



BİR LEZZET SERGİSİ MÜMKÜN MÜ? SANATIN GELENEKSEL ALGILANMA BİÇİMLERİ VE MUTFAK SANATLARINA İLİŞKİN KAVRAMSAL BİR İNCELEME

IS A FLAVOR EXHIBITION POSSIBLE? A CONCEPTUAL STUDY ON TRADITIONAL PERCEPTIONS OF ART AND CULINARY ARTS

Sami Sonat ÖZDEMİR¹ ●



ORCID: 0000-0003-4796-6083

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹Doç.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli
Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü

E-mail/E-posta: sami.ozdemir@hbu.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 12.10.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %3

Revision Requested/Revizyon talebi:
06.12.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
09.12.2025

Accepted/Kabul tarihi: 27.12.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
There is no element in the study that requires ethics
committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı
gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atıf: Özdemir, S. S. (2026). Bir Lezzet
Sergisi Mümkün mü? Sanatın Geleneksel Algılama
Biçimleri ve Mutfak Sanatlarına İlişkin Kavramsal
Bir İnceleme. The Turkish Online Journal of
Design Art and Communication, 16 (1), 542-554
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1802297>

Öz

Tarihin ilk dönemlerinde sanat eserleri, her ne kadar üretildikleri dönemde estetik kaygıyı önceleyen sembolik unsurlar olarak değil toplumsal iletişimdeki işlevlerinin meşruluğu ve geçerliliği doğrultusunda değer görmüş olsalar da modern dönemden itibaren özellikle izleyici ya da katılımcıda yarattıkları duygusal etki oranında değer bulmaktadır. Bu duygu yoğun değer iletişimini yaratan, bilişsel unsurlardansa duygulardır. Görme ve işitme, çoğunlukla doğanın algılanmasındaki fizyolojik avantajları nedeniyle geleneksel sanat iletişiminde de ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra dokunma ve koku gibi duyularsa bahsi geçen öncül duyuları destekleyen bir çerçeve çizer. Tatma duyusunun sanatsal iletişim içerisindeki yeri ise tamamen göz ardı edilmiştir. Bununla birlikte, son dönemde özellikle çoklu duyu deneyiminin yaratılmasındaki temsili dolayısıyla mutfak sanatlarının sanat algısındaki yeri tartışılmaya değer bir noktadadır. Zira mutfak sanatı kavramı yalnızca görme duyusunu önceleyen tabak prezantasyonları ve pasta tasarımları gibi öğeleri aşarak koku duyusunun sanat algısındaki konumunu güçlendiren ve tatma duyusunu sanat iletişimine dahil eden bir performans sergilemektedir. Özellikle koku ve tat unsurlarının iş birliğiyle oluşan lezzet kavramının somaestetik felsefesi kapsamında sanatsal bir standart dahilinde ele alınabilir oluşu, yeme-içme unsurlarının sanatsal ve çok boyutlu algılanabilirliğini mutfak sanatları kavramı altında meşrulaştırmıştır. Sanatın geleneksel algılanma biçiminden farklı olarak koku ve tatmaya yönelik duyuların birincil; görme, işitme ve dokunmaya yönelik duyularına tamamlayıcı bir rol üstlendiği süreç, sanatın algılanmasında adeta bir devrim olarak değerlendirilebilecek boyutta bir değişimi yansıtmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sanat, İletişim, Duyular, Mutfak Sanatları, Görme, İşitme, Koku, Tat, Lezzet

Abstract

In the earliest periods of history, works of art were valued not primarily as symbolic elements prioritizing aesthetic concerns in the era they were produced, but rather based on the legitimacy and validity of their functions in social communication. However, since the modern era, they have increasingly been valued according to the emotional impact they create in the viewer or participant. It is the senses, rather than cognitive elements, that create this emotionally intense value communication. Sight and hearing are often at the forefront of traditional artistic communication due to their physiological advantages in perceiving nature. In addition, senses such as touch and smell provide a framework that supports the primary senses. The place of the sense of taste in artistic communication has been completely overlooked. However, in recent times, the place of culinary arts in the perception of art is a point worth discussing, particularly due to their representation in the creation of multi-sensory experiences. This is because the concept of culinary art goes beyond elements that prioritize the sense of sight, such as plate presentations and cake designs, and performs in a way that strengthens the position of the sense of smell in the perception of art and incorporates the sense of taste into artistic communication. The fact that the concept of flavor, formed through the collaboration of smell and taste elements, can be addressed within an artistic standard in the context of somaesthetic philosophy has legitimized the artistic and multidimensional perception of eating and drinking elements under the concept of culinary arts. Unlike the traditional perception of art, it can be said that the process in which the senses of smell and taste play a primary role, while the senses of sight, hearing, and touch play a complementary role, reflects a change in the perception of art that can be considered revolutionary.

Keywords: Art, Communication, Senses, Culinary Arts, Sight, Hearing, Smell, Taste, Flavor



GİRİŞ

Tarihin ilk dönemlerinden bugüne sanatın toplumsal iletişiminin önemli bir bileşeni olduğunu ifade etmek mümkündür. Sanat tarihinde daha eski dönemlerden modern öncesi döneme kadar sosyal iletişimin bir parçası olma işlevini sürdüren sanat eserleri aynı zamanda, toplumsal normlar, inanç ve politika vb. gibi unsurları aktarma konusunda da önemli bir görev üstlenmiştir (Luhmann, 2000). Sanatın değerinin belirlenmesinin çeşitli estetik kriterler ve teknik ölçütlere bağlı olduğu dönemde, eserlerin belirli teknikler yardımıyla oluşturulması, kompozisyon, biçim, renk vb. unsurlar açısından da dengeli olması beklenmektedir. Kurallı ve sınırları net bir estetik anlayışının sanatın algılanış şekli üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Böylece bu yaklaşımın birey-sanatçı düzleminde ortaya çıkan evrensel iletişimi sınırlama ya da yönlendirme kapasitesine sahip olduğu açıktır (Gombrich, 1960; Kaufman, 2002).

Sanat iletişiminin tüm bu özelliklere sahip olduğu dönemin ardından gelen ve keskin bir değişimi yansıtan modern dönemde ise hem sosyal iletişimin bireysel duygu arayışına evrilmesi, hem de endüstri-kitlelilik bağlamında ortaya çıkan sorgulayıcı bir duruş temsil edilmektedir (Adorno, 1947). Modern dönemden itibaren sanatsal iletişimin başarısı, oluşturulan fiziksel sanat eserlerinin izleyicide oluşturduğu etki ve ortaya çıkardığı hisler ölçüsünde değerli olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Sanatın anlamının yalnızca teknik özelliklerle sınırlı olmadığı, aynı zamanda sanatın yorumlanmasında kültürel ve bireysel deneyimlerin de önemli bir rol oynadığı fikri, sanat literatüründe sıkça dile getirilmiştir (Sorokin, 2017). Bununla birlikte, her ne kadar çok boyutlu bir değişim ve dönüşüm sürecini yansıtıyorsa da bu dönemin beraberinde getirdiği bakış açısı temelde, sanatın asıl değerinin fiziksel varlıklarda değil, sanat eserlerinin izleyicinin duygu dünyasında yarattığı etkide yattığını açıkça vurgulamaktadır (Benjamin, 1936; Sankowski, 1976).

Sanat iletişiminin izleyicide duygu yaratma yeteneği, duyular tarafından ne ölçüde algılanabilir olduğuna bağlıdır. Çünkü duyular olmaksızın sanatın deneyimlenmesi mümkün değildir (Yorulmaz, 2025). Böylece sanatın algılanmasında ne denli büyük bir role sahip olduklarının anlaşılması adına, duyuların sanatla ilişkisinin evrimine odaklanılması oldukça faydalı olacaktır.

