireyler kullandığı renkler ile sanatını ortaya koymaktadır.

K6: Her rengin kendine özgü anlamları bulunur. Sarı renk, mavi renk, kırmızı renk, hepsi farklı bir anlamı barındırır ve insanların üzerinde farklı etkiler uyandırır. Benim için renkler hayata heyecan katan detayların başında gelmektedir. Sabah gözümüzü açmamız ile kapatmamız arasında geçen süre zarfında birçok renge maruz kalırız. Sokaktaki ağaçlar evler hatta insanlar bile bir rengin bütünüdür. Renklerin fizyolojik olduğu kadar psikolojik etkileri de bulunmaktadır. Canlılarda duyguları harekete geçirir, yaşamımız boyunca gerçekleştirdiğimiz eylemler, bir konuda verdiğimiz kararlar gibi birçok durumda renklerin etkisi yadsınamaz bir gerçektir.

K7: Renkler tamamen kişilerin zevklerini ve bakış açılarını yansıtır. Bana göre bir sunum tabağında şıklık yaratacak renkler başkalarına göre aynı şıklığı yaratmayabilir. Renkler tabakta bir kompozisyon oluşturur ve misafirlerin yemeğe karşı yemek yeme isteğini artırabilir.

K8: Genellikle tabakta iştah açıcı renkler kullanmak yemeğe anlam katmaktadır ve insanları etkilemektedir. Yeşil renkli yemekler bana sağlıklı, sarı renkli yemekler bana bol vitaminli, mavi yemekler bana omega-fosfor açısından yüksek besin ögesi içeriğini, kırmızı renkli yemekler bana antibiyotik yemekler yediğimi hissettirmektedir.

K9: Renkler canlı, parlak, göz alıcı olmalı, kullandığımız ürünlerdeki renkler soluk olmamalıdır.

K10: Renkler, gözümüzle gördüğümüz her şeyi daha net kavramamızı ve anlamamızı sağlar. Renkler ve semboller yaşamdaki her şeyin gizli anlamıdır diyebiliriz.

K12: Renkler gastronomide farklı anlamları ifade etmektedir. Benim için kırmızı renk açlığı, kahverengi renk sıcak bir içeceği, turuncu turunçgilleri, sarı parlaklığı, mavi suyu, yeşil de tazeliği çağrıştırmaktadır.

Görüşme sorularına verilen cevaplar incelendiğinde, renklerin insanların duygularını tüm mecralarda ifade etmelerinde etkili bir araç olarak düşünülmektedir. Bu etki, sadece kişisel ifadelerde değil, aynı zamanda yemek sunumlarında ve işletmelerin mimarisinde de kendisini göstermektedir. Renkler, tüketicilerin ilgisini çekmek ve duygusal bağ kurmalarını sağlamak amacıyla kullanılan güçlü bir unsurdur. Verilen cevaplar incelendiğinde renklerin, yemeklerle birleştiği anda tüketicilerin yemeğe karşı olumlu ya da olumsuz bir duygu yaşamasına etki etmektedir. Renk seçimi, tüketicinin yemeğe olan duygusal tepkisini etkileyerek, yemek deneyiminin kişiselleştirildiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, renklerin kullanımını ve duyguların aktarımını belirlemek amacıyla mutfak uygulamalarında eğitim öncesi ve eğitim sonrası yapılan sunum örnekleri Resim 5 ve Resim 6'da detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Bu örnekler, mutfak profesyonellerine ve şeflere renklerin yemek deneyimine olan etkisini anlamaları ve ustalıkla kullanmaları hususunda rehberlik edebileceği düşünülmektedir.



Resim 5. Eğitim öncesi renk kullanımı



Resim 6. Eğitim sonrası renk kullanımı

Kaynak: Düzce Üniversitesi gastronomi öğrencisi Nurgül ASLAN tarafından hazırlanıp fotoğraflanmıştır.

4. “Gastronomide fotoğrafçılık sizin için neyi ifade etmektedir?”

K1: Bence fotoğrafçılık bir tabağın sunumu kadar önemlidir. Günümüzde artık her şey sosyal medya üzerinden ilerlemekte ve bir gastronomik fotoğraf paylaşıldığında bu insanların ilgisini ve merakını çekmektedir.

K2: Medya faktörünün son zamanlarda fazlasıyla gelişmesiyle birlikte yemeklerin tanıtılması, sunumu ve görşelliği ön plana çıkmaktadır. Hiç bilinmeyen veya unutulmuş yemeklerin gün yüzüne çıkmasında fotoğrafçılık etkin rol oynamaktadır. Bir ürün nasıl fotoğraflanırsa o şekilde akılda kalır. Bu sayede görsel hafızayı fotoğraf sayesinde canlı tutmuş oluruz.

