




Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 6, Issue 2, 421-430, 2022

Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

MOLEKÜLER GASTRONOMİ YÖNTEMİ
KULLANILARAK YAPILAN YEMEK FOTOĞRAFLARININ GÖSTERGEBİLİM (SEMİYOTİK)
TEKNIĞİ İLE İNCELENMESİ

Examination of Food Photos Made Using the Method of Molecular Gastronomy By Semiotic Technique

Nurdan ÖZMEN 



ÖZET

Gastronomi endüstrisinin gelişmesiyle, moleküler gastronomi yöntemi ile yapılan farklı sunumlar dikkat çekmektedir. Yemekler için görselliğin ön planda tutulması yemek fotoğrafçılığı alanını da açmıştır. Yiyecek ve içeceklerin pazarlanması açısından yemek fotoğrafçılığı; menüler, yemek kitapları, dergiler, kataloglar için önem arz etse de günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal medya mecraları içinde ayrı bir ilgi oluşturmaktadır. Görselliğin gastronomi alanında oldukça önemli olduğu düşünülerek yapılan bu çalışmada, semiyotik (göstergebilimsel) analiz yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmanın amacı; moleküler gastronomi tekniği ile yapılan yemeklerin kişilere neler düşündürdüğünü ve nasıl etkilediğini ortaya koymaktır. Bu bağlamda moleküler gastronomi yöntemi ile yapılmış olan 5 yiyecek fotoğrafı seçilerek, kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 12 kişiye fotoğraflarla ilgili ne hissettiklerini yorumlamaları istenmiştir. Analiz sonucunda, renkler ve sunum şekilleri ile ilgili ortaya çıkan temalar arasında öne çıkan benzerlik söz konusudur. Sonuç olarak ise, araştırmaya katılan kişilerin büyük çoğunluğunun, moleküler gastronomi tekniği ile yapılan yemeklerin ilgisini çektiği ve bu teknik ile yapılan yemekleri denemek istedikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yazar İletişim Bilgileri

* nurdanozmen78@gmail.com

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Moleküler Gastronomi, Yemek Fotoğrafları, Semiyotik Analiz

ABSTRACT

With the development of the gastronomy industry, different presentations made with the molecular gastronomy method attract attention. Keeping the visuality in the foreground for food has also opened the field of food photography. Food photography in terms of marketing food and beverages; Although it is important for menus, cookbooks, magazines and catalogs, it creates a separate interest in social media channels that are widely used today. Considering that visuality is very important in the field of gastronomy, the semiotic analysis method was used in this study. The aim of the study; The aim is to reveal what the food made with the molecular gastronomy technique makes people think and how it affects them. In this context, 5 food photos made with the molecular gastronomy method were selected and 12 people selected by convenience sampling method were asked to interpret how they felt about the photos. As a result of the analysis, there is a prominent similarity between the themes that emerged regarding the colors and presentation styles. As a result, it was concluded that the majority of the people participating in the research were interested in the dishes made with the molecular gastronomy technique and they wanted to try the dishes made with this technique.

Keywords Gastronomy, Molecular Gastronomy, Food Photography, Semiotic Analysis



Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

1. GİRİŞ

Fotoğraflar özellikle seyahat öncesi aşamada bireylerin seyahat tercihleri üzerinde etki meydana getirmektedirler. Tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinde kullanılan fotoğraflar genellikle turizm destinasyonundaki çekicilik unsurları olan doğal ve tarihi güzellikleri, yerel etkinlikleri, yöresel yiyecek-ıçecekleri, kapalı alan rekreasyon olanaklarını ve turizm işletmelerinin sunmuş oldukları ürün ve hizmetleri ön plana çıkarmaktadırlar. Bu aşamada fotoğrafların hizmet veren turizm paydaşları açısından tanıtım fonksiyonuna sahip oldukları görülmektedir. Söz konusu fotoğraflar genel anlamda turizm işletmeleri (tur operatörleri, seyahat acenteleri, restoranlar, havayolu işletmeleri, oteller vb.) ve turizm destinasyonu tanıtımında rol oynayan kuruluşlar (uluslararası kuruluşlar, bakanlıklar, belediyeler, destinasyon yönetim örgütleri vb.) tarafından üretilmekte ve paylaşılmaktadırlar (Karayılan, Akın ve Gukuzade, 2017: 863).

