T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

YEMEK FOTOĞRAFÇILIĞINA SANATSAL BİR YAKLAŞIM: DARK FOOD FOTOĞRAFÇILIK

BATUHAN ÖZTÜRK

SANAT VE TASARIM
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. UĞUR GÜNAY YAVUZ

ANTALYA - 2021

T. C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

…/…/…

Öğrencinin
Adı ve Soyadı
Batuhan ÖZTÜRK

İmzası

Önsöz

Gerek lisans gerekse yüksek lisans eğitimim boyunca bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım ve gösterdikleri her türlü destek ve yardımlarından dolayı Dr. Öğr. Üyesi Nafia Özdemir Hanyaloğlu, Doç. Handan Dayı ve danışmanım Doç. Uğur Günay Yavuz'a,

Bu çalışmamın uygulama aşamasında bilgileri ile her zaman sorularımı yanıtlayan ve destek olan Öğr. Gör. M. Uluç Ceylani, Öğr. Gör. Ahmet Sait Yıldız ve Hakan Yeşil'e,

Çekimleri yaparken bana gece gündüz mekanının kapısını açan Mustafa Kıvrak'a,

Beni her zaman destekleyen ve yanımda olan, annem Hülya Öztürk, babam Ulvi Öztürk ve ablam Fulya Yürüyen'e,

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin	Adı Soyadı	Batuhan ÖZTÜRK
	Numarası	20185307005
	Anasanat Dalı	Sanat ve Tasarım
	Danışmanı	Doç. Uğur Günay Yavuz
Tezin Adı		Yemek Fotoğrafçılığına Sanatsal Bir Yaklaşım: Dark Food Fotoğrafçılık

ÖZET

YEMEK FOTOĞRAFÇILIĞINA SANATSAL BİR YAKLAŞIM: DARK FOOD FOTOĞRAFÇILIK

Günümüz dünyasında tüketim alışkanlıklarımızın ve bağımlılıklarımızın değişmesi sonucu insanlığın zorunlu ihtiyaçlarından biri olan yemek yeme dürtüsü de değişim göstermiştir.

Sosyal medya yemek fotoğrafı alanına yeni bir soluk ve dinamizm getirmiştir. Profesyonel ve amatör fotoğrafçı, şef veya sadece yemek yiyen ve bu anı paylaşmak isteyen çok sayıda kullanıcı tarafından, her geçen gün artan bir sayıyla yemek fotoğrafı çekilmektedir. Yemek fotoğrafı; o yemeğin kokusunu alamayan, tadına bakamayan kişiye sadece görme duyusu ile etkileme ve o yemeği yeme isteği duymasını sağlama hedefindedir. Giderek artan sosyal medyada yemek fotoğrafı paylaşma trendi, bu sektörü hızlı bir şekilde geliştirmiş, video tabanlı teknikler aracılığı ile de fotoğrafın anı dondurması yerini yemek yapma sürecinin anlatıldığı veya görsel ögelerle zengin sunumların artmasına etki etmiştir.

Bu çalışma kapsamında yıllar içinde değişim gösteren yemek görseli üretim tekniklerinden darkfood fotoğraf, stop motion, sinemagraf, paralaks, motion grafik teknikleri ele alınmış ve bu teknikler aracılığı ile Türk mutfağından seçme yemeklerin çekimleri yapılmıştır.

Her yemek çeşidinden bir adet genel aydınlatma ile bir adet dark food fotoğraf ve video tabanlı tekniklerden biri ile çekim yapılmıştır. Yemek görsellerinin tüketici

üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapılan çekimlerin görsellerinden oluşan bir anket hazırlanmış ve 500 kişiye uygulanmıştır.

Anahtar kelimeler: yemek fotoğrafı, dark food fotoğraf, sosyal medyada yemek, yemek fotoğrafı görselleri, stop motion, paralaks, sinemagraf, stop motion

T.C.
AKDENİZ UNIVERSITY
Institute of FineArts

Student	Name Surname	Batuhan ÖZTÜRK
	Number	20185307005
	Department	Art and Design
	Advisor	Doç. Uğur Günay Yavuz
Thesis Name		An Artistic Approach to Food Photography: Dark Food Photography

SUMMARY

AN ARTISTIC APPROACH TO FOOD PHOTOGRAPHY: DARK FOOD PHOTOGRAPHY

Today, as a result of the changes in our consumption and dependency patterns, our eating habits, which is considered as one of the vital needs of human beings, have also shifted. Social media has brought a fresh dynamism and impulse to the field of food photography. Numerous consumers such as professional and amateur photographers, chefs and the ones who just want to share the food, capture the moment with their cameras each day in growing numbers. Food photography aims to influence the people by visuality, especially those who do not have tactile access to the foods. Ever increasing trend of sharing food photography improved this field and with the video base techniques, instead of stabilizing or freezing the moment, food preparing processes have been enriched and developed by many visuals.

Through the scope of this study, with the changing nature of food photography for decades, is elaborated through motion graphics, parallax, cinemograph, stop motion techniques and with these techniques, various kinds of kebabs that constitute an important place in Turkish cuisine, have been photographed. Just one shot has been taken for each dish, with a general lightening by using one of the above-mentioned techniques. For the aim of assessing the impact of the images on the consumers, a questionnaire, that consists of the food images, has been prepared and applied to the participants.

Keywords: Food Photography, Dark Food Photography, Food in Social Media, stop motion, motion graphic, cinemagraph, parallax, food photo

İçindekiler Tablosu

Giriş **1**

1. BÖLÜM YEMEK VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ **3**

1.1. Geçmişten Günümüze Yemek Olgusu *3*

1.2. Beslenme ve Sosyoloji *7*

1.3. Gastronomi ve Sanat *9*

2. BÖLÜM YEMEK KÜLTÜRÜNÜN BİR GÖSTERGESİ OLARAK YEMEK FOTOĞRAFI **15**

2.1. Fotoğraf ve Yemek İkilisinin Tarihsel Süreçte Birlikteliği *15*

2.2. Sosyal Medyada Yemek Fotoğrafı *21*

3. BÖLÜM DARK FOOD FOTOĞRAF TEKNİĞİ VE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR **25**

3.1. Dark Food Fotoğraf Tekniği *25*

3.2 Sinemagraf Tekniği *28*

3.3. Stopmotion Tekniği *29*

3.4. Motion Grafik Tekniği *31*

3.5. Paralaks Tekniği *31*

4. DARK FOOD FOTOĞRAF ESER ÜRETİMİ ve VİDEO TABANLI UYGULAMALAR **32**

4.1. Yayla Çorbası *33*

4.2. Ezogelin Çorbası *33*

4.3. Gavurdağ Salata *34*

4.4. Adana Kebap *35*

4.5. Ciğer Şiş *36*

4.6. Kanat Şiş *37*

4.7. Patlıcan Kebabı *39*

4.8. Alinazik *40*

4.9. Künefe *41*

4.10. Baklava *42*

SONUÇ **43**

EK-1 ..... **48**

EK-2 ..... **51**

TABLOLAR

Görsel 1: Nazca kültüründe üretilen balık, köpekbalığı veya balina tasvir eden tabak, M.Ö. 180 - M.S. 500 https://www.artic.edu/artworks/4782/plate-depicting-a-fish-shark-or-whale (01.05.2021)..... 11
Görsel 2 : Van Gogh, Patates Yiyenler, 1885. https://tr.wikipedia.org/wiki/Patates_Yiyenler (01.05.2021) 12
Görsel 3 :FransSnyders, Av, Meyve ve Ötücü Kuşlarla Dolu Bir Natürmort, Tuval Üzerine Yağlıboya, 132 X 165 cm, https://www.dorotheum.com/en/l/460360/ (01.05.2021)..... 12
Görsel 4 : Joel Peter Witkin, Öpücük, 1983 https://rockwellcenter.org/student-research/the-beauty-on-the-ugly-the-kiss-joel-peter-witkin/ (01.05.2021) 13
Görsel 5 : Joel Peter Witkin, Aptalların Bayramı, 1990 http://www.orderofthegooddeath.com/after-joel-peter-witkin (01.05.2021)..... 13
Görsel 6 : Leonardo Da Vinci, Son Akşam Yemeği, 15. Yüzyıl https://en.wikipedia.org/wiki/The_Last_Supper_(Leonardo) (01.05.2021)..... 13
Görsel 7 : Daniel Spoerri, Kreş Tuzağı Resmi, 2014, https://www.artedio.com/daniel-spoerri-kinderstuben-fallenbild-3-d-edition (01.05.2021)..... 14
Görsel 8 : William Henry FoxTalbot, A FruitPiece (Bir Meyve Parçası), 1845 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/289189 (04.05.2021) 15
Görsel 9 : Edward Weston, Biber (Pepper),1930. https://edward-weston.com/edward-weston/ (16.09.2021)..... 16
Görsel 10 : Edward Steichen, SugarCubes: Design fotStehli Silk Corporation, 1920. https://www.metmuseum.org/art/collection/search/265263(16.09.2021) 16
Görsel 11 : MartinParr, Real Food, 1998 https://www.magnumphotos.com/arts-culture/society-arts-culture/martin-parrs-real-food/ (16.09.2021)..... 17
Görsel 12 : Nazif Topçuoğlu, OffalStillLives Serisi, 1998, http://naziftopcuoglu.com/works/offal-still-lifes/ (16.09.2021) 17
Görsel 13 : Yüksek çözünürlüklü ve büyük ekranlı bir cep telefonuyla çekilmiş yemek fotoğrafı, 2021 (Batuhan Öztürk arşivi)..... 18
Görsel 14 :NickolasMuray, Glazed ham (Sırlı Jambon), 1940 https://collections.eastman.org/objects/19855/glazed-ham-mccalls-magazine?ctx=58dc62c4-af62-4f6a-9e50-b55055cdd4dc&idx=120 (10.9.2021)..... 19
Görsel 15 : Fotoğraf makinasının yemeğe konumlandırılışı ile bakış açısındaki etki, (Batuhan Öztürk Arşivi, 2021) 20
Görsel 16 : Digital 2021 raporundan dünyada ve Türkiye'de sosyal medya kullanım durumunu gösteren tablo https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey E.T (10.09.2021)..... 21
Görsel 17 : "skullyjo" kullanıcı adlı Instagram kullanıcısının paylaşımı https://www.instagram.com/p/CT-qwd-qLpU/ (10.09.2021)..... 23
Görsel 18 :Starbucks firmasının resmi Instagram hesabından yapılan paylaşımlardan https://www.instagram.com/p/CQa_Q7NJmpU/ (10.09.2021) 24
Görsel 19 : BurgerKing firmasının resmi hesabından yapılan paylaşım, www.instagram.com/p/CSwODBNiMLd/ (1.8.2021)..... 24
Görsel 20 : İlkay Öztürk tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/B7YgI3wgjFX/ (03.09.2021)..... 26
Görsel 21 :Ottilia Orenius tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/CE9vXwIBR8h/ (03.09.2021) 26

Görsel 22 : Nadeenalsulaimi tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/CV06rnEIzXc/ (04.09.2021) 27
Görsel 23 : Shebeena_Manshoor tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/CW-uLtgMyFY/ (04.09.2021)..... 27
Görsel 24 : JamieBeck ve KevinBurg, New York moda haftası, 2011. https://viola.bz/cinemagraphs-by-kevin-burg-and-jamie-beck/ (10.09.2021)..... 28
Görsel 25 : "daniscookings" adlı kullanıcı yemek fotoğrafçısı DanielaLambova'nınsinemagraf tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşımı. https://www.instagram.com/daniscookings/ (17.9.2021) 29
Görsel 26 :HumptyDumpty Circus filmi, 1898. https://m.imdb.com/title/tt0000704/mediaviewer/rm1047892737/ (17.9.2021) 30
Görsel 27 : "hansgerlach" adlı Instagram kullanıcısı, şef ve yemek fotoğrafçısı HansGerlach'ın stop motion tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşımı. https://www.instagram.com/p/ByLHuDghckS/(17.9.2021) 30
Görsel 28 : "motiongraphics_p" adlı Instagram kullanıcısının motion grafik tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşım. https://www.instagram.com/p/CPP2A1eHD-Q/ (17.9.2021)..... 31
Görsel 29 "darkartoflight" adlı Instagram kullanıcısının paralaks tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşım https://www.instagram.com/p/CLBt4QEAswy/ (17.9.2021) 32
Görsel 30 : Yayla çorbasının genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 33
Görsel 31: Yayla çorbasının dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 33
Görsel 32: Yayla çorbasının paralaks tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 33
Görsel 33 : Ezogelin çorbasının genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 33
Görsel 34 : Ezogelin çorbasının dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 33
Görsel 35 : Ezogelin çorbasının motion grafik tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 34
Görsel 36: Gavurdağ Salata genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 34
Görsel 37 : Gavurdağ Salata dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 34
Görsel 38 : Gavurdağ Salata motion grafik ve mask tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 35
Görsel 39 : Adana Kebabı genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 36
Görsel 40 : Adana Kebabı dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 36
Görsel 41 : Adana Kebabı stop motion tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 36
Görsel 42 : Ciğer Şiş genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 37
Görsel 43: Ciğer Şiş dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)..... 37
Görsel 44: Ciğer Şiş sinemagraf tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 37
Görsel 45: Kanat Şiş genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 38
Görsel 46: Kanat Şiş dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi).... 38

Görsel 47: Kanat Şiş stop motion ve motion grafik tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 38
Görsel 48: Patlıcan Kebabı genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 39
Görsel 49: Patlıcan Kebabı dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 39
Görsel 50: Patlıcan Kebabı motion grafik ve stop motion tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)..... 39
Görsel 51 : Alinazik genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi). 40
Görsel 52: Alinazik dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)..... 40
Görsel 53: Alinazik paralaks tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 40
Görsel 54: Künefe genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi).... 41
Görsel 55: Künefe dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)..... 41
Görsel 56: Künefe sinemagraf ve paralaks tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 41
Görsel 57: Baklava genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) .. 42
Görsel 58: Baklava dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi) 42
Görsel 59: Baklava sinemagraf ve paralaks uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi) 42

Giriş

Şüphe yoktur ki beslenme ihtiyacı insanlık tarihi kadar eski bir ihtiyaçtır. Tarih kadar eski bu ihtiyaç günümüze kadar birçok farklı alanda incelenmiş ve incelenmeye devam edecektir. Yemek yemek, insanın hayatta kalıp, devamlılığını sürdürebilmesi için en temel ihtiyaçlardan bir tanesidir. Avcı toplayıcılardan günümüze kadar uzanan bu ihtiyaç asla yok olmadan insan yaşamının çok önemli bir parçası olma durumunu koruyacaktır.

