



## **GASTRONOMİDE GÖRSELLERLE YİYECEK İÇECEK STİLİSTLİĞİ\*** FOOD AND BEVERAGE STYLING WITH VISUALS IN GASTRONOMY

### **Seda COŞKUN**

Öğrenci, Hitit Üniversitesi, Otel,  
Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,  
Aşçılık Programı,  
Çorum/Türkiye.  
Student, Hitit University, Hotel,  
Restaurant and Catering Services  
Department, Cooking Program,  
Çorum/Türkiye.  
sedacoskun19@hotmail.com  
**ORCID ID:** 0009-0002-5067-3572

### **Esra ÖZATA ŞAHİN**

Öğr. Gör. Dr., Hitit Üniversitesi, Otel,  
Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü  
/ Aşçılık Programı,  
Çorum/Türkiye.  
Lecturer Dr., Hitit University, Hotel,  
Restaurant and Catering Services  
Department, Cooking Program,  
Çorum/Türkiye.  
esraozata@hitit.edu.tr  
**ORCID ID:** 0000-0002-9438-5882

### **Makale bilgisi | Article Information**

**DOI:** 10.47994/usbad.1442182

**Makale Türü / Article Type:** Araştırma Makalesi / Research Article

**Geliş Tarihi / Date Received:** 24.02.2024

**Kabul Tarihi / Date Accepted:** 29.04.2024

**Yayın Tarihi / Date Published:** 20.04.2024

**Yayın Sezonu / Pub Date Season:** Nisan / April

**Bu Makaleye Atıf İçin / To Cite This Article:** Coşkun, S., & Özata Şahin, E.  
(2024). Gastronomide Görsellerle Yiyecek İçecek Stilistliği. *USBAD Uluslararası  
Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 6(14), 149-164.

**İntihal:** Bu makale intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.  
**Plagiarism:** This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.



**İletişim:** Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad>  
mail: [usbaddergi@gmail.com](mailto:usbaddergi@gmail.com)

\* Bu makale; 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2023 yılı 1. dönem kapsamında 1919B012300500 numaralı "Gastronomide Görsellerle Yiyecek İçecek Stilistliği" adlı proje kapsamında hazırlanmıştır.

**Öz:** Gastronomide yiyecek içecek stilizliği, yemeklerin görsel estetiğini ve sunumunu düzenleyen, yaratıcı bir bakış açısıyla malzemelerin düzenlenmesi, renk uyumu, tabak düzeni ve dekoratif unsurların kullanılması gibi faktörlere odaklanarak yemek deneyimini görsel açıdan zenginleştirmeyi amaçlayan bir alandır. Bu alandaki profesyoneller, lezzetin yanı sıra görsel açıdan da etkileyici bir deneyim sunmayı amaçlamaktadır. Yiyecek içecek stilizliği, mutfak sanatının yanı sıra tasarım ve estetik prensiplerini içeren kapsamlı bir disiplindir. Renklerin uyumu, tabak düzenlemeleri, malzeme kontrastları ve süsleme teknikleri, bir yemeğin estetik kalitesini belirlemektedir. Bu, yemekleri sadece tadıyla değil, aynı zamanda görsel çekiciliğiyle de unutulmaz kılmaktadır. Yiyecek içecek stilizleri, özel sunum teknikleri ve araçları kullanarak yemekleri çeşitli şekillerde düzenlemektedir. Sonuç olarak, gastronomide yiyecek içecek stilizliği, lezzetin yanı sıra görsel estetiği de ön planda tutan bir sanat anlayışını temsil etmektedir. Bu disiplin, mutfak dünyasına estetik bir bakış açısı kazandırarak yemek deneyimini unutulmaz kılmakta ve gastronomi sanatının sınırlarını genişletmektedir. Bu araştırmanın amacı, gastronomide kullanılmaya başlayan güncel bir yaklaşım haline gelen yiyecek içecek stilizliğinin derinlemesine incelenmesidir. Bu inceleme sonucunda kullanılan tekniklerin görsellerle desteklenerek sektöre ve yiyecek içecek işletmelerine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Stilistik, Gastronomi, Fotoğrafçılık

**Abstract:** Food and beverage stylist in gastronomy is a field that regulates the visual aesthetics and presentation of meals and aims to visually enrich the dining experience by focusing on factors such as the arrangement of ingredients, color harmony, plate arrangement and use of decorative elements from a creative perspective. Professionals in this field aim to provide a visually impressive experience as well as taste. Food and beverage stylist is a comprehensive discipline that includes design and aesthetic principles as well as culinary art. The harmony of colors, plate arrangements, material contrasts and decoration techniques determine the aesthetic quality of a dish. This makes dishes unforgettable not only with their taste but also with their visual appeal. Food and beverage stylists arrange dishes in a variety of ways using special presentation techniques and tools. As a result, food and beverage stylist in gastronomy represents an understanding of art that prioritizes visual aesthetics as well as taste. This discipline gives an aesthetic perspective to the culinary world, making the dining experience unforgettable and expanding the boundaries of gastronomy art. The aim of this research is to examine in depth food and beverage styling, which has become a current approach used in gastronomy, and to benefit the sector and food and beverage businesses by supporting the techniques used as a result of this examination with visuals.

**Key Words:** Styling, Gastronomy, Photography

## GİRİŞ

Yemek yeme olgusu, tarihsel süreç boyunca insanoğlunun yaşam serüveninde önemli bir rol oynamıştır. Ateşin kullanılmaya başlanması, ardından tarım ve besiciliğin egemen olduğu bir yaşam tarzının benimsenmesiyle yemek yeme faaliyetinde dönüşüm süreci yaşanmaya başlanmıştır (Bağıran Özşeker, 2016). Dolayısıyla yaşanan bu gelişmeler insanların yeme alışkanlıklarını, besin kaynaklarını ve yemek kültürlerini şekillendirmeye başlamıştır. Gıda sadece bir beslenme kaynağı değil, aynı zamanda gıda kalıplarını, tat tercihlerini ve mutfak uygulamalarını önemli ölçüde etkileyen kültürel ve sosyal yönleri de ifade etmektedir (Juarez vd., 2023). Bu noktada insanın beslenmesiyle ilgili olan her şey

hakkındaki açıklamalı bilgi şeklinde ifade edilen gastronomi kavramı ortaya çıkmaktadır (Bucak, 2016: s. 53).

Gastronomi kelimesi, Yunanca kökenli bir terim olan "gaster" (mide) ve "nomos" (yasa) kelimelerinin birleşmesiyle oluşmakta ve mide yasağı anlamına gelmektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64; Tez, 2015; Akbaba ve Kendirci, 2016: s. 115). Dolayısıyla gastronomi, yeme içme bilimini temsil etmektedir (Sormaz vd., 2015: s. 69). Amacı ise mümkün olan en iyi besinler aracılığıyla insanoğlunun varlığını sürdürebilmesidir (Bucak, 2016: s. 53). Genel olarak, gastronomi; yiyecek seçimi, hazırlığı ve sunumu gibi yiyeceklerin tüketiciye sunulma süreçlerini kapsamaktadır. Ayrıca, yiyeceklerin tarihsel gelişimini inceleyerek, bilimsel ve sanatsal anlamda da katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, gastronomi hem bir bilim dalı hem de bir sanattır.