Sanatın Algılanmasında Duyuların Yeri

Sanatın algılanmasında estetik anlayışı, duysal değerlendirmenin temelini oluşturur. Gözün toplumsal kabulde her zaman birincil duyuyu olarak görülmesi (Brighenti, 2010), sanat eserleri söz konusu olduğunda da öncelikle göze hitap eden eserlerin üretilmesi motivasyonunu beraberinde getirmiştir (Mirzoeff, 1999). İşitme duyusu da sanatın algılanmasında en az görme kadar önemli bir duysal süreci temsil eder. İşitmenin sanat iletişimi içerisindeki yeri Ihde (2012) tarafından *ontolojik açıdan görme kadar temel bir rol oynadığı* teziyle ifade edilmektedir. Görme, resim, heykel ve fotoğraf gibi sanat dallarında biçim, renk, perspektif ve mekan algısını mümkün kılar (Pinna ve Reeves, 2009); işitme duyusu ise örneğin müzik ve operada ritim ve tını yoluyla estetik deneyimi şekillendirir (Maconie, 2002). Böylece görme ve işitme duyularının özellikle güzel sanatlar alanında, toplumun sanat eseri ile ilişkisini değerlendirmede kullandığı en işlevsel araçlar olageldiği söylenebilir.

Görme duyusu ve bilişsel faktörlerin ortaklığı sanatın algılanmasına dair geleneksel yöntemlerin dayandığı temel teknikleri ortaya koymaktadır. Hem bireylerin estetik yargılarını ve duysal tepkilerini değerlendiren hem de sanat eserlerinin izleyiciler üzerindeki bütüncül etkilerini ölçmeye dayanan psikolojik ve sosyolojik testler olarak anketler, göz hareketini takip eden nörolojik testler, duysal tepki ölçümü gibi teknikler, sanatta duysal ve bilişsel değerlendirmeye dair ortaklığın nasıl çalıştığını açıklayan önemli örnekler olarak değerlendirilebilir (Hagtvedt vd., 2008). Sanat iletişiminde görme ve işitme duyusuna bağlılık, sanatın deneyimlenme biçimini belirleyen geleneksel bir yöntem olarak değerlendirilse de aslında görsel veya işitsel uyarıcıların bireyler tarafından öncelikli olarak algılanıyor olmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Brighenti, 2010). Görme ve işitmenin öncelikli algılanmaya imkan veren özellikleri ve Batı kültüründe rasyonaliteyle ilişkilendirilmeleri (Erdoğan, 2013), sanat iletişimi sürecinde dokunma ve koklama gibi duyuların kısmen, tatma duyusunun ise mutfak sanatlarının ortaya çıktığı son döneme dek tamamen dışarıda kalmış olmasının temel nedeni olarak gösterilebilir.

Görme ve işitme duyularının dışında dokunma, özellikle görme engellilerin deneyimleri ya da etkileşimli sanat faaliyetleri esnasında işlevsel bir konumdadır (Coster ve Loots, 2004; Perricone, 2007). Kokunun sanat iletişimindeki rolü ise genellikle ikincil bir duyuşsal unsur olarak, görme ve işitmeye dair evrensel algılama sürecine destek olmak ve onu tamamlamak üzere kurgulanır. Bunun yanı sıra bazı sanat dallarına dair iletişimde koku, sahip olduğu yan rolü genişletmektedir denebilir. Performans ve deneyim sanatları, çok duyulu sanat (multisensory art) gibi birtakım sanat faaliyetleri, koku duyusunun rolünün geleneksel sanatlara göre oldukça yüksek olduğu bazı örnekler olarak değerlendirilebilir (Spence, 2020).

Kokunun performans sanatının sunduğu iletişime etkisi, katılımcının mekana aidiyetinin sağlanması ve sunulan eserin katılımcıda yarattığı duyuların pekiştirilmesini kolaylaştırılması üzerinden değerlendirilir (Spence, 2020). Kokunun duyuları pekiştirici bir unsur olarak performans sanatı iletişimine dahil edildiği eserler, dışarıda bırakıldığı senaryolara oranla yaşanan deneyimin kalitesini belirgin şekilde artırır (Drobnick, 2006). Çok duyulu sanat (multi-sensory art) ise sanat eseri-katılımcı iletişimini daha yoğun ve bütünleşik bir deneyime dönüştürür. Ernesto Neto tarafından 2006 yılında Paris’te düzenlenen ve izleyicilerin dev bir kumaş heykelin içinde baharat kokularıyla dolaşması üzerine tasarlanan enstalasyon çalışması, dokunsal ve kokusal unsurların katkısıyla söz konusu yoğun etkiyi hedefleyen performanslara örnek olarak verilebilir (Wilson, 2016). Mutfak sanatları olarak kavramsallaştırılan ve son dönemde çok duyulu sanata konu olma açısından birçok örnekle temsil edilen sanat dalı ise koku duyusunun temsiline en geniş açıda yer veren, bununla birlikte tatma duyusunu sanatsal algının bir unsuru olarak işlevselleştiren uygulamaları içerir (Nyangiro, 2000; Sauer, 2020).

Mutfak Sanatı ve Sanatsal İletişimin Dönüşümü

Yiyecek ve içecek sunumlarını temsil eden tabak prezantasyonları ve pasta tasarımları, *mutfak sanatı* kavramıyla açıklanabilir (Telfer, 2013). Söz konusu unsurlar tarihsel süreç içerisinde postmodern döneme dek birçok değişime uğramış ve sanatsal üretim bağlamında değerlendirmelere konu olmuştur. Her ne kadar yiyecek ve içeceklere dair imajlar sanat kapsamında tarihin eski dönemlerinden beri natürmort çerçevesinde temsil edilmişse de (Özdemir ve Kılıç Ateş, 2021), özellikle 1950’lerden itibaren başlı başına birer sanat eseri olarak kabul edilebilirlikleri tartışma konusu olmaya başlamıştır. 1970’li yıllarda yeni mutfak (nouvelle cuisine) olarak adlandırılan ve yüksek mutfağın (haute cuisine) aksine sadelik odaklı bir anlayışı benimseyen akım Fransa’da ortaya çıkmıştır. Bu dönemden itibaren minimalist yaklaşımla tamamlanan prezantasyonların estetik yönü gelişmiş; stilistik, tasarım ve yemek fotoğrafçılığı gibi uygulamaların da yükselmesiyle mutfak şefleri adeta birer yıldız olarak görülmeye başlanmıştır (Gillespie, 1994; Özdemir ve Özdemir, 2023).

Mutfak sanatlarında göz ve görme duyusu, tarih boyunca olduğu gibi yiyecek-içecek unsurlarına ilişkin görsellerin birer natürmort objesi olarak kullanılmasından farklı olarak (Özdemir ve Kılıç Ateş, 2021), yiyeceğin kendisinin özellikle tabak prezantasyonları ve pasta tasarımları gibi yaratılarla başlı başına birer sanat eseri olarak değerlendirilebilmelerini mümkün kılar (Telfer, 2013; Özdemir ve Kılıç Ateş, 2022). Buraya kadar olan açıklamalar, mutfak sanatının sanat dalları arasında bağımsız bir yer edinebilmesinin yine görme duyusu üzerinden mümkün olduğunu göstermektedir denebilir.

Mutfak sanatlarında görme duyusunun rolünün yanı sıra hem koku duyusunun sanatsal iletişimdeki etkinliğinin artmış, hem de tat unsurunun sanat iletişimine dahil olarak yeni bir algısal boyutun ortaya çıkmasını mümkün kılmış olması sürecini; yemenin fizyolojik bir ihtiyaçtan, ağız hissiyatı, aroma, lezzet vb. gibi faktörlerin dikkate alındığı tat alma duyusuna odaklı bir sanat deneyimine nasıl dönüştüğü sorusu üzerinden ele almak gerekir. Zira her ne kadar tüketilmek üzere üretilmiş olmaları yaratıların sanat eseri olarak nitelendirilmesini engellemiyorsa da (Monroe, 2007) yeme eylemi temelde insanın yaşamını sürdürebilmesi için gerekli enerjiyi karşılama ihtiyacından doğar (homeostatik yeme) (Stroebe vd., 2008). Homeostatik yeme ya da homeostatik açlık kavramı sinirlerin glikoz seviyesi ve yağ depoları gibi kaynaklardaki değişimlerden aldığı mesajları beyne iletmesi sonucu hissedilen, primitif bir fizyolojik yeme isteği olarak tanımlanabilir. Homeostatik açlık kavramının tam karşısında konumlanan bir kavram olarak hedonik açlık ise, özellikle tarım devrimiyle başlayan gıda bolluğu ve endüstri devrimi sonrasındaki süreçlerde miktar olarak giderek artan yiyecek kaynaklarının, yeme davranışını bir enerji arayışı olmaktan öteye bir eğlence ve keyif (haz) arayışına dönüştürmesiyle ortaya çıkmıştır (Stroebe

vd., 2008).