İnsanlık doğumundan bu yana beslenme ihtiyacı içerisindedir. Beslenme, öncelikle biyolojik bir ihtiyaçtır. Beslenme biyolojik bir ihtiyaç olmanın dışında, avcı toplayıcılıktan kurtulan ve yiyecek üretebilen insan topluluklarının statülerinin de bir göstergesi olmuştur. Bunun yanı sıra yemek yemek sadece bir gereksinim olarak kalmamış ve haz verici bir eyleme dönüşmüştür demek yanlış sayılmaz.

Günümüzde bu ihtiyacın giderilme yöntemi kültürel birtakım kıstasların ışığında gerçekleşmektedir. İnsanlar içerisinde bulundukları kültürlerin yapıları gereği bazı beslenme türlerini ya da şekillerini benimser. İnsan sosyal bir varlıktır ve sosyal hayatta varlık gösterme çabasındadır. Bu sebeple bireyin içinde bulunduğu toplumun kültürüne ve tüketim alışkanlıklarına göre beslenme, sadece biyolojik bir ihtiyacı giderme işlemi olmaktan çıkmıştır.

İnsanlar artık yemeği bir ihtiyaç değil de bir sosyal tüketim aracı olarak görmektedir. İnsanlar ne yediklerinin o yemeğe nasıl ulaştıklarının bilinmesini ve taktir edilmesini istemektedir. Beslenme ihtiyacı giderilirken harcanan efora, zamana veya maddi karşılığa bağlı olarak yediklerin yiyecek maddelerinin kendilerini diğerlerinden üstün göstereceklerine inanmakta ve genel itibariyle besin tüketimlerini bu düşünce yapısı ile kurgulamaktadırlar. Elbette ki insanların bunu yapmalarının altında farklı birçok sebep yer almaktadır. Birey olan insan her zaman kendi biricikliği içerisinde kendini ispat çabasındadır. Bireyin bu geleneksel özelliği, teknolojinin ve gelişen dünya düzeninin beslemeleri sonucunda bugün belki de hiç olmadığı kadar baskın şekilde görünmektedir.

Özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması ile beraber yeme–içme kültürünün bir tür tüketme durumu haline geldiği gözlenmektedir. Tüketmek ve tüketebilme dürtülerinin birleştiği bir durum ortaya çıkmış ve bunun yanı sıra tüketileni göstermek bunu paylaşma eylemi önem kazanmıştır. Bu durum belki de bireyin bir gruba veya bir tarafa ait olma dürtüsünden ileri geliyor olabilir.

Sınıf ayrımlarının sosyal medya ile daha çok göz önünde olmasından kaynaklı olarak insanlar, kendi sınıfının üstünde veya en azından kendini, ait hissetmek istediği sınıfın tükettiği ürünlerle birlikte göstermeye yönelmektedir. Belki de sadece bunu tüketebiliyorum diyebilmek ve paylaşabilmek için insanlar gün içerisinde birçok sosyal medya paylaşımı yapmaktadır.

Günümüz modern toplumlarını oluşturan ilk devlet yapılarında da bu durumun örnekleri toplumsal tabakaların ayrımları şeklinde görülebilir. Kralın verdiği bir ziyafette soylular ve burjuvalar masadaki özel yemeklerden ve içeceklerden beslenirken, halk ve köleler için durum bundan çok farklı şekilde ilerlemekteydi. Halk ancak kendilerine verilen tür ve çeşitteki yiyeceklerle beslenebilirdi.

Elbette ki yemek olgusu tarih kadar eski bir olgu olduğundan birçok farklı alanda, gerek sanatta gerekse pozitif bilimlerin içerisinde kendine önemli bir yer edinmiş olması hiç de şaşırtıcı değildir. Bilimsel olarak çok defa incelenen yemek olgusu elbette sanat alanında da kendini göstermiştir.

Fotoğrafın icadından günümüze kadar birçok farklı fotoğraf alanı ve fotoğraf tekniği ortaya çıkmıştır. Bu fotoğraf alanlarından bir tanesi de yemek fotoğrafçılığıdır. Fotoğraf tarihi boyunca birçok farklı dönemde birçok farklı yemek ya da yiyecek fotoğrafı üretilmiştir. Fotoğrafın icadından günümüze kadar bu yemek fotoğrafları birçok farklı amaca hizmet edecek biçimde şekillenmiştir.

Yemek fotoğraflarının hitap ettiği en önemli alanlardan biri şüphesiz ki reklam sektörü denilebilir. Reklam sektörü geçmişten bugüne genel olarak olanı göründüğü gibi ya da olduğunda daha iyi göstermek üzerine kurgulanmıştır. Elbette fotoğrafın, belgeci ve kurgusal niteliklerinin, reklam sektörü tarafından vazgeçilmez bir argüman olarak kullanmasını kolaylaştırmıştır. Buna bağlı olarak reklam ve fotoğraf her birbirlerinden ayrılmaz bir ikili olagelmiştir.

İnsanın biricikliğine hitap eden reklam sektörü, geçmişten bugüne bireyi etkilemeyi başarmıştır. Bireyin biricikliğini, özel oluşunu vurgulayan reklam sektörü, teknolojik gelişmeler ve sosyal alanların bu gelişmelere bağlı değişimlerine ayak uydurarak kendini geliştirmeyi ve sürdürülebilir olmayı başarmıştır. İnsanın bir statü kaygısı olması ve buna bağlı olarak hareket etmesi yemek fotoğrafçılığının hem ticari hem de sanatsal anlamda gelişmesine sebep olmuştur.

Sosyal medyanın gelişmesi ve insanların birlikte oldukları ortamların gelişerek daha sanal ve daha hızlı tüketilebilir hale gelmesiyle, tüketim alışkanlıkları da farklılık göstermeye başlamış oldu. Sosyal ağlar kanalı ile paylaşılabilen görseller adeta

insanların kendi statülerini nasıl konumlandırdığını ya da buna nasıl çabaladıklarını gösterdikleri ortamlar haline geldi.

Dolayısıyla bu durum bir arz yaratmakta ve buna bağlı olarak yemek fotoğrafçılığının ve tarzının değişmesine sebep olmaktadır. Sosyal medya paylaşımları arasında yemek görsellerinin paylaşımı en çok paylaşım yapılanlar arasındadır. Bu yoğun talep neticesinde, yemek fotoğrafçılığında son zamanlarda sanatsal kaygıların arttığı, yemek görsellerinin değişimini sağladığı ve yeni yeni yaklaşımların ortaya çıktığı gözlenmektedir.

Bu araştırmanın konusunu oluşturan unsurlar şunlardır; yemek kültürü, yemek sosyolojisi, yemek fotoğrafı, sosyal medya etkisiyle paylaşılan yemek görsellerindeki değişim, dark food fotoğraf ve video tabanlı üretim teknikleri aracılığı ile yemek görselleri üretiminin tüketici üzerindeki etkisidir. Araştırmaya konu olan bu başlıklar her bölümde ayrıntılı bir şekilde incelenecektir. Yemek olgusuna ve dolayısıyla yemek görselleri üretimine etki eden unsurlar açıklanmaya çalışılacaktır. Kültür değişimleri, sosyal medya kullanımları ve buna benzer durumların yemek olgusu ve yemek görseli üretimine etkileri araştırılacaktır. Dark food fotoğraf tekniği ve video tabanlı uygulamalar aracılığı ile yemek görselleri üretilecek ve bu üretilen görseller hazırlanan anket aracılığı ile tüketici üzerindeki etkisi bağlamında değerlendirilecektir. Ülkemizde dark food fotoğrafçılık yöntemi ile çeşitli fotoğraflar üretildiği gözlemlenmiştir. Yurt dışında da örneklerine rastlanan bu teknik hakkında daha önce yazılmış akademik bir teze rastlanmamıştır, bu nedenle yapılan çalışma konu ile ilgili kaynak eksikliğinin giderilmesi bakımından ayrı bir öneme sahiptir.

1. BÖLÜM YEMEK VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ

1.1. Geçmişten Günümüze Yemek Olgusu

Bilindiği üzere insanın hayatta kalabilmesi için temel ihtiyaçlarından bir tanesi de yemek yemektir. Bir biyolojik gereksinim olan yemek, bugün yalnızca biyolojik gereksinim olmaktan çok uzaktır. Yemek yeme durumunu yalnızca tek düze bir bakış açısı ile ifade etmekten ziyade çok daha kapsamlı sosyolojik ve kültürel bağlamda ele alınması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Bu bağlamda, beslenme/yeme sadece vücudun hayatta kalabilmesi için gerekli olan besinlerin alımından öte toplumsal, kültürel ve dini anlamları barındıran çok yönlü bir olgu olarak görülmelidir (Gürhan,

2017, s.1205). Toplumların, dini, kültürel, geleneksel ve mekânsal şartları yemek yeme davranışlarının şekillenmesinde etkili rol oynamaktadır. Bu duruma örnek olabilecek ilk insan topluluklarının avcılık ve toplayıcılık yaparak hayatta kaldıkları bilinmektedir. Bu yaşam tarzının içerisinde doğada kendiliğinden yetişen bitkisel besinler ve yine doğadaki hayvanların etlerinden ibaret bir yemek olgusundan bahsedilebilirken, yerleşik hayata geçişin ve tarım uygulamalarının artmasıyla birlikte yemek olgusu avcı-toplayıcılıktan ziyade yetiştirme ve avcılık üzerine kurgulanmıştır denebilir. Toplulukların yerleşik hayata geçişleri ve devletleşmelerine paralel olarak, yemek olgusunun da birçok değişim sürecinden geçmek durumunda kalmış olduğu anlaşılmaktadır. Hayata geçen bu değişimler sonucu yeme alışkanlıklarının değiştiğinden ve bir yemek kültürünün oluşumundan bahsetmek mümkün hale gelmiştir.

Yemek olgusu dünya tarihi kadar eski bir olgu olarak görülür. Yerleşik düzene geçen insan toplulukları kendi içlerinde getirdikleri toplumsal kurallar ile birlikte yemek alışkanlıklarını değiştirmiş ve bu duruma bağlı olarak her toplumun yemek anlayışı veya yemek tarzı ortaya çıkmıştır. Toplumların kendi içlerinde mekânsal, dini ve yaşam tarzlarına göre oluşturdukları bu olguya yemek kültürü demek hiç de yanlış sayılmayacaktır. Yemek kültürü her daim toplumun benimsediği kurallar ve bakış açısı ile paralel, yani toplum kültürü ile paralel ilerlemektedir.

Binlerce yıl önce yeryüzünde yaşayan ilk insanlardan, içinde yaşadığımız zamana gelinceye kadar yemek olgusu, çeşitli dönüşüm ve değişimlerden geçmiştir. Yiyecek arayışında olan insanoğlu, birçok yiyecek ile beraber farklı bitki ve tohum denemelerinde bulunmuştur. Günümüzde kullanılan özellikle doğal yiyecekler literatürünün oluşumu safhasında hiç şüphesiz ki birçok sorun, hastalık ve ölümler yaşanmıştır. Ancak ilk insanlar olan atalarımız bu olumsuzlukların hepsini deneme yanılma yöntemi ile göğüslemiş olup günümüz yiyeceklerini hayatımızın içerisine konumlandırmak yolunda bilinçsizce bile olsa büyük adımlar atmışlardır. Yiyecek, insan topluluklarının ayırt edilmesi safhasında oldukça önem taşıyan bir faktör olarak düşünülebilir. Yemek olgusu, içinde bulunduğu toplumun adeta bir yansıması olarak görülebilir. Bu konudan hareket ile yola çıkıldığında, yemek olgusunun içinde bulunduğu toplumun kültür izlerini barındırdığı bir gerçek olarak görülmelidir. Ancak anlatılan bu konu ile birlikte, yemek olgusuna etki eden bazı faktörler ise şu şekilde sıralanabilir; toplumun yaşadığı fiziki bölge, doğal olarak gelişen çevre şartları ve buna benzer etkiler toplumları farklı yiyecek arayışlarına yöneltebilmektedir. Bu

bilgiler ışığında dünya toplumlarını, ayrıştırabilmek ve tanımlayabilmek aşamasında, yemek kültüründen yardım almak pek de yanlış bir yol olmayacaktır. Zira yemek kültürü, coğrafi koşullar, popülasyon seviyesi, toplumsal etkileşim, dini simgeler, yerleşim şekli ve nüfus yapısı gibi değişkenlerle şekillenmektedir.

Yemek kültürü konusunda yapılagelmiş çalışmaların birçoğunun, yemek tarihi temelli olduğu anlaşılmış ve bu durumdan hareket ile farklı disiplinlerden yararlanan bir araştırma yöntemi ile hareket etme gerekliliği ortaya çıkmıştır. Günlük yaşamın olmazsa olmazları arasında ve Maslow'un "ihtiyaçlar hiyerarşisi"nde de en baş sıralarda yerini alan yemek yeme fizyolojik bir ihtiyacın çok ilerisinde, yemek olgusunu oluşturan kültürel kodları ve farklı kültürlerin birbiri arasındaki ilişkilerinde bağlantı noktalarından birisi halindedir. Arkeoloji biliminin araştırmaları bize gösteriyor ki binlerce yıl önce insanoğlunun ateşi kullandığını ve ateşin üstünde bir şeyler pişirdiklerini ancak bu konuyla ilgili net bir kanıta sahip olmadığımız için kesin bir doğruluktan bahsetmek yerine varsayımda bulunmak şüphesiz ki daha doğru olacaktır. Kuşkusuz ki binlerce yıl önce yaşamış ilkel topluluklar sadece denizden ve karadan alabildikleri veya toplayabildiklerinin yanı sıra ormanlarda yetişen birçok yabani gıdayı da tüketmişlerdir. Atalarımız olan ilk ilkel toplumların doğada buldukları, topladıkları ve avladıkları besinleri yiyerek ve bu besinleri farklılaştırarak günümüz yemek kültürünün başlangıcını oluşturdukları düşünülmektedir (Çaycı, 2019, s.122).

Yemek olgusu bir topluluk veya bir milletin tanımlanması için mühim bir unsur olarak kullanılabilir. Yemek olgusunun belirleyicileri arasında ortam şartları çok büyük etki sahibi olarak görülür fakat tek etkili faktör ortam şartları değildir. Örneğin deniz kenarında varlık gösteren bir toplum veya topluluk beklendiği gibi deniz seviyesinden yukarıda veya denize uzak bir bölgede yaşayan bir toplumdan çok daha fazla deniz ürünü tüketmektedir ancak bu durum farklı sosyal, kültürel ve dini gerekçeler sebebiyle tam tersi bir durum şeklinde de görülebilir. Buradan hareketle toplumların sahip oldukları yemek olgularının tek bir sebep sonuç ilişkisi içermediği birçok, farklı sebebin bir araya gelerek yemek olgusunu oluşturduğu anlaşılmaktadır (Çaycı, 2019, s.122).