Gastronomi teriminin kökenlerine bakıldığında, Antik Yunan döneminde yaşamış olan Sicilyalı Yunan Archehestratus'un, milattan önce 4. yüzyılda Akdeniz bölgesindeki gıda ve şarapları tanıtan 'Gastronomia' başlıklı kitabında bu terimi kullandığı bilinmektedir (Santich, 2004; Cömert ve Çavuş, 2016: s. 119). Gastronomi ile ilgili yapılan ilk resmi çalışma ise Fransız hukukçu ve politikacı Jean Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826) tarafından 1825 yılında *La Physiologie du gout* adıyla yayınlanmış kitaptır. Aynı zamanda bu kitap *Tat Alma Fizyolojisi* olarak da İngilizceye çevrilmiştir (Bağıran Özşeker, 2016: s. 7). 19. yüzyılda Brillat-Savarin, gastronominin "insanın beslenmesiyle bağlantılı her şeyin mantıklı bir şekilde anlaşılması" olduğunu belirtmiş ve gıdaya disiplinlerarası bir yaklaşım getirmiştir. Gastronomi, yeme ve içmenin nasıl, ne ve neden olduğunu kapsayarak insan ve sosyal bilimlerden doğa bilimlerine kadar birçok disiplinin çalışma alanı haline gelmiştir (Nyberg vd., 2022).

Gastronominin bu denli önem kazanması ile birlikte, yiyecek ve içecek hizmetlerinin bir sektör haline geldiği zamandan bu yana, ürünlerin görsel çekiciliği de büyük önem taşımaktadır. Görsel çeşitlilik, ürünlerin tüketiciler tarafından tercih edilmesinde etkili bir faktördür. Üreticiler, ürünlerini tüketiciye çekici kılmak ve rekabetin üstesinden gelmek için görsel açıdan çekici sunumları öne çıkarmaktadır. Bu nedenle üreticiler, rakiplerinden önde olma arzusuyla yiyecek ve içecek stilistliği ile fotoğrafçılığını bu sektörde vazgeçilmez hale getirmiştir (Özdoğan, 2014: s. 170).

Yiyecek içecek stilistliğinin tarihi 1950'li yıllara dayansa da dijital medyanın gelişmesiyle birlikte 2000'li yıllarda popülerlik kazanmaya başlamıştır. Başlangıçta sadece kitap, dergi ya da diğer basılı mecralarda rastlanırken artık internet siteleri, bloglar ve sosyal medya aracılığıyla çok daha geniş bir kitleye ulaşabilmektedir. Dolayısıyla yemek, bu sayede yaygın bir tema haline gelmiştir (Cankul vd., 2021). Yemek stilistliği ev ekonomisinin bir sonucu olarak başlamıştır. Ünlü yemek kitabı serisi *Foods of the World*'de çalışan California'lı fotoğrafçı Fred Lyon'a göre, ilk yemek stilistleri "beyaz, kolalı, laboratuvar önlükleri giyen huysuz kadınlar"dı. 1957'de Gourmet, "Şampanya Peyniri"ni içeren, acı veren yemeğin fotoğraflandığı ilk yemek kapağını çıkarmıştır (Carafoli, 2003: s. 97). Yemek stilistleri, genellikle

mutfak geçmişine sahip son derece yetenekli sanatçılardır. Görevleri ise yiyeceğin kameraya taze ve iştah açıcı görünmesini sağlamaktır. Dolayısıyla yiyeceğin yapısına, dokusuna çok iyi hakim olması gerekmektedir. Kusursuz bir görüntü elde edilebilmesi için tüm püf noktaları ve teknikleri bilmeli ve yemeğin tadı kadar lezzetli görünmesini de sağlamalıdır (Young, 2012).

Stil ve tekniğin doğru kombinasyonu ile yeme davranışını teşvik etme ve işletmelerin satışlarını artırma gibi noktalarda stilistik ön plana çıkmaktadır. Rekabetin yüksek olduğu bir pazarda farklılaştırıcı bir unsur olarak müşterilerin dikkatini çekmek için, web sitesi tasarımında müşterilerin işletmenizi tercih etmesi için ve restoranda mutfak şefinin çalışmalarını ön plana çıkarmak için stilistikten yardım almak iyi bir tercih olabilir (Behera, 2017). Gastronomi ve stilistiğin bir arada kullanılması yiyecek içecek sektörü için önemli bir adımdır (Custer, 2010; Kim vd., 2011; Chun vd., 2011; Seo, 2011; Young, 2012; Ferroni, 2012; Bellingham ve Bybee, 2012; Kim ve Kim, 2013; Piqueras-Fiszman vd., 2013; Gutierrez, 2014; Özdoğan, 2014; Bekar ve Karakulak, 2016; Gisseman, 2016; Sosef, 2019; Glyda, 2019; Vijitbunyanon, 2020; Cankul vd., 2021; Saritaş ve Sormaz, 2023). Bu araştırmada, fotoğrafçılıkta kullanılan kompozisyon teknikleri kullanılarak yiyecek içecek stilistiği uygulama tekniklerinin görsellerle belirlenmesi amaçlanmıştır.

## LİTERATÜR TARAMASI

Fransızca "style" kelimesi, tarzı ifade etmekte ve Osmanlıcada "mobilyalardaki özel tasarım ve zevk anlayışı" anlamında kullanılmıştır. Türkçedeki tanımı ise "üslup" ve "biçem" kelimeleriyle açıklanmaktadır. Biçem, bir sanatçının bakış açısı, duygusu, anlayışı ve ifade tarzının yanı sıra bir türün veya bir dönemin kendine özgü anlatım biçimini temsil etmektedir (Esmer, 2017). Stil teriminin bu tanımlamaları, stil ile "kişiye özgü" arasındaki yakın ilişkiyi gözler önüne sermektedir. Kişiye özgü bir ifade, sanat, spor, edebiyat ve diğer farklı alanlarda ortaya konan ürünlerde veya yeteneklerde görülebilmektedir. Bu yüzden stil terimi, bir jimnastikçinin zarafetini, bir futbol takımının oyununu, yeni bir moda akımını, bir şirketin iş organizasyonunu veya bireylerin düşünme, öğrenme, konuşma veya öğretme tarzını tanımlamak için pek çok farklı alanda kullanılabilir (Riding ve Rayner, 1997: s. 5-6).