K4: Gastronomide fotoğrafçılık kavramı yemeklerin albenili olmasını ve sanatsal yönünü ifade etmektedir. Hazırlanan yemeklerin görselini oluşturmak yemeklerin işletmelerde talep edilmesini kolaylaştırmaktadır. Fotoğrafçılık sayesinde yemeklerin reklam ve tanıtım çalışmaları yapılarak daha kolay tanıtımları gerçekleştirilmektedir.

K5: Gastronomi alanı daha çok göze ve mideye hitap ettiği için fotoğrafçılık önemlidir. Örneğin bir restorana gidilip menüden seçim yapılacağı zaman ilk olarak fotoğraflarına bakılarak yemekler hakkında bir fikir sahibi olunmaktadır. Bir tabağın tanıtımını yaparken fotoğrafçılık aracılığıyla tanıtım yapmış oluruz.

K7: Her şef kendi emeğini fotoğraflamak ister ve bu başarısını herkesle paylaşmak ister. Tabak fotoğraflama oldukça revaçta olduğundan, sosyal medyanın gücü şefleri bu yönde daha da ilerlemeye sürüklemiştir. Artık yapılan her yemeğin ve her tabağın herkes tarafından görülebiliyor olması ve bunun üzerinden para kazanılması sektör dinamiklerini bu alanda gelişmeye zorlamaktadır. Yalnız her olayda olduğu gibi bu durumun da belli olumsuzlukları yadsınamaz bir gerçektir. Çekilen fotoğraf üzerinde oynamalar yapılarak fotoğrafların gerçeği yansıtmayan bir hal alması bu durumun en büyük handikabıdır. Bu durum sebebiyle fotoğraf üzerinde ürünü tercih edenlerde bir hayal kırıklığı gözlemlenmesi kaçınılmazdır. Bu olumsuzluğun önüne geçmek için eğitim almak ve konuyu duygusu ile birlikte yansıtmak gerekmektedir.

K9: Gastronomide fotoğrafçılığın büyük bir öneme sahip olduğu kanaatindeyim. Sosyal medyanın kullanımının yoğun bir şekilde artmasıyla birlikte yemek fotoğrafları yaşamımızda fazlaca yer almaya başlamıştır. Bununla birlikte insanların gastronomik yiyecek deneyiminde sosyal medyada yer alan fotoğraflar belirleyici bir unsur olmuştur. Hal böyleyken fotoğrafçılığın gastronomi alanında önemi büyük bir ivme kazanmıştır. Gastronomide fotoğrafçılık terimi yapılan sanatsal tabağın sergilenmesi için kullanılan bir yöntemi ifade etmektedir.

K10: Gastronomi bölümü mezunlarının veya şeflerin görevi sadece yemek yapmak değil, o yemeğin göze ve gönle hitap etmesini sağlamaktır. Gastronomi bir sanattır ve fotoğrafçılıkta bu sanatı gözle görünür hale getirmek için kullanılan bir araçtır.

K12: Gastronomi alanında fotoğraf çekimi son derece önemlidir. Yemeğin tabaktaki açısına göre düzgün açıyı yakalamak, çekimi düzgün ve net şekilde çekim yapmak fotoğrafçılıkta gerçeği yansıtmaması açısından önemlidir. Fotoğrafçılık yemeğin sanatsal boyutunun gösterilmesini ifade etmektedir.

K13: Gastronomide fotoğrafçılık yapılan çalışmanın güzel gösterilmesini ifade etmektedir. Yapılan ürünün profesyonelce fotoğraflanıp göze güzel görünmesini sağlayarak tabaklara bir sanatsal yaklaşım kazandırmaktadır.

Görüşme sorularına verilen cevaplar incelendiğinde, gastronomi fotoğrafçılığının sanatın sergilenmesinde önemli bir araç olarak kabul edildiği gözlemlenmektedir. Gastronomi sanat ilişkisini ortaya çıkarmak için fotoğrafçılığın kullanılması gerektiği görüşünü benimseyen öğrencilerin, bu düşüncelerini eğitimle pekiştirdikleri gözlemlenmektedir. Bu pekiştirmeyi görsel olarak ifade etmek amacıyla, eğitim öncesi ve eğitim sonrası fotoğraflar karşılaştırılmaktadır. Resim 7 ve Resim 8'deki fotoğraflar, öğrencilerin fotoğraf çekiminde uygun açı ve ortamın sağlanması için yaptıkları değişikliklere odaklanarak, gastronomi fotoğrafçılığının teknik ve estetik yönlerinin eğitimle nasıl geliştirilebileceğine dair önemli örnekler sunmaktadır. Bu bağlamda gastronomi fotoğrafçılığı hem sanatsal bir ifade aracı olarak hem de profesyonel bir beceri olarak önemini korumaktadır.