İnsanlar ve hayvanlar arasındaki farklılıkların en öne çıkanlarından bir tanesi ateş yakma yetisi olarak kabul görmektedir ve insanların dil yoluyla birbirleri arasında iletişim sağlayabiliyor olmaları, alet kullanabiliyor olmaları bu farklılıkların bazılarındandır. Bu bağlamda alet ve araç kullanabilen, iletişim kurabilen insan

toplulukları, kendi aralarında ve birbirleri arasında ilişki halinde olmuşlardır. Bu toplumların iletişim özelliklerinden kaynaklı olarak kendi aralarında ve başka toplumların içindeki normalleri sentezleyerek bir kültür alışverişi meydana getirmiştir. Toplumların kültür kodları oluşmaya başladıkça, yemek kültürünün oluşumunda da katkı sağlamış olduğu düşünülmektedir. Ancak yemek kültürünün gelişimi üzerine bahsedilirken sadece bu özellikten bahsetmek doğru olmayacaktır.

Toplumlaşan, alet kullanan, ateşi bulan insanlık sonra tarımı keşfedip yerleşik hayata geçtiğinden ve kendi yemeğini kendisi üretmeye başladığında, öncelikle kendi kültürünü değiştirip düzenlemiş oldu demek pek de yanlış olmaz. Tarım ile birlikte kendini yerleşik bir hayat sürmeye odaklayan insan toplulukları kendi kültürlerini ve dolayısıyla yemek kültürlerini eskiden olduğundan daha farklı bir yöne çevirmiş oldular. Bu bilgilerden hareketle insanoğlu yerleşik yaşayan (insanlığın büyük bir kısmı için geçerli), kendi kültürüne bağlı ve bir o kadar da dış kültürlerden beslenen bir yapı içine girdiğini savunmak pek yanlış sayılmayacaktır. Toplumlar geliştikçe Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üst katmanları da artık insanlar için önemini göstermeye başlamıştır demek çok doğru bir söylem olacaktır. Çünkü artık yemek yemek sadece bir hayatta kalma dürtüsü olmaktan çıkıp bir gösterge, bir aktivite olma durumuna geçmiştir. Bu konuyu Akarçay şöyle ifade etmektedir:

> *…Gıda günümüz toplumsallığında tüketim kültürünün bir parçası haline gelmiştir…*
>
> *...Farklı toplumsal kesimler ve sınıflar tarafından gıda, gerek ev-içi tüketim, gerekse dışarıda yemek biçiminde olsun, bir sosyal statü ve yaşam tarzı göstergesi haline gelmiştir. Özellikle orta ve üst-orta sınıfın tüketim odaklı kimlik inşasında gıda harcamalarının, dışarıda yemek için seçilen mekanların tesadüfi olmadığı, biraz statü sembolüne dönüştüğü söylenebilir…*
>
> *Beslenme ve yemek tüketimini, bilhassa dışarda yemek tüketimi söz konusu olduğunda sadece vücuda sağladığı yarar/zarar açısından değil, kapitalizm içerisinde göstergeleri, sembollerin, içinde yaşanılan toplumun kültürel ve toplumsal süreçlerini de dahil ederek anlamaya çalışmak önem kazanmaktadır. Dolayısıyla günlük yaşamın vazgeçilmez bir edimi olan beslenme, yemek yeme belli sınıflar için toplumsal statülerinin ekonomik ve sembolik göstergeleri haline gelmektedir…* (Akarçay, 2016, s.35).

Özetlemek gerekirse günümüz sosyal hayatının bir parçası, statü imgelerinin bir tanesi olan yemek yeme olgusunun esasen bireylerin hayatlarını şekillendirmesinde büyük rol oynadığı görülmektedir. Birey toplumdaki yerine ulaşmak veya korumak için yine toplumun belirlediği yeme içme akımlarından etkilenmektedir. Yemek, günümüz modern toplumlarının statü göstergesi haline gelmiştir. Elbette bu durumun sosyolojinin ilgisini çekmesi de beklenmedik bir durum değildir.

1.2. Beslenme ve Sosyoloji

Beslenme kavramı, Türk Dil Kurumu tarafından: "Vücut için gerekli besin maddelerini alma" olarak tanımlanmaktadır. ("Türk Dil Kurumu", t.y.). Bu bağlamda değerlendirmeye aldığımız taktirde beslenme, insan varlığını sürdürebilmek için yani hayatta kalabilmek için belirli maddelerin insan vücuduna alınması olarak tanımlanabilir. Elbette ki insan hayatta kalabilmek için beslenmelidir. Beslenme insan sağlığının korunması ve insan hayatının devamlılığının sağlanabilmesi bakımından oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsan yaşayabilmek için birtakım besin maddelerini vücuduna almak zorunda olan bir varlıktır. Zira insan eğer beslenmez ise hayattaki varlığını kaybedecek ve vücudu iflas edecektir. Bu bağlamda beslenme, diğer ihtiyaçlar ile beraber en önemli yaşamsal ihtiyaçlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır

Sosyoloji bilimi Özben'e göre, odağının insan olduğunu ve insana dair olan her şeyi kapsamı içerisine alıp bunları inceler. Sosyoloji bilimi doğası gereği insanın etkileşim içerisinde olduğu bütün içsel ve dışavurumsal detayların ve bütün eğilimlerin araştırıldığı bir alana sahiptir. Bu bilgilerin ışığında odak noktalarından birine temas sağlayacak olan beslenme sosyolojisi terimine geçmek uygun olacaktır. Konunun sosyolojik tarafından hareket ile yola çıkıldığı zaman dünya üzerinde yemek olgusu önemli bir yer kaplamaktadır denebilir. Bu bağlamda Akarçay konuyla ilgili şöyle bir açıklamada bulunmuştur; "Sosyolojinin geç kalmış ilgisine karşın "yemek" son derece sosyolojik bir meseledir" (Akarçay, 2016, s.13). Beslenme sosyolojisi hakkında Gülten'in yorumu ise şu şekildedir: "Yemek sosyolojisi için, besinin nasıl elde edildiği, tercih edildiği, nasıl hazırlanıp yendiği, yemeğin üretim ve tüketim aşamalarını, tüm bunların doğurduğu sorunları kendine konu edinen bir alandır diyebiliriz." (Gültekin, 2019, s.7)

Bu bilgilerin ışığında beslenme sosyolojisi, insanların yediği ve içtiği maddelerin ne olduğundan ziyade nasıl anlamlar içerdiği gibi soruların cevaplarını aramaktadır. İnsanların hangi ürünleri nerelerden aldıkları nerelerde tükettikleri gibi durumların, hangi sebeplere göre uygulandığını anlamak konusunda yol gösterici olan beslenme sosyolojisi, aynı zamanda yenecek ürünlerin hangi şartlarda üretildiği ve tüketildiği konularına da ışık tutmak çabasındadır. Beslenme sosyolojisi doğal bir ihtiyaç olan yemek yeme ve buna bağlı olarak hayatta kalma dürtüsünü, insanların veya toplumların kültürel veya çevresel etkileşimler sonucunda hangi şartlarda ve hangi hedefler uğruna icra ettiği konusunu aydınlatmak ister. Beslenme olgusu günümüz şartlarında bir varlık gösterme çabası haline gelmiştir demek yanlış bir saptama olmayacaktır. Günümüz modern toplumlarında bireyler ne zaman, nerede ve hangi yemeği yediğini diğer bireylere göstermek telaşındadır.

Değişen ve gelişen toplumların kültürleri ve dolayısıyla hayat tarzları da değişiklik göstermekte, teknolojinin, değişen alışkanlıkların, sınıfsal değişikliklerin, sınıfsal ayrımların çizgilerinin daha farklı olması ve mesafelerin önemini yitirmesi gibi durumlarla beraber insan toplumlarının yemek yeme yani beslenme alışkanlıklara da farklılık göstermeye başlamıştır. İnsanlığın bir arada yaşamaya başladığı günden bu yana her zaman bir yöneten ve bir de yönetilen grup olagelmiştir. Dolayısıyla bu sınıfsal fark birçok alanda olduğu gibi beslenme konusunda da bu gruplar arasında birtakım farklılıkların olduğunu bize göstermektedir. Yöneten sınıf mevcut şartlardaki en iyi, en besleyici ya da en nadir bulunan ürünlere sahip olabilirken, yönetilen sınıf bunun aksine en sıradan, belki besleyici olmayan ya da en kötü diye tabir edilebilecek ürünler ile beslenmektedir. Toplumsal tabakalar yani sınıflar insanlığın var oluşundan bu yana mevcut dünyada varlık göstermektedir. Ancak günümüz teknolojisi ve bir yerden başka bir yere ulaşımın veya naklinin yaygın ve kolay olması gibi durumlar sosyal sınıfların en azından beslenme konusunda çok daha farklı hale geldiğini görmek mümkün olmuştur. Bu konudaki açıklamalardan bir tanesi Akarçay'ın şu sözleridir: "Sosyoloji içerisinde toplumsal sınıf en önemli mesajlardan biridir. Sanayi toplumu ve kapitalist ile birlikte toplumsal sınıflar klasik sosyoloji geleneği içerisinde üzerinde en çok durulan, araştırılan, kafa yorulan sosyal problemlerden biri olmuştur. Günümüzde kapitalizm ve kapitalist ilişkiler Sanayi toplumlarının ilk aşamasındaki koşullardan büyük ölçüde farklılık gösterse de, toplumsal sınıf başkalaşmış olsa da toplumsal sınıflar sosyolojik bir gerçeklik olarak varlığını korumaktadır (Akarçay, 2016, s.367).

Bu bilgilerin yol göstericiliğinde beslenme sosyolojisinin esasen insanlık tarihi kadar eski olmak ile beraber, yakın zamana kadar sosyolojinin ana konuları arasında yer alamadığını görmekteyiz. Fakat sosyolojinin ele aldığı konular bakımından beslenme ve yemek olgularının içerisinde veya çok yakınında olduğu görülmektedir. Bu bağlamda beslenme sosyolojisinin temel aldığı noktalar açıkça görülmüş olmaktadır.

1.3. Gastronomi ve Sanat

Gastronomi kavramı sosyoloji biliminin bir alt başlığı olarak görünse de sadece bununla sınırlandırılamayacak kadar geniş alanı olan bir kavramdır. Gastronominin sadece yemek pişirmek, bir şölen yemeği sergilemek, pişirilen yemeğin ham malzemelerinin özünü vurgulamak, pişirme estetiği gibi durumlardan ibaret olmadığını algılamak, gastronomi kavramını anlayabilmek için atılacak ilk adım olarak görülebilir. Gastronomi olgusu günümüzde birçok akademik çalışmadan incelendiğinde karşımıza çıkacak olan sonuçlardan bir tanesi de "basitçe bir yemeğin nasıl yapılacağına" indirgenmiş durumdadır (Yüksel, 2019, s.188).

Günümüzde sosyolojinin yemek olgusu üzerine ve beslenme olgusu üzerine çalışmalar oldukça hız kazanmış bir şekilde devam etmektedir. Bu bağlamda gastronomi yemek ve beslenme olgularından farklı değerlendirme gereksinimi doğmuştur. Gastronomi yemek ve beslenme olgularından farklı olarak yemeğin nasıl daha iyi olabileceği konusu üzerine yoğunlaşmıştır diyebiliriz. Yerel bir fırında çalışan bir fırıncının ekmeğin rafta, evde dayanma süresini artırmak için hamura katkı (kimyasal) maddesi katmak yerine yerli buğdayı ezerek varyasyonlar denemesi, insan sağlığını katkı maddelerinin insafından kurtarmaya çalışması gastronomidir. (Yüksel, 2019, s.190).

Bu bilgilerin ışığında gastronomi olgusu, yemek ve beslenme olgularında olduğu gibi toplum ve onları oluşturan insanlar için durmadan gelişen bir olgudur. Kültür ve yaşam tarzlarının etkisi ile beraber gastronomi olgusu gün geçtikçe yemeğin daha iyi olması için çaba içeresinde olacaktır. Daha dayanıklı malzemeler kullanılması, yiyeceklerin raf ömürlerinin uzatılmaya çalışılması ve tüketime hazır ürünlerin daha besleyici ve dengeli ölçülerde üretilmesi bu duruma örnek gösterilebilir.

Gastronomi olgusu sosyolojinin ayrılan kollarından biri olmasının yanı sıra insana dair bir olgu olmasından kaynaklı olarak, birçok farklı alan ile etkileşim halinde bulunmaktadır. Gastronominin etkileşim içerisinde olduğu alanlardan bir tanesi ve

bizim bu araştırmamızda ilgilenecek olduğumuz alan sanattır. Yemek ve sanat insanlık tarihi boyunca birçok kez bir araya gelmiş ve birbirini desteklemiştir. Sanat olgusu da insanlık tarihi kadar eski bir olgu olageldiğinden bu alanda da karşımıza birçok örnek çıkmaktadır.

Keser sanatı şu sözlerle açıklamaktadır:

> *Sanat teriminin İngilizce karşılığı 'art' terimidir. 'Art' Latince bir terim olan ve 'düzenleme' ya da 'düzenlemek' anlamına gelen 'ars' teriminden gelir. Bu sanatın en temel evrensel tanımlarından biridir. Sanatın tanımlanamayacağı sık sık tartışma konusu olmaktadır. Pek çok tanım önerilmesine karşın tartışmaları sonlandıracak ortak bir tanıma varılmamıştır. Ama en azından şu tanımları yapmak mümkündür:*
>
> *1. İnsanın doğanın yerine, el becerisi ve düşünce aracılığıyla yaptığı şeyler. 2. İnsan yaratıcılığının ürünleri.*
>
> *3. Güzel ya da anlamlı şeylerin üretilmesi.*
>
> *4. Gözlem, uygulama ve çalışma yoluyla üstün nitelikli bir öğrenme yeteneği (Keser, 2009, s.292).*

Görüldüğü üzere sanatın net bir tanımını yapmak oldukça zor bir durumdur. Ancak sanat, insanın zihninde şekillendirdiği herhangi bir düşünce ya da fikri çoğu zaman fiziksel bir zeminde üretmesidir. Sanat pek çok durumda üretilebilen ve yayılabilen bir olgu olmasından kaynaklı her an her yerde karşımıza çıkabilir, bazen bir kafede bazen bir film izlerken ya da yürüdüğümüz yoldaki duvarlarda. Bu durumdan hareket ile sanatın insana dair ve insanın olduğu her ortamda olması durumu su götürmeyecek bir gerçekliktir. İnsan varoluşundan bu zamana ve muhtemel bir şekilde bu andan sonrasında da sanat her alanda kendini göstermeye devam edecektir Elbette sanatın bu denli insan hayatında oluşunun paralelinde, sanatın yemek ile ilişkisi de oldukça eski tarihlere dayanmaktadır.