Stilistikte kullanılan renkler, yemek fotoğrafçılığının önemli faktörlerinden biridir. Renklerin insan tercihleri üzerindeki etkileri, gastronomide de belirgin bir rol oynamaktadır. Yemeklerin görüntüsü, sadece lezzet değil, aynı zamanda sunumundaki renklerle de önem kazanmaktadır. Görsel çekicilik, yemeğin beğenilmesinde etkili bir faktördür. Yemeklerin renk paleti, tüketicide olumlu bir izlenim bırakarak yemeğin çekici ve lezzetli olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle, renkler gastronomi dünyasında sadece görsel bir unsur değil, aynı zamanda yemek deneyimini etkileyen önemli bir unsurdur (Web, 2023). Gıdaların renkleri, gıdanın tanınmasını, güven duyulmasını, lezzetle ilgili tatmin öncesinde ve yiyeceğin formülasyonu ile ilgili süreçlere dair fikir edinmeyi kolaylaştırmaktadır

(Yılmaz ve Erden, 2017). Renk skalasının gastronomideki önemi çok yönlüdür. Bu önemli etkilerden bazıları şunlardır (Bilir, 2011);

- *Görsel Çekicilik:* Renkler, yemeğin görsel çekiciliğini artırmaktadır. İnsanlar genellikle önce gördükleriyle etkilenmektedir, bu nedenle yemeklerin renk paleti, tüketiciyi çekmek ve yemeğin lezzetini önceden hissettirmek açısından kritiktir.
- *Algı ve Beklentiler:* Belirli renkler, tüketicilerde belirli algılar yaratmaktadır. Örneğin, taze yeşil renkleri genellikle sağlıklı ve taze bir yemekle ilişkilendirilirken, zengin kırmızılar daha yoğun ve lezzetli bir tat vaat edebilmektedir.
- *Duygusal Etki:* Renkler duygusal tepkileri tetikleyebilmektedir. Sıcak renkler (örneğin, turuncu ve kırmızı), enerji ve sıcaklık hissi uyandırabilirken, soğuk renkler (örneğin, mavi ve yeşil), rahatlatıcı bir etki yaratabilmektedir.
- *Mevsimsel ve Bölgesel Tanımlama:* Belirli renkler, mevsimlere veya bölgesel mutfaklara özgü olduğu düşünülen yemeklerde kullanılabilir. Bu, yerel ve mevsimsel malzemelerin vurgulanmasına katkı sağlamaktadır.
- *Yemeğin Tanımlanması:* Renk, malzemelerin ve bileşenlerin ayrıştırılmasını kolaylaştırabilmektedir. Bu, yemeğin karmaşıklığını görsel olarak ifade edebilmektedir ve tüketicinin hangi lezzetleri bekleyebileceği konusunda ipucu verebilmektedir. Sonuç olarak, renk skalası yemek deneyimini zenginleştirmekte ve tüketiciye yemeğin içeriği, lezzeti ve nitelikleri hakkında önemli bilgiler içerebilmektedir.

### **Yiyecek ve İçecek Fotoğrafçılığı**

Yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı, yemek dünyasına yeni bir boyut kazandırmaktadır. İyi bir yemek fotoğrafçısı, yemeğin sunumunu mükemmelleştirirken, fotoğrafçı da bu sanat eserini kalıcı hale getirmektedir ve yiyeceklerin fotoğraflarda taze ve iştah açıcı görünmesini sağlamaktadır. İştah açıcı yemekler tasarlayan stilistler, bu uygulamada pratikte tüm teknikleri ve püf noktalarını kullanmaktadır, böylece yemeklerin daha lezzetli ve taze görünmesini sağlamaktadır (Young, 2016: s. 84). Bu tüm çabaların temel hedefi taze, sanatsal ve estetik açıdan güzel görünen yemek fotoğrafları yaratmaktır (Manna ve Moss, 2005: s. 83). Stilistler, teknik bilgi ve deneyimlerini kullanarak yaratıcı dokunuşlarla doğru kompozisyonu ve perspektifi başarıyla yakalayarak tasarımlarını özenle hazırlamaktadırlar (Fisher, 2012: s. 19; Puranik, 2016: s. 50-51).

Yiyecek ve içecek stilistiği ile fotoğrafçılığında, çekim için önceden belirlenen yiyecek türü, kompozisyon ve çekim ortamı kritik öneme sahiptir. Belirlenen ürün, kompozisyon ve ortama uygun olarak, özel kamera, farklı lens seçenekleri, çeşitli araçlar, gereçler ve ekipmanlar kullanılmaktadır. Bu unsurlar, yiyecek ve içeceklerin çekiminde düzenli ve etkileyici bir form yakalamak için temel yardımcılarıdır. En kritik ekipman ise yiyecek ve içecek fotoğrafçılığı için kullanılan kamera ve lenslerdir, çünkü bu unsurlar doğrudan çekim kalitesini etkilemektedir (Bekar, 2016). Yiyecek ve içecek fotoğrafçılığında, detaylar ve ürünün

yansıtılmasındaki netlik büyük bir öneme sahip olmaktadır (Young, 2012: s. 139). Bu detaylar, lezzetin, dokunun ve sunumun izleyiciye etkili bir şekilde aktarılmasını sağlamaktadır, böylece fotoğraf, ürünün özünü vurgulamakta ve izleyiciyle daha derin bir bağ kurmaktadır. Yiyecek ve içecek fotoğrafçılığında kullanılan lensler, kameraların yanında diğer önemli ekipmanlardan biridir. Bu lensler, yakın çekim imkânı ve kısıtlı alan derinliği sunarak, görsel olarak yaratıcı sonuçların elde edilmesine olanak tanımaktadır. Bu özellikler, lezzetli detayları ve özgün kompozisyonları vurgulamakta, izleyicide daha etkileyici bir deneyim yaratmaya yardımcı olmaktadır (Dujardin, 2011: s. 111). Yiyecek ve içecek fotoğrafı çekerken yakın çekim yapmanın gerekliliği, titremeleri önlemek amacıyla tripod veya sabitleyici kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Yiyecek ve içeceklerin çekim öncesinde hazırlanmasında kullanılan araçlar arasında kesici aletler (bıçak, makas), spatula, cımbız, maşa, kaşık, pipet, kürdan, pamuk, karıştırma kapları, yapıştırıcılar, çeşitli boylardaki resim fırçaları veya mutfakta kullanılan fırçalar, spreyleyiciler, kuru veya nemli bezler bulunmaktadır (Young, 2012; Bekar, 2016; Kopçok, 2021). Bu araçlar, fotoğraf çekiminde detayların vurgulanmasına ve özgün kompozisyonların oluşturulmasına olanak sağlamaktadır.

## YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, gastronomide kullanılmaya başlayan güncel bir yaklaşım haline gelen yiyecek içecek stilistiğinin derinlemesine incelenmesi ve bu inceleme sonucunda kullanılan tekniklerin görsellerle desteklenerek sektöre ve yiyecek içecek işletmelerine fayda sağlamasıdır. Bu kapsamda araştırmada toplam 6 grup (ekmek ve unlu mamüller, baharatlar, içecekler, sebze ve meyveler, tatlı ve pasta, dergi kapak çekimi) oluşturulmuştur. Gruplar araştırmacı tarafından rastgele oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kompozisyonlarda 6 teknik kullanılmıştır. Kompozisyon, bir fotoğraftaki çeşitli formların, şekillerin, dokuların, renklerin ve öğelerin düzenlenmesini ifade etmektedir. Bunu, belirli bir şekilde uyacak şekilde önceden kesilmemiş parçalarla bir bulmacayı bir araya getirmeye çalışmak olarak da düşünülebilir. Başarılı yemek fotoğrafları ortaya çıkarmak için kullanılan bazı kompozisyon teknikleri ise; *Spiral*, küçük "a" harfi, hedef merkezi, üçte bir kuralı, kamera eğimi ve çerçevelemedir. Bu teknikler (Manna ve Moss, 2005; Sarıtaş, 2022);

- *Spiral*: Gözlerimiz doğal olarak resimleri saat yönünde tarama ve ardından merkezinde en beyaz ve en parlak renklerin bulunduğu alana doğru sarmal bir şekilde tarama eğilimindedir.
- *Küçük a harfi*: Göze rehberlik eden basit bir yöntem, "a" harfi ana konuya işaret etmektedir.
- *Hedef Merkezi*: Bu teknik, fotoğrafın ortasına yerleştirmeye yönelik eski moda bir tekniktir. Eşmerkezli şekillerin kullanımı gözünüzü fotoğrafın ortasına çeker.
- *Üçte Bir Kuralı*: Bir fotoğrafı dikey ya da yatay olarak üçe bölünmüş olarak düşünülmesidir. Altın oran tekniğine benzer bir kuraldır.
- *Kamera Eğimi*: Kameranın basit bir eğimi kompozisyona yardımcı olabilir çünkü konuyu merkezin biraz dışına yerleştirir, hareket ve görsel akış yaratır.

- *Çerçeveleme*: Görüntüyü çerçevelemek ve izleyicinin gözünü görselin içine çekmek için fotoğrafların dış alanı kullanılır.

Bu teknikler ile oluşturulan 6 grupta teknikleri temsil eden görsel çekimler (her grupta karma teknikler kullanılmıştır) yapılmıştır (*Araştırmada kullanılan fotoğraflar araştırmacılar tarafından profesyonel fotoğraf makinesi aracılığıyla uygulama mutfağında çekilmiştir*). Bu araştırma sonuçları ile yeme içme sektöründe yaratıcılık ve estetik kavramları ön planda tutularak yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı alanına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmayla, Yiyecek İçecek Stilistliği'ne yönelik yapılan çalışmaların bilinirliğinin artmasıyla birlikte mevcut alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın görsellerle desteklenmesi ise çalışmayı daha kalıcı hale getirecektir. Bu çalışmanın görsel kullanılarak yapılacak olması ise alanyazına ciddi anlamda katkı sağlayacağı ve özgün bir değere sahip olduğunu gösterecektir. Bu kapsamda araştırmanın problem cümleleri şu şekilde oluşturulmuştur:

- Gastronomide yiyecek içecek stilistliğinin önemi nedir?
- Yemek fotoğrafçılığında önemli kriterler nelerdir?
- Gastronomide görselliğin kullanımı gerekli midir?

Bu çalışmada Nitel Araştırma yöntemlerinden biri olan Gözlem tekniğinin Doküman analizi (Fotoğraf, video, ses, yazıl kaynaklar) aracılığı ile yapılması hedeflenmektedir. Gözlemde bir gözleyen bir de gözlenen vardır. Yapısına göre gözlem türleri incelendiğinde ise yapılandırılmamış gözlem, nitel araştırma alanlarında kullanılan, belli bir plana veya kurala bağlı kalınmayan, belli bir zaman dilimindeki tüm davranışlar kaydedilir. Bilgi toplamada tamamen özgür olan araştırmacı, gözlem sonunda elde ettiği verileri sentezleyerek soyut bir hale getirir (Bakıtkal, 2023). Gözlemci, araştırma sürecini gözlemlerini yazarak kaydettiği gibi, ses kaydedici ve video ile de verileri toplayabilir (Dönmez, 2023).

Bu çalışma yapay ortamda (laboratuvar çalışması-mutfak) gerçekleştirilecektir. Gözlem türlerinden katılımcı olmayan gözlem türü kullanılacaktır. Veriler fotoğrafçılıkla toplanacaktır. Gözlem yapma tekniğinin aşamaları ise şu şekildedir: Alanın- ortamın ve gözlem biçiminin seçilmesi, bir örnekleme stratejisinin seçimi, gözlemin yapılması ve kaydedilmesi, gözlem araştırmasından çıkış, verilerin analizi ve bulguların raporlaştırılması şeklindedir (Zengin, 2014). Örneklem grubu ise araştırmacı tarafından rastgele oluşturulan 6 gruptan (ekmek ve unlu mamüller, baharatlar, içecekler, sebze ve meyveler, tatlı ve pasta, dergi kapak çekimi) oluşmaktadır. Uygulama mutfağında belirlenen 6 grup üzerinde çekimler yapılmıştır. Bu çekimlerde fotoğrafçılıkta kullanılan kompozisyon teknikleri gözetilerek tasarım yapılmıştır. Buradaki amaç fotoğrafçılıkta kullanılan teknikleri yiyecek içecek stilistliğine uyarlayarak standartlaşmayı sağlamaktır.

## **BULGULAR**

Aşağıdaki görsellerde araştırma kapsamında oluşturulan kompozisyonlar (kullanılan kompozisyon teknikleri ise; Spiral, küçük "a" harfi, hedef merkezi, üçte bir kuralı, kamera eğimi ve çerçeveleme) yer almaktadır.



**Tablo 1.** Ekmek ve unlu mamuller grubu için oluşturulan kompozisyonlar

Tablo 1’de ekmek ve unlu mamul ürünlerine yönelik oluşturulan kompozisyonlara ait çekimler yer almaktadır. Ekmek ve unlu mamul teması özelinde proplar oluşturulmuştur. Proplar, bir ürün çekiminde oluşturulan hikâyede kullanılan araç, gereç ve ekipmanları ifade etmektedir. Sırasıyla ilk fotoğrafta eskitme bir kağıda sarılmış ekmekler ve ekmeğin çıkış noktasını temsil eden buğday başağı yer almaktadır. İkinci fotoğrafta ise bir sepete konuşmuş ekmekler ve hemen yanında yine buğday başağı, zeminde ise yumurta kullanılmıştır. Üçüncü fotoğrafta ise hedef merkezi kullanılmış ve son fotoğrafta ise ton-sür-ton kullanılmış zeminle uyumlu bir pizza, pizzadan bir parçanın sunumu şeklindedir. Bu görsellerin tamamında aynı zemin kullanılmış olup zeminde ise dokulu bir yapı tercih edilmiştir.



**Tablo 2.** Baharatlar grubu için oluşturulan kompozisyonlar

Tablo 2’de baharatlara yönelik oluşturulan kompozisyonlara ait çekimler yer almaktadır. Baharatlar özelinde proplar oluşturulmuştur. Zemin renginde ise birbirine yakın tonlar kullanılmış olup dokulu zemin tercih edilmiştir. İlk üç fotoğrafta hedef merkezi tekniği ve son fotoğrafta ise çerçeveleme tekniği kullanılmıştır.