Bedensel hazzı estetik düşünce bağlamında ele alan filozof Richard Shusterman tarafından ortaya atılan “somaestetik” kavramı ile (Yıldırım, 2013) içsel bir ihtiyaç karşılama davranışından ziyade birçok uyarıcı tarafından güdülenen bir deneyime dönüşen hedonik yeme davranışına yönelik düşünsel ilgi de artmıştır. Böylece yeme deneyimi, tat unsuruna dayalı sanatsal bir algılama biçimi olarak ele alınmış ve beden-estetik ilişkisine yönelik teknikler ve standartlar geliştirme çabaları ortaya çıkmaya başlamıştır (Shusterman, 2016). Yeme deneyiminin sanatsal bir kalite standardına oturtulması konusunda Shusterman (2016), koklama, ısırma, tatma, çiğneme, yutma ve nefes faktörlerinin harmonisinin zorunluluğunu ifade eder. Söz konusu harmoninin karşılık bulduğu kavram ise lezzet kavramıdır.

Sanatsal Algılama Unsuru Olarak Lezzet

Lezzet kavramı, en temel ifadeyle tatma ve koklama duyularının bir bileşimi olarak açıklanabilir. Lezzetin bir sanat iletişimi biçimi olarak değerlendirilebilmesi, her ne kadar farklı amaçlara hizmet eder gibi görünseler de bahsi geçen bu iki duyunun bir arada algılanmaları neticesinde ortaya çıkan aşkın etkiye bağlıdır. Tatma, dil üzerinde yer alan ve tat tomurcukları olarak adlandırılan reseptörlerce 5 temel tat ögesi olarak kabul gören acı, tatlı, ekşi, tuzlu ve umami profillerinin duyumsanması süreci olarak tanımlanabilirken koklama ise nispeten karmaşık ve çok boyutlu bir süreci temsil eder. Koklama sürecinin çok boyutluluğu, iki farklı koklama sürecini temsil eden ortonazal ve retronazal kokunun sahip olduğu işlev farklılıklarından kaynaklanır (Spence, 2015). Ortonazal koklama havayla taşınan kokunun doğrudan burun yoluyla algılanmasıdır ve bulunduğumuz ortamdaki koku moleküllerinin burun boşluğundaki ön koku (olfaktör) reseptörleri tarafından algılanmasıyla gerçekleşir. Retronazal koklama ise sistemimize ağız yoluyla ulaşan koku moleküllerinin burun arkası (retronazal) kanallar aracılığıyla burun boşluğuna iletilmesi şeklinde gerçekleşir (Spence, 2015). Bu durum, ağız içerisinde yer alan yiyecekler ve içeceklerin tat ve koku duyularını birleştiren çok duyulu (multisensor) bir deneyime imkan vermesini ve bu sayede bütünleşik bir lezzet deneyiminin oluşmasını sağlar (Spence, 2015).

Herhangi bir geleneksel sanat tasarımı nasıl ki koku ve dokunma gibi duyuları, görsel veya işitsel duyunun eşlikçisi olarak kullanıyorsa, lezzetin oluşmasında da görme, işitme ve dokunma duyularının, tatma ve koklama duyularına eşlik ettiğini söylemek mümkündür. Bir yiyeceğin rengi, görmenin (Erkocaaslan ve Ay, 2025); gevrek bir baklava ısırlıldığında duyulan çıtırtı işitmenin (Balıkoğlu vd., 2020) ve asit-baz dengesine göre bir sosun ağız içinde büzüşürücü veya genişletici etki yapması dokunma duyusunun (Klosse, 2011) bütünleşik lezzet algısına etkisini ortaya koyan birer örnek olarak değerlendirilebilir. Nihayet, bütünleşik deneyime ilişkin tüm bu unsurların bir araya gelerek oluşturduğu çok duyulu deneyim, sonunda somaestetik felsefesi dahilinde beden-estetik düzleminde bir sanatsal algılama düzeyini ortaya çıkarmıştır. Bu noktadan itibaren tadım faaliyetine ilişkin üretim-tüketim bağlamındaki edilgenlik algısı ortadan kalkmakta ve mutfak sanatçısı olgusu dahilinde, tadılacak yemekleri yaratan şeflerin yanı sıra yapılan yemeği tadan katılımcılar da icra edilen yaratının birer öznesi haline gelmektedir (Shusterman, 2016).

Görüldüğü üzere mutfak sanatları, sanat iletişiminde yalnızca görsel zevkin temsilcisi olarak değerlendirilebilecek ve görme duyusunun öncelendiği (Bourdieu, 1984) tabak prezantasyonları veya pasta tasarımlarının oluşturulmasından ibaret değildir. Bunun yanı sıra koklama duyusunun sanatsal algılama içerisindeki değerini artıran ve tatma duyusuna işlevsellik kazandıran bir derinliği de temsil etmektedir. Bununla birlikte mutfak sanatları yalnızca tatma duyusunun desteğiyle sanat eseri ve birey-toplum iletişimini güçlendiren bir alan yaratmakla kalmaz, aynı zamanda bir sanat formu olarak koku ve tat unsurlarının teknik altyapıyı oluşturduğu ve doğrudan estetik deneyimin ana kanalları olduğu; geleneksel deneyimin aksine görme ve işitme duyularının tamamlayıcı rol oynadığı deneyimler ortaya koyar (Shusterman, 2016). Taylandlı enstalasyon sanatçısı Rirkrit Travanija tarafından gerçekleştirilen ilişkisel sanat uygulaması buna açık bir örnektir. Sanatçı, sanat galerisi ya da müze gibi mekanlarda yemek pişirir ve katılımcılara sunar. Katılımcılar isterlerse pişirme sürecine katılabilir, dokunabilir, tadabilir ve sanatçı veya diğer katılımcılarla sosyal etkileşimde bulunarak performansın bir parçasını oluştururlar (Lee, 2011). Rirkrit Travanja'nın sanat performansından bir kesit Görsel 1'de yer almaktadır.

Görsel 1. Rirkrit Travanija'nın Performansından Bir Kesit



Kaynak: URL 1

Performans sanatı ve çok duyulu deneyime yönelik mutfak sanatları kapsamında ele alınabilecek diğer örnekler arasında Heston Blumenthal'ın *The Fat Duck* isimli restoranında uyguladığı *Sounds of the Sea* gibi görme, işitme, dokunma, koklama ve tatma duyularının eşzamanlı kullanımına dayanan tabak tasarımları (Mortezaei, 2020) veya *Alcoholic Architecture* vb. gibi aromatik kokteyl sisleri, ışık, renk, ses, koku ve tat öğelerini estetik bir deneyim olarak sunan projeler (URL 2) gösterilebilir.

Tat almanın performansın ana unsuru olduğu, sanat iletişimine yönelik bu ve benzer örnekler duyuların sahip olduğu hiyerarşik yapının daha önce arka planda kalan duyular lehine değiştiği, devrimsel bir dönüşümü ifade eder. Sanat iletişimine konu olan bu yeni algılama biçimini mümkün kılan unsur temelde koklama ve tatma duyularının iş birliğine dayanan lezzet kavramıdır. Bununla birlikte lezzet algısını etkileyen aroma, doku ve sıcaklık, sosyal etkileşim gibi özellikler de söz konusu algıyı pekiştiren ve bütünleştiren diğer unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır (Spence, 2015; Tournier vd., 2007; Pereira ve Van der Bilt, 2016).

