

Gastronomi Turizmi: Tabak Presentasyonunun Gastronomi Turizmindeki Yeri

Ceyhun UÇUK^{1*} Oya ÖZKANLI²

¹Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Gaziantep, Türkiye

²Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Gaziantep, Türkiye

*Sorumlu yazar:

E-posta:ceyhunucuk@gantep.edu.tr

Geliş Tarihi: 23 Nisan 2017

Kabul Tarihi: 10 Ağustos 2017

Özet

Gastronomi turizminin ülkelerin ekonomilerine olan katkılarının, son yıllarda arttığı bilinmektedir. Her geçen gün yeni lezzet arayışları insanları gastronomi turizmine yönelten unsurlardan birisi olmakla birlikte, yemeğin nasıl sunulduğunun önemi de artmaktadır. Yemeğin öncelikle göz ile yenildiğini, görüntüsü çekici olmayan yemeklerin insanda o yemeği tatma arzusunu azalttığı bilinmektedir. Dünyadaki mutfak akımları ve yenilikçi sunum anlayışlarının ortaya çıkmasındaki en büyük etkenin estetik kaygı olduğunu söylemek mümkündür. Estetik kaygı ile şefler, farklı ürünleri farklı sunum teknikleri ve özgün tasarımları ile sunma eğilimindedirler. Sunum ve presentasyonun yemek seçimi, beğeni, mekan seçimi, tekrar yeme gibi faaliyetleri göz önünde bulundurulduğunda, çalışmada tarama yöntemi ile gastronomi turizminde tabak presentasyonunun önemi irdelenmiş ve ileride yapılabilecek tabak presentasyonu ilkelerinin oluşturulması çalışmalarına katkı sunulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, tabak presentasyonu, yemek sunumu

Gastronomy Tourism: The Place of Plate Presentation in Gastronomy Tourism

Abstract

It is known that the contribution of gastronomic tourism to the economies of the countries has increased in recent years. With each passing day searching for new flavors becomes one of the elements that direct people to gastronomic tourism, the importance of how you eat is increasing. It is known that your meal is primarily eaten by the eye, and the foods that are not attractive to the eye reduce the desire for tasting it in person. It is possible to say that the biggest factor in the emergence of kitchen trends and innovative presentation concepts in the world is aesthetic concern. With aesthetic concerns, chefs tend to present different products with different presentation techniques and unique designs. When the activities such as presentation and presentation of food selection, taste, location selection and re-eating activities are taken into consideration, the importance of plate presentation in gastronomy tourism has been investigated by using screening method in the study and contribution has been tried to be made to the studies of establishment of plate presentation principles.

Keywords: Gastronomy tourism, plate presentation, food presentation

GİRİŞ

Gastronominin son yıllarda turistlerin destinasyon seçiminde oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Turizm destinasyonu belirleme aşamasında, turistlerin gidecekleri destinasyonda yeme-içme faaliyetlerini göz önünde bulundurduğu düşünüldüğünde gastronomi turizminin öneminin de gün geçtikçe arttığı söylenebilir. Çalışkan [1]'a göre gastronomi ve turizm ilişkisinin genellikle, destinasyon ve yerel mutfak ilişkisi, turistlerin yerel mutfaka karşı tutumları, turistlerin gastronomik deneyime ilişkin beklentileri ve memnuniyetleri, turistlerin gastronomi ile ilişkilerine göre sınıflandırılması ve pazar dilimi olarak belirlenmesi, gastronomik kimlik ve gastronomi turizmi üzerine olduğu söylenebilir. Turistlerin deneyime ilişkin beklentileri ve memnuniyetleri bağlamında sunulan yiyeceklerin nasıl ve ne şekilde sunulduğunun önemli olduğu görülmektedir.

Turistlerin destinasyon seçimlerinde yeme-içme faaliyetinin büyük bir öneme sahip olduğu bilinmektedir. Yeme-içme faaliyetinin ilk olarak göz ile başladığı ve yiyecek ya da içecek ilk temas eden duyunun görme duy-

usu olduğu düşünüldüğünde yiyecek-içeceklerin ne şekilde sunulduğunun önemi ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda çalışmada gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları ile tabak presentasyonu ilişkisi irdelenmiş ve tabak presentasyonunun gastronomi turizmine etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve ileride yapılacak çalışmalara ışık tutmak amaçlanmıştır.