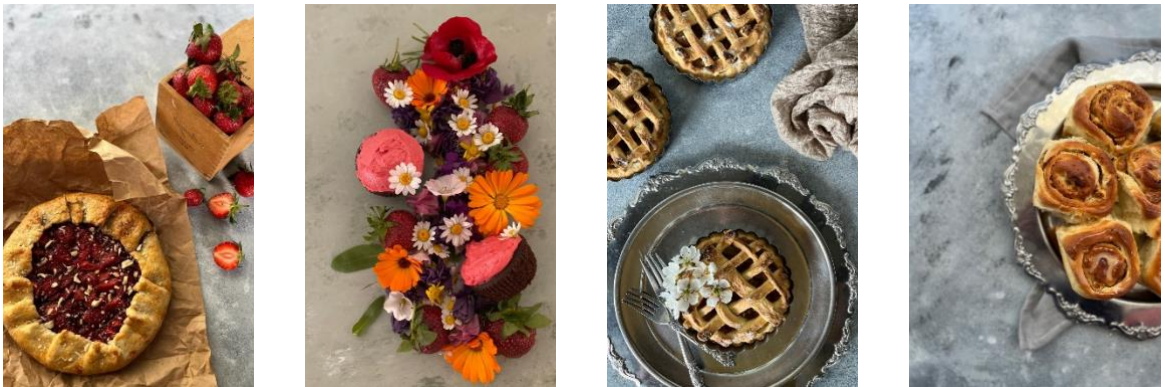
**Tablo 3.** İçecekler grubu için oluşturulan kompozisyonlar

Tablo 3'te içeceklere yönelik oluşturulan kompozisyonlara ait çekimler yer almaktadır. Fotoğraflarda farklı kamera eğimleri kullanılmıştır. İlk iki fotoğrafta arka plan kullanılmış, tam karşıdan gören bir açıyla çekim yapılmış ('Straight-on' yani sahneyi tam karşıdan gören çekim açısı (Ölmez, 2022)) ve diğer iki fotoğrafta ise 90 derecelik kamera eğimi kullanılmıştır. Zemin ve kullanılan propların renk skalasına uygun, birbirini tamamlayan tonlarda seçilmesine özen gösterilmiştir.



**Tablo 4.** Sebze ve Meyveler Grubu İçin Oluşturulan kompozisyonlar

Tablo 4'te sebze ve meyvelere yönelik oluşturulan kompozisyonlara ait çekimler yer almaktadır. İlk fotoğrafta üçte bir kuralı tekniği uygulanmıştır. İkinci fotoğrafta küçük "a" harfi tekniği kullanılmıştır. Üçüncü fotoğrafta spiral tekniği kullanılmıştır. Son fotoğrafta ise hedef merkezi tekniği kullanılmış olup sebze ve meyve grubunun tamamında 90 derece eğim kullanılmıştır.



**Tablo 5.** Tatlı ve pasta sanatı grubu için oluşturulan kompozisyonlar

Tablo 5'te tatlı ve pastaya yönelik oluşturulan kompozisyonlara ait çekimler yer almaktadır. Bu fotoğrafların hepsinde 90 derecelik kamera eğimi kullanılmıştır. İlk fotoğrafta küçük "a" harfi, ikinci fotoğrafta hedef merkezi, üçüncü fotoğrafta üçte bir kuralı ve son fotoğrafta ise spiral tekniği kullanılmıştır.



**Tablo 6.** Dergi kapak çekimi grubu için oluşturulan kompozisyonlar

Tablo 6'da dergi kapak çekimine yönelik oluşturulan kompozisyonlara ait çekimler yer almaktadır. İlk fotoğraf ve son fotoğrafta 'Straight-on' yani sahneyi tam karşıdan gören çekim açısı, iki ve üçüncü fotoğrafta ise 90 derecelik kamera eğimi kullanılmıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada fotoğrafçılıkta var olan kompozisyon teknikleri, yiyecek içecek stilistliğine uyarlanmış ve stilistlikte uygulama tekniklerinin belirlenmesi ve standartlaşması üzerine inceleme yapılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular görsel olarak sunulmuştur. Elde edilen görsellere göre fotoğrafçılıkta kullanılan kompozisyon tekniklerinin (Spiral, küçük "a" harfi, hedef merkezi, üçte bir kuralı, kamera eğimi ve çerçeveleme) stilistliğe uyarlanabileceği görsellerle desteklenerek tespit edilmiştir.

Yiyecek içecek endüstrisinde gastronomi uzmanlarının rekabet ortamında kendilerini farklılaştırmaları ve kıt kaynaklarla çalışabilmeleri için son dönemlerde yaratıcılık ve estetik kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır. Gastronomide yaratıcılık ve estetik unsurunun bu denli önemli hale gelmesiyle birlikte tabakta birtakım değişikliğe (düzene) gidilmeye başlanmıştır. Yemek stilistliği, yiyecek ve içecek işletmeleri için son derece değerli bir alandır ve yiyecekleri süsleyerek sunmanın sanatı olarak kabul edilir. Bu alandaki gelişmeler, özellikle yemek fotoğrafçılığının yaygınlaşmasıyla daha da önem kazanmıştır. Yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı, yiyecek ve içecek tüketimini teşvik etmede ayrılmaz bir şekilde birbirine bağlıdır. Bu alandaki çalışmaların, tüketicilerin ilgisini çekmek için giderek daha önemli hale geldiği görülmektedir (Saritaş ve Sormaz, 2023).

Yemek, karın doyurmanın da dışında estetik bir kaygı taşıyarak tüketiciye görsel bir şölen sunmaktadır. Yiyecek ve içecek stilistliği, ürünlerin belirli teknikler kullanılarak göze daha hoş görünmesini sağlamak ve daha da iştah açıcı hale getirmektir. Sonuç itibarıyla işletmelerin rekabet ortamında fırsatları yakalayabilmesi adına bu tür farklılaştırmalara gitmesi ve yiyecek içecek stilistliği konusunda uzman hale gelmesi işletmesini bir basamak yukarı taşıyacaktır. Yemek stilistliği, yiyeceklerin veya yemeklerin sunumu ve görsel estetiğini geliştirmek için kullanılan farklı stilleri içerebilir. Örneğin;

- *Minimalist Stil:* Bu stil, sadelik ve temizlik odaklıdır. Yemekler ve sunumları sade ve az detay içermektedir. Genellikle beyaz veya nötr renkler tercih edilmektedir.
- *Rustik Stil:* Rustik yemekler, doğal malzemeler ve rahat bir sunumla tanınmaktadır. Tahta plakalar, doğal ışık ve doğal renkler bu stile özgüdür.
- *Geleneksel Stil:* Geleneksel yemek stilinde, klasik sunumlar ve eski tariflere dayalı yemekler ön plandadır. Bu stilde genellikle geleneksel tabak ve servis ekipmanları kullanılmaktadır.
- *Modern Stil:* Modern yemek stilinde deneysel sunumlar ve çağdaş tarifler tercih edilmektedir. Yaratıcı şekiller, renkler ve dokular sıklıkla kullanılmaktadır.
- *Şık Stil:* Şık yemek stilinde lüks ve zarafet vurgulanmaktadır. İnce porselen tabaklar, özenle yerleştirilmiş yiyecekler ve özel sunumlar kullanılmaktadır.
- *Dijital Stil:* Sosyal medya ve dijital platformlar için yemek fotoğrafçılığına odaklanılmaktadır. Bu stilde yiyeceklerin özellikleri ve görsel cazibesi önemlidir.
- *Sezon Stili:* Mevsimlere ve yerel ürünlere odaklanan bir stildir. Mevsime uygun malzemeler ve renkler kullanılmaktadır.