Yöntem

Bu çalışmanın amacı sanatın geleneksel ve modern algılanma biçimleri ile sanat algısının değişimini konu alan çalışmalardan yola çıkarak, mutfak sanatlarının sanat-birey etkileşimindeki yerini anlamaya imkân verecek sistematik bir bakış açısı geliştirmektir. Bu doğrultuda, aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmaktadır:

- Sanatın geleneksel ve modern algılanma biçimleri nelerdir?
- Sanatın algılanma biçimleri tarihi akış içerisinde ne şekilde değişmiştir?
- Koklama ve tatma duyuları sanat kapsamında nasıl temsil edilir?
- Lezzet kavramı nedir ve sanatın algılanmasındaki yeri nedir?
- Çok duyulu sanat deneyiminin yaratılmasında mutfak sanatlarının rolü nedir?

Araştırma kapsamında ikincil kaynaklardan elde edilen veriler sistematik kavramsal taramaya tabi tutulmuş ve bulgular temalandırılmıştır. Bu doğrultuda, kapsam ve anahtar kelimelerin sınırlandırılması,

ikincil kaynaklara ulaşılmak üzere kullanılacak veri tabanlarının belirlenmesi, taramaya tabi tutulacak kaynakların belirlenmesi, kaynakların incelenerek temalandırılması aşamaları izlenmiştir. Araştırma kapsamında, tema ve kategoriler, sanat ve gastronomi alanından iki uzman tarafından incelenmiş ve üzerinde mutabık kalınan tema ve kategoriler kullanılmıştır.

10 Eylül 2025 tarihinde gerçekleştirilen tarama kapsamında *Web of Science, Arts and Humanities Citation Index (A&HCI)* veri tabanında; *geleneksel sanat algısı (traditional AND art perception)*, *sanat algısının değişimi (change AND art perception)*, *duyular ve mutfak sanatları (sense/sensory AND culinary arts)*, *lezzet ve mutfak sanatları (taste AND culinary arts)*, *çok duyulu sanat ve mutfak sanatları (multi-sensory arts AND culinary arts)* anahtar kelimeleri; *tüm yıllar* tarih aralığında taranmış ve toplamda 52 çalışmaya ulaşılmıştır. Diğer yandan kapsam ve konu uygunsuzluğu nedeniyle gerçekleştirilen eleme aşamasından sonra araştırma konusu kapsamında incelenebilecek, 42 adet İngilizce, tam metin araştırma analize dahil edilmiştir.

Araştırma kapsamında analiz edilecek ikincil verilerin taranması için tercih edilen *A&HCI* veri tabanı, sanat, estetik, kültür ve sosyal bilimler alanındaki hakemli yayınları kapsamlı şekilde içerdiğinden, sistematik literatür taraması için uygun bir kaynak olarak tercih edilmiştir. Tarama aşamasında anahtar kelimelere yönelik olarak oluşturulan kombinasyonlar, araştırmanın amacı doğrultusunda kapsamın dağılmasını önleyerek elde edilmesi planlanan çerçeveyi optimum oranda temsil eden çalışmalara ulaşılmasını garanti altına almak amacıyla oluşturulmuştur. Elde edilen çalışmaların tema ve kategoriler altında toplanması aşamasında, *Microsoft Excel* programı kullanılmış ve böylece incelenen kaynakların düzenli bir şekilde organize edilmesi ve tema ve kategoriler arası ilişkilerin kolayca takip edilmesi sağlanmıştır. Bu araştırma yöntemi uyarınca yalnızca yayımlanmış ikincil verileri analiz etmekte olduğundan etik kurul izin belgesi alınmamıştır.

Bulgular ve Tartışma

Bu çalışma, özellikle koku ve tat duyularını önceleyen ve bu duyuları hedefleyerek oluşturulan sanat eserlerinin, neden mutfak sanatı olarak değerlendirilebilecekleri sorusunu yanıtlamaya imkan tanıyacak felsefi altyapıyı ortaya koymaya yönelik teori ve kuramlara yer veren bir çerçeve sunmaktadır. Çalışma kapsamında hazırlanan teorik çerçeve ile gastronomi ve sanata ait kavramsal geçişler ortaya konulmuş, mutfak sanatları çok duyulu sanatın bir temsilcisi olarak araştırılmış ve mutfak sanatlarının sanat algısı doğrultusundaki meşruluğunu ortaya koyan teknik kriterler ve estetik felsefe açıklanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda ikincil kaynakların araştırılmasıyla elde edilen veriler, sanatın geleneksel algılanma şekilleri ile mutfak sanatlarının algılanma şekilleri özelinde ve tarihsel akış içerisinde ele alınarak incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara ilişkin sistematik özet Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Bulgulara İlişkin Sistematik Özet

Tema	Kategori	Temel Bulgular	Açıklama / Yorum	Kaynaklar
Geleneksel Sanatın Algılanması	Sosyal İşlev ve Temsiliyet	Geleneksel sanat toplumsal normları aktarır ve kültürel sürekliliğe yönelik algılama yapıları içerir.	Geleneksel algı “duyudan çok işlev ve temsil” odaklıdır.	Sankowski, 1976; Tian, 2000; Nyland ve Steberglokken, 2020; Peng, 2020; Wu vd., 2025.
	Duyuların Hiyerarşisi	Batı sanatında görme ve işitme duyuları akılsallıkla ilişkilendirilmiş, koku, tat ve dokunma ise duygusallıkla bağlantılı görülmüştür.	Bu felsefi ayrım, Batı’da sanat algısının uzun süre yalnızca “yüksek” duyular olan görme ve işitmeye dayanmasına neden olmuştur.	Brighenti, 2010; Jian ve Dong, 2015; Redies ve Brachmann, 2017; Hong ve Wu, 2022; Fan vd., 2023.
	Geleneksel Estetik Kodlar	Kompozisyon, oran, simetri vb., geleneksel sanatın bileşenleridir.	Sanatta, izleyici beğenisi ikinci planda kalmakta, teknik kurallara bağlılık ön planda yer almaktadır.	Lewis, 2013; Redies ve Brachmann, 2017; Peng, 2020; Ho vd., 2023.