MATERYAL ve YÖNTEM

Çalışma Alanının Tanıtımı

Çalışma alanı; Gastronominin çalışma alanlarından bir tanesi de yiyeceklerin nasıl sunulduğudur. Özellikle mutfak sanatları bağlamında incelenmesi gereken yiyeceklerin düzenlenmesi ve sunulması aşamalarının tamamını kapsayan tabak presentasyonu çalışmalarının insanların beğenisini ve dolayısıyla tercihlerini etkilediğini söylemek mümkündür. Çalışmada tabak presentasyonu ile gastronomi turizmi ilişkilendirilerek, tabak presentasyonunun gastronomi turizmine olası etkileri incelenmeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden tarama modeli ile literatür taraması yapılarak, ulaşılan

kaynaklar derlenmeye çalışılmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Gastronomi

Kivela ve Crotts [2]'a göre; gastronomi kimya, biyoloji, jeoloji, edebiyat, tarih, antropoloji, müzik, tarım, felsefe, psikoloji ve sosyolojiden bir anlayış ve değerlendirme içermektedir ve bu yönüyle gastronomi disiplinler arası bir alandır. Eren [3]'e göre gastronomi, içinde barındırdığı tüm sanatsal unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalıdır.

Santich [4]'e göre gastronomi çalışmalarının, “gıdanın üretimi, gıdalara yapılan işlemler, gıdanın depolanması, taşınması, hazırlanması, pişirilmesi, kimyası, gıdaların üretimiyle ilgili diğer öğeler, sindirilmesi ve fizyolojik etkileri, yemek seçimleri, gıdanın sosyal ve ekonomik yönleri, kültür ve geleneklerin araştırılması olduğunu söyleyebiliriz. Devenci vd. [5]'ne göre gastronomi; yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin detaylı bir şekilde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan aynı zamanda bilimsel ve sanatsal unsurlarla katkı sağlayan bir bilim dalıdır.

Santich [4]'e göre; gastronominin yorumlanması Antik Yunan'dan 19. yy. Avrupa'sına kadar bir tutarlılık sergilenmektedir. Ayrıca gastronomi hakkındaki yorumlar 19. ve 20. yüzyıllarda olduğu gibi 21. yy. için de uygundur. Buradaki en önemli noktalardan biri, yapılan tanımların, gastronominin sadece yiyecek ve içeceğin madde olarak ele alınması değil; nasıl, neden, nerede ve ne zaman sorularını da içermesidir.

Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere gastronominin çalışma alanı oldukça geniştir. Gastronominin uygulama alanının tabakta yer alan ürünlerin düzenlenmesi çalışmalarını da kapsadığı düşünüldüğünde, görsel olarak etkili sunumlar hazırlamanın öneminin daha net bir şekilde anlaşılacağı düşünülmektedir.

Gastronomi Turizmi

Bir bölgenin mutfak mirası, bir turizm ürünü olması açısından son yıllarda önemli bir güç kazanmıştır. Gastronomi Turizmi bir bölgeyi ziyaret eden turistlerin istediği en önemli turistik faaliyet deneyimlerinin başında gelmeye başlamaktadır [6].

Alternatif turizm çeşitleri arasında; sağlık turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, spor turizmi gibi turizm çeşitlerinin yanında, son yıllarda gastronomi turizmi de önem kazanmaktadır. Turistik bir destinasyonu ziyaret eden kişiler, söz konusu destinasyonun mutfak kültürünü yakından tanımak ve yemeklerinin tadına bakmak istemektedirler [7].

Hatipoğlu [8]'na göre; yeni lezzetler tatmak ve farklı kültürlere ait yiyecekleri deneyimlemek, bazı turistlerin bir bölgeyi tercih nedenleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Literatürde “Gastronomi Turizmi” olarak anılan bu turizm davranışları ile ilgili yapılan değişik tanımlamalar bulunmaktadır. Örneğin Turizm Terimleri Sözlüğü (1999)'ne göre gastronomi turizmi, “yemek zevki konusunda özel ilgisi olan insanların, bu anlamda ilginç olan yerlere yaptıkları ziyaretler”; Hatipoğlu [8]'na göre ise “sosyal bir aktivite olarak ender bulunan yiyecekleri keşfetmek için farklı böl-

gelere seyahat eden bireylerin oluşturduğu turizm türü” olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi turizminin turistlere eşsiz ve unutulmaz yiyecek-içecek deneyimleri yaratacağı düşünülmektedir. Başka bir tanımla gastronomi turizmi, bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını ve sunulmasını, mutfagını, öğün sistemlerini ve yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şeklidir [9].