Resim 7. Eğitim öncesi fotoğraf açısı



Resim 8. Eğitim sonrası fotoğraf açısı

Kaynak: Düzce Üniversitesi gastronomi öğrencisi Beyza Nur DEMİR tarafından hazırlanıp fotoğraflanmıştır.

5. “Yemek stilistliği ve fotoğrafçılık gastronominin gelişmesine katkı sağlar mı?”

K2: Tabi ki sağlar. Fotoğrafçılık ve stilistik eğitimi alıp bunu geliştiren kişiler gastronomi alanında hangi öğelerin tanıtılması gerektiğini kavrayabilmektedirler. Gastronomi-kültür ilişkisini aldığı eğitimlerle güçlendiren bireyler bu sayede anlamlı fotoğraflar elde edecektir. Nihayetinde gastronomi destinasyonlarının tanıtımı gerçekleştirilmiş olacaktır.

K4: Gastronomi dünyasının sosyal medyada yer alan fotoğraflar ile etkileşiminin kolaylaşması yemek ve fotoğrafçılık eğitimi ile sağlanabilir. Stilistler tarafından iyi tasarlanmış bir yemek fotoğraflandığında ve sosyal medyada paylaşıldığında çok fazla kitleye ulaşır. Bu sayede yemeğe olan merakla birlikte destinasyonu ziyaret etme potansiyeli artar ve destinasyon bilinirliği artarak turizm canlandırılmış olur.

K5: Sağlamaktadır. Gastronomi alanında fotoğrafçılık çok iyi bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Gastronominin son zamanlarda popüler hale gelmesinde fotoğrafçılığın katkısı çok fazladır. Yaptığımız tabağın tadına o anda bakılır ve bir süre sonra unutulur ama fotoğraf çekildiğinde görsel hafızada yer alır. Belli sosyal medya mecralarında yer alan ve ara ara karşımıza çıkan yemek tabakları kişinin yemeğe karşı olan merakını da artırır.

K7: Fotoğrafçılık, gastronomi alanında ülkenin veya bölgenin gelişmesine, yöresel ürünlerin ön plana çıkarılıp tanıtımlarının yapılmasına katkı sağlamaktadır. Marka bilinirliğinin oluşmasına katkı sağlayarak, gastronomik ürünlerin değerinin bilinerek korunma altına alınmasına ve bilinçli üretim-tüketim yapılması konusunda daha dikkatli olunmasına olanak tanımaktadır.

K9: Gastronominin tanıtılması noktasında fotoğrafçılığın önemli olduğunu düşünüyorum. Özellikle fotoğraflar sayesinde insanlar artık yemek hakkında bir fikir edinip yemeğin tadını, hikâyesini duygusunu ve yemeğin yapıldığı atmosferi merak ederek o yemeğin yapıldığı yere gitmek istemektedirler. Buda destinasyonda bir hareketliliğinin oluşmasını sağlamakta, bu sayede destinasyonda bir turizm canlılığını yaşanmasına imkân sunulmaktadır. Bölgede yetişen diğer ürünlerin ve bölge tarihinin tanıtılmasına, bilinirliğinin artmasına fotoğraflar aracılığıyla katkı sağlamış olunmaktadır.

K10: İnsanların bu sektöre olan ilgisini ve saygısını artırır, merak duygusunu tetikler.

K11: Gastronominin tanıtılmasında çok etkilidir. Eğer bir şeyler doğru teknikle gösterilip fotoğraflanmaz ise hep arka planda kalır. İnsanların ilgisini ve merakını uyandırmaz. Bu durumdan ötürü gastronomi alanında iyi bir fotoğrafçılık yapıp doğruyu yansıtmak istiyorsak stilistik alanında yeterli donanımına sahip olmamız gerekmektedir. Bu iki alanı birbirine entegre ederek çalışmalarımızı gerçekleştirirsek gastronomi alanında fark yaratabilir ve güzel işler çıkarabiliriz.

K12: Evet katkı sağlayacağını düşünüyorum. Yemeklerin insanlarda ilgi uyandırdığı bilinen bir gerçektir. Düzgün bir sunumla insanların hem ilgisi çekilebilir hem de insanlarda açlık hissi uyandırılabilir kanaatindeyim.

K13: Evet; çünkü fotoğraflar sayesinde yemekler, gastronomik ürünler, mutfak kültürleri gibi konularda bilgi aktarımı gerçekleşebilir. Fotoğraflanan yemeğe karşı profesyonel stilistik eğitimi alan kişinin yazdığı bir yazı o yemeğe olan ilgi ve merak duygusunu daha da artırabilir. Bu sayede insanlar bir ürün fotoğrafından yola çıkarak daha fazla araştırmaya yönelebilir, gastronomi hakkında bilgi sahibi olmaya başlayabilirler.