Sanat Algısının Dönüşümü	Estetik Deneyimin Öznellesmesi	Estetik deneyimin haz yönü güçlenir ve sanat izleyiciyi duygusal olarak aktifleştirir.	Modern sanat, haz, duygu ve bilişsel algı ortaklığında anlam bulur.	Benjamin, 1936; Sommer ve Klöckner, 2021; Benear vd., 2024; Wei vd., 2025; Pelowski vd., 2025.
	Somaestetik ve Beden Algısının Yükselişi	Dokunsal ve mekânsal öğeler ile performans unsurları sanatsal algının merkezindedir.	Tekli duysal algıdan çoklu bedensel duyumsamaya geçiş ve duysal çeşitliliğin artışı söz konusudur.	Ilde, 2012; Shusterman, 2016; Sgourev, 2021; Lee vd., 2022; Kwiatkowska-Tybulewicz ve Gábri, 2025.
	Sanat Algısının Katmanlaşması ve Dijitalleşme	AR/VR, dijital sunumlar ve sanal müzeler gibi yeni temsil ve aktarım biçimleri ile pasif izleyici, aktif katılımcıya dönüşür.	Dijital sanat iletişimi sanat algısında yeni paradigmlar üretir.	Ayala vd., 2021; Nieto-Cuebas, 2022; Fan vd., 2023; Ping ve Zheng, 2024; Al Sheikh, 2025.
Çok Duyulu (Multi-sensory) Sanat	Duyular Arası Etkileşim ve Çok Duyulu Sanatın Yükselişi	Görme, işitme, dokunma, koku, tat duyularının temsil edildiği çok duyulu sanat, iletişimde haz ve etkileşim arayışını karşılayan bir form haline gelir ve sanat algısı derinleşir.	Beden merkezli sanatsal deneyim, objenin yerini almış, sanat, tüm duyuların etkileşimiyle oluşturulan bir bütünsel deneyim alanına dönüşmüştür.	von Hoffmann, 2016; Spratt, 2021; Lee vd., 2022; Spence ve Di Stefano, 2025.
	Tat ve Koku: “Alt” Duyuların Yükselişi ve Sanatta Temsili	Sanat iletişimde tat ve koku hem kavramsal derinlik kazanırken hem de doğrudan duysal temsile konu olur. Edebiyat, performans ve görsel sanatta tat/koku metaforları sıkça kullanılır. Doğrudan duysal sunum yapılan eserler kurgulanır.	Koklama ve tatma, sanatın yeni ifade alanları olarak ortaya çıkar. Geleneksel algıda alt duyular olarak kabul edilen koklama ve tatma artık sanatın merkezinde yer almaktadır.	Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020; Spence & Di Stefano, 2025.
Mutfak Sanatları ve Sanat-Birey İletişimi	Mutfak Sanatının Görsel Algı Paradigmasını Aşması	Gastronomi iletişimi, sadece görsel bir tasarım pratiği yoluyla gerçekleşmez, bunun ötesinde gastronomi iletişimi çok duyulu kodlarla çalışan bir sanat dili olarak gerçekleşir.	Mutfak sanatında tat ve koku duyuları, modern multisensor sanatın iletişim alanında kritik bir rol oynamaktadır.	Lambert, 2009; Lewis, 2013; Purhonen ve Heikkilä, 2017; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020; Spratt, 2021;
	Lezzetin Estetik ve Bilişsel Yapısının Sanat Algısına Etkisi	Tatma ve kokunun birleşiminden doğan lezzet, sanatın teknik altyapısına uygun bir yapı oluşturarak Rönesans’tan itibaren sanatın bilgi ve	Lezzet hem duysal hem de bilişsel bir kategori oluşturur. Biyolojik ve zihinsel boyutunun yanı sıra kültürel ve estetik bir deneyim olarak açıklanır.	Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; von Hoffmann, 2016; Purhonen ve Heikkilä, 2017; Schwegler-

		beceriye dayalı üretim sistematiğiyle örtüşür.		Castañer, 2018; Spence, 2020.
	Mutfak Sanatlarının Çok Duyulu Deneyimdeki Yeri	Görsel kompozisyon, doku, ısı, koku ve tat vb. öğelerin bir araya gelmesiyle ile ortaya çıkan bütünsel yapının deneyimi, yalnızca tüketim odaklı olmayan kültürel anlam içeren sanat pratiğine dönüşür.	Mutfak sanatları, çok duyulu sanatın en doğal ve en zengin ortamlarından biri olarak estetik algıyı genişletir ve sanat iletişimini bedensel bir deneyim hâline getirir.	Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; von Hoffman, 2016; Spratt, 2021; Spence ve Di Stefano, 2025.
	Gastronominin Sosyo-kültürel Boyutu	Diğer sanatlarda olduğu gibi, yemek ve lezzet pratikleri de sosyal sınıf, kültürel sermaye, kimlik ve milliyet üzerinden anlam kazanır.	Gastronominin sosyo-kültürel boyutuna odaklanmak, mutfak sanatlarını diğer sanatsal pratiklerle aynı analitik çerçevede ele alınmasını sağlar ve çok duyulu sanat bağlamında estetik sosyal rolünü vurgular.	Hyman, 1986; Lewis, 2013; Purhonen ve Heikkilä, 2017.

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Bulguların elde edildiği kaynaklardan sentezlenen veriler, sanat iletişiminin süreç içerisinde toplumsal iletişimi ve kültürel devamlılığı önceleyen işlevsel yapısından (Sankowski, 1976; Tian, 2000; Peng, 2020; Wu vd., 2025) sıyrılarak, izleyicide duygu yaratmayı hedefleyen bedensel deneyim odaklı bir karaktere büründüğünü göstermektedir. Özellikle modern sanatın yükselişiyle birlikte 20. yüzyıl ve sonrası, sanat iletişimi duyular aracılığıyla duygu ve bedensez haz maksimizasyonunu hedefleyen bir algılama biçimini ortaya çıkarmıştır (Benjamin, 1936; Sommer ve Klöckner, 2021; Benear vd., 2024; Wei vd., 2025; Pelowski vd., 2025). Bu yönelme ayrıca, bir yaratının sanat eseri olarak kabul edilmesi için sahip olması gereken tekniğin mükemmelleştirilmeye çalışıldığı, oran, simetri gibi normatif ölçütlerin öncelendiği ve izleyici beğenisinin ikinci plana atıldığı dönemden itibaren (Lewis, 2013; Redies ve Brachmann, 2017; Peng, 2020; Ho vd., 2023), giderek artan bir doğrultuda duyular aracılığıyla izleyicide duygu yaratma özelliğine de değer biçilmesi yönünde gerçekleşmiştir (Benjamin, 1936; Sankowski, 1976; Luhmann, 2000).

Sanatın algılanmasındaki duyular ise, özellikle sanata ilişkin tekniğin geliştiği ve sistematikleştiği Batı sanatında ontolojik olarak göz ve görmeyi önceleyen felsefi anlayış doğrultusunda şekillenmiş, bunu özellikle müzik eserlerinin işitme algısına dayanan tahakkümü izlemiştir. Sanatın üretim merkezli olarak görülen Batı dünyasında, estetik anlayışı şekillendiren *yüksek* duyular olarak görme ve işitme ve *yardımcı* ya da *ikincil* duyular olarak dokunma, koklama ve tatma bu konumlarını uzun süre muhafaza etmişlerdir (Brighenti, 2010; Jian ve Dong, 2015; Redies ve Brachmann, 2017; Hong ve Wu, 2022; Fan vd., 2023). Sanatın algılanmasında duyuların hiyerarşisini tekrar düzenleyen paradigma değişimin ortaya çıkmasıysa, 19. ve 20. yüzyılda izleyicinin beklentilerinin sanatta yeni duysal açımları zorunlu kılmasıyla mümkün olmuştur. Bu noktadan itibaren görsel ve işitsel sanatların algısal etkisini destekleyen duyular olarak koku ve dokunma, performanslardaki konumunu genişletmiştir (Brighenti, 2010; Ihde, 2012; Spence, 2020).

Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle çok duyulu sanat pratiklerinin sanat iletişiminde gerçekleştirdiği dönüşümün öneminden de bahsetmek gerekir. Çok duyulu sanat yalnızca yeni bir ifade biçimini temsil etmekten öte, aynı zamanda geleneksel duyular hiyerarşinin değişimini pekiştirmiş (von Hoffmann, 2016; Spratt, 2021; Lee vd., 2022); görme ve işitme odaklı sanat iletişimi, yerini, uzun süre göz ardı edilen özellikle dokunma, koklama ve daha sonra tatma duyularının ortaya çıkardığı bütünsel bir sanat iletişimi formuna bırakmıştır (Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020; Spence ve Di Stefano, 2025).

Tatma duyusunun bir sanat algılama biçimi olarak ortaya çıkışı ve güçlenmesi, beden-estetik düzleminde bir sanatsal algı düşüncesini temellendiren somaestetik felsefesinin yükselişiyle birlikte gerçekleşmiştir (Shusterman, 2016). Somaestetik, bedenin kendisinin sanatsal iletişimin üreticisi olduğunu ve sanatın deneyimlenmesinde izleyicilikten katılımcılığa geçişi vurgulamaktadır (Ihde, 2012; Shusterman, 2016; Sgourev, 2021; Lee vd., 2022; Kwiatkowska-Tybulewicz ve Gábri, 2025). Somaestetik felsefesinin bahsi geçen bakış açısının yanı sıra görme ve işitmenin duyular hiyerarşisindeki yerlerinin sorgulanmaya başlanmasının etkisi ve postmodernist sanat anlayışının deneyimi önceleyen yapısı da tatma duyusunun yıldızının sanatsal iletişimin bir yolu olarak parlamasını sağlamıştır. Tatma duyusunun sahneye çıkışının sanat algısında devrimsel bir dönüşümü temsil etmesinin en önemli sebebi, koku ve tat duyularının sinerjisi ile ortaya çıkan lezzet kavramının başlı başına, özellikle Rönesans döneminden itibaren sanat üretimi sistematığında yer tutan bilimsel ve teknik alt yapı ihtiyacını da karşılıyor oluşu olarak yorumlanabilir. Böylece görme, işitme, dokunma gibi duyular, koku ve tat duyularını destekleyici bir rol üstlenmeye başlamıştır (Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; Purhonen ve Heikkilä, 2017; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020).