Yiyecek ve içeceklerin fotoğraf üzerinde daha çekici ve güzel görünmesi için çeşitli sunum yöntemleri geliştirilmiştir. Bu bağlamda da endüstrinin gelişmesiyle çeşitli yeni mutfak akımları oluşmuştur. Bu akımlardan birisi de moleküler gastronomi yöntemidir. Moleküler gastronomi, yiyecek veya içeceğin farklı yöntemler kullanılarak moleküllerine ayrılması felsefesinden ortaya çıkmıştır. Açıklamak gerekirse, aynı kaloriye sahip yiyeceklerin porsiyonda daha az görünmesi olarak ifade edilebilir. Aynı zamanda farklı sunumlar ve tabak dizaynı olması açısından; yemek fotoğrafçılığı için önemli ve değişik fotoğraflar çekilmesinde gastronomi alanında önemli bir yöntemdir.

İnsanlar, günde en az üç öğün yemek yerler ve birbirleri ile sürekli iletişim halindedir. Bu iletişimi sağlarken çok farklı yöntemler kullanılabilir. İlk aklımıza gelenler; konuşma, işaret dili, beden dili gibi daha çok sözel ve işaret yöntemleriyle gerçekleştirilen iletişim şekilleridir. Bunların yanı sıra, iletişimde duyguları açığa çıkarmak ve bireyin, kendi hayal dünyasında neleri ifade ettiğini açıklamasına yardımcı olacak bir yöntemdir semiyotik. Çeşitli görseller kullanılarak kişinin görsel ve duygusal zekâsına hitap edilerek bir takım veriler elde edilmektedir.

Semiyotik, göstergebilim ya da semiyoloji olarak adlandırılan analiz yöntemi, nitel araştırma yöntemlerinden biridir. Fotoğraflar, çeşitli görseller, animasyonlar, karikatürler, işaretler vb. görsel olarak ifade edilebilecek her alanda kullanılabilen bir analiz çeşididir. Gastronomi alanında da yiyecek ve içeceklerin görselliği oldukça önemlidir. Çünkü yemek önce göze hitap etmeli, tabir edildiği üzere önce gözü doyurmalıdır. Tatma duyusundan önce görme işlevi gerçekleştiği için tüketici ön fikirlerini görsele bakarak oluşturur. Zira görselinin beğenilmediği yemeğin tadını da çoğu kişi merak etmez. Bu nedenle gastronomi alanında yeni gelişen tekniklerin kullanılması ile farklı sunumların ortaya konulması pazarlama açısından oldukça önemlidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Göstergebilim, İsviçreli Ferdinand de Saussure ve Amerikalı Charles Sanders Peirce'in 19. ve 20. yüzyıllarda, yapmış olduğu çalışmalarla birlikte tüm dünyada bilinir olmaya başlamıştır. Bu iki dilbilimcinin ortaya koyduğu göstergelerin anlamlandırma ve yorumlanma biçimleri Fransız Dilbilimci Roland Barthes tarafından geliştirilmiştir. Bu sayede daha anlaşılır bir şekilde göstergebilimdeki dizgelerin yorumlanmasını sağlanmıştır

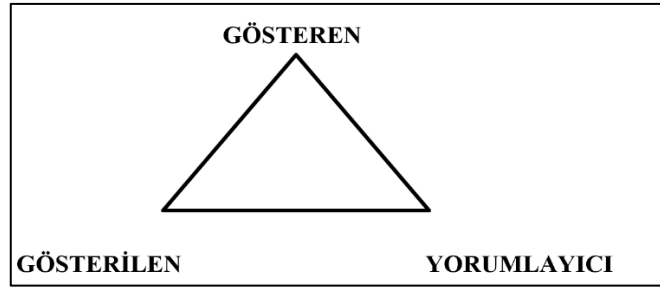


Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

(Çakı, 2018: 82). Semiyotik kelimesi, eski Yunanca'da 'semion' sözcüğünün izlerini yansıtan işaret (sign) ve gösterge anlamına gelmektedir (Seel, 1999: 2). Göstergenin kelime ile olan ilişkisi ise şu şekilde gösterilmektedir (Echtner, 1999: 48).