Görüşme sorularına verilen yanıtların incelenmesi sonucunda, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığının gastronomide destinasyon bilinirliğinin artırılmasına yönelik etkisi gözlemlenmiştir. Sosyal medya platformlarının kullanımındaki artış, yemek fotoğraflarının kaliteli bir şekilde paylaşılmasının gastronomik unsurların sosyal medya üzerinde etkili bir şekilde sergilenmesine katkı sağlamıştır. Sonuç olarak, yemek fotoğraflarının etkili bir şekilde sunulması, sosyal medya kullanıcılarının gastronomiye ilgilerini çekmekte ve bu alandaki meraklarını daha fazla derinleştirmelerine olanak sunmaktadır. Bu bağlamda, Resim 9 ve Resim 10'da yer alan fotoğrafların detaylı bir karşılaştırılması, doğru tekniklerin kullanımının gastronomik evrim üzerindeki etkisini somutlaştırmayı hedeflemektedir. Bu stratejiler, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığının gastronomik gelişime katkısını güçlendirmek adına akademik bir çerçevede ele alınmıştır. Söz konusu yaklaşımların, sektöre yönelik profesyonel ve bilimsel anlayışı derinleştirecek bir katkı sağlaması öngörülmektedir.



Resim 9: Eğitim öncesi kullanılan teknikler



Resim 10: Eğitim sonrası kullanılan teknikler

Kaynak: Düzce Üniversitesi gastronomi öğrencisi Havva Şeyda DEMİRHAN tarafından hazırlanıp fotoğraflanmıştır.

6. görüşme sorusundaki ifadeler öneriler kısmında detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Gastronominin toplumsal olarak saygın bir konuma ulaşması, yemeğe olan ilginin temel bir fizyolojik ihtiyaçtan öte, kültürel bir göstergeye dönüşmesine katkı sağlamıştır. Bu durum, gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerine olan talebin artmasını beraberinde getirmiştir (Sarıtaş ve Sormaz, 2023). Bu talebin karşılanması adına, gastronomi bölümlerinde estetik boyutlara odaklanan eğitim programları geliştirilmiştir. Bu bağlamda yemek stilistliği ve fotoğrafçılık gibi unsurlar da gastronomi eğitim müfredatında yer almıştır. Bu artan talep sonucunda, "Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık Eğitimi Alan Gastronomi Öğrencilerinin Tabak Sunum Perspektiflerine Yönelik Farkındalığının İncelenmesi" adlı bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılanlar, verdikleri cevaplarda tabaklama ve estetiklik konularında renk uyumu, malzeme dengelemesi ve tabak doluluk oranları gibi görsel unsurların önemine vurgu yapmışlardır. Ayrıca aldıkları eğitim sonrasında elde ettikleri bilgi ve becerilerle birlikte, yemek sunumlarını lezzet odaklı olmanın ötesinde görsel estetiği de göz önünde bulundurarak gerçekleştirmeye başladıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca eğitime katılan öğrenciler, uygulama sonrasında aldıkları olumlu-olumsuz tabak eleştirileri sayesinde farkındalıklarının artmış olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılar, renklerin yemeğin çekiciliğini artırmada etkili olduğunu sadece görsel bir unsurdan öte, aynı zamanda bölgesel yemek kültürünün önemli bir göstergesi olduğunu vurgulamışlardır. Yapılan tabak sunumlarının sadece estetik bir unsurdan ibaret olmadığını, aynı zamanda tüketicinin yemek seçimleri üzerinde etkili bir faktör

olduğunu ifade etmişlerdir. Renklerin stratejik bir şekilde kullanılmasının, yemeklerin çekiciliğini artırmanın yanı sıra tüketicilerin duygusal durumlarına göre uygun renk tonlarındaki yemekleri seçmelerini teşvik etmekte olduğunu belirtmişlerdir. Bu yaklaşım, yemeklerin sadece lezzet açısından değil, aynı zamanda duygusal bir deneyim olarak algılanmasına olanak tanımaktadır.