Lezzet, tat ve kokunun birleşiminden doğan bir deneyim olarak hem duyuşsal estetiğe hem de bilişsel yapıya ilişkin özellikleri sayesinde yalnızca tüketilen değil aynı zamanda anlam üreten bir sanat pratiği oluşturmaktadır (Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; von Hoffmann, 2016; Purhonen ve Heikkilä, 2017; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020). Bütünleşik lezzet algısını yaratan unsurlar tat ve kokunun bir araya gelmesine ek olarak, bu süreci dokunma, işitme ve görmeyle zenginleştiren görsel kompozisyon, doku, ısı, tekstür, akışkanlık, ortonazal koku vb. gibi tamamlayıcı unsurlardır (Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; von Hoffmann, 2016; Spratt, 2021; Spence ve Di Stefano, 2025). Diğer yandan lezzet, sosyo-kültürel ve mekansal bir etkilenim alanınınca kuşatılmış durumdadır (Hyman, 1986; Lewis, 2013; Purhonen ve Heikkilä, 2017).

Lezzetin sanatsal çerçevedeki yerini meşrulaştıran bu gelişmelerin ardından tüm duyuların temsil edildiği bir sanat deneyimi olarak çok duyulu sanatın ortaya çıkması da ek olarak modern dönemde sanatsal iletişimden beklenen etkileşim ve haz maksimizasyonu ihtiyacını karşılar bir form oluşturmuştur. Postmodernizmle birlikte sanatsal iletişimde bedensel deneyimin neredeyse tamamen objenin yerini almasıyla sanattan beklenti, çok duyulu deneyim yoluyla her bir duyuyu aşkın bir kompozisyon yaratılması doğrultusunda zirveye çıkmıştır. Çok duyulu sanatın sanat-birey iletişimindeki etkisini pekiştiren lezzet unsurunun, mutfak sanatlarının uygulama alanının bir çıktısı olması, mutfak sanatlarının çok duyulu deneyimin doğal bir tezahür alanı olduğunu ortaya koyan önemli bir bulgudur. Mutfak sanatlarına ilişkin araştırmalar, bu alanın yalnızca yiyecek-içecek üretim-tüketim dengesini sağlamak üzere faaliyet gösteren bir alan olmadığını, bununla beraber modern çok duyulu sanatın doğal ve zengin mecralarından biri olduğunu ortaya koymaktadır (Hyman, 1986; Lambert, 2009; Lewis, 2013; von Hoffmann, 2016; Purhonen ve Heikkilä, 2017; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020; Spratt, 2021). Mutfak sanatlarının çok duyulu sanatla bu ilişkisi ayrıca, mutfak-sanat ilişkisini geleneksel algılama biçimlerine benzer şekilde yalnızca tabak sunumları ve pasta tasarımları gibi görsellik üzerinden değerlendirilmekten kurtarmakta ve çok duyulu kodlardan oluşan bir sanat diline dönüştürmektedir (Lambert, 2009; Lewis, 2013; Purhonen ve Heikkilä, 2017; Schwegler-Castañer, 2018; Spence, 2020; Spratt, 2021).

Gastronomi ayrıca sahip olduğu sosyo-kültürel boyutu ile, diğer sanatlarda olduğu gibi, sosyal sınıf, kültürel sermaye, kimlik ve milliyet vb. gibi göstergeler üzerinden anlam kazanır. Böylece mutfak sanatları estetiği yalnızca duyuşsal değil, toplumsal bir deneyim alanı olarak yeniden konumlandırırmaktadır (Hyman, 1986; Lewis, 2013; Purhonen ve Heikkilä, 2017). Bu yönüyle gastronominin sanat-toplum iletişimindeki rolünü pekiştirdiğini ifade etmek mümkündür.

Özellikle 1970’li yıllardan itibaren, mutfak sanatları kavramının gerçek bir sanat temsili olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini sorgulayan çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. Sanat literatüründe yer alan söz konusu çalışmalar sıklıkla bu ilişkiyi kavramsal olarak ele almış ve özellikle fonksiyonel olma problemi (Quinet, 1981) ve yiyecek-içeceklerin tüketilmek üzere üretilmiş olma problemi (Monroe, 2007) gibi olgular üzerinden tartışmıştır. Geleneksel sanat eserlerinin dahi fonksiyonel özelliklere sahip olduğu (Sankowski, 1976; Tian, 2000; Nyland ve Steberglokken, 2020;

Peng, 2020; Wu vd., 2025) veya tüketilmek üzere üretilmiş olup olmadıklarına ilişkin genelgeçer bir yargıya varmanın zorluğu düşünüldüğünde, mutfak-sanat iletişimine yönelik temel bakış açısının, Hegel felsefesi dahilinde yemeğin geçiciliği ve Kantçı bakış açısıyla fizyolojik ihtiyacı karşılayan bir unsur olarak görülüyor oluşu tarihsel kabulleri ile (Andina ve Barbero, 2018; Borsato, 2023) yönlendirilmiş olduğu yargısına ulaşılabilir. Diğer yandan araştırma kapsamında elde edilen tüm bu veriler ışığında, sanat algısının ve duyular hiyerarşisinin dönüşümüyle ortaya çıkan yeni sanat iletişimi biçimlerinden olan çok duyulu sanat deneyiminin yaratılmasındaki rolü ele alındığında, mutfak sanatlarının alana özgü yaratı özellikleriyle, doğal bir sanat formu olarak değerlendirilebileceğinin ifade edilmesi mümkündür.

SONUÇ

Bu araştırma, sanatın geleneksel algılama biçimlerinden modern dönem algılanma biçimlerine geçişte ortaya çıkan çok duyulu deneyim ve bu deneyimin oluşturulmasında özellikle tatma ve koklama duyularının öncülüğünde mutfak sanatlarının yerinin araştırılmasına odaklanmaktadır. Literatürde yiyeceğin sunumunu bir sanat formu olarak ele alan (Garret, 2010; Zellner vd., 2010; Spence vd., 2014; Özdemir ve Kılıç Ateş, 2021; Borsato, 2023) veya özellikle beden-estetik felsefesi doğrultusunda tatma-koklama duyularını bir sanatsal algılama biçimi olarak kabul eden (Verbeek ve Campen, 2013; Nyangiro, 2016; Shusterman, 2016; Vi vd., 2017; Asmi vd., 2025) birçok araştırmaya rastlanmaktadır.

Bahsi geçen bu çalışmalara yönelik değerlendirmeler, bu araştırma kapsamında değinilmesi gereken iki kritik noktayı doğurmaktadır. Bunlardan ilki yemeği sanat olarak ele alan ve mutfak sanatları kavramı altında örneklendiren çalışmalardaki sanatın çok büyük oranda tabak prezantasyonu ve pasta tasarımı gibi görsel tasarımlar üzerinden değerlendiriliyor olmasıdır. Literatürde konu ile ilgili araştırmaların odaklandığı konular göz önüne alındığında dikkati çeken bir diğer çarpıcı nokta ise, koklama ve tatma duyusu üzerinden kurgulanan çok duyulu sanat eserlerinin yoğun olarak sanat literatüründe ele alınıyor oluşudur. Oysa söz konusu algıyı yaratan sanat eserinin üretildiği stüdyonun endüstriyel bağlamda olmasa da bir çeşit mutfak olduğu ve tat, lezzet, koku, aroma gibi kavramların nörogastronomi başta olmak üzere gastronomi literatürünün araştırma alanları olduğu göz önüne alındığında, bu eserlerin mutfak sanatı kapsamında değerlendirilmesi son derece doğaldır.