Gastronomi turizmi; mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesi, hazırlanması, sunulması ve yeme biçimlerinin keşfedilmesidir [10].

Tasarım ve Gastronomide Tasarım

Tunalı [11]'ya göre tasarım sözcüğünün kökeni, “biçim vermek, temsil etmek” anlamına gelen Latince designare sözcüğüdür. Tunalı içeriğine tasarlama, planlama, eskizler yapma, biçimlendirme ve kurgulama gibi değişik ifadelerin eklenmesiyle, tasarım sözcüğünün tanımı güç bir kavram haline geldiğini ifade etmektedir.

Türk Dil Kurumu sözlüğüne (2016) göre tasarım:

1. Zihinde canlandırılan biçim, tasavvur.
2. Bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, tasar çizim ve dizayn.
3. Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan çerçeve, tasar çizim, dizayn.
4. Daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyası.

Herhangi bir ürünü tasarlama ve biçimlendirme düşüncesinin, tarih içinde çok uzun bir zaman dilimi boyunca, çok değişik yollarla uygulanarak ve gittikçe de hızlanarak süre geldiğinden bahseden Togay ve Bıyıkçı [12]'ya göre: her ürün onu hazırlayan ve oluşturan koşullara bağlı olarak biçimlendirilmektedir. Togay ve Bıyıkçı, tasarım yapma düşüncesinin, genel olarak, ilk insanın herhangi bir şeyi eline alarak, onu yeniden biçimlendirmesi ile birlikte başlamış olduğunun varsayılabilceğini, o ilk günden bugüne kadar, pek çok çeşitli ürünün tasarlandığını ve biçimlendirildiğini ifade etmektedirler.

Etkileyici bir fikir bulma yönündeki araştırmalar, tasarım sürecinin en kritik evresini oluştururlar [13].

Alpaslan [14]'a göre bir ürünün tasarımında genel olarak dört öge göz önünde bulundurulmaktadır. Bunlar;

1. Kullanılan gereç ya da gereçlerin olanakları,
2. Bu gereçlerin amaçlanan işlere uyarlanmasında kullanılan yöntemler,
3. Parçaların bütün içinde yanyana geliş biçimi,
4. Ürünün onu izleyecek ya da kullanacak olanlar üzerindeki estetik etkisidir.

Yılmaz [15] tasarımın temelinde, tasarımcıyı yaratmaya sevk eden bir dizi düşünsel aktivitelerin barındığı, Aslında tasarım düşüncesinin mevcut probleme potansiyel bir çözüm ararken, probleme farklı bakan sayısız yaklaşım arasında sıklıkla hareket ettiğini belirtmektedir.

Gastronomi ve tasarım arasındaki bağ, yiyeceklerin farklı formlar kazandırılarak estetik kaygı ile dönüştürülmesi ilişkisi ile açıklanabilir. Bir yemeği oluşturan hammaddelerin son şeklini alınca kadar birçok evreden geçtiği bilinmektedir. Mesleki, kültürel ve sanatsal bilgi ile sentezlenerek hazırlanan yiyeceklerin bu sürecinden tasarım olarak bahsedilebileceği düşünülmektedir.

Yaratıcılık ve Gastronomide Yaratıcılık

Yaratıcılık hem bir süreç hem de bu sürecin sonunda ortaya özgün bir ürün koyma olarak ele alınabilir [16]. Amabile vd.'den akt. Eren ve Gündüz [17]'e göre yaratıcılık, her

alandaki yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesidir.

Tasarımın; birikimin özgün bir ifade biçimi ile maddeleşen bir yansıma olduğu düşünüldüğünde, salt teknik ya da mesleki bilgi birikiminin yeterli olamayacağı söylenebilir. Bilgi birikiminin yanında yaratıcılık ve yaratıcı düşüncüyü somuta dönüştürme eyleminin de varlığından söz etmek mümkündür.