Pişirilen ilk çömleğin üzerine yapılan çiçek deseninden, klasik dönem resimlerine ve günümüzdeki modern sanat anlayışına baktığımız taktirde görüyoruz ki sanat her alanda olduğu gibi gastronomi alanında da kendini göstermektedir. Öyle ki M.Ö. 200 – M.S. 700 yılları arasında yaşayan Nazca'ların ürettiği seramik benzeri eserlere baktığımız zaman çok sayıda bardak, tabak, kase ve bir ya da iki imbik ucu ve kemeri olan çömlekler görülmektedir (Farthing, 2017, s.19). Bu örneğe benzeyen çok

sayıda insan topluluğu ve ilkel çağ devletleri sıralanabilmektedir. İlk çağlardan bu yana sofraya giren sanat, insanlığın gelişmesiyle beraber sürekli bir gelişim ve değişim içerisinde olarak gastronomiden asla kopmamıştır. İnsanlık tarihi kadar eski olan sanat olgusu, gastronomi ile beraberliğine de aynı anda başlamıştır denebilir.



Görsel 1: Nazca kültüründe üretilen balık, köpekbalığı veya balina tasvir eden tabak, M.Ö. 180 - M.S. 500 https://www.artic.edu/artworks/4782/plate-depicting-a-fish-shark-or-whale (01.05.2021)

İlk çağlarda görülen bu eserlerin yanı sıra doğrudan yemek, yiyecek olgusunu klasik resim sanatında da görmek oldukça olağan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Klasik resim sanatında natürmort önemli bir yer tutar. Natürmort 'Ölü Doğa' olarak da adlandırılan ve cansız varlıkların seçildiği resim türüdür. Yaygın natürmort konusu meyveler, çiçekler, kitaplar, kumaşlar ve çeşitli seramik ya da cam kaplardır (Keser, 2009, s.230). Natürmort türü eserler klasik resim sanatının hüküm sürdüğü Ortaçağ Avrupası'nda yemek olarak görülen birçok nesneyi kapsamaktadır. Ressamlar geçmişten günümüze yiyecekleri ve yemek masalarına oldukça ilgi göstermiş ve birçok ressam bu tarz eserler üretmiştir.





Görsel 2 : Van Gogh, Patates Yiyenler, 1885. **https://tr.wikipedia.org/wiki/Patates_Yiyenler (01.05.2021)**

Görsel 3 :FransSnyders, Av, Meyve ve Ötücü Kuşlarla Dolu Bir Natürmort, Tuval Üzerine Yağlıboya, 132 X 165 cm, **https://www.dorotheum.com/en/l/460360/ (01.05.2021)**

Buna karşın natürmort eserlerinde birçok cansız nesneyi ve hatta ölü insanların vücut parçalarının bile kullanıldığını görmekteyiz. Ayrıca Joel Peter Witkin'in eserlerinde hem meyveler hem de vücut parçalarının olduğu natürmort çalışmaları bulunmaktadır. Witkin ve eserleri hakkında Özdemir şu şekilde bir açıklama yapmaktadır:

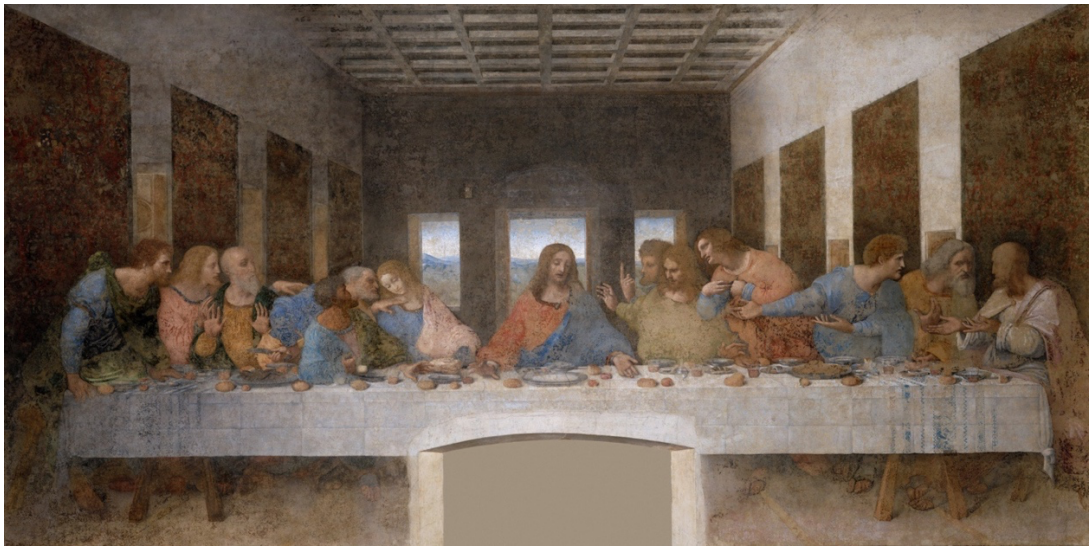
> *Joel Peter Witkin gibi sanatın ahlaki sınırlarını zorlayan sıra dışı bir fotoğraf sanatçısı, çocukluğunda yaşamış olduğu ağır sarsıntıların da etkisiyle kurduğu kompozisyonlarda korkutucu atmosferler yaratarak fotoğraf sanatına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Sanatçı tuhaf ve dışlanmış olana kısaca duyulmak ve görülmek istenmeyene dair her türlü var oluşa kucak açmış ve bu durum ortaya çok etkileyici eserlerin çıkmasına sebep olmuştur. Genellikle izleyicisini ürperten çalışmalar üretse de insanlar üzerinde garip bir çekim yaratmayı başarmıştır. Özellikle ölü doğa resimlerinde ölü beden parçalarını şiirsel bir şekilde bir araya getirirken geçmiş ve şimdiki zaman ile yaşam ve ölüm arasındaki boşluğu birleştirmek için bir araç olarak kullanmakta, imgelerin manevi ve geçiciniteliğine katkıda bulunmaktadır. Kompozisyonlarında kullandığı kopmuş beden parçaları, çocukken önüne yuvarlanan küçük kız çocuğubaşının bir ikamesidir sanki. Travmaya sebep olan geçmişi sanatçıya şadığı müddetçe ürettiği tüm kurgularında hayat bulmaya devam edecek gibi görünmektedir (Özdemir, 2020, s.27).*



Görsel 4 : Joel Peter Witkin, Öpücük, 1983 https://rockwellcenter.org/student-research/the-beauty-on-the-ugly-the-kiss-joel-peter-witkin/ (01.05.2021)

Görsel 5 : Joel Peter Witkin, Aptalların Bayramı, 1990 http://www.orderofthegooddeath.com/after-joel-peter-witkin (01.05.2021)

Sanat ve gastronomi olgularını birlikte ele alındığı bu bölümde sanat tarihinde çok önemli bir yeri olan Leonardo Da Vinci'nin Son Akşam Yemeği eserinden bahsetmek yerinde olacaktır. 15. yüzyılda Duke Lodovico Sforza'nın isteği üzerine yapılmış fresk, Santa Maria Dele Grazie isimli kilise duvarına yapılmıştır. Resimde Hıristiyan inanışına göre İsa Mesihin havarileri ile birlikte yedikleri son yemek tasvir edilmiştir.



Görsel 6 : Leonardo Da Vinci, Son Akşam Yemeği, 15. Yüzyıl https://en.wikipedia.org/wiki/The_Last_Supper_(Leonardo) (01.05.2021)

Gastronomi ve sanatın buluştuğu bir diğer sanat akımı “Eat Art” olarak ifade edilen yaklaşım olarak gösterilebilir. Kavrakoğlu “Sanat yemek” anlamında Eat Art’ı, sanatın geleneksel değerlerini yıkmak ve bundan zevk almak anlayışını güder olarak tanımlamaktadır. (Kavrakoğlu, 2014) Eat art eserlere bakıldığı zaman genel anlamda yemek yenmiş bir masanın dağınık, boş tabaklı, kirli bulaşıklı halinin masaya veya zemine sabitlenmesi sonucu oluşturulan eserler olarak tanımlanabilir. Eat art sanatçılarının dikkatleri çekmek istedikleri nokta, rastlantısal olayların bir sanat eserine nasıl dönüşebileceğidir. 1970'li yıllarda karşımıza çıkan bu sanat tarzı performans sanatları kategorisi altında değerlendirilebilir.



Görsel 7 : Daniel Spoerri, Kreş Tuzağı Resmi, 2014, https://www.artedio.com/daniel-spoerri-kinderstuben-fallenbild-3-d-edition (01.05.2021)

Sanat ve gastronomi birlikteliğinin ele alındığı bu bölümde bu tema bağlamında üretilen sayısız eser olduğunu ancak farklı disiplinlerden birkaç örneğin ele alınmasına özen gösterilmiş olduğunu belirtmek gerekir. İnsanlık tarihi boyunca sanat bir şekilde varlık göstermiştir. Yemek olgusu da insanlık tarihi kadar eski bir olgu olduğundan sanat ve yemeğin yolları her daim kesişmiştir, bu ilişki insan var olduğu sürece artarak, gelişerek ve değişerek devam etmektedir ve gelecekte de edeceği düşünülmektedir.

2. BÖLÜM YEMEK KÜLTÜRÜNÜN BİR GÖSTERGESİ OLARAK YEMEK FOTOĞRAFI

2.1. Fotoğraf ve Yemek İkilisinin Tarihsel Süreçte Birlikteliği

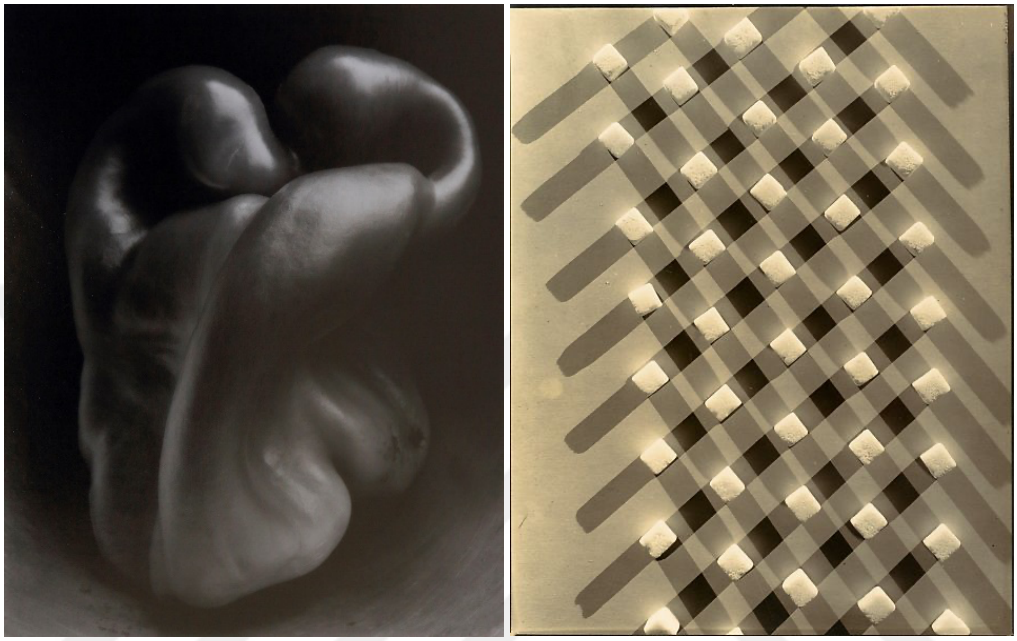
Fotoğraf, teknolojik bir aygıt aracılığı ile çekilebilmesi nedeniyle Niépce tarafından 1827 yılında çekilen ilk fotoğraftan bu yana teknolojik ilerleme paralelinde sürekli bir gelişim ve değişim içerisinde olmuştur. Gerek fotoğraf makinaları gerekse aydınlatma elemanları teknolojisinde yaşanan gelişmeler ilk günden bugüne hızla kendini göstermektedir. Gerek sanatsal gerekse ticari amaçla çekilsin, yemek fotoğrafı fotoğrafın var olduğu ilk günden bugüne en çok çekilen fotografik malzemelerden biri olmuştur.

Tarihte yemek fotoğrafçılığının ilk örneklerinden biri olarak sayıbilecek fotoğraflardan biri 1845'te William Henry Fox Talbot tarafından çekilmiştir. Talbot'un "A Fruit Piece (Bir Meyve Parçası)" isimli fotoğrafı, günümüz yemek fotoğraflarından ziyade bir klasik dönem natürmort resmini andırmaktadır. Tuzlu baskı tekniği kullanılan fotoğrafta, iki sepet ve bu sepetler içindeki meyveler görülmektedir.



Görsel 8 : William Henry FoxTalbot, A FruitPiece (Bir Meyve Parçası), 1845 https://www.metmuseum.org/art/collection/search/289189 (04.05.2021)

Talbot'tan sonra da pek çok fotoğrafçı, natürmort resimlerini andıran kompozisyonlar düzenleyerek ve yiyecekleri kullanarak fotoğraflar çekmiştir. Fotoğraf tarihi boyunca Edward Weston, Irving Penn, Stephen Shore, Nobuyoshi Araki, Joel Peter Witkin ve Martin Parr sanatsal ve belgeleme amacıyla çektikleri fotoğraflarda gıda maddelerini kullanan dünyaca ünlü fotoğrafçılardan birkaç isimdir.



Görsel 9 : Edward Weston, Biber (Pepper),1930. https://edward-weston.com/edward-weston/ (16.09.2021)

Görsel 10 : Edward Steichen, SugarCubes: Design fotStehli Silk Corporation, 1920. https://www.metmuseum.org/art/collection/search/265263(16.09.2021)

Weston'ın fotoğraf tarihinde çok önemli bir yere sahip olan Biber fotoğrafında bir dolmalık biberin, kullanılan ışık aracılığı ile çarpıcı bir şekilde formunun ortaya çıkarılışını, görmek mümkündür. Edward Steichen ise 1927'de küp şekerler ve ışık gölge kullanımı ile Stehli Silk Corporation tarafından kullanılacak eşarp deseni tasarlamıştır. Bu sayede fotoğraf ilk dönem klasik natürmort görüntüsünden uzak, yiyecekler formları ışık ve gölge aracılığı ile farklılaştırılarak kullanılmaktadır.




Görsel 11 : MartinParr, Real Food, 1998 https://www.magnumphotos.com/arts-culture/society-arts-culture/martin-parrs-real-food/ (16.09.2021)

Görsel 12 : Nazif Topçuoğlu, OffalStillLives Serisi, 1998, http://naziftopcuoglu.com/works/offal-still-lifes/ (16.09.2021)

Magnum üyesi MartinParr'ın Real food serisinde ise estetik kaygının ön planda olmadığı özellikle değişen fastfood yeme kültürünü yansıtan fotoğraflarını, Türkiye özelinde de Nazif Topçuoğlu'nun OffalStillLives ve Offal w-girls serilerinde yer alan fotoğraflarını, bu anlamda ele almak mümkündür.