Tüm bu değerlendirmeler sonucunda mutfak sanatlarının yalnızca görsel paradigma üzerinden okunan üretim-tüketim döngüsünde tabak prezantasyonları ve pasta tasarımları gibi unsurlarla sınırlandırılmayacağı, bununla birlikte özellikle tat ve koku duyusunun öncül rol üstlendiği çok duyulu deneyimi hedefleyen sanat formlarının mutfak sanatı kavramı dahilinde ele alınabilir olduğu değerlendirilmektedir. Her ne kadar, mutfak sanatlarına ilişkin örnekler ilgili literatürde yeni mutfak akımıyla beraber yiyecek objesini natürlükten sığ temsilinden kurtarmış gibi görünüyorsa da çok duyulu sanatı meşrulaştıran birçok unsurun mutfakta üretilmesi zorunlu sanat formlarını gerektirmesi, mutfak sanatı kavramsallaştırması altında değerlendirilebilecek sanatsal üretim potansiyelinin göz ardı edilemez değerini ortaya koymaktadır.

Bu veriler ışığında bu çalışma, çok duyulu sanat algısı dahilinde yükselen temsiliyle tatma ve koklamaya ilişkin duyular hedeflenerek yaratılan sanat eserlerini, mutfak sanatları bağlamı kapsamında tartışan ilk çalışmalardan biri olma özelliğini taşımaktadır. Çalışma, sanat ve gastronomi iletişimi doğrultusunda multidisipliner bir yapıda kurgulanmıştır ve literatüre katkısı hem sanat hem de gastronomi ve mutfak sanatları literatürüne yönelik olarak değerlendirilmelidir. Gelecekte çok duyulu sanat performanslarının analiz edilerek, tat, koku, dokunma, görme ve işitmenin dahil olduğu bütünleşik lezzet algısının gözlemlenebileceği ampirik çalışmaların, mutfak sanatı bağlamındaki performanslar içindeki hangi yaratıların mutfak sanatlarının konusu olabileceğine yönelik soruları yanıtlamak üzere gerçekleştirilmesi, bu çalışmanın literatüre katkısını pekiştirmek adına önemli görülmektedir. Diğer yandan, yeni teknolojik temsil ve aktarım tarzları ile sanatın temsil ve iletişim biçimlerinin sürekli bir dönüşüm içerisinde olması, özellikle dijitalleşme ve sanat algısı ilişkisinde, gastronomik öğeler aracılığıyla sağlanacak iletişimin hangi dönüşümlere konu olabileceğinin tespit edilmesine yönelik olarak gerçekleştirilecek araştırmaların da önem kazanmasına neden olmaktadır. Böylece gastronomi ve sanat iletişiminin dijital dönüşümüne odaklanacak araştırmaların da bu çalışmanın çıktılarını bir adım öteye taşıma potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (1947). *Max Horkheimer. Dialectic of Enlightenment*, 44.
- Al Sheikh, H.M. (2025). Shifting perspectives: exploring the intersection of traditional and digital photography in contemporary artistic practices. *Visual Studies*, 40(3), 596-607.
- Andina, T., & Barbero, C. (2018). Can Food Be Art? *The Monist*, 101(3), 353–361.
- Asmi, A. H. H., Ghazali, N. A. M., & Din, S. C. (2025). Analysing The Multi-Sensory Elements Of Immersive Experience For Art Exhibitions In Southeast Asia. *Ideology Journal*, 10(2).
- Ayala, I., Cuenca, J., & Cuenca-Amigo, M. (2021). The transformation of museums in recent years. Main changes perceived by visitors. *Arte Individuo y Sociedad*, 33(3), 935-956.
- Balıkoğlu, A., Kılıç, S. N., & Bozok, D. (2020). Duyusal Deneyim Memnuniyeti ve Yöresel Yiyecek Deneyimi Arasındaki İlişki ve Değişkenlerin Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 1334–1361.
- Benjamin, W. (1936). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. London: Routledge.
- Borsato, M. (2023). “Edible Aesthetics”: Blurring Boundaries Between Pastry And Art. *Humanities*, 12(5), 126.
- Bourdieu, P. (1984). *A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brighenti, A. M. (2010). Visuality And Visibility. In *Visibility in Social Theory and Social Research* (pp. 1–36). London: Palgrave Macmillan.
- Brighenti, A. (2010). *Visibility and Social Theory: The Social Dynamics of Public Spaces*. (pp. 37-70). London: Palgrave Macmillan.
- De Coster, K., & Loots, G. (2004). Somewhere In Between Touch And Vision: In Search Of A Meaningful Art Education For Blind Individuals. *International Journal of Art & Design Education*, 23(3), 326–334.
- Drobnick, J. (2006). Eating Nothing: Cooking Aromas In Art And Culture. In *The Smell Culture Reader* (pp. 342–356). Routledge.
- Erdoğan, Ç. (2013). Retinal Sinemadan Duyusal Sinemaya Doğru. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 65–82.
- Erkocaaslan, E., & Ay, M. (2025). Renklerin Lezzet İllüzyonu: Gıda Seçimlerinde Görsel Uyarıcıların Rolü. *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(1), 202–219.
- Fan, T., Wang, H., & Hodel, T. (2023). Multimodal knowledge graph construction of Chinese traditional operas and sentiment and genre recognition. *Journal of Cultural Heritage*, 62, 32-44.
- Garrett, T. M. (2010). *Wedding Cake Art and Design: A Professional Approach*. John Wiley & Sons.
- Gillespie, J. H. (1994). *The Causes of Molecular Evolution*. Oxford University Press.
- Gombrich, E. H. (1960). On Physiognomic Perception. *Daedalus*, 89(1), 228–241.
- Hagtvedt, H., Patrick, V. M., & Hagtvedt, R. (2008). The Perception And Evaluation Of Visual Art. *Empirical Studies of the Arts*, 26(2), 197–218.
- Ho, R., Szubielska, M., & Kopis-Posiej, N. (2023). Cultural-Match Effect on the Appreciation of Traditional and Contemporary Visual Arts: Evidence From Poland and Hong Kong. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 17(4), 451-462.
- Hong, X., & Wu, Y.H. (2022). The use of AR to preserve and popularize traditional Chinese musical instruments. *Digital Scholarship in the Humanities*, 37(2), 426-440.
- Hyman, P. (1986). The Art of Developing a Taste for Snails + A Culinary History of Escargots. *Histoire*, 85, 40-44.
- Ihde, D. (2012). *Listening and Voice: Phenomenologies of Sound*. State University of New York Press.
- Jian, M.W., & Dong, J.Y. (2015). Three-dimensional Reconstruction of Traditional Chinese Calligraphy Arts for Realistic Perception. *Perception*, 44, 35-35.
- Kaufman, D. A. (2002). Normative Criticism And The Objective Value Of Artworks. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 60(2), 151–166.
- Klosse, P. (2011). Food And Wine Pairing: A New Approach. *Research in Hospitality Management*, 1(1), 5–8.
- Kwiatkowska-Tybulewicz, B., & Gábri, N. (2025). Theatre of change: a theatre community of homelessness and pedagogy. *Studies in Theatre and Performance*. 1-16.
- Lambert, E. (2009). Tasting mediations or the way to create flavoring experience. *Culture et Musees*, (13), 49-70.