Katılımcılar, fotoğrafçılığın gastronomi alanındaki önemine dikkat çekerek, ürün pazarlamasında ve gastronomik deneyimlerin paylaşılmasında kritik bir rol oynadığını ifade etmişlerdir. Yemeklerin doğru tekniklerle fotoğraflanmasının, özellikle yemek stilistiği eğitimi almış bireylerin profesyonel bilgi birikiminden faydalanmalarıyla mümkün olduğunu belirtmişlerdir. Bu tekniklerin etkili bir şekilde uygulanmasının, yemeğin görsel çekiciliğini artırarak izleyicilerde merak uyandırma potansiyeli taşıdığını vurgulamışlardır. Bu durum, gastronomik deneyimi sadece lezzet açısından değil, aynı zamanda görsel estetik açısından da değerlendirme eğiliminde olduklarına işaret etmektedir. Gastronomi fotoğrafçılığının, duygusal deneyimleri etkili bir şekilde yansıtarak, sosyal medya aracılığıyla paylaşılan fotoğrafların insanların yemeğe olan ilgisini artırarak gastronomi turizmini etkileyen bir unsur haline gelmesine önemli katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar fotoğrafçılığın pazarlama aracı olmasının yanı sıra, yemek sunumlarının bir hikâye anlatma aracı olarak da kullanılmasında önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Son olarak, katılımcılar sosyal medyanın geniş erişim imkânlarına dikkat çekmişlerdir. Sosyal medyanın, gastronomik deneyimlerin paylaşımını teşvik ederek izleyicilerin destinasyonlar, ülkeler veya kültürler hakkında daha fazla bilgi edinme arzularını körüklediğini belirtmişlerdir. Sosyal medya platformlarının, yemek fotoğrafları aracılığıyla izleyicilere görsel ve kültürel bir deneyim sunma potansiyeline sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Bu platformlardaki paylaşımların, gastronominin geniş kitlelere ulaşmasını ve gelişimini destekleyen önemli bir mekanizmayı temsil ettiğini vurgulamışlardır. Yemek stilistiği ve fotoğrafçılığının gastronominin evrimine katkısını desteklemek üzere önerilen stratejiler, sektördeki estetik ve bilgi düzeyini artırmayı hedeflemektedir. Bu kapsamda, yemek stilistiği eğitimine odaklanma stratejisi, renk uyumu, sunum teknikleri ve fotojenik unsurların doğru kullanımı aracılığıyla yemeklerin görsel çekiciliğini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Ayrıca, eğitim öncesi ve eğitim sonrası tekniklerin karşılaştırılması stratejisi, doğru tekniklerin uygulanmasının fotoğraf kalitesi üzerindeki etkisini daha anlaşılır kılmayı amaçlamaktadır.

6. maddede yer alan “Bu eğitim ile ilgili önerileriniz nelerdir?” ifadesine katılımcıların verdiği cevaplar analiz edilerek aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Yemek stilistiği ve fotoğrafçılık eğitimi alan bireylerin yetkinliklerini geliştirmek adına eğitim sürecinde, çeşitli işletmelerin menülerinde yer alan fotoğrafların estetik kalitesi üzerine odaklanılabilir. Bu çerçevede öğrencilere ışık açıları, kullanılan ekipmanın kalitesi, renk uyumu gibi temel unsurların yanı sıra, menülerde bulunan yiyeceklerin görsel uyum süreçleri konusunda detaylı bir bilgi sağlanabilir.
- Fotoğrafçılık alanında uzman kişilerle düzenlenecek workshop panelleri öğrencilere sektördeki en güncel teknik ve estetik trendleri öğrenme fırsatı sunacaktır. Bu interaktif etkinlikler, öğrencilerin pratik becerilerini geliştirmelerini ve sektör çalışanları ile iletişim kurmalarını sağlayacaktır.
- Atık yönetimi ve sürdürülebilirlik prensipleri, eğitim programının bir parçası olarak vurgulanmalıdır. Bu, öğrencilerin sadece estetik açıdan değil, aynı zamanda çevresel etkileri de dikkate alarak çalışma alışkanlıkları geliştirmelerine olanak tanıyacaktır. Bu bağlamda, sürdürülebilir uygulamaların fotoğrafçılık

süreçlerine entegre edilmesine yönelik bilgi ve beceri kazandırmak amacıyla özel bir eğitim modülü geliştirilebilir.

- Gastronomi ve yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren profesyonellerin sanat ve estetik anlayışlarını geliştirmek için tasarlanmış çeşitli kurslar ve eğitimler desteklenmelidir. Bu durum öğrencilere sadece teknik yeterlilik değil, aynı zamanda yaratıcı bir vizyon kazandırarak, sektöre katkıda bulunma potansiyellerini artıracaktır.
- Yiyecek-içecek ve kültür arasındaki derin ilişki, eğitim programı içerisinde vurgulanarak öğrencilerin görsel anlatımlarını sadece estetik değil, aynı zamanda anlam dolu içeriklerle zenginleştirmelerine olanak sağlayacaktır. Bu kontekst, gastronomi ve kültür arasındaki entegrasyonun bilinçli bir üretim ve çekim süreciyle nasıl ifade edileceği konusunda öğrencilere rehberlik edebilir.