1930'lara gelindiğinde, yıllar içinde fotoğraf alanında gıdaların sadece sanatsal veya belgeleme kaygısıyla değil, ticari olarak reklam ve tanıtım amacıyla da fotoğraflanması süreci başlamıştır.

Yemek Fotoğrafı;fotoğraflanan gıdayı taze ve lezzetli göstermeyi amaçlayan ve fotoğrafa bakan kişide yeme isteği uyandırmayı hedefleyen fotoğraf dalıdır. Yemek fotoğrafı genel bir kavram olmakta, tüm yiyecek ve içecek türlerini pişmiş veya çiğ olarak da fotoğraflanmasını kapsamaktadır. Fotoğraflara bakan kişide fotoğraflanan yiyecek veya içecek ile ilgili göz alıcı ve iştah kabartıcı bir etki uyandırması hedeflenmektedir. Yemek fotoğrafları tanıtım, reklam ve pazarlama amacıyla menüler, dergiler, reklamlar, yemek kitapları, sosyal medya gibi platformlarda kullanılmakta, reklam sektörünün oldukça yakın ilişki kurduğu bir fotoğraf alanı olma özelliği göstermektedir.

Günümüzde cep telefonlarının fotoğraf çekme özelliklerinin hızla ilerlemesiyle fotoğraf makinası ile yarışır hale gelmiştir. Son yıllarda sosyal medya paylaşımı amaçlı yemek fotoğrafları kullanıcılar tarafından yine cep telefonları ile çekilebilmekte, uygulamalar ve filtreler yardımıyla işlenmesi ve paylaşılması süreci hızlandırmaktadır. Ancak daha profesyonel yayıncılık amaçlı çekimlerde fotoğraf

makinası kullanımı çözünürlük ve bilgisayar programları aracılığı ile düzenleme yapılması anlamında hala vazgeçilmezdir.



Görsel 13 : Yüksek çözünürlüklü ve büyük ekranlı bir cep telefonuyla çekilmiş yemek fotoğrafı, 2021 (Batuhan Öztürk arşivi)

Reklam alanında kullanılan yemek fotoğrafları özelinde, NickolasMuray'ın Amerika'da yayımlanan McCall's dergisi için çektiği fotoğraflar bu amaçla çekilen ilk olma özelliği ile dikkat çekmektedir. Muray, çeşitli yemek masası sahnelerini fotoğraflamıştır. Muray'ın fotoğraflarında kullandığı canlı renkler, sert doğrudan aydınlatma ve tepeden bakış dikkat çekmektedir.



Görsel 14 : NickolasMuray, Glazed ham (Sırlı Jambon), 1940
https://collections.eastman.org/objects/19855/glazed-ham-mccalls-magazine?ctx=58dc62c4-af62-4f6a-9e50-b55055cdd4dc&idx=120 **(10.9.2021)**

NickolasMuray ve yemek fotoğrafçılığı alanında fotoğraf üreten birçok fotoğrafçı, yemeklerin çok daha iştah açıcı, olduğundan daha ilgi çekici bir şekilde fotoğraflarda görünmesi için çaba göstermişlerdir. Kullanılan ekipman, konuya yaklaşım yıllar içinde değişim gösterse de geleneksel reklam anlayışının baskın olduğu bu fotoğraflar, anlaşılması kolay, kullanılan ürünlerin oldukça canlı ve iştah açıcı görüneceği şekilde üretilmiş fotoğraflardır.

Yıllar içinde dönemsel olarak estetik kaygılar da değişiklik göstermekte ve bu da, çekilen fotoğraflara yansımaktadır. Daha sade ve farklı aydınlatma ve aksesuarların kullanılmaya başlandığı gözlenmektedir. Yemek fotoğrafı çekiminde bir yiyeceği merkeze oturtarak, düz bir zemin üzerinde, genel bir aydınlatma ile sadece o yemeğin fotoğrafını çekme eğilimi yerini, tasarım yapma yaklaşımına bırakmıştır. Günümüzde çekilecek ürüne dair oluşturulan konsept çerçevesinde ön plana çıkarılacak özelliğini vurgulama yoluna gidilmektedir.

Fotoğrafçı çoğu zaman tüm görevleri üstense de, yemek fotoğrafı çekimi bir ekip çalışmasını gerektirmektedir. Bu ekibin bir parçası fotoğrafçı ve ekibi oluşturan taraf, diğer taraf da prop stilisti ve yemek stilistinin bulunması o fotoğrafın çekiminin başarısını arttırmaktadır.

Fotoğrafta prop; fotoğraf karesinde yer alan zemin, tabak, aksesuar gibi tüm unsurları kapsamaktadır. Prop stilisti; yemek fotoğrafı çekiminde prodüksiyondan sorumlu olan kişidir. Fotoğraf çekimi yapılacak ortamı, çekimde kullanılacak aksesuarları ve tüm malzemeleri temin etmektedir. Günümüzde artık sadece bir yiyeceğin fotoğrafını çekmenin çok ötesinde kullanılan aksesuarlar ve aydınlatmalar aracılığı ile konseptler belirlenmekte ve bu yaklaşımla fotoğraflar çekilmektedir. Uyum yemek fotoğrafında büyük önem taşımaktadır, belirlenen konsepte uygun atmosfer yaratılmaktadır.

Yemek stilisti ise fotoğrafı çekilecek yiyeceklerin en estetik ve en etkili şekilde sunumunu yapan kişidir. Yemeğin taze, lezzetli, iştah açıcı görünmesinde en temel görev yemek stilistindedir. Fotoğrafı çekilen yiyeceklerin uzun çekim süresince bozulmadan taze görünmesini sağlamak veya daha taze, lezzetli ve albenili görünmesini sağlamak adına bazı çekim hileleri yapılmaktadır. Örneğin dumanı

üzerinde tüten bir lezzetli makarnada duman aslında makarnadan değil bu amaçla kullanılan farklı ekipmanlardan gelmekte, kremşanti yerine tıraş kremi kullanılmakta, plastikten yapılan buzlar, boyalar ve yapıştırıcılar kullanılmakta, bu sayede uzun süre bozulmadan kalabilen kusursuz yiyeceklerin elde edilmesi hedeflenmektedir.

Yemek fotoğrafları temel olarak 50mm ile 100mm odak uzaklığı olan objektifler ile çekilmektedir. Tilt Shift lensler odaklanma düzlemini değiştirerek ayarlanabilmesine olanak tanıması nedeniyle diğer lenslerden ayrılmaktadır. Alan derinliği de söz konusu yiyecekte hangi özelliği vurgulanmak isteniyorsa, fotoğrafa bakan kişinin ilk odaklanmasını sağlama anlamında önemli bir yardımcı olmaktadır.

Fotoğrafları yiyeceğin yapısal özelliği göz önünde bulundurularak, karşıdan, 45 dereceden veya tam tepe noktasından, yaklaşarak çekmek gerekmektedir. Bu noktada o yiyecekte vurgulanmak, gösterilmek istenen özelliğinin altını çizmek belirleyicidir. Bir hamburgerin içindeki malzemelerin zenginliği ve tazeliğini üst açıdan vurgulamak mümkün değilken, hamburger ile aynı seviyeden çekerek dolu dolu içeriğini göstermek gerekmektedir. Aynı şekilde bir pizza için ise üst açının kullanılması pizzanın malzemelerini göstermek için seçilecek doğru açıdır. Yani fotoğrafı çekilecek yiyeceğin formu ve yapısı bu noktada belirleyici olmaktadır. Bakış açısında bir diğer önemli kriter ise yemeğin ne kadar geniş bir bakış açısıyla görüneceği, aksesuarların ne kadar dahil edileceği konusudur.



Görsel 15 : Fotoğraf makinasının yemeğe konumlandırılışı ile bakış açısındaki etki, (Batuhan Öztürk Arşivi, 2021)

Doğal ışık veya yapay ışık kaynağı kullanımı ise tamamen fotoğrafçının tarzı ve tercihi, kaç ışık kaynağı kullanılacağı ise çekimi yapılan konunun yapısı ve ihtiyaç duyduğu aydınlatma ile ilgilidir. Yapay ışık kaynağının bu noktada avantajı her zaman sabit bir değerde çekim yapılmasına olanak tanınmasıdır. Gün ışığındaki saatlik ve

mevsimsel değişim, kontrollü bir değişken haline gelmektedir. Işık bir yemek fotoğrafında başarıya götüren en önemli değişkenlerden biridir.

Yemek fotoğrafı çekiminde kullanılan aksesuarlar dışında o yemeğin içeriğindeki malzemelerden (mantar, zeytin vb) veya yerken eklenecek (limon, biber vb) kullanılması formu düz olan yiyeceklerin çekiminde boyut katması için de önem teşkil etmektedir. Bu anlamda kullanılan gıdalar ve baharatların o yemeğin içeriğinde olması veya eklenerek yenebilmesi noktası önem taşımaktadır.

Yemek fotoğrafının odak noktası yemeğin kendisidir ancak yan unsurlar olan kullanılan zemin ve aksesuarlar fotoğrafı çekilen gıdaya uyumlu olmalıdır. Bu uyum renk, tarz anlamında gıdanın etkisini arttırmalı ve fotoğrafa bakan kişinin kafasında oluşan imajı daha da zenginleştirmelidir. Bu anlamda kullanılan ışık, bakış açısı, perspektif, alan derinliği gıdada ön plana çıkarmak istenen özelliği vurgulamaktaki en önemli faktörlerdir. Bu şekilde söz konusu fotoğraf daha dikkat çekici ve etkili hale gelmektedir.

2.2. Sosyal Medyada Yemek Fotoğrafı

Sosyal bir varlık olan insanın sosyalleşme şekli internet teknolojisinin ve beraberinde akıllı cep telefonlarının hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, daha ulaşılabilir olması ile birlikte başkalaşmıştır. Ve bu yeni platform olan sosyal medya kullanıcı sayısını her geçen gün arttırmaktadır. Digital 2021 raporu verilerine göre; Haziran 2021 itibarı ile 7,83 bilyon olan dünya nüfusunun 4,66 bilyonu yani %59.5'i internet kullanıcısı ve 4.20 bilyon kişi %53.6 oranı ile aktif olarak sosyal medya kullanıcısıdır. Yine aynı rapora göre 84,69 milyon kişi olan Türkiye nüfusunun %77.7'si internet kullanıcısıdır ve 60 milyon kişi ile %70.8'i aktif olarak sosyal medya kullanıcısı durumundadır. (https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey E.T: 10,09,2021)



Görsel 16 : Digital 2021 raporundan dünyada ve Türkiye'de sosyal medya kullanım durumunu gösteren tablo https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey E.T (10.09.2021)

Sosyal medyada sosyalleşme, duygu ve düşüncelerini ifade etme, beğenilme, onaylanma, takdir edilme, popüler olma, statü atlama, imaj ve kimlik oluşturma, bir gruba aidiyet gösterme veya kabul edilme, kendini ispat etme gibi hedeflerle paylaşımlar yapılmaktadır. Gün içerisinde sosyal medyada paylaşım yapma bağımlılığı ile bireyler, her yerde ve her anlarını sergilemektedir. Bu paylaşımlar arasında kişilerin yemek veya içecekleri ile birlikte kendilerini veya sadece yemek-içeceklerini fotoğraflaması önemli bir yer tutmaktadır. İnsanın yaşamak için en temel ihtiyaçlarından olan yemek yeme ihtiyacının günümüzde modern hayatla birlikte buluşma ve sosyalleşme yeri olarak dönüşüm geçiren restoran, cafe gibi mekanlarda çekilen ve paylaşılan fotoğraflar aracılığı ile adeta bir gösteriye dönüştürüldüğü görülmektedir. Eller ilk olarak telefonlara yönelmekte ve ardından seçilen yemeğin veya içeceğin videosu veya fotoğrafı çekilerek sosyal medya platformlarında paylaşılmaktadır. Kişiler sosyal hayatlarını bu sayede sosyal medya üzerinden yaşamakta ve paylaşmaktadır.

HTC firması Instagram'da Türkiye'den paylaşılan 250 bin fotoğraf ve videoyu taramış ve %32 ile aileye dair paylaşımlar ilk sıradayken, onu %19 ile gezi-doğa takip etmiş, %14 ile yemek üçüncü sırada gelmiştir. Selamlaşma %12, kitap ve şiirden alıntı %7, etkinlik %6, spor %6, hayvan %4 ile sonuncu sırada yer almıştır. En çok beğeni ise; kitap-şiir alıntıları %22, selamlaşma %14, spor %13, yemek %12, gezi-doğa %10, hayvan %10, etkinlik %10, aile %9 olarak sıralanmıştır. (https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hayat/instagramda-en-cok-hangi-fotograflar-paylasiliyor-40041226) Görülmektedir ki kullanıcılar için çekilen ve paylaşılan yemek fotoğrafları, sosyal medyada var olmanın, görünür olmanın önemli bir unsurunu oluşturmaktadır.



Görsel 17 : "skullyjo" kullanıcı adlı Instagram kullanıcısının paylaşımı
https://www.instagram.com/p/CT-qwd-qLpU/ (10.09.2021)

Sosyal medya platformlarında gidilen bir yerin Hashtag (#) ile etiketlenmesi veya logosunun olduğu bardak gösterilmesi ile paylaşım yapılarak popüler kültür sonucu oluşan markaların reklamları da kullanıcılar tarafından yapılmaya devam etmektedir.

Günümüzde her türlü sektörden firmalar için, sosyal medya platformları hedef kitleye ulaşmak için en önemli görünür olma alanı haline gelmiştir. Kurumsal firmalardan butik firmalara kadar pek çok firma, müşteri kitlesine ulaşmak için sosyal medya hesapları oluşturmakta ve bu platformlara düzenli olarak içerik paylaşımı yapılmaktadır. Yapılan paylaşımlar sundukları hizmetler ile ilgili olduğu kadar yılbaşı, sevgililer günü, anneler günü vb gibi önemli tarihler veya yaşanan afetler ile ilgili de çeşitlilik göstermektedir. Gerek yazılı gerekse görsel medya aracılığı ile ulaşamayacağı sayıda kişiye Facebook, Instagram, Twitter ve LinkedIn gibi sosyal medya platformlarını kullanarak ulaşılabilmektedir.

Diğer taraftan bakıldığında da birbirinden farklı yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve yaşadığı yer, ilgi alanlarına, sahip kullanıcılar bu sayede dünyanın her yerinden firmaları takip etmektedir. Karşılıklı etkileşime olanak tanıması sosyal medyanın en önemli özelliğidir. Yapılan paylaşımların hedef kitlede uyandırdığı etki ve geri dönüşümlerin takip edilebilmesine olanak tanımaktadır. Geçmişte yeni bir ürünün kullanıcıya sunulması sonrası yapılacak anketler tek geri dönüşken ve süreç uzun vadeliyken, günümüzde paylaşımın yapılmasından saniyeler sonra geri bildirimleri görmek mümkündür.