Yemek stilistleri, müşterilerinin veya projelerinin ihtiyaçlarına uygun olarak bu stilleri kullanabilirler. Her stil, belirli bir amaca veya hedef kitleye hitap edebilir. Araştırmanın sonuçlarına yönelik ise yapılabilecek öneriler şu şekildedir; araştırmada birbirinden farklı 6 tema belirlenmiş ve 6 kompozisyon tekniği uygulanarak çekimler yapılmıştır. Alanyazında da kullanılan bu tekniklerin uygulamaya dönüştürülmesi bu tekniklerin stilistlikte başarılı sonuçlar elde edilebileceğini göstermiştir. Dolayısıyla yiyecek içecek stilistliği ile ilgili bir görsel çalışma yapılacaksa (menü çekimi, kitap-dergi kapağı, broşür vb.) bu temel kompozisyon teknikleri baz alınarak çalışmalar yürütülebilir.

#### KAYNAKÇA

- Akbaba, A., & Kendirci, P. (2016). *Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretlemeli Ürünler*. İçinde O. N. Özdoğan (Ed.), *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2*. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Bağırın Özşeker, D. (2016). *Gastronomi Kavramı: Tanımı ve Gelişimi*. İçinde H. Kurgun, D. Bağırın Özşeker (Ed.), *Gastronomi ve Turizm 1*. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Bakitkal, Z. (2023). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Gözlem*. Erişim Linki: [https://www.academia.edu/42925989/B%C4%B0L%C4%B0MSEL\\_ARA%C5%9ETIRM\\_A\\_Y%C3%96NTEMLER%C4%B0\\_G%C3%96ZLEM](https://www.academia.edu/42925989/B%C4%B0L%C4%B0MSEL_ARA%C5%9ETIRM_A_Y%C3%96NTEMLER%C4%B0_G%C3%96ZLEM), Erişim Tarihi: 01.05.2023.
- Behera, M. (2017). A feast for the eyes: the importance of food photography in restaurant marketing. *Restaurant marketing/Web design*, available at: <https://thedigitalrestaurant.com/food-photography-in-restaurant-marketing/>.

- Bekar, A. (2016). Yiyecek ve İçecek Stilistliği ve Fotoğrafçılığı. Akademik Bakış Dergisi, 53(5/7).
- Bekar, A., & Karakulak, Ç. (2016). Yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığı. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, 53, 104-113.
- Bellingham, L., & Bybee, J. A. (2012). Food styling for photographers: A guide to creating your own appetizing art. Routledge.
- Bilir, Z. (2021). Gastronomi ve Renkler Arasındaki İlişki. Erişim Linki: <https://www.turizmgunlugu.com/2021/12/11/gastronomi-ve-renkler-arasindaki-iliski/>. Erişim Tarihi: 5.12.2023.
- Bucak, H. (2016). Lezzetin Fizyolojisi ya da Yüce Mutfak Üzerine Düşünceler Jean Anthelme Brillat-Savarin, 1. Baskı, Oğlak Yayıncılık: İstanbul.
- Cankul, D., Ari, O. P., & Okumus, B. (2021). The current practices of food and beverage photography and styling in food business. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 12(2), 287-306.
- Carafoli, J. F. (2003). Tempting the palate: The food stylist's art. Gastronomica, 3(2), 94-97.
- Chun, D. S., Kim, B. H., & Kang, K. O. (2011). Recognition and utility properties of menu development derived from the performance of food styling for cooks in a super deluxe hotel. Journal of the East Asian Socociety Dietary Life, 21(5), 771-778.
- Cömert, M., & Çavuş, O. (2016). Moleküler Gastronomi kavramı (The concept of Molecular Gastronomy). Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4/4 118-131.
- Custer, D., (2010). Food Styling: The Art og Preparing Food fort he Camera. Johns Wiley&Sons Inc. Hoboken, New Jersey.
- Dönmez, Z. K. (2023). Veri Toplama Teknikleri: Gözlem. Erişim Linki: <https://slideplayer.biz.tr/slide/5249274/> , Erişim Tarihi: 01.05.2023.
- Dujardin, H. (2011). Plate to Pixel: Digital Food Photography&Styling. Wiley Publishing Inc. Indianapolis.
- Esmer, E. (2017). Stil sınıflamaları ve zihinsel stil kavramının neliği üzerine bir değerlendirme. İlköğretim Online, 16(2), 717-726.
- Ferroni, L. (2012). Food photography: Pro secrets for styling, lighting and shooting. Sterling Publishing.
- Fisher, H. J. (2012). Food stylist food image creation for print media and consumer interpretation: an exploratory investigation. Faculty of Natural and Agricultural Science Department of Consumer Science University of Pretoria.
- Gisseman, C. (2016). Food photography a beginner's guide to creating appetizing images. Rocky Nook Inc. USA.
- 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.
- Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(2), 63-73.
- Kim, B., Shin, & M., Kang, K. (2011). A study on the recognition and satisfaction of food styling for cooks in a deluxe hotel. The Korean Journal of Culinary Research, 17(3), 76-88.
- Kim, S. H., & Kim, S. H. (2013). Relationship between the image of taste and the foodstyling design. Journal of Food Service Management Society of Korea, 16(2), 119-140.