Nickerson [18]'a göre yaratıcılık; tipik olarak faaliyet sonuçları kavramları ile tanımlanmakta ve yaratıcı insanlar bu faaliyetleri sergilemektedirler. Nickerson yaratıcı insanları yaratıcı ürün üreten kişiler olarak ifade etmekle birlikte bu yaratıcı ürünlerin farklılıklarını; yenilik yaratıcı ürünün ayırt edici özelliklerinden olup bir diğer özelliği, yararlı olması ya da kullanışlı olması veya başkalarına göre sosyal bir değerinin olması olarak özetlemektedir. Nickerson ayrıca insanın problem çözme kapasitesi veya yeni ve kendi kültüründe kabul edilebilir bir ürün üretme kapasitesini yine yaratıcılıkla açıklamaktadır.

Yaratıcılığı ürüne yansıma çabası gastronominin uzun süredir çalışma alanlarından birisidir diyebiliriz. Özgün ve inovatif bir ürünü estetik anlayış içerisinde ortaya koyma eğilimi gastronominin çalışma alanlarından bir tanesi gibi görülmektedir. Gastronomi alanında eğitim veren kurumların tabak prezentasyonu, tabak dizaynı, sunum teknikleri, süsleme sanatı adı altında derslerinin bulunmasının bu konuya verilen önemi gösterdiği düşünülmektedir. Bu bağlamda yaratıcılığın gastronomi alanındaki öneminin de gün geçtikçe arttığı söylenebilir.

Tabak Prezentasyonu

Sürücüoğlu ve Akman [19]'a göre yemek, toplumlar için kültür ve insanların istekleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri, insanlık tarihinden bu yana süregelen bir sanatsal özellik taşımaktadır. Akman ilkçağlardan itibaren insanların yaşadıkları toplumun getirdiği düzen ve alışkanlıklar içinde yemek yediklerini ve zaman içerisinde meydana gelen değişikliklerin insanların yemek düzenlerinde ve alışkanlıklarında da yeniliklere neden olduğunu aktarmaktadır.

Miele ve Murdoch [20]; yemek yeme, yemek yeme için giyinme, etkileşim (füzyon), pişirme, yemek tasarımı, eğlendirme, yönetme gibi günlük uygulamalar “Estetik” kaygılarla artan oranda desteklenmektedir görüşü ile yemeğin görsellik ile ilişkisine dikkat çekmektedirler.

Başaran [21]'a göre algılamada, duyu organları yoluyla alınan bütün duyular önem arz etmektedir. Fakat bunlar, önem sırasına konulacak olursa, görme duyumu birinci, işitme duyumu ikinci, dokunma duyumu üçüncü ve diğer duyular bundan sonraki sıraları almaktadır.

Ayrıca yemeğin yenildiği masaların düzenlenmesi ve prezentasyondaki etkisi üzerine de söylemler yer almaktadır: “Yemek masası bir sosyalizasyon forumudur”[22]. Yemeğin sosyalitesine vurgu yapan, insanın yemek ile olan ilişkisini irdelemiş tarihçi Felipe Fernandez'den akt. Armesto [23]'ya göre bu ilişkiyi sekiz ayrı devirde incelemek mümkündür. İlk ikisi bize yiyeceğin geçirdiği dönüşüm hakkında bilgi vermektedir: Bunlardan birincisi pişirmenin icadıdır. Bu devirde insanlar beslenme açısından diğer tüm canlılardan ayrılmışlardır. İkincisi ise yemeğin yalnızca yaşamın sürdürülebilmesi için zorunlu bir olay değil sosyal bir olgu olduğu döneme girildiği devirdir.

Zellner vd. [24] yenmeye hazır olan yiyeceğin görünüşünün bize yemek hakkında birçok bilgiyi iletildiğini, en önemlisi, ne yediğimizi belirlememize yardımcı olduğunu belirtmektedir. Zellner bu konu hakkında “Yemeği tatmadan

önce görüyoruz” ifadesinin yanında, “İlk tat her zaman gözlerle alınır”, bir yiyecek veya içeceğin rengine dair basit bir görsel ipucu bile, bir yiyecek veya içecek deneyimimizi etkilemektedir ifadelerini kullanmıştır.