Görsel 18 :Starbucks firmasının resmi Instagram hesabından yapılan paylaşımlardan https://www.instagram.com/p/CQa_Q7NJmpU/ (10.09.2021)

Paylaşımlar sektörden sektöre değişiklik göstermekte ancak firmalar için en önemli olan bakan kişinin ilgisini çekmesini sağlamaktır. Bu anlamda da standart her zaman görülebilecek görüntülerin ötesinde, ilgi çekici ve etkileyici fotoğraf ve video teknikleri kullanmak önem kazanmaktadır. Bu nedenle yeni arayışlar ortaya çıkmakta ve yeni teknikler kullanılması ile takipçi ve müşteri sayısını arttırmak hedeflenmektedir.



Görsel 19 : BurgerKing firmasının resmi hesabından yapılan paylaşım, www.instagram.com/p/CSwODBNiMLd/ (1.8.2021)

Sosyal medyada çekilen ve paylaşılan yemek fotoğrafları, gerek amatör olarak yedikleri yemeği göstermek isteyen kişiler, gerekse şefler, restoran ve cafeler, profesyonel fotoğrafçılar için de önemli bir platform olma özelliğini korumaktadır. Sosyal medyada platformlarının popülaritesini kaybetmesi pek olası görünmemekte. Her geçen gün kullanılan görsellerde yeni yaklaşımlar, tarzlar tercih edilmekte bu sayede yemek fotoğrafçılığında da değişim kaçınılmaz olarak yaşanmaktadır. Bu tarzlardan bir tanesi de dark food olark düşünülebilir.

3. BÖLÜM DARK FOOD FOTOĞRAF TEKNİĞİ VE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR

3.1. Dark Food Fotoğraf Tekniği

Ana hatlarıyla yemek fotoğrafçılığı stillerini genel olarak iki şekilde kategorize edilebiliriz. İlki genel bir aydınlatmanın, diğeri ise daha karanlık bir ortamın yaratıldığı bir aydınlatmanın hakim olduğu yaklaşımdır. Canlı renkler kullanılarak yemeğin tüm unsurlarının gösterildiği aydınlatmanın kullanıldığı, genellikle düz zemin üzerinde çekilen yemek fotoğrafları günümüzde yerini alternatif yaklaşımlara bırakmıştır. Bunlardan biri de dark food fotoğraf yaklaşımıdır.

Dark food fotoğraf tarzının en temel özelliği fotoğrafta kullanılan aydınlatmadır, parlak ve genel bir aydınlatma söz konusu değildir. Gün ışığı veya yapay ışık kaynağının kontrollü bir aydınlatma ile yönlendirilmesi gerekmektedir. Gölge kullanımı yine bu fotoğrafların önemli bir özelliğidir. Fotoğraf çekiminde kullanılan zeminin rengi de yaklaşımın adı ile paralel olarak koyu renklerde olmalıdır.

Koyu renk tonlarında fotoğraf üretilen bu teknik eksik pozlanmış fotoğraflar anlamına gelmemektedir. Dark food fotoğraf tekniği ile üretilen bir yemek fotoğrafında anlatılmak istenen hikayenin gerektirdiği şekilde ana oje veya objelerin doğru ve yeterli aydınlatılmış olmaları gerekmektedir. Aksi taktirde üretilen görsel teknik açıdan yanlış bir fotoğraf olarak değerlendirilir.

Dark food fotoğraf yöntemi son yıllarda kendini belirgin bir şekilde göstermeye başlamış bir tekniktir. Alışılagelmiş yemek fotoğrafçılığından daha farklı şekilde üretilmesi, dark food fotoğrafçılığı gerek ticari gerek ise amatör alanlarda kendine belirli bir alan bulmuştur.

Dark food fotoğraf tekniği içerisinde en önemli unsurlardan biri ışık kullanımı olarak görülür anacak oluşturulan hikaye ve bu hikayeye destek olan ek malzemeler içerik olarak tekniği daha da zengin bir yapıya kavuşturur. Dolayısıyla dark food fotoğraf tekniği alışılagelmiş yemek fotoğrafçılığına göre farkını bu şekilde göstermektedir.

Günümüz yemek fotoğrafçılığına bakıldığında dark food yaklaşımıyla üretim yapan fotoğrafçılar dikkat çekmektedir. Adeta Vermeer ve Caravaggio tablolarına öykünen fotoğraflar üretmektedir. Global bazda bakıldığı taktirde dikkatleri üzerine çeken isimlerden bir tanesi Finlandiyalı yemek fotoğrafçısı Ottilia Orenius'dur.

Günümüz Türk yemek fotoğrafçılarından örnek olarak ise İlkay Öztürk fotoğraflarıyla öne çıkmaktadır.



Görsel 20 : İlkay Öztürk tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/B7YgI3wgjFX/ (03.09.2021)

Görsel 21 :Ottilia Orenius tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. **https://www.instagram.com/p/CE9vXwIBR8h/ (03.09.2021)**

Her iki fotoğrafçıda da gördüğümüz gibi fotoğrafların ışık değerleri oldukça sade ve anlaşılır şekilde kullanılmıştır. Tek bir ışık kaynağından ya da doğal ışığın kontrollü bir şekilde kullanılmasıyla, dark food fotoğrafçılığının en önemli unsuru olan ışık dikkat çekmektedir.

Tez kapsamında yapılan görüşmede İlkay Öztürk dark food fotoğrafçılık hakkında şunları söylemektedir:

"Dark Food Fotoğraf (Dark Moody)

Kuzey ülkelerin in güneşsiz günleri neticesinde doğan Dark Moody (karanlık ve karamsar) fotoğraf akımının yemek yemek fotoğrafçılığına yansıması 2018'e dayanır.

Dark Moody, fotoğrafçılığın diğer alanlarında çok daha eskilere dayansa da yemek fotoğrafçılığının bir dalı olarak ayrılması henüz çok yeni olduğu için, akımın yansıması ancak bu yıllara rastlamıştır. Önce Kuzey ülkelerinde başlayan akım, giderek tüm dünyada yaygınlaştı. Soğuk ve dramatik nordik akımıyla birleşerek karamsar havasını pekiştirdi.

Akımın bu denli büyük ilgi görmesinin asıl nedeni; vintage mutfak eşyalarıyla, ahşap eşyalarla, orta çağı yansıtan dokularla büyük uyum içerisinde olmasıydı. İnsanlar bu döneme ait eşyalara hem büyük merak hem de özlem duyuyor ve bu dönemi yansıtan fotoğraflar daha resimsel bulunuyor. Buradan da anlaşılacağı gibi Dark Moody, çoğu kişinin düşündüğü gibi az pozlanmış fotoğraf demek değildir. Proplarıyla, dokusuyla, hikaye anlatıcılığıyla başlı başına bir felsefedir, bir ruhtur.

Nelere dikkat edilmelidir?

Dark Moody fotoğraf çekmek isteyenler öncelikle zemin ve arka planlarını koyu renklerden seçmelidir. Eğer vintage bir hikaye planladıysanız, sahnedeki her ürünün birbiriyle uyumu olması önemlidir. Kahramanımız (fotoğrafın odak noktası) mutlaka iyi aydınlatılmalıdır." (İ. Öztürk ile kişisel iletişim, 5 Ekim 2021)

Sosyal medyanın yoğun kullanımı ve bu duruma paralel ilerleyen paylaşım yapma sıklığının artması beraberinde paylaşılan yemek fotoğraflarının da artmasına sebep olmuştur. Hızlı tüketimin hayatın her alanında olduğu gibi sosyal medya üzerinde de büyük etkisi oluşmuştur.



Görsel 22 : Nadeenalsulaimi tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/CV06rnEIzXc/ (04.09.2021)

Görsel 23: Shebeena_Manshoor tarafından kişisel instagram hesabından yapılan paylaşım. https://www.instagram.com/p/CW-uLtgMyFY/ (04.09.2021)

Günümüzde sosyal medyada yemek görselleri sadece fotoğraf veya video formatında olmanın ötesinde, daha farklı veya sürekli gelişen video tabanlı tekniklerle

paylaşılmaya devam etmektedir. Geçmişten bugüne fotoğraf ve sinema gerek tarihsel olarak, gerekse dil bağlamında birbiriyle etkileşim halinde olmuştur. Fotoğraflardaki anın dondurulması bu teknikler aracılığı ile sürecin gösterilmesi veya farklı efektler aracılığı ile görselliğin zenginleştirilmesini sağlamaktadır.

3.2 Sinemagraf Tekniği

Bir fotoğraf içinde, belirlenen bir alanda videonun oynaması olarak kısaca tanımlamak mümkündür. Belirlenen alanda video oynarken geri kalan her yer bir fotoğraf olma özelliği ile sabit kalmaktadır.

İlk olarak 2011 yılında JamieBeck ve KevinBurg tarafından Paris Moda Haftası çekimleri kullanılarak uygulanmıştır. Fotoğrafçı olan Beck ile grafiker Burg'ün yaptıkları çekimlerde belli bir alanda akan görüntü ile podyumda yürüyenler, makyajı yapılan modeller gösterilmekte, diğer tarafta sabit ve durdurulan bir an görülmektedir. Beck ve Burg'ün uygulamaları arasından seçilen örnekte hareketli olan alan makyaj fırçası olarak belirlenmiştir. Geri kalan her yer sabit olarak görülmektedir.



Görsel 24: JamieBeck ve KevinBurg, New York moda haftası, 2011. **https://viola.bz/cinemagraphs-by-kevin-burg-and-jamie-beck/** (10.09.2021)

Ercan Erol: "Sinemagraf ile sinema-video ve fotoğrafta mevcut olmayan yeni bir izleme biçimi mümkün olmaktadır. İzleme biçimi ile sinemagrafın fotoğrafik ve sinematografik anlam düzeyleri oluşur." sözleriyle bu teknikte bu ikilinin melez bir oluşum olduğunu da vurgulamaktadır. (Erol, 2016, s49)

Yemek çekimlerinde sinemagraf tekniğinde hareketli olarak belirlenecek alan önem taşımaktadır. Yiyeceğin üzerine dökülen soslar veya kahvenin içine süt dökülmesi ve karışımları, üzerinde duman tütmesi veya malzemelerin hareket halinde olması gibi uygulamalar en sık karşılaşılanlardır.



Görsel 25: "daniscookings" adlı kullanıcı yemek fotoğrafçısı DanielaLambova'nınsinemagraf tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşımı. https://www.instagram.com/daniscookings/ (17.9.2021)

Tekniğin uygulanabilmesi için kameranın ve düzenlenen çekim alanının fotoğraf ve video çekiminde aynı ve sabit kalması önem taşımaktadır. Eğer birden çok alanda hareketli görüntü yer alacaksa o bölgeler maskelenerek görüntüler montajlanmalıdır.

3.3. Stopmotion Tekniği

Bir fotoğrafta yer alan hareketsiz nesnelerin her bir fotoğraf karesinde hareket ettirilmesi ile seri olarak çekilen fotoğrafların montajlanması ile elde edilmektedir. Her bir fotoğrafta hareket ettirilen nesneler ile özellikle hareket veya süreç çarpıcı bir şekilde anlatılmaktadır.

İlk stop motion film 1898 yılında John StuartBlackton ve Albert E. Smith'in HumptyDumpty Circus filmidir. Blackton'ın kızının oyuncakları kullanılarak çekim yapılmıştır. Geçmişten bugüne özellikle animasyonlarda sıklıkla kullanılan stop motion aracılığı ile gerçekleştirilen filmler arasında King Kong, Tavuklar Firarda, Ölü Gelin, Kubo ve Sihirli Teller sayılabilir. Uzun metrajlı filmler kapsamında ise Robocop, Star Wars ve Köpek Adası filmleri vardır.



Görsel 26: HumptyDumpty Circus filmi, 1898.
https://m.imdb.com/title/tt0000704/mediaviewer/rm1047892737/ (17.9.2021)

Stop motion, yemeklerin yapım aşamasının gösterilmesinde sıklıkla kullanılan tekniklerden bir tanesidir. Aşama aşama hazırlanma sürecinin uzun uzun anlatım videolarına oranla kısa sürede ve çarpıcı bir şekilde görselleştirilmesine imkan tanıması nedeniyle, tarif verme veya süreci kısa sürede ama ayrıntılı gösterme hedefine hizmet eden bir tekniktir.



Görsel 27: "hansgerlach" adlı Instagram kullanıcısı, şef ve yemek fotoğrafçısı HansGerlach'ın stop motion tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşımı.
https://www.instagram.com/p/ByLHuDghckS/(17.9.2021)

Stop motion tekniğinin durağan kesinti olmadan uygulanabilmesi için 1 saniye için 15 ile 24 kare arasında fotoğraftan oluşması gerekmektedir. Sayı bu rakamlardan daha az olduğu takdirde kesintiler olmakta bu da zaman zaman uygulayan kişiler tarafından bilinçli olarak tercih edilmektedir.

3.4. Motion Grafik Tekniği

Hareketli görsel tasarım olarak tanımlanabilecek bu teknik ile görseller, uygulanan efektler ile birlikte hareketlendirilmektedir. Bilgisayar oyunları ve animasyonlarda sıklıkla kullanılan bu teknik, fotoğrafın anı durdurma etkisini videonun süreci gösterme özelliği ile harmanlamakta ve ortaya zengin bir görsel çıkmaktadır.



Görsel 28: **"**motiongraphics_p" adlı Instagram kullanıcısının motion grafik tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşım. **https://www.instagram.com/p/CPP2A1eHD-Q/** (17.9.2021)

Yemek görselleri oluşturmada kullanılan bu teknikle uygulanan efektler aracılığı ile hareketli yiyecek malzemeleri, aksesuarlar ile gerçeküstü etkiler de yaratmak mümkündür.

3.5. Paralaks Tekniği

Paralaks kelimesi astronomi kaynaklıdır. Uzaklığı belirlenmek istenen bir cismin, iki farklı noktadan gözlemlendiği zaman arka plandaki cisimlere göre değişen konumunun açı cinsinden bir karşılığıdır. Bir diğer ifadeyle paralaks, gözlemcinin

konumundaki değişikliğe bağlı olarak cismin yerinin değişmesi olarak tanımlanmaktadır.

Fotografik olarak bakılacak olursa paralaks tekniği ile ön plan ile arka plan arasındaki görüntünün daha yavaş ve daha hızlı olarak akması ve derinlik etkisinin verilmesi hedeflenmektedir. Bu amaçla farklı hızlardaki katmanlar oluşturulur.



Görsel 29 "darkartoflight" adlı Instagram kullanıcısının paralaks tekniği kullanarak yapmış olduğu paylaşım https://www.instagram.com/p/CLBt4QEAswy/ **(17.9.2021)**

Bu teknik kullanılarak oluşturulan yemek görsellerinde ön planda ve arka planda farklı hızlarda iki hareket olduğu ve bu hareketlerin hızlarındaki farklılığın, dinamizm ve boyut etkisini arttırdığını da söylemek mümkündür.