- Kopco, D. (2021). The Right Tools for Food Photography Styling and How to Use Them, (2021, 9 Eylül). Erişim adresi <https://expertphotography.com/the-right-toolsfor-food-photography-styling/>.
- Manna, L., & Moss, B. (2005). Digital Food Photography. Boston: Thomson Course Technology.
- Mariano-Juárez, L., Medina, F. X., & Conde-Caballero, D. (2023). Popular cuisines at foodie tables. Social class, distinction, and food transformation and incorporation in contemporary gastronomies. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 33, 100791.
- Nyberg, M., Börjesson, S. M. E., Höijer, K., Olsson, V., Rothenberg, E., & Wendin, K. (2022). Circular gastronomy–Exploring a new compound concept at the interface between food, meals and sustainability. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 30, 100610.
- Ölmez, S. (2022). Yemek Fotoğrafçılığı ve Kompozisyon. Erişim Linki: <https://www.athenos.com/yemek-fotografciligi-ve-kompozisyon/>. Erişim Tarihi: 11.02.2024.
- Özdoğan, O. (2014). Yiyecek Stilistliği ve Fotoğrafçılık. Osman N. Özdoğan (Ed.), *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri içinde* (s. 167-188). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Piqueras-Fizman, B., Giboreau, A., & Spence, C. (2013). Assessing the influence of the color of the plate on the perception of a complex food in a restaurant setting. *Flavour*, 2(1), 24. <http://dx.doi.org/10.1186/2044-7248-2-24>
- Puranik, A. (2016). "Overview on Food Photography", *Smart Photography August-2016*. Rigel, N. (1993). *Kağıt Kaplanlar*, 1. Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Rayner, S. V., & Riding, R. (1997). Towards a categorisation of cognitive styles and learning styles. *Educational Psychology*, 17, (1), 5-27.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, (23), 15–24.
- Sarıtaş, A. (2022). Mutfak Yöneticilerinin Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılığı İlgi, Kullanma Durumları ve Bilgi Düzeyleri: İstanbul Örneği (Master's thesis, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Sarıtaş, A., & Sormaz, Ü. (2023). Yemek Stilistliği Uygulamalarının Otel ve Restoranlarda Yapılan Yemek Sunumları Üzerindeki Etkisi. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 289-300.
- Seo, H. J. (2011). Effects of food space design on customer satisfaction, revisit intention, and recommendation intention focused on food styling of hotel's restaurants [Unpublished Master's thesis]. Kyung Sung University.
- Sormaz, Ü., Özata, E., & Güneş, E. (2015). Turizmde Gastronomi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 67–73.
- Sosef, B. (2019). Food photography and still life paintings: A single subject in multiple worlds Master's thesis, Leiden University. Leiden University Student Repository. <https://hdl.handle.net/1887/77783>.
- Tez, Z. (2015). *Lzzetin Tarihi*. 3. Baskı, Hayykitap: İstanbul.
- Vijitbunyanon, P. (2020). The importance of food styling and food photography towards customers' perspective at kitchen corner café. *Dusit Thani College Journal*, 13(2), 454-463.
- Web. (2023). Erişim Linki: <https://www.izmirlezzethaber.com/gastronomide-renklerin-onemi/20/>. Erişim Tarihi: 29.11.2023.
- Yılmaz, H., & Erden, G. (2017). Renklerin Çorbaların Tat Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/Special issue2, 265-275.

Young, N. S. (2012). Food Photography: From Snapshots to Great Shots. Peachpit Press, California, USA.

Young, N. S. (2016). Food Photography: From Snapshots to Great Shots, Second Edition. Peachpit Press, Berkeley.

Zengin, Y. (2014). Gözlem Tekniği. Erişim Linki: <https://prezi.com/7mwmjgrez6mv/gozlem-teknigi/> Erişim Tarihi: 02.05.2023.

**GENİŞLETİLMİŞ ÖZET:** Her insanın temel ihtiyaçlarından biri olan beslenme, gastronomi kavramının doğmasına neden olmuştur. Gastronomi, yeme içme bilimi olarak tanımlanmış ve tarih boyunca çeşitli etkiler altında değişmiş, evrimleşmiş ve gelişmiştir (Web, 2023). Gastronomi kelimesi, Yunanca kökenli bir terim olan "gaster" (mide) ve "nomos" (yasası) kelimelerinin birleşmesiyle oluşmakta ve mide yasası anlamına gelmektedir (Akbaba ve Kendirci, 2016: s. 115; Güzel Şahin ve Ünver, 2015: s. 64). Dolayısıyla gastronomi, yeme içme bilimini temsil etmektedir (Sormaz vd., 2015: s. 69). Ayrıca, yiyeceklerin tarihsel gelişimini inceleyerek, bilimsel ve sanatsal anlamda da katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, gastronomi hem bir bilim dalı hem de bir sanattır. Bu araştırmanın amacı, gastronomide kullanılmaya başlayan güncel bir yaklaşım haline gelen yiyecek içecek stilistliğinin derinlemesine incelenmesi ve bu inceleme sonucunda kullanılan tekniklerin görsellerle desteklenerek sektöre ve yiyecek içecek işletmelerine fayda sağlamasıdır. Bu kapsamda araştırmada toplam 6 grup (ekmek ve unlu mamüller, baharatlar, içecekler, sebze ve meyveler, tatlı ve pasta, dergi kapak çekimi) oluşturulmuştur. Gruplar araştırmacı tarafından rastgele oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kompozisyonlarda belirli teknikler kullanılmıştır. Kompozisyon, bir fotoğraftaki çeşitli formların, şekillerin, dokuların, renklerin ve öğelerin düzenlenmesini ifade etmektedir. Bunu, belirli bir şekilde uyacak şekilde önceden kesilmemiş parçalarla bir bulmacayı bir araya getirmeye çalışmak olarak da düşünülebilir. Başarılı yemek fotoğrafları ortaya çıkarmak için kullanılan bazı kompozisyon teknikleri ise; Spiral, küçük "a" harfi, hedef merkezi, üçte bir kuralı, kamera eğimi ve çerçevelemedir. Bu teknikler (Manna ve Moss, 2005; Sarıtaş, 2022);

- *Spiral:* Gözlerimiz doğal olarak resimleri saat yönünde tarama ve ardından merkezinde en beyaz ve en parlak renklerin bulunduğu alana doğru sarmal bir şekilde tarama eğilimindedir.
- *Küçük a harfi:* Göze rehberlik eden basit bir yöntem, "a" harfi ana konuya işaret etmektedir.
- *Hedef Merkezi:* Bu teknik, fotoğrafın ortasına yerleştirmeye yönelik eski moda bir tekniktir. Eşmerkezli şekillerin kullanımı gözünüzü fotoğrafın ortasına çeker.
- *Üçte Bir Kuralı:* Bir fotoğrafı dikey ya da yatay olarak üçe bölünmüş olarak düşünülmesidir. Altın oran tekniğine benzer bir kuraldır.
- *Kamera Eğimi:* Kameranın basit bir eğimi kompozisyona yardımcı olabilir çünkü konuyu merkezin biraz dışına yerleştirir, hareket ve görsel akış yaratır.
- *Çerçeveleme:* Görüntüyü çerçevelemek ve izleyicinin gözünü görselin içine çekmek için fotoğrafların dış alanı kullanılır.