Wada vd. [25]'ne göre yiyeceklerin orijinal görüntüleri, tazelik hakkında bir karar verebilmek için yeterli bilgi sağlamaktadır. Yine yiyeceklerin renk, şekil ve görüntü gibi gıda görünümünün çeşitli yönlerinin, insan yeme davranışının çeşitli yönlerini etkileyen önemli faktörler olduğunu ve psikoloji ve yemek bilimi (culinology) arasındaki birleşmenin iyi örneği olduğunu belirtmişlerdir.

Zellner vd. [24]'nin yaptığı bir araştırma şu şekildedir: “Bir restoranda aynı yemekler iki farklı gecede iki farklı düzenlemede (sote şeklinde tavuğun göğsü, ince kıyılmış soslu otlar, kahverengi pirinç pilavı ve sotelenmiş yeşil fasulye ile ezilmiş bademden oluşan yemek yuvarlak bir beyaz Çin tabağı üzerinde) servis edilmiştir. İki sunum eşit derecede “düzgün” olarak değerlendirilse de, denekler tarafından biri daha cazip olarak değerlendirilmiştir. Denekler tabaktaki yiyecekleri (hepsi birlikte değerlendirildiğinde) tabakta miktar olarak daha çok olduğu zaman beğendiklerini belirtmişlerdir. Daha az porsiyonlar şeklinde sunulan yiyeceklerin daha az çekici olduğunu belirtmişlerdir. Gıdaların çekici bir şekilde sunulmasının yemeklerin “lezzetli” ve “sağlıklı” olarak değerlendirmesine katkı sunabileceği bulgulanmıştır”.

Chandler Unified School District [26]'nin Food Presentation (Yemek Sunumu) ders planına göre: Şefler konukların tüm duyularını harekete geçirmek için yiyecek sunarlar. Çekici ve etkileyici bir görünüm, tatma arzusunu teşvik eder. Yemek görünür olmalı, kendisini göstermelidir. Doğal, renk kombinasyonu olan, ana renklerin yer aldığı uyumlu bir sunum olmalıdır. Temel mutfak ilkeleri ve temel pişirme tekniklerini bilmek prezentasyonda en önemli rolü oynar. Birbirleriyle uyumlu pişirme yöntemlerini bilmek lezzetli dokular oluşturur ve gıdaların görünüşünü zenginleştirir (www.mychandlerschools.org).

Young [27] ise: Şekillendirilmiş ve prezente edilmiş bir sunumun, onu izleyenlere lezzeti, aroması ve dokusu hakkında fikir verdiğini, şaşırtıcı görünen bir yemek yaratmanın bir sanat olduğunu belirtmektedir.

Tabak süsleme sanatının, birçok gıda işletmelerinde yıllardan beri kullanılmakta olduğunu dile getiren Mwangi [28], bu konunun mutfak okulunda incelenen bir konu olduğunu ve yiyecek sunusunun, aynı zamanda birçok televizyonda yemek şovları, yiyecek dergileri, yemek kitapları ve mutfak dergilerinde işlenen bir konu olduğunu vurgulamaktadır. Mwangi bununla birlikte, süsleme ve yemek sunumu mutfak sanatları literatüründe tamamen yer almamakta ve hak ettiği değeri görememekte olduğunu belirtmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gastronomi ve tasarım arasındaki bağ, yiyeceklerin farklı formlar kazandırılarak estetik kaygı ile dönüştürülmesi ilişkisi ile açıklanabilir. Bir yemeği oluşturan hammaddelerin son şeklini alıncaya kadar birçok evreden geçtiği bilinmektedir. Mesleki, kültürel ve sanatsal bilgi ile sentezlenerek hazırlanan yiyeceklerin bu sürecinden tasarım olarak bahsedilebileceği düşünülmektedir. Tasarım kavramını oluşturan unsurlar ile tabak prezentasyonu arasındaki bağıntıları daha iyi kavrayabilmek amacı ile tasarımı oluşturan temel elemanları incelemenin ve tabak prezenta-

syonunda bulunduğu düşünülen karşılıklarını irdelemenin yararlı olabileceği düşünülmektedir.