4. DARK FOOD FOTOĞRAF ESER ÜRETİMİ ve VİDEO TABANLI UYGULAMALAR

Araştırma kapsamında gerek geleneksel gerekse daha yeni sayılabilecek Türk mutfağından yiyecekler ele alınmış, bu kapsamda belirlenen 10 yiyeceğin görsellerinin üretiminde üç temelde ilerlenmiştir. Aynı yiyecek maddesinde önce genel bir aydınlatma ve ardından dark food yaklaşımı ile fotoğrafları çekilmiş, son olarak ise sinematografik tekniklerden stop motion, paralaks, motion grafik ve sinemagraf tekniklerinden biri seçilerek uygulanmıştır.

4.1. Yayla Çorbası

Türk mutfağında yemeklerin olmazsa olmaz başlangıcı çorbadır. Bu bağlamda da geleneksel olarak önem taşıyan çorbalardan Yayla çorbası seçilmiştir.



Görsel 30: Yayla çorbasının genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 31: Yayla çorbasının dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 32: Yayla çorbasının paralaks tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Görseli gören kişide üzerindeki nanesi ile lezzeti ve dumanı üzerinde olmasıyla sıcak duygusu uyandırması hedeflenmiştir. Bu amaçla paralaks tekniği tercih edilmiş ve uygulanmıştır.

4.2. Ezogelin Çorbası

Geleneksel Türk mutfağının vazgeçilmez çorbalarından biri olan Ezogelin çorbası tercih edilmiştir.



Görsel 33 : Ezogelin çorbasının genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 34 : Ezogelin çorbasının dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 35 : Ezogelin çorbasının motion grafik tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Çorbanın sıcacık ve içinizi ısıtır duygusu verilmesi hedeflenmiş ve bu amaçla motion grafik uygulaması kullanımıştır.

4.3. Gavurdağ Salata

Türk yemek kültürünün temel taşlarını oluşturan yörelerimizden biri olan Gaziantep yöresinden gelen Gavurdağ Salata Türk mutfağının vazgeçilmeyen ögelerinden biri olmuştur ve bu nedenle seçilmiştir.





Görsel 36: Gavurdağ Salata genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 37 : Gavurdağ Salata dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 38: Gavurdağ Salata motion grafik ve mask tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Salatanın içeriğindeki malzemelerin tek tek tabağa doğru fırlatılmasının sonucunda yavaş yavaş salatanın oluşumu anlatılmaya çalışılarak izleyicinin hem salatanın yapılışı hakkında fikri olması sağlanmak istenmiş, hem de görsel olarak zengin bir teknik kullanılarak daha ilgi çekici hale getirilmeye çalışılmıştır.

4.4. Adana Kebap

Türk yemek kültürünün kebap denince akla ilk gelen lezzetlerinden olan Adana Kebabı, dünya genelinde de kendine yer edinmiş bir yemektir. İsminden de anlaşılacağı üzere Adana yöresine ait bir lezzet olup kabul gören bir yemek olması bakımından proje kapsamında çekimi yapılmıştır.



Görsel 39 : Adana Kebabı genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 40 : Adana Kebabı dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 41: Adana Kebabı stop motion tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Geleneksel Türk yemeği olan Adana Kebabı için uygulanan stop motion tekniği iştah kabartıcı bir şekilde izleyiciye aktarılmaya çalışılmıştır.

4.5. Ciğer Şiş

Türk ocakbaşı kültürünün vazgeçilmezlerinden olan Ciğer Şiş, ızgara ailesinin ön sıralarda gelen lezzetlerinden bir tanesi konumundadır. Hem meze hem de ana yemek olarak servis edilebildiği için çok yönlü bir Türk lezzeti olması bakımından proje kapsamına alınmıştır.





Görsel 42: Ciğer Şiş genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 43: Ciğer Şiş dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 44: Ciğer Şiş sinemagraf tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Ciğer hemen her yörenin kendine has pişirme ve servis etme tekniklerine uygun olan bir lezzet olsa da genel anlamda en yaygın olan servis yöntemi ızgara şiş hali olduğu dikkat çekmektedir. Ciğer Şiş görselini sinemagrafyöntemi kullanılarak sosyal medya gibi platformlarda kullanılmak üzere daha ilgi çekici hale getirilmeye çalışılmıştır.

4.6. Kanat Şiş

Izgara ailesinin bir diğer üyesi olan Kanat Şiş, Türk yemek kültürünün çok tüketilen yemeklerinden birisi olarak karşımıza çıkar. Diğer ürünlere nazaran hızlı ve kolay pişirilip servis edilebilmesi açısından önemli bir yere sahiptir.




Görsel 45: Kanat Şiş genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 46: Kanat Şiş dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 47: Kanat Şiş stop motion ve motion grafik tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Türk toplumunun hemen hemen her yöresinde tüketimi yaygın olan Kanat Şiş görsel stop motion ve motion grafik teknikleri kullanılarak dijital ortamlarda medya alanlarında kullanıma hazır hale gerilmiştir. Kanat Şiş için kullanılan teknikler ile beraber üretilen video izleyicide iştah açıcı bir etki yaratmayı hedeflemektedir.

4.7. Patlıcan Kebabı

Şanlıurfa yöresinden geldiği kabul gören Patlıcan Kebabı, Türk yemek kültürünün bilhassa ocakbaşı kültürünün önemli elemanlarından biridir.





Görsel 48: Patlıcan Kebabı genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 49: Patlıcan Kebabı dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 50: Patlıcan Kebabı motion grafik ve stop motion tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Türk yemek kültürünün bir parçası olan Patlıcan Kebabı, sebze ve kırmızı et gibi lezzeti kabul gören iki unsuru barındırması açısından da önem arz etmektedir.

Kullanılan motion grafik ve stop motion tekniklerinin yanı sıra maskeleme yöntemi ile karışık teknikte bir görsel üretilmiş ve görseldeki yemeğin içeriği hakkında bilgi verirken bir yandan da hareket hissi katarak daha ilgi çekici hale getirilmeye çalışılmıştır.

4.8. Alinazik

Gaziantep yöresinden tüm Türk yemek kültürüne yayılan Alinazik, patlıcanlı yoğurdun üzerinde kuzu şiş ile birlikte servis edilen tıpkı ciğer şiş gibi hem meze hem de ana yemek olarak tüketilen Türk mutfağı lezzetlerimizden biridir.





Görsel 51: Alinazik genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 52: Alinazik dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 53: Alinazik paralaks tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Alinazik görseli, paralaks adı verilen teknik ile üretilmiş olup uygulanan maskeleme ve sanal olarak verilen kamera açısı ile izleyiciye tek boyutlu bir görselden çıkararak çok boyutlu bir görsele götürme hedefiyle hazırlanmıştır.

4.9. Künefe

Tel kadayıfları, içine kullanılan kuru yemişleri ve olmazsa olmazı fıstığı ile bütünleşen Türk yemek kültürünün şerbetli tatlılarının arasında önemli bir yere sahiptir.



Görsel 54: Künefe genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 55: **Künefe** dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 56: Künefe sinemagraf ve paralaks tekniği uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

Türkiye'nin hemen her bölgesinde son birkaç yılda gelişen zincir tatlıcılar sayesinde yanında servis edilen garnitürlerinin değiştiği gözlemlenmiştir. Bu duruma farkındalık yaratmak adına görselde kullanılan sinemagraf yöntemi ile künefenin yanındaki ürünler zamana uygun bir şekilde seçilip bolca kullanılan ve zamana sürekli bir meydan okuyuş sergileyen fıstığın dökülme görüntüsü tekrarlanarak anlatılmaya çalışılmıştır.

4.10. Baklava

Hiç şüphesiz ki Baklava Türk tatlı kültürünün en ön sıralardaki lezzetlerinden birisi olagelmiştir. Bu özelliğinden dolayı projede yer alması uygun görülmüş olup tezin konusuna uygun şekilde görseller üretilmeye çalışılmıştır.





Görsel 57: Baklava genel aydınlatma ile fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)

Görsel 58: Baklava dark food tarzıyla fotoğraf çekimi (Batuhan Öztürk arşivi)



Görsel 59: Baklava sinemagraf ve paralaks uygulanmış video ekran görüntüsü (Batuhan Öztürk arşivi)

İncecik çıtır yufkasının içinde taşıdığı fıstıkları, kararında kızarmış yapısı ve şerbetli, şerbetsiz seçenekleri ile dünyada ve ülkemizde oldukça popüler olmaya

devam eden Baklava, bu görselde hem sinemagraf hem paralaks teknikleri kullanılarak, hem içerisinde kullanılan malzemenin bolluğuna dikkat çekmek hem de izleyicinin iştahını arttırmak üzere üretilmeye çalışılmıştır.

SONUÇ

Hayatın her alanında süreç içerisinde değişim söz konusudur. Bu değişimler zaman zaman toplumsal hayatın tüm öğelerini, alışkanlıklarını, gündelik hayatın pratiklerini, psikolojik ve kültürel yapıyı da kapsamaktadır. Bu değişimin nedenlerinden biri küreselleşmenin getirdiği tüketim dünyasının bir parçası olunması durumudur. Hayatımızın her anına nüfus eden bu olgu hızla tüketmeyi ve bağımlılıkları da beraberinde getirmektedir.

Yemek yemek insanlığın hayatta kalabilmesi için en temel ihtiyaçlarından biri olmanın çok ötesine geçmiş durumdadır. Biyolojik ihtiyaç yerini birey için psikolojik ve sosyolojik anlamdaki ihtiyacını giderme noktasına gelmiştir, yani zorunlu bir ihtiyaç olan yemek yemek artık farklı anlamlar da barındırmaktadır. Giderek yalnızlaşan çağımız insanı için yemek yemek, kahve içmek sosyalleşmek, tanıdıklarla görüşmek ile birlikte anılır hale gelmektedir. Yalnız kalan insan da yaptığı, yediği, gittiği kısaca hayatındaki her anını online olarak sosyal medya hesabı aracılığı ile sergilemekte ve beğeniye sunmaktadır.

Günümüzde sosyal medya platformları yemekle ilgili her türlü görselin paylaşıldığı en yaygın mecra olma özelliğini göstermektedir. Bu bağlamda bakıldığında hızlı tüketimin en önemli özelliği olduğu bu kanalda, yemek görselleri sadece fotoğraf tekniği ile üretilmenin ötesinde, sürekli gelişen video tabanlı tekniklerle paylaşım yapmaya olanak tanımaktadır. Bu teknikler aracılığı ile yemek yapım süreci görselleştirilmekte ve farklı efektler aracılığı ile görselliğin estetik ögelerle zenginleştirilmesi sağlanmaktadır.

Sosyal medya paylaşımlarında ilk sıralarda yer alan yeme içme görselleri, bu sektörün gelişimini de tetiklemiştir. Yemek fotoğrafçılığı ve ardından video tabanlı uygulamalar aracılığı ile üretilen görseller hızla gerek amatör, gerekse profesyonel fotoğrafçılar, şefler ve ticari işletmeler tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda proje kapsamına alınan Türk mutfağından yemekler de hem fotoğraf hem de video temelli güncel yaklaşımlar ile berber üretilmeye çalışılmıştır. Yemek

görselleri üretilirken motion grafik, paralaks, stop motion ve sinemagraf isimli güncel teknikler kullanılmıştır.

İnternet üzerinde "İştah kabartacak yemek fotoğrafları için bunları bilin.", "Telefon ile yemek fotoğrafı nasıl çekilir?", "Telefonla çok daha iyi yemek fotoğrafı çekmek için 7 altın kural", "5 maddede yemek fotoğrafı nasıl çekilir?", Akıllı telefonunuzla muhteşem yemek fotoğrafı çekmesinin 5 sırrı", "Profesyonel olun: Telefonla çok daha iyi yemek fotoğrafı çekmek isteyenler için 10 ipucu" vb başlıklı benzer içeriklere sahip sayısız gerek video gerekse yazıya ulaşmak mümkündür. Bugün sosyal medya hesabında paylaşılan yemek fotoğrafının, o fotoğrafa bakan kişileri etkilemesi ve beğenilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu yaklaşımın gelecekte de yemek görselleri sektörünü geliştirmeye ve daha farklı arayışlara sürüklemeye devam edeceği düşünülmektedir.

Bu araştırmada konu edilen Türk mutfağından yemekler ile yapılan çalışmalar günümüz tüketim alışkanlıklarının bir göstergesi olarak düşünülmelidir. Gelişen teknolojik altyapının bireyin ve toplumun sosyalleşme alanlarını değiştirmesiyle beraber, insanlar her anlarını bu yeni sosyal alanlarda paylaşmaya başlamıştır. Paylaşılan bu anlar kimi zaman fotoğraf, kimi zaman video tabanlı görseller ve yazılar şeklinde olmaktadır bazen ise bunlardan birkaçı ile beraber. Sosyalleşme alanlarının değişmesi ile değişen sosyal varlık gösterme çabası da berberinde beğenilerin değişmesini getirmiştir.

Bugün sosyal medya olarak adlandırdığımız yapı insanların beğenilerini ve takiplerini dolayısıyla sanal sevgilerini gösterdikleri bir ortam halindedir. Kişi yaşadığı bir anı ya da yaptığı bir etkinliği bir şekilde bir görsel haline getirip paylaştığı zaman bu sosyal ağlarda bir varlık göstermektedir ve bu duruma bağlı olarak birtakım dönütler elde etmektedir. Paylaşılan görselin ne kadar beğeni aldığı, kaç kişi tarafından görüldüğü ve buna benzer birçok parametre ile kendine verilen değeri ölçer hale gelmiştir.

Günümüz toplumunda gerçek hayatta yalnızlaşan birey sosyal ağlar ile birlikte yalnızlığını giderme ve biricikliğini ispat etme çabasındadır. Farklı kültür, coğrafya ve ırktan insanların günün her anı aynı platformlarda aktif olarak gerçek dünya düzenindeki gibi ülke sınırları olmaksızın birbirleriyle iletişime geçtikleri bir sosyal ağ oluşmuştur. Elbette ki bu ağın içindeki insan biricikliğini bir şekilde diğer insanlara gösterme ve bunu paylaşma çabası içerisinde olarak hareket etmektedir.

Günümüz tüketim alışkanlıklarının, bireyin biricik olma dürtüsü ile birleşmesi sonucu sosyal ağlardaki paylaşımlar sürekli olarak farklılaşma eğilimindedir. Diğerlerinden farklı olduğunu düşünen birey, diğerlerinin yapmadığı ya da yapamadığı şeyleri yaparak veya yapmaya çalışarak bu eylemleri göstermeye yani diğerleriyle sosyal ağlar aracılığı ile paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar beraberinde, aynı eylemlerin içerisinde olsalar bile farklı şekillerde davrandıkları ya da daha çok eğlendiklerini göstermeye çalışmayı getirmiştir.