Eğitim sürecinde öğrencilere yönelik hedef, sadece temel teknik becerilerin kazandırılmasının ötesine geçerek, derinlemesine bir eğitim aracılığıyla yaratıcılık, kültürel farkındalık ve çevresel sorumluluk konularında kapsamlı bir anlayış ve yetkinlik geliştirmektir. Bu çerçevede, öğrencilere sağlanan yemek stilistliği ve fotoğrafçılık eğitimi, etik değerler, sürdürülebilirlik ilkeleri, kültürel çeşitlilik ve sanatsal estetik gibi konularda multidisipliner bir perspektif olarak ele alınmalıdır. Teknik becerilerin öğretimi, sadece pratik uygulama üzerinden değil, aynı zamanda teorik temellere dayalı bir çerçeve içinde gerçekleştirilerek, öğrencilere konular arası bağlantılar kurma becerisi kazandırılmalıdır.

Yemek fotoğrafçılığı ve stilistliği öğrencileri, sadece sanatsal açıdan değil, aynı zamanda sektördeki değişen eğilimlere uyum sağlamak ve kültürel çeşitliliği anlamak adına sosyal bilimler, sanat tarihi ve sürdürülebilirlik konularında da dengeli bir bilgi birikimine sahip olmalıdır. Eğitim programı, öğrencilere sadece profesyonel birer uygulayıcı olma hedefini değil, aynı zamanda sektördeki gelişmeleri önceden tahmin edebilen, etik değerlere uygun kararlar verebilen ve toplumsal sorumlulukların farkında olan bireyler olmalarını sağlamayı amaçlamalıdır. Böylelikle mezunlar, sektördeki taleplere cevap verebilecekleri gibi kültürel ve çevresel etkileri göz önünde bulundurarak sürdürülebilir gastronomi olgusunu benimseyerek farklı düşünce ve bakış açısı geliştirebilme imkânı sağlayabileceklerdir.

Yemek stilistliği ve fotoğrafçılık eğitimi dersleri disiplinler arası bir yaklaşım benimseyerek öğrencilere geniş bir perspektif sunmalıdır. Bu durum öğrencilerin sadece teknik becerilerini değil aynı zamanda kültür, sanat ve tarih gibi konularda da derinlemesine bir bilgi sahibi olmalarını sağlayarak, yemek fotoğrafçılığının sadece bir zanaat değil, aynı zamanda bir sanat disiplini olduğu gerçeğini vurgulamalıdır.

Yemek stilistliği ve fotoğrafçılık gastronomi dünyasında yeterince üzerinde durulmamış bir unsur olarak düşünülmektedir. Ancak son yıllarda sosyal medyanın gücü bir sunum tabağının ne kadar önemli olduğunu ve nasıl bir etki yarattığını gözler önüne sermektedir. Araştırmada öğrencilerin bahsi geçen dersi almadan önceki ve dersi aldıktan sonraki tabak sunumlarındaki değişim ve gelişim bu dersin gastronomi eğitiminde çok değerli olduğunu göstermektedir. Literatürde yemek stilistliği ve fotoğrafçılık ile ilgili yeterince akademik çalışma bulunmaması bu çalışmanın özgün değerini ortaya koymaktadır. Araştırma gelecek çalışmalara rehber niteliğinde bir veri sunmaktadır.

Beyan

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Düzce Üniversitesi Etik Kurulu 19.12.2024 tarihi ve 2024/439 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Bekar, A. & Karakulak, Ç. (2016). Yiyecek ve İçecek Stilistliği ve Fotoğrafçılığı. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (53), 104-113.
- Bellingham, L. & Bybee, J. A. (2008). *Food Styling For Photographers: A Guide To Creating Your Own Appetizing Art*. Focal Press.
- Blanchard, M.S. (2020). *Appetizing Foods The Creation of An Appetizing Image*, (Honors Thesis), Appalachian State University, USA.
- Böyükylmaz, S. & Yaman, M. (2019). Mutfak Sanatlarında Gösterge Biliminin Tabak Sunumlarına Yansımaları. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 253-259.
- Campbell, T. (2013). *Food Photography and Lighting: A Commerical Photographer's Guide to Creating Irresistible Images*. New Riders Publishing. 2013, Berkele.
- Carafoli, J. F. (2003). Tempting the palate, the food stylist's art. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 3(2), 94-97.
- Custer, D. (2010). *Food Styling: The Art of Preparing Food for The Camera*. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, New Jersey.
- Demirel, G. & Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (34), 236-259.
- Ferroni, L. (2012). *Food Photography: Pro Secrets For Styling, Lighting and Shooting*. Sterling Publishing.
- Glyda, J. (2019). *Food Photography: Creating Appetizing Images* (1st ed.). Routledge.
- Gutiérrez, C. N. E. (2014). *The Food Styling Tool (Food Makeup) in The Process Production of A Fast Food Campaign* [Unpublished master's thesis]. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Güner, D. & Aydoğdu, A. (2022). Gastronomi Alanındaki Teknolojik Gelişmelere Yönelik Bir Değerlendirme: Dijital Gastronomi. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 17-28.
- Karagöz, Y. (2021). *Spss – Amos – Meta Uygulamalı Nicel – Nitel – Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. (3. Baskı), Nobel Yayınevi, Ankara.
- Kasım, M. (2005). *Reklam Fotoğrafçılığı*. 1. Basım. Konya: Mediacat Yayınları, 2005.
- Kaya, M. C. & Yıldızhan, F. (2022). *Mavi Yolculuk ve Dijital Dönüşüm*. Turizm Destinasyonları Araştırmaları I. Paradigma Akademi.
- Manna, L. & Moss, B. (2005). *Digital Food Photography*. Boston: Thomson Course Technology

- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özdoğan, O. (2014). *Yiyecek Stilizliği ve Fotoğrafçılık*. Osman N. Özdoğan (Ed.), Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikâyeleri içinde (s. 167-188). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özer, G. (2013). *Wabi Sabi Estetiği ve Japon Seramik Sanatına Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Özmen, N. (2022). Moleküler gastronomi yöntemi kullanılarak yapılan yemek fotoğraflarının göstergebilim (Semiyyotik) tekniği ile incelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 421-430.
- Sabbagh, R. (2014). *Gastronomic Photography: An Invitation To "Eating With The Eyes"*. Unıversıdade Paulısta – Unıp Graduate Program In Communication, São Paulo, 2014.
- Sarıtaş, A. (2022). *Mutfak Yöneticilerinin Yemek Stilizliği ve Fotoğrafçılığı İlgi, Kullanma Durumları ve Bilgi Düzeyleri: İstanbul Örneği*. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya.
- Sarıtaş, A. & Sormaz, Ü. (2023). Yemek stilizliği uygulamalarının otel ve restoranlarda yapılan yemek sunumları üzerindeki etkisi. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 289-300.
- Spence, C., Harrar, V. & Piqueras-Fiszman, B. (2012). Assessing the impact of the tableware and other contextual variables on multisensory flavour perception. *Flavour*, 1, 7.
- Şener, G. & Gündüzalp, S. (2018). Akademisyenlerin üniversitelerde dijital dönüşüm ile ilgili görüşleri. 1. *Uluslararası Battalgazi Multi Disipliner Çalışmalar Kongresi Tam Metin Kitabı Cilt I*, 177-182.
- Şener, N. (2014). Sosyal medyada günün menüsü: Sosyal medyada “Paylaşılan” yemek fotoğrafları üzerine bir değerlendirme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3).
- Taşdelen, V. (2015). Bir Güzellik ve Sevgi Felsefesi: Platon’un Şölen Diyalogu İle Fuzûlî’nin Leylâ Ve Mecnun Mesnevîsinin Karşılaştırılması <http://www.ayk.gov.tr/>
- Vivaldo, D. (2010). *Food Stylist’s Handbook*. Gibbs Smith Publishing.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yolal, M. (2016). *Turizm Araştırmalarında Örnekleme: Bibliyometrik Bir Araştırma*, Detay Yayıncılık, Ankara
- Young, N.S. (2012). *Food Photography: From Snapshots to Great Shots*. Peachpit Press, California, USA.

An Examination of The Awareness of Gastronomy Students Taking Food Styling and Photography Education Towards Plate Presentation Perspectives

Vedat KAYIŞ

Düzce University, Akçakoca School of Tourism Management and Hotel Management, Düzce/Türkiye

Extended Summary

With the increase in gastronomy awareness, the demand for gastronomy departments and education programs in this field has increased significantly in order to improve the competencies of individuals working in the sector. In line with this increasing demand, various trainings are offered to improve the aesthetic and artistic perspectives of individuals studying gastronomy. Among these trainings, food styling and photography courses, which have an important place in academic terms, stand out.

In today's digital age, access to all kinds of information through smartphones, tablets and the internet has become an indispensable part of life. Digitalization has been defined as one of the main trends that will change society and the business world in the near and long term (Kaya & Yıldızhan, 2022). This situation has led to the necessity of adapting to the digital world in all areas of life. The industry sector has also faced the necessity of adapting to the digital age in marketing strategies (Şener & Gündüzalp, 2018). In this case, digitalization has interacted with art. In art, beauty and aesthetics are among the most important elements.

Humans have maintained their passion and tendency for beauty since the first known stories. The main reason for this tendency can be expressed as the impressive power of beauty on humans and the natural tendency of humans to be affected (Taşdelen, 2015). Whether it is natural, artistic or human beauty, beauty has the ability to influence and humans have a predisposition to be influenced. The desire to further beautify and exhibit the sense of beauty in people has never diminished over time. With the introduction of technology and many innovations into our lives, the form of these beauty transfers is constantly changing (Saritaş, 2022).