GÖSTERGE (SIGN) = GÖSTEREN (SIGNIFIER) GÖSTERİLEN (SIGNIFIED)

Pierce'nin semiyotik üçgeninin gösterimine ise aşağıdaki şekilde yer verilmektedir:



Şekil.1. Pierce'nin Semiyotik Üçgeni

Kaynak: Echtner, C. M. (1999); "The Semiotic Paradigm: Implications for Tourism Research", *Tourism Management*, Cilt 20, Sayı 1, s. 48.

Semiyotik (göstergebilimsel) yöntemle yapılmış olan çalışmaların bir kaçına aşağıda yer verilmektedir:

Türker ve Türkmen (2017), yapmış oldukları çalışmada: Safranbolu şehrinin tanıtım fotoğraflarının ziyaretçiler tarafından yorumlanmasını sağlayarak ortaya çıkan bulguları semiyotik (göstergebilimsel) analizlerini yapmışlardır. Elde ettikleri sonuçlar ise: Safranbolu'nun tarihi eşsiz güzelliğiyle ön planda olmasının yanı sıra, pek çok turist için nostalji, estetik, UNESCO markası konukseverlik, korunması gereken geleneksel yaşam temalarını ifade ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çulha (2011), Kanada'nın turizm tanıtım fotoğraflarını kullanarak semiyotik (göstergebilimsel) bir analiz yapmıştır. Ulaştığı sonuçlarda, Kanada'da daha çok ekolojik ve doğa turizminin yapılmaya elverişli olduğu verisi ön planda yer almaktadır. Tarihi miras ve kültür turizmini yansıtan unsurlara fotoğraflarda yer verilmediği saptanmıştır.

Göçmen (2007), Çeşme ilçesinde yer alan üç otelin yapmış oldukları reklamların semiyotik analizini yapmıştır. Çalışmada ortaya çıkan sonuç ise, bu otellerin sadece deniz, kum, güneş tatilini ön plana çıkardığıdır.

Aşan (2014), Türkiye'nin Avrupa'da yer alan potansiyel turistler için hazırlamış olduğu reklam kampanyalarında kullanılmış olan görsellerin göstergebilimsel analizini yapmıştır. Sonuç olarak, konukseverlik, yerellik, doğallık temalarının ön plana çıktığı belirtilmiştir.

Çakı (2018), yapmış olduğu çalışmada semiyotik tekniği ile Alman propaganda kartpostallarında kullanılan karikatürlerde Türklerin nasıl gösterilmeye çalışıldığını araştırmıştır. Ulaştığı sonuçlarda: Türklerin; fes, şalvar ve bayrak temaları ile sunuldukları ve Türklerin genel itibari ile cesur, kahraman ve güçlü olarak açıklandığını ortaya koymuştur.



Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

Bulut (2019), resim ve fotoğraf kavramları üzerinden gastronomi alanındaki estetikliğin incelenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmada: Yemeğin sanatsal yönünü incelemiş, resimler karşısında insanların duygularını yansıttığı, modern sanat anlayışı ile gastronomi sunum aşamalarında uygulanmakta olan yemeğin sanata dönüştürülmesi fikrini ortaya koymuştur. Bu nedenle de sonuç olarak; yemeğin olduğu gibi tabaklanması yerine, tüketicinin his ve duygularını ön plana çıkarabileceği sunumlarla servis edilmesi gerektiği çalışmada savunulmuştur.

Yemeklerin farklı sunumlarla fotoğraflanması sosyal medya kullanımı ile de dolaylı olarak ilişkilendirilebilir. Nitekim yemek fotoğraflarının sosyal medyada paylaşılması üzerine yapılan araştırmalarda bu fikri desteklemektedir.

Kocabay Şener (2014), sosyal medyada paylaşılan yemek fotoğrafları üzerine yapmış olduğu değerlendirmede; bireyin temelde var alan yemek yeme alışkanlığını, paylaşılan fotoğraflarla göstergeye dönüştürdüğünü düşünmektedir.