Turizm faaliyetinde bulunan turistlerin büyük bir kısmı için gidecekleri destinasyonda ne yiyeceğinin oldukça önemli olduğu bilinmektedir. Destinasyon seçimini etkileyen önemli bir unsurlardan biri olarak karşımıza çıkan gastronomik unsurların nasıl sunulduğunun da önemli olduğu düşünülmektedir.

Gastronomide tabak prezentasyonu konusunda yapılan çalışmaların yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Tabak prezentasyonunun turist ya da tüketicilerin yemek seçimi, mekan seçimi, mekanı tekrar ziyaret etme eğiliminde etkili olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

[1] Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-48.

[2] Kivela, J., & Crofts, J. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 354-377.

[3] Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve HACCP Sistemi; mutfak profesyonellerinin HACCP bilgilerinin ölçülmesi. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, (s. 4-5). Antalya.

[4] Santich, B. (2004). Hospitality and Gastronomy: Naturel Allies, Lashley, Conrad. *Hospitality A Social Lens*, 47-59.

[5] Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 29-34.

[6] Selwood, J. (2003). The Lure of Food: Food As an Attraction in Destination Marketing in Manitoba, Canada, Michael Hall (Ed). *Food Tourism Around the World: Management of Development and Markets*, Great Britain: Elsevier, 178-180.

[7] Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği), *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

[8] Hatipoğlu, A. (2014). Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi. *Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

[9] Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. *Alternatif Turizm, Bahçe, S. (Ed.)*. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

[10] Long, L. (2004). *Culinary tourism*. Lexington: University Press of Kentucky.

[11] Tunali, İ. (2009). *Tasarım Felsefesi: Tasarım Modelleri ve Endüstri Tasarımı*. İstanbul: Yem Yayınları.

[12] Togay, A., & Bıyıkçı, E. (2015). *Kavramsal Temeller*. Ankara: Tasarım Teknolojileri Etkileşimi Lisansüstü Ders Notları.

[13] Becer, E. (tarih yok). *Yaratıcılık ve Grafik Tasarım*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi E-Arşiv.

[14] Alpaslan, S. (2003). *Tasarım Mesleki Resim*. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.

[15] Yılmaz, P. (2014). *Günümüz Tekstil ve Moda Tasarımında Tasarım, Tasarımcı ve Tüketici Açısından Tasarım Kültürü*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

[16] Aktamış, H., & Ergin, Ö. (2007). Bilimsel Süreç Becerileri ile Bilimsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11-23.

[17] Eren, E., & Gündüz, H. (2002). İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 65-84.

[18] Nickerson, R. (1999). *Enhancing Creativity*, Robert Strenberg, *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.

[19] Sürücüoğlu, S., & Akman, M. (1998). Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi ve Bugünkü Değişim Nedenleri. *Standart Dergisi*, 42-53.

[20] Miele, M., & Murdoch, J. (2002). The Practical Aesthetics of Traditional Cuisines: Slow Food in Tuscany. *Journal of the European Society for Rural Sociology*, 312-328.

[21] Başaran, İ. (1996). *Psikoloji*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

[22] Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 159-169.

[23] Armesto, F. (2003). *Near a Thousand Table: A History of Food*. Oxford: Oxfordshire: Paperback Press.

[24] Zellner, D., Loss, C., Zearfoss, J., & Remolina, S. (2014). It Tastes As Good As It Looks! The Effect of Food Presentation On Liking For The Flavor of Food. *Appetite*, 31-35.

[25] Wada, Y., Arce-Lopera, C., Masuda, T., Kimura, A., Dan, I., Goto, S., Okajima, K. (2010). Influence of luminance distribution on the appetizingly fresh appearance of cabbage. *Appetite*, 54(2), 363-368.

[26] Chandler Unified School District. www.mychandler-schools.org. Food Merchandising-Plate Presentation and Garnishing. (http://www.mychandler-schools.org/cms/lib6/AZ01001175/Centricity/Domain/3419/food_presentation_lesson.pdf).

[27] Young, N. S. (2012). *Food Photography*. Berkeley: Peachpit Press.

[28] Mwangi, A. (2010). *The Art and Science of Food Garniture*. Yüksek Lisans Tezi, Vasa Yrkeshögskola University Of Applied Sciences, Palosaari.