- Lee, M. A. (2011). *Ingestional Aesthetics: Deciphering Eating in Contemporary Art* (Doctoral dissertation). School of the Art Institute of Chicago.
- Lee, E., Kang, J.H., & Kim, J. (2022). Touch the Color Change: Representation of Color Change Using Tactile Grating Patterns. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*.
- Lewis, P.R.G. (2013). Stomaching the Salon: The Sense of Taste in Le Tintamarre's "Boulangerie du Louvre" and Baudelaire's Salon de 1846. *Nineteenth-Century French Studies*, 42(1-2), 35-50.
- Luhmann, N. (2000). *Art as a Social System*. Stanford University Press.
- Maconie, R. (2002). *The Second Sense: Language, Music, and Hearing*. Bloomsbury Publishing.
- Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge.
- Monroe, D. (2007). Can Food Be Art? The Problem Of Consumption. In F. Allhoff & D. Monroe (Eds.), *Food and Philosophy* (pp. 133–142). Oxford: Blackwell Publishing.
- Mortezaei, V. (2020). Is Food a (Cross-cultural/Interpersonal) Communication Medium? https://www.researchgate.net/publication/342523348_Is_Food_a_CrossculturalInterpersonal_Communication_Medium (Erişim Tarihi: 08. 12. 2025).
- Nieto-Cuebas, G.Y. (2022). Grumelot & Escuela Nave 73: Defying traditional stage presence through digital media. *Romance Quarterly*, 69(2), 83-92.
- Nyangiro, E. A. (2016). *Multi-Sensory Appreciation and Practice: A Somaesthetic Approach to the Exploration of Taste, Smell and Touch in Food-Based Art* [Doctoral dissertation, University of Wolverhampton].
- Nyland, A.J., & Steberglokken, H. (2020). Changing perceptions of rock art: storying prehistoric worlds. *World Archaeology*, 52(3), 512-529.
- Özdemir, S. S., & Özdemir, B. (2023). Chef And Sommelier's Share In Michelin Star Success: The Case Of Denmark. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 8(1), 19–25. <https://doi.org/10.31822/jomat.2023-8-1-19>
- Özdemir, S. S., & Kılıç Ateş, S. (2021). Gastronomi ve Sanatta Yeni Bir Temsil: "Nature Cuite." *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 11(3), 1058–1072.
- Pelowski, M., Marengo, E., & Fingerhut, J. (2025). Designing Emotions as Mediators of Attitude Change from Socially-Focused Art Exhibitions. *Empirical Studies of the Arts*, 44(1), 195-255.
- Pelowski, M., Cabbai, G., & Leder, H. (2025). The Kitsch Switch – or (When) Do Experts Dislike Thomas Kinkade Art? *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 19(3), 377-395.
- Peng, C.M. (2020). Chang Ming Peng: The Scholarly Discussion of Chinese Painting in Occident at the Beginning of the 20th century. *Revue de l'Art*, (209), 47-60.
- Pereira, L. J., & Van der Bilt, A. (2016). The Influence Of Oral Processing, Food Perception And Social Aspects On Food Consumption: A Review. *Journal of Oral Rehabilitation*, 43(8), 630–648.
- Perricone, C. (2007). The Place Of Touch In The Arts. *Journal of Aesthetic Education*, 41(1), 90–104.
- Ping, Y.A., & Zheng, X. (2024). Digital Preservation and Promotion: Evaluating the Impact of Virtual Museums on the Traditional Art of Rural Areas. *Journal of Arts Management Law and Society*, 54(5), 259-273.
- Pinna, B., & Reeves, A. (2009). From Perception To Art: How Vision Creates Meanings. *Spatial Vision*, 22(3), 163–181.
- Purhonen, S., & Heikkilä, R. (2017). Food, music and politics: The interweaving of culinary taste patterns, 'highbrow' musical taste and conservative attitudes in Finland. *Social Science Information*, 56(1), 74-97.
- Quinet, M. L. (1981). Food As Art: The Problem Of Function. *British Journal of Aesthetics*, 21(2), 134–142.
- Redies, C., & Brachmann, A. (2017). Statistical Image Properties in Large Subsets of Traditional Art, Bad Art, and Abstract Art. *Frontiers in Neuroscience*, 11.
- Sankowski, E. (1976). Emotion And The Appreciation Of Art. *Aesthetic Education*, 10(2), 45–67.
- Sauer, C. D. (2020). Smell And Taste In Art: Suggestions Towards A Systematic Approach. *Ikonotheke*, 29, 151–175.
- Schneider, C. Q., & Wagemann, C. (2012). *Set-Theoretic Methods For The Social Sciences: A Guide To Qualitative Comparative Analysis*. Cambridge University Press.
- Schwegler-Castañer, A. (2018). The art of tasting corpses: the conceptual metaphor of consumption in Hannibal. *Continuum – Journal of Media & Cultural Studies*, 32(5), 611-628.

- Shusterman, R. (2016). Somaesthetics And The Fine Art Of Eating. In *Body Aesthetics* (pp. 261–280). Oxford University Press.
- Sommer, L.K., & Klöckner, C.A. (2021). Does Activist Art Have the Capacity to Raise Awareness in Audiences? *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 15(1), 60-75.
- Sorokin, P. (2017). *Social And Cultural Dynamics: A Study Of Change In Major Systems Of Art, Truth, Ethics, Law And Social Relationships*. Routledge.
- Spence, C. (2015). Multisensory Flavor Perception. *Cell*, 161(1), 24–35.
- Spence, C. (2020). Senses Of Place: Architectural Design For The Multisensory Mind. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1), 46.
- Spence, C., & Di Stefano, N. (2025). Augmenting art crossmodally: possibilities and pitfalls. *Frontiers in Psychology*, 16.
- Spence, C., Piqueras-Fiszman, B., Michel, C., & Deroy, O. (2014). Plating Manifesto (II): The Art And Science Of Plating. *Flavour*, 3(1), 4.
- Stroebe, W., Papies, E. K., & Aarts, H. (2008). From Homeostatic To Hedonic Theories Of Eating: Self-Regulatory Failure In Food-Rich Environments. *Applied Psychology*, 57, 172–193.
- Telfer, E. (2013). Food As Art. In A. Neill & A. Ridley (Eds.), *Arguing About Art: Contemporary Philosophical Debates* (pp. 9–18). Routledge.
- Tian, M. (2000). Male Dan: The paradox of sex, acting, and perception of female impersonation in traditional Chinese theatre. *Asian Theatre Journal*, 17(1), 78-97.
- Tournier, C., Sulmont-Rossé, C., & Guichard, E. (2007). Flavour Perception: Aroma, Taste And Texture Interactions. *Food*, 1(2), 246–257.
- URL 1 https://www.ngv.vic.gov.au/exhibition/rirkrit-tiravanija/?utm_source=chatgpt.com (Erişim Tarihi: 14.09. 2025).
- URL 2. <https://www.archipanic.com/alcoholic-architecture-by-bompass-parr/> (Erişim Tarihi: 14.09. 2025).
- Verbeek, C., & Van Campen, C. (2013). Inhaling Memories: Smell And Taste Memories In Art, Science, And Practice. *The Senses and Society*, 8(2), 133–148.
- Vi, C. T., Ablart, D., Gatti, E., Velasco, C., & Obrist, M. (2017). Not Just Seeing, But Also Feeling Art: Mid-Air Haptic Experiences Integrated In A Multisensory Art Exhibition. *International Journal of Human-Computer Studies*, 108, 1–14.
- von Hoffmann, V. (2016). The Taste of the Eye and the Sight of the Tongue: the Relations between Sight and Taste in Early Modern Europe. *Senses & Society*, 11(2), 83-113.
- Wilson, S. E. (2016). Neto's Leviatan Thot In The Panthéon: A Phallocentric Performing Theater. In *Cultural Exchanges Between Brazil And France* (pp. 193–208). Routledge.
- Wu, J., Zhang, Y., & Gao, Y. (2025). Audience cognitive diversity in traditional performing arts: a case study. *Research in Dance Education*.
- Yıldırım, İ. (2013). Somaestetik Filozofu Shusterman: Kendini Bilmenin Bir Yolu Olarak Somaestetik. *Felsefe Dünyası*, 58, 145–158.
- Yorulmaz, M. Y. (2025). Sinestezi Işığında Duyular Arası Etkileşim ve Çağdaş Sanat Paradigmaları. *Sanat ve Yorum*, 45, 72–81.
- Zellner, D. A., Lankford, M., Ambrose, L., & Locher, P. (2010). Art On The Plate: Effect Of Balance And Color On Attractiveness Of, Willingness To Try And Liking For Food. *Food Quality and Preference*, 21(5), 575–578.