Eryılmaz ve Şengül (2016), sosyal medyada paylaşılan yöresel yemeklerin, turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisine dair yapmış oldukları araştırmada; yöresel yemek fotoğraflarının destinasyon tercihlerini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Demirel ve Karanfiloğlu (2020), sosyal medyadaki yemek fotoğraflarının kimlik inşası bağlamındaki tüketimini araştırmış ve yemek fotoğraflarının oluşturulmak istenen kimliğe ve imaja olan etkisini belirtmiştir. Yemeğin bir statü, gösteriş ve imaj nesnesi olarak da kullanıldığı sonuçlarına ulaşmışlardır.

Norwood (2005), gıda güvenliği ve biyoteknoloji fotoğraflarının semiyotik analizle incelediği çalışmasında, alışlagelmiş fotoğrafların veya benzer tür de çekilmiş fotoğrafların, tarımsal konularla ilgili bilinen basmakalıp düşünceleri güçlendirdiği sonucunu bulmuştur.

Deprawt (2002), Pearl Harbor saldırısı sırasında Japonların ve Washington Post ve New York Times'ta yayınlanan teröristlerin fotoğraflarını analiz etmek için semiyotik analizi kullandı. Araştırmada, medyanın düşman algısını geliştirmede rol oynadığını bulmuştur. Bulguları, göstergebilimsel bir metodoloji kullanarak görüntüleri analiz etmenin araştırmacılara, görüntülerin içeriği hakkında bilgi verdiğine değinmektedir. Ayrıca izleyicinin görüntüyü nasıl yorumlayacağı ve algı oluşturma üzerindeki etkisinin anlaşılmasını sağladığını göstermiştir.

Danesi (2002), belirli bir görüntünün ne anlama geldiğini ve onun ne anlama geldiğini nasıl temsil edebildiğini bulmuştur. Görüntüye dayalı araştırmalarda; bir fotoğraftaki işaretleri tanımlamayı, fotoğrafın anlamı ve fotoğrafın ortalama bir izleyici için ne anlam kattığı hakkında fikir verdiğini belirtmektedir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın amacı, moleküler gastronomi yöntemi kullanılarak yapılmış olan yemek fotoğraflarının semiyotik (göstergebilimsel) analizinin değerlendirilmesidir. Çalışmada göstergebilim araştırma yöntemi ile, kişilerin moleküler gastronomi yemek fotoğrafları üzerinden bu teknikle yapılan yemekleri nasıl algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma yöntemi olarak nitel yöntemin kullanıldığı bu çalışmada örnekleme, yemeğe ilgi duyan 12 kişi oluşturmaktadır.



Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

Araştırmada kullanılan 5 fotoğraf, moleküler gastronomi tekniğiyle yapılmış olan yemek fotoğraflarının kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Seçilen fotoğraflar her bir katılımcıya belirli bir sıraya göre gösterilip, numaralandırılmıştır.

2021 Nisan ayında yüz yüze ve internet üzerinden online görüntülü görüşmelerde kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 12 kişiye moleküler gastronomi yöntemiyle yapılan yemeklerin fotoğrafları gösterilmiş ve bu fotoğrafları yorumlamaları istenmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler kayıt altına alınmış olup, içerik analizi ile çözümlenmiştir. Sık tekrar edilen ifadeler dikkate alınarak analiz yapılmıştır.

4. BULGULAR

Katılımcıların 4'ü Kadın 8'i erkektir. Katılımcıların yaş aralıkları 25-39 yaş arası olup, öğrenim durumları en az lisans düzeyindedir. Meslekleri ise; memur, öğretmen veya yarı zamanlı (part-time) çalışan lisansüstü öğrencileri şeklindedir. Bu nedenle de gelir düzeyi orta seviyededir. Katılımcıların yemek fotoğraflarına karşı vermiş oldukları bilgilere yönelik yapılan göstergebilimsel (semiyotik) analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmektedir:

1. Fotoğraf: Tütsülenmiş Lavantada Porçini ve Roka Çemberi



Fotoğrafta ilk dikkati çeken duman/buhar/tütsü olmuştur. Bu daha çok sıcaklık hissi uyandırmıştır. Ardından sunum şekli olarak ahşap bir servis gerecinin tercih edilmesi hijyen açısından olumsuz yorumlanmasına sebep olmuştur. Diğer bir yandan ise bu iki unsurun (duman ve ahşap servis) dikkat çekmesi ile sunum açısından lüks bir yemek olduğu şeklinde ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra porsiyonun az görünmesi itibariyle hafif bir atıştırma yemeği olabileceği düşünülmüştür.