Bu teknikler ile oluşturulan 6 grupta görsel çekimler (her grupta karma teknikler kullanılmıştır) yapılmıştır. Bu araştırma sonuçları ile yeme içme sektöründe yaratıcılık ve estetik kavramları ön planda tutularak yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı alanına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmayla, Yiyecek İçecek Stilistliği'ne yönelik yapılan çalışmaların bilinirliğinin artmasıyla birlikte mevcut alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın görsellerle desteklenmesi ise çalışmayı daha kalıcı hale getirecektir. Bu çalışmanın görsel kullanılarak yapılması ise alanyazına ciddi anlamda katkı sağlayacağı ve özgün bir değere sahip olduğunu gösterecektir. Yiyecek ve içecek stilistliği, ürünlerin belirli teknikler kullanılarak göze daha hoş görünmesini sağlamak ve daha da iştah açıcı hale getirmektir. Sonuç itibarıyla işletmelerin rekabet ortamında fırsatları yakalayabilmesi adına bu tür farklılaştırmalara gitmesi ve yiyecek içecek stilistliği konusunda uzman hale gelmesi işletmesini bir basamak yukarı taşıyacaktır. Yemek

stilistliği, yiyeceklerin veya yemeklerin sunumu ve görsel estetiğini geliştirmek için kullanılan farklı stilleri içerebilir. Örneğin;

- *Minimalist Stil*: Bu stil, sadelik ve temizlik odaklıdır. Yemekler ve sunumları sade ve az detay içermektedir. Genellikle beyaz veya nötr renkler tercih edilmektedir.
- *Rustik Stil*: Rustik yemekler, doğal malzemeler ve rahat bir sunumla tanınmaktadır. Tahta plakalar, doğal ışık ve doğal renkler bu stile özgüdür.
- *Geleneksel Stil*: Geleneksel yemek stilinde, klasik sunumlar ve eski tariflere dayalı yemekler ön plandadır. Bu stilde genellikle geleneksel tabak ve servis ekipmanları kullanılmaktadır.
- *Modern Stil*: Modern yemek stilinde deneysel sunumlar ve çağdaş tarifler tercih edilmektedir. Yaratıcı şekiller, renkler ve dokular sıklıkla kullanılmaktadır.
- *Şık Stil*: Şık yemek stilinde lüks ve zarafet vurgulanmaktadır. İnce porselen tabaklar, özenle yerleştirilmiş yiyecekler ve özel sunumlar kullanılmaktadır.
- *Dijital Stil*: Sosyal medya ve dijital platformlar için yemek fotoğrafçılığına odaklanılmaktadır. Bu stilde yiyeceklerin özellikleri ve görsel cazibesi önemlidir.
- *Sezon Stili*: Mevsimlere ve yerel ürünlere odaklanan bir stildir. Mevsime uygun malzemeler ve renkler kullanılmaktadır.

Yemek stilistleri, müşterilerinin veya projelerinin ihtiyaçlarına uygun olarak bu stilleri kullanabilirler. Her stil, belirli bir amaca veya hedef kitleye hitap edebilir. Araştırmanın sonuçlarına yönelik ise yapılabilecek öneriler şu şekildedir; araştırmada birbirinden farklı 6 tema belirlenmiş ve 6 kompozisyon tekniği uygulanarak çekimler yapılmıştır. Alanyazında da kullanılan bu tekniklerin uygulamaya dönüştürülmesi bu tekniklerin stilistlikte başarılı sonuçlar elde edilebileceğini göstermiştir. Dolayısıyla yiyecek içecek stilistliği ile ilgili bir görsel çalışma yapılacaksa (menü çekimi, kitap-dergi kapağı, broşür vb.) bu temel kompozisyon teknikleri baz alınarak çalışmalar yürütülebilir.

**EXTENDED ABSTRACT:** Nutrition, one of the basic needs of every human being, gave rise to the concept of gastronomy. Gastronomy is defined as the science of eating and drinking and has changed, evolved and developed under various influences throughout history (Web, 2023). The word gastronomy is formed by the combination of the words "gaster" (stomach) and "nomos" (law), a term of Greek origin, and means the law of the stomach (Akbaba and Kendirci, 2016: p. 115; Güzel Şahin and Ünver, 2015: p. 64). Therefore, gastronomy represents the science of eating and drinking (Sormaz et al., 2015: p. 69). It also contributes scientifically and artistically by examining the historical development of food. Therefore, gastronomy is both a branch of science and an art. The aim of this research is to examine in depth food and beverage styling, which has become a current approach used in gastronomy, and to benefit the sector and food and beverage businesses by supporting the techniques used as a result of this examination with visuals. In this context, a total of 6 groups (bread and bakery products, spices, beverages, vegetables and fruits, dessert and cake, magazine cover shooting) were created in the research. The groups were randomly created by the researcher. Certain techniques were used in these compositions. Composition refers to the arrangement of various forms, shapes, textures, colors and elements in a photograph. You can also think of this as trying to put together a puzzle with pieces that were not pre-cut to fit a certain way. Some composition techniques used to create successful food photographs are; The spiral is the lowercase letter "a," target center, rule of thirds, camera tilt, and framing. These techniques (Manna and Moss, 2005; Sarıtaş, 2022);

- **Spiral:** Our eyes naturally tend to scan images clockwise and then spiral towards the area with the whitest and brightest colors in the center.
- **Lowercase letter a:** A simple method that guides the eye, the letter "a" points to the main subject.
- **Center of Target:** This technique is an old-fashioned technique of placing it in the center of the photo. The use of concentric shapes draws your eye to the center of the photo.

- Rule of Thirds: Considering a photograph as divided into three vertically or horizontally. It is a rule similar to the golden ratio technique.
- Camera Tilt: A simple tilt of the camera can help composition because it places the subject slightly off-center, creating movement and visual flow.
- Framing: The outer space of photographs is used to frame the image and draw the viewer's eye into the image.

Visual shots were taken in 6 groups created with these techniques (mixed techniques were used in each group). It is thought that the results of this research will contribute to the field of food styling and photography by prioritizing the concepts of creativity and aesthetics in the food and beverage industry. It is thought that this study will contribute to the existing literature by increasing the awareness of studies on Food and Beverage Styling. Supporting the work with visuals will make the work more permanent. The fact that this study will be conducted using visuals will significantly contribute to the literature and show that it has a unique value. Food and beverage styling means making products look more pleasing to the eye and more appetizing by using certain techniques. As a result, in order for businesses to seize opportunities in a competitive environment, making such differentiations and becoming an expert in food and beverage stylists will take their business one step higher. Food styling may involve different styles used to enhance the presentation and visual aesthetics of foods or dishes. For example;

- Minimalist Style: This style focuses on simplicity and cleanliness. The dishes and their presentations are simple and contain few details. Generally white or neutral colors are preferred.
- Rustic Style: Rustic dishes are known for natural ingredients and casual presentation. Wooden planks, natural light and natural colors are typical of this style.
- Traditional Style: In the traditional food style, classical presentations and dishes based on old recipes are at the forefront. In this style, traditional plates and serving equipment are generally used.
- Modern Style: Experimental presentations and contemporary recipes are preferred in the modern food style. Creative shapes, colors and textures are frequently used.
- Elegant Style: Elegant dining style emphasizes luxury and elegance. Fine porcelain plates, carefully placed foods and special presentations are used.
- Digital Style: Focus is on food photography for social media and digital platforms. In this style, the characteristics and visual appeal of the food are important.
- Seasonal Style: It is a style that focuses on seasons and local products. Seasonally appropriate materials and colors are used.

Food stylists can use these styles to suit the needs of their clients or projects. Each style can appeal to a specific purpose or target audience. Suggestions that can be made regarding the results of the research are as follows; In the research, 6 different themes were determined and shots were made using 6 composition techniques. The application of these techniques, which are also used in the literature, has shown that these techniques can achieve successful results in stylistics. Therefore, if a visual work is to be done regarding food and beverage styling (menu shooting, book-magazine cover, brochure, etc.), the work can be carried out based on these basic composition techniques.