Günümüz tüketim alışkanlıklarının ve sosyal medyanın bir etkisi olarak yemek olgusu da değişiklik göstererek insanın en temel ihtiyaçlarından biri olma durumunu etkisiz kılarak farklı bir yere doğru götürmüştür. İnsanlar artık bir sosyalleşme alanında varlık göstermek adına yemek yemeyi bir etkinlik haline getirmiştir. Elbette ki bu durumun birçok alana olduğu gibi yemek fotoğrafçılığının gelişimine de etkileri olmuştur.

Değişen beğenilerin ve tüketim algısının bir sonucu olarak yemek fotoğrafçılığı, bugün daha önce olduğundan çok daha önemli bir hale gelmiş ve birtakım değişimler geçirmiş haldedir. İnsanların farklı olanı tüketme çabasından ileri gelen bu değişim, yemek fotoğrafçılığını daha önce yapılanlardan uzaklaştırıp farklı bir alan yani Dark Food Fotoğrafçılığa doğru yönlendirmiştir.

Günümüzde paylaşılan yemek fotoğraflarının büyük bir çoğunluğu alışıla gelmiş yemek fotoğraflarından daha farklı bir haldedir. Alışılagelmiş yemek fotoğrafçılığında ister reklam isterse başka bir amaç için çekilsin her zaman olanı olduğu gibi ya da olduğundan daha iştah açıcı bir halde sunmak amacı vardır. Ancak günümüzde Dark Food Fotoğrafçılık bu amaçtan biraz uzaklaşarak olanı olduğundan daha farklı bazen daha kasvetli ve çoğu zaman eski görünümlü, karanlık aydınlatmalı görseller şeklinde sunmaktadır.

İnsanın kendini özel hissetme dürtüsünden beslenen tüketim, kendisine yemek görsellerini de hedef almıştır. Değişen ve gelişen dünyada elbette ki hiçbir şey aynı kalmayacak ve sürekli değişecektir. Bu duruma bağlı olarak klasik görsellerden daha estetik olan yapısıyla Dark Food Fotoğrafçılık bu durum için biçilmiş kaftan olduğunu bize gösteriyor.

Bu çalışmanın konusunu oluşturan Dark Food Fotoğrafçılık, geleneksel yemek fotoğrafçılığından farklı olduğu için günümüz tüketim tavrına en uygun tekniklerden bir tanesi olarak karşımıza çıkar. Geleneksel yemek fotoğrafçılığından farklı yapısı ile

Dark Food Fotoğrafçılık yanında getirdiği video tabanlı uygulamalara uyarlana bilirliği ile uzunca bir zaman popülaritesini koruyacaktır.

KAYNAKÇA

Akarçay, Erhan. (2016) Beslencenin Sosyolojisi Orta Sınıf(lar)ın Yeme İçme ve Eğlence Örüntüleri, Ankara: Phoenix Yayınevi

Çaycı, A. E. (2019). Sosyal Medya'da Dijital Yemek Kültürü. *İnternationalJourney of CulturalandSocialStudies, 5, 120-136.*

Farthing, S. (2017). Sanatın Tüm Öyküsü, Hayal Perest Yayınevi, s.19

Erol, E. (2016). Fotoğrafta Hareket Bağlamında Sinemagraf Tekniğinin Değerlendirilmesi, *Yedi Sanat Tasarım Dergisi,* 16, 47-53

Gültekin, H. (2019). Yemek Sosyolojisi BağlamındaÜniversiteÖğrencilerinin Yemek Yeme AlışkanlıklarınınDeğerlendirilmesi: CumhuriyetÜniversitesi Örneği.

Gürhan, N. (2017). Yemek ve Din: Yemeğin Dini Simgesel Anlamları Üzerine Bir İnceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2, 1204-1223.

Keser, N. (2009). Sanat Sözlüğü (2. baskı). Ankara:Ütopya Yayınevi.

Özben, M., Sosyolojiye Giriş, Atatürk Üniversitesi Ata-AÖF, Erzurum

Yüksel, A. (2019). Gastronomi Ne Değildir?. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 16 (1), 186-190.

Kavrakoğlu F., (2014). Çağdaş Sanata Varış 108 Eat Art. https://kavrakoglu.com/cagdas-sanata-varis-108-eat-art/ Erişim tarihi: 1 Mayıs 2021.

Türk Dil Kurumu. (t.y.). Beslenme. Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr Erişim tarihi: 3 Mayıs 2021.

Özdemir, G. (2020). Travmatik Bir Geçmişin Etkilerinden Doğan Ölü(!) Doğa Resimleri. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. Sonbahar Özel Sayı, s.22-29.

https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey (Erişim Tarihi: : 10,09,2021)

https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hayat/instagramda-en-cok-hangi-fotograflar-paylasiliyor-40041226 Erişim tarihi: 15.09.2021)

http://bilimintarihi.org/astronomi/paralaks-nedir-gok-cisimlerinin-uzakliklari-nasil-olculur/ Erişim tarihi: 15.09.2021)

İlkay Öztürk, 1980, Üniversite Mezunu, Yemek Fotoğrafçısı, Kişisel İletişim, Tarih: 05.09.2021

EK-1

YEMEK GÖRSELLERİNİN TÜKETİCİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ ANKETİ

1. Cinsiyetiniz?


Kadın


Erkek


Belirtmek istemiyorum

2. Yaşınız?



18-25



26-35



36-45



46-55



56-∞

3. Eğitim Durumunuz?



İlköğretim Mezunu



Lise Mezunu



Lisans Mezunu

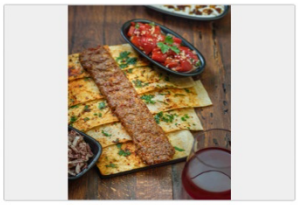
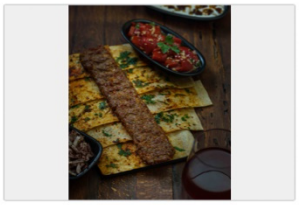
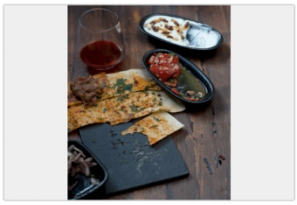


Yüksek Lisans



Doktora Mezunu

4. Yemek seçiminizde aşağıdaki görsellerden hangisinin daha etkili olduğunu düşünürsünüz?

5. Aşağıda gördüğünüz yemek görselleri arasında hangisi sosyal medya için daha uygun?



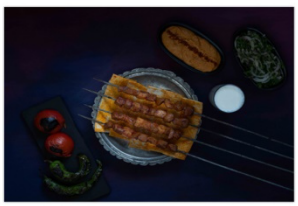
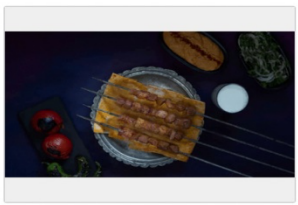


6. Aşağıdaki yemek görsellerinden hangisi daha iştah açıcıdır?

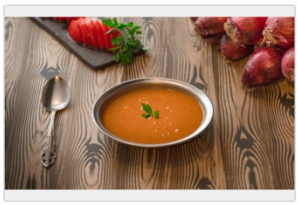
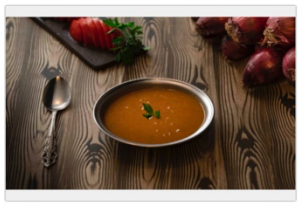
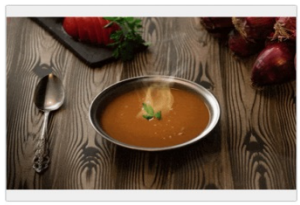




7. Aşağıda gördüğünüz yemek görsellerinden hangisi sosyal medyada daha çok ilginizi çeker?

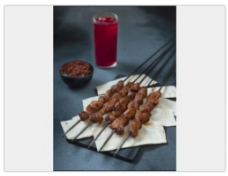




8. Sosyal medyada gördüğünüz hangi yemek görseli sizde o yemeği yeme isteği uyandırır?

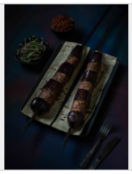
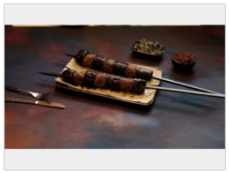




9. Aşağıdaki yemek görsellerinden hangisi size göre daha estetik bir tarzda üretilmiştir?





10. Bir yemek siparişi verirken sipariş ettiğiniz yemeğin görselinin aşağıdakilerden hangi tarzda olmasını istersiniz?

ANKETİ BİTİRMEK İÇİN TIKLAYINIZ

Sağlayan:
SurveyMonkey
Anket oluşturmanın ne kadar kolay olduğunu görün.

Gizlilik Bildirimi ve Çerez Bildirimi

EK-2

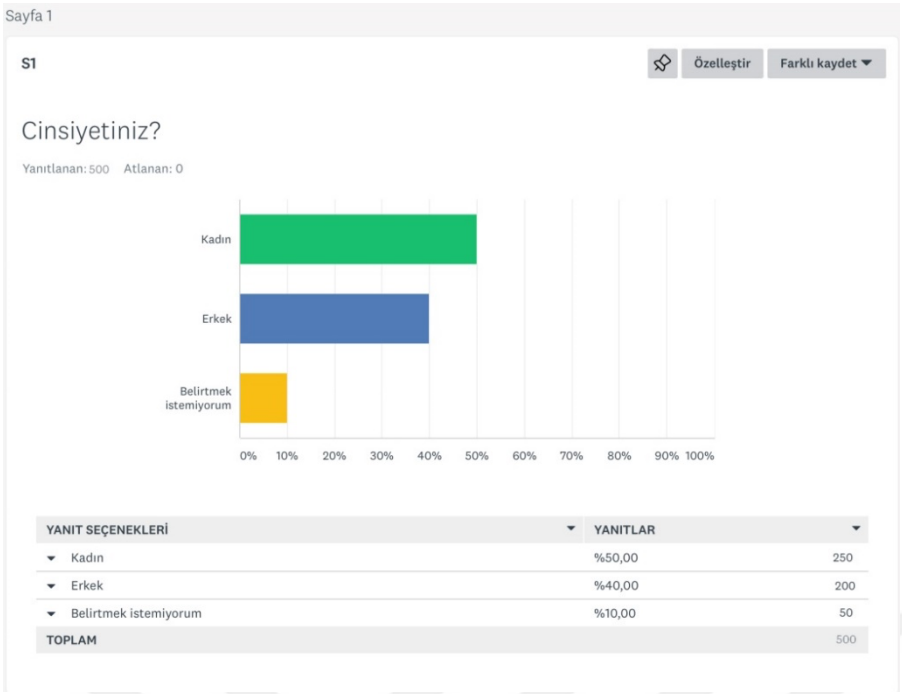
Anketin Değerlendirilmesi

Bu çalışma kapsamında "Yemek görsellerinin tüketici üzerindeki etkisi" başlıklı 10 soruluk bir anket hazırlanmış, 1 Ağustos-20 Eylül 2021 tarihleri arasında Survey monkey" platformu üzerinden uygulanmıştır. "https://tr.surveymonkey.com/r/BLZFPVS" linki üzerinden online olarak gerçekleştirilen ankete 500 kişi katılmış, katılımcılara her bir soruda 3 ayrı görsel sunulmuş ve bunlardan hangisinin katılımcı üzerinde ve yemek tercihi üzerinde olumlu etki bıraktığını ölçmek hedeflenmiştir.

Sunulan görsellerden ilki genel bir aydınlatma ile çekilen bir fotoğraf, ikincisi Dark food tekniği kullanılarak çekilmiş bir fotoğraf, üçüncüsü ise sinematografik tekniklerden stop motion, paralaks, motion grafik ve sinemagraf tekniklerinden birinin seçilerek uygulandığı bir videodan oluşmaktadır.

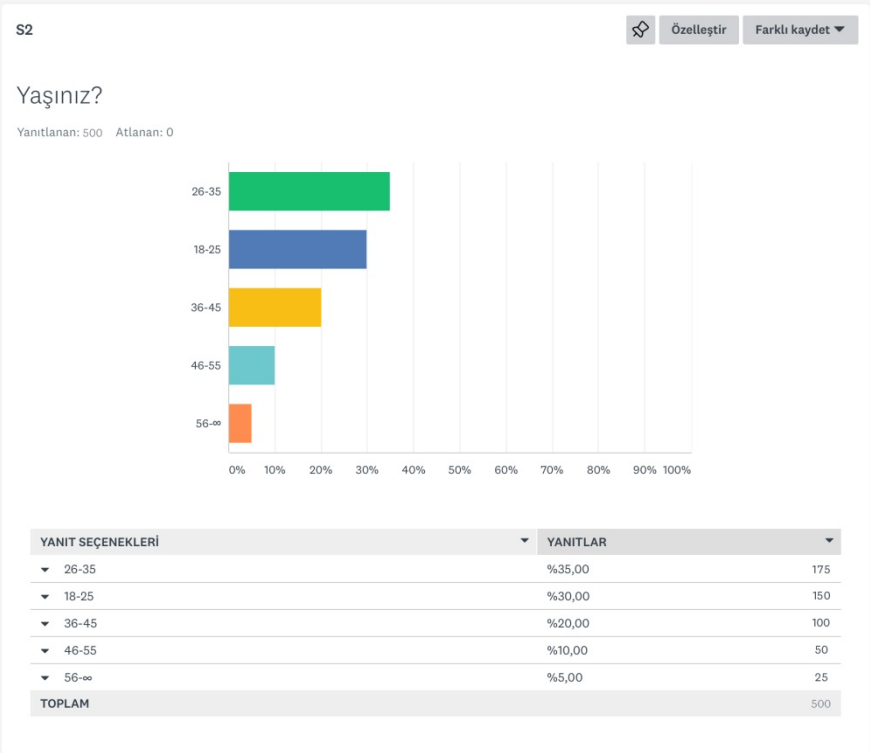


Ankette sorulan cinsiyete dair soruya 500 kişiden %50 ile 250 kişi kadın, %40 ile 200 kişi erkek, %10 ile 50 kişi ise belirtmek istemediğini ifade etmiştir.





Katılımcıların yaşı sorulduğunda %35 ile 175 kişi 26-35 yaş arasında olduğunu %30 ile 18-25 yaş arası, %20 30-45 yaş arası, %10 ile 50 kişi 16-55 yaş arası, 50 ve daha fazla yaşta olduğunu belirtmiştir.



YANIT SEÇENEKLERİ	YANITLAR	
26-35	%35,00	175
18-25	%30,00	150
36-45	%20,00	100
46-55	%10,00	50
56-∞	%5,00	25
TOPLAM		500

3. Eğitim Durumunuz?