Kaynak: <https://onedio.com/>



Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

2. Fotoğraf: Bezelye Suyunda Parmesan Gnocchi



Fotoğrafa ilk bakıldığında yağlı ve yumurtalı bir yemek gibi düşünülmektedir. Üzerindeki beyaz parçalar bezeye benzetilmiştir. Tabağın sade ve boş görüldüğü algısı uyanırken, renklerde soluk bulunmuştur. Daha çok salata sosuna benzetilmiştir. Pek iştah açıcı olduğu düşünülmemektedir.

Kaynak: <https://onedio.com/>

3. Fotoğraf: Ruj Haline Getirilmiş Gül Kokteyl



Fotoğrafa ilk bakıldığında yenilebilecek bir şey olabileceği ön görülemediği görülmüştür. Daha çok kozmetik ürünü olan ruj olduğu düşünülmüştür. Yenilebilir gül kokteyli olduğundan bahsedildikten sonra dahi yenilebilir olabileceği konusunda tereddüt yaşanmıştır. Fakat kırmızı rengi itibari ile oldukça çekici ve yeni bir deneyim olabileceği söylenmiştir. Özel günler için kullanılabilir bir dekoratif yiyecek olabileceği üzerinde durulmuştur.

Kaynak: <https://onedio.com/>



5. Fotoğraf: Sable Hamurundan Ay ve Mango Sorbe



Fotoğrafa bakıldığında ilk olarak hilal ay şeklinde olması dikkat çekmektedir. Üzerindeki meyvelerden dolayı hafif bir tatlı olabileceği hissi uyandırmaktadır. Tabanın kullanım alanı açısından çoğunluğunun boş görünmesi hoş karşılanmamıştır. Bir sos veya bir renk daha eklenmesi beklenmektedir. Ayrıca bu haliyle bile tabanın üzerinde emek ve işçiliğin yoğun olduğu izlenimi oluşmuştur.

Kaynak: <https://onedio.com/>



6. Fotoğraf: Çikolatalı Dondurma



Fotoğrafta öncelikle dikkati değişik formlardaki şekiller çekmektedir. Yumurta ve leylekgagasına benzetilen şekiller oldukça farklı ve değişik yorumlanmıştır. Kahverengi ve tonlarının tabağa hâkim olması sadelik kattığı görüşünü ortaya çıkarmıştır. Herkesin tüketmiş olduğu çikolatalı dondurmanın bu şekilde sunumu oldukça hoş olarak nitelendirilmiştir.

Kaynak: <https://onedio.com/>

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmada, moleküler gastronomi yöntemi ile yapılmış olan yemek fotoğraflarının internet sitesinde kullanılan dikkat çelici 5 fotoğrafı seçilerek araştırmaya katılan 12 katılımcıya fotoğrafları nasıl algıladıkları, neler hissettikleri ve sembollerini nasıl anlamlandırdıkları semiyotik analiz tekniği kullanılarak yorumlanmıştır. Fotoğraflar incelendiğinde fotoğraflarda; atıştırmalık yemek, iştah açıcı, lüks yemek, az porsiyon, farklı sunum, kırmızı renk, hilal şekli gibi kelimeler ön plana çıkmaktadır.

Genel itibari ile moleküler gastronomi yöntemi ile yapılan yiyecek ve içeceklerin porsiyon miktarı olarak az görünmesi katılımcılarda doymayacağı ve aç kalacağı hislerini uyandırmaktadır. Bunun dışında, çoğunluğu yeni tat ve sunumlara açık olduklarını belirtmişlerdir. Tatmış oldukları çikolatalı dondurmanın bile bu şekilde ki sunumuyla da yeniden deneyimlemek istemelerini belirtmeleri, yiyeceğin sunum şeklinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Çalışmada, katılımcıların alışkın olmadıkları ve daha önce deneyimlemedikleri moleküler gastronomi yöntemi ile yapılmış yiyeceklerin fotoğrafları gösterilmiş ve bu yöntemle yapılacak olan yiyeceklere karşı nasıl bir tavır takınacakları, tercihte bulunacakları ortaya konmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak, büyük çoğunluğu %83 bu yöntemle yapılacak olan yiyecekleri kesinlikle deneyimlemek isteyeceklerini belirtmişlerdir. Bunda en önemli olan ise farklı sunum şekilleri ve tabaklama olmuştur.