With the increasing interest in culinary arts, food and gourmetism, new professions have emerged in the food and beverage sector. One of these areas is professions related to gastronomy. The profession of food stylist and photographer has emerged under the influence of technology and has finally found an important place in the field of education. However, this profession has some specific requirements. The main task of the food and beverage stylist is to prepare the food and beverage properly to attract the attention of the consumer and at the same time to ensure that it has an appetizing appearance (Bekâr & Karakulak, 2016).

This study explores the domain of food styling and photography, with a particular focus on the awareness of plate presentation among gastronomy students prior to and following their education. In recent years, food photography has gained prominence in publishing, advertising, and gourmet marketing. The present study investigates the impact of education in these disciplines on students' competencies and comprehension of plate presentation, a pivotal aspect in enhancing food's visual appeal and attracting customers.

The study focuses on students from Düzce University, Akçakoca Tourism Management and Hotel Management School, particularly those enrolled in the GMS431 Food Styling and Photography elective course. The study will evaluate the evolution of their awareness and skills through educational experiences. Food styling and photography

are of critical importance in the culinary arts, serving as effective tools for cultural expression and consumer engagement. The effective presentation of food has been shown to influence consumer behaviour, triggering emotional responses that in turn drive purchasing decisions (Jones, 2022). The study underscores the significance of incorporating visual presentation techniques into gastronomy education to equip students with the competencies required to thrive in the competitive food industry.

A qualitative research method was employed, involving 20 students, with interviews conducted among 13 volunteers. Open-ended questions, developed from a literature review, assessed students' perspectives on plate presentation before and after the course. Thematic analysis of the responses revealed insights into the significance of colour, the role of food photography in gastronomy, and recommendations for enhancing the curriculum.

The extant literature highlights the role of food photography in the transmission of culture and the evocation of emotion. Sarıtaş and Sormaz (2023) posit that it serves as a medium for conveying emotions and contexts that extend beyond verbal communication, thereby fostering a more profound connection between consumers and food products. Kasım (2005) emphasises its function in stimulating purchasing impulses and maintaining product availability. The versatility of food photography is illustrated by its applications in magazines, advertising, and gourmet marketing. As Young (2012) emphasises, it is imperative for food stylists to comprehend their target audience's psychology to create visually appealing images.

The findings of this study indicate significant changes in the perspectives of students following the completion of the course. Initially, many students had a limited understanding of effective food presentation. Following the course, a heightened awareness of aesthetics, colour, and composition was exhibited. Key insights from this study include:

1. Aesthetics: Students recognised the critical role of visual appeal in attracting customers and enhancing the dining experience.
2. Color: The course emphasised the psychological impact of colour combinations, leading to increased awareness of their role in food presentation.
3. Photography: Students acknowledged the enhancement of culinary presentations by food photography and its influence on consumer decisions.
4. Suggestions: Feedback emphasised the necessity for more practical experience and real-world applications to enhance learning experiences.

The study concludes that education in food styling and photography enhances students' skills and awareness, equipping them to meet the demands of the culinary industry. The study puts forward several recommendations for the enhancement of the curriculum, including:

1. Practical Workshops: These workshops should incorporate practical sessions to facilitate real-world application of the principles of food styling and photography.
2. Visual Communication: The emphasis should be placed on visual storytelling in gastronomy, with the objective being the effective conveyance of messages through food presentation.
3. Industry Collaboration: The establishment of partnerships with relevant professionals is to be encouraged, with the aim of facilitating the exchange of practical insights and the creation of networking opportunities.

4. Continuous Feedback: The implementation of regular feedback mechanisms is recommended in order to refine the curriculum based on student input.

In summary, the study emphasises the importance of integrating food styling and photography into gastronomy education, advocating for a comprehensive approach that prepares students for the visual demands of the culinary arts.

Ek 1. Etik Kurul İzni

**T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULU KARARLARI**

TOPLANTI SAYISI
14

KARAR SAYISI
2024/439

KARAR TARİHİ
19.12.2024

KARAR NO: 2024/439

Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğr. Gör. Vedat KAYIŞ'ın "**Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık Eğitimi Alan Gastronomi Öğrencilerinin Tabak Sunum Perspektiflerine Yönelik Farkındalığının İncelenmesi**" başlıklı çalışması kapsamında uygulamak istediği veri toplama araçları Etik Kurulumuzca incelenmiş olup, ilgili çalışmanın araştırma protokolüne uyulması ve etik onay tarihinden itibaren geçerli olmak koşulu ile uygulanmasının etik açıdan uygun olduğuna;

Oy birliği ile karar verildi.

ASLI GİBİDİR.
20.12.2024

Öğr. Gör. Damla GÜRTÜRK KOCAMAN
Hukuk Müşaviri V.