Endüstri 4.0 ile gastronomi alanında yeni tekniklerle yapılan (3D yazıcı gibi), yiyeceklerinde yine farklı şekillerde robotlarla sunumu tüketicilerin yemek algısını teknolojiyle birlikte algılamasına yol açabilecektir. Bu alanda da yapılacak yeni yemek sunumları ile ilgili



Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

çalışmalarda semiyotik analiz kullanımı farklı verilere ulaşma açısından oldukça önemli olacaktır. Ayrıca ilgi çekici sunumları olan yemek fotoğrafları sosyal medya mecralarında paylaşılarak kişisel kimlik ve imaj oluşturma noktasında da oldukça önemli görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aşan, K., (2014). “Turizm Pazarlamasında Göstergebilim: Bir Turistik Tanıtım Görselinin Göstergebilimsel Analizi”. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 4- 5 Nisan, Aydın.
- Bulut, S. H.,(2019). Fine Arts (NWSAFA), D0233, 14(2):145-149.
<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2019.14.2.D0233>
- Çakı, C. (2018). “Birinci Dünya Savaşı’ndaki Alman Propaganda Kartpostallarında Kullanılan Karikatürlerde Türklerin Sunumunun Göstergebilimsel Açından İncelenmesi” *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (AKİL) Haziran (29) ss.73-94.
- Çulha, O. (2011). “Gösterge Bilim (Semiyotik) Tekniği Kullanılarak Kanada Fotoğraflarının İncelenmesi” *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 7, Sayı 13, 2011, ss. 409–424.
- Danesi, M. (2002). *Understanding media semiotics*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Demirel, G. ve Karanfiloğlu, M., (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, S: 34, ss. 236-259.
- Deprawt, W. (2002). *From “evil empire” to “extremism”: Exploring enemy images and otherness in American news media*. Unpublished master’s thesis, Georgetown University, Washington DC.
- Echtner, Charlotte M. (1999), “The Semiotic Paradigm: Implications for Tourism Research”, *Tourism Management*, Cilt 20, Sayı 1, ss.47-57.
- Eryılmaz, B. ve Şengül, S., (2016). Sosyal Medyada Paylaşılan Yöresel Yemek Fotoğraflarının Turistlerin Seyahat Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*. Cilt:1, Sayı:1.
<https://onedio.com/haber/isinla-beni-skati-dedirten-cagin-otesinde-molekuler-tabaklar-704348>
- Karayılan, E., Akın, G. ve Gukuzade, P. (2017). Fotoğrafların Turist Deneyimi Üzerindeki Pozitif ve Negatif Etkileri: Kavramsal Bir Yaklaşım. 1st International Sustainable Tourism Congress, Kastamonu-Turkey, s. 860-867.
- Kocabay Şener, N., (2014). Sosyal Medyada Günün Menüsü: Sosyal Medyada “Paylaşılan” Yemek Fotoğrafları Üzerine Bir Değerlendirme. *Erciyes İletişim Dergisi “akademia”* Cilt: 3, Sayı: 3, (72-82)



Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 6, Issue 2, 421-430, 2022

Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi
Nurdan ÖZMEN

Norwood, Lynn J. (2005), "A Semiotic Analysis Of Biotechnology And Food Safety Photographs." Texas A&M University.

Öztürk Göçmen, P., (2007), "Çeşme'nin Turizm Reklamlarının Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi". I. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu, 21-23 Kasım, İzmir.

Seel, Norbert M. (1999), Semiotics and Structural Learning Theory, *Journal of Structural Learning & Intel. System*, Cilt 14, Sayı 1, ss. 1-9.

Türker, N. ve Türkmen B. M., (2017). "Safranbolu Tanıtım Fotoğraflarının Semiyotik (Göstergebilimsel) Analizi: Ziyaretçi Yorumları Üzerine Bir Araştırma International West Asia Congress Of Tourism (Iwact'17) The Book Of Full-Text, ss. 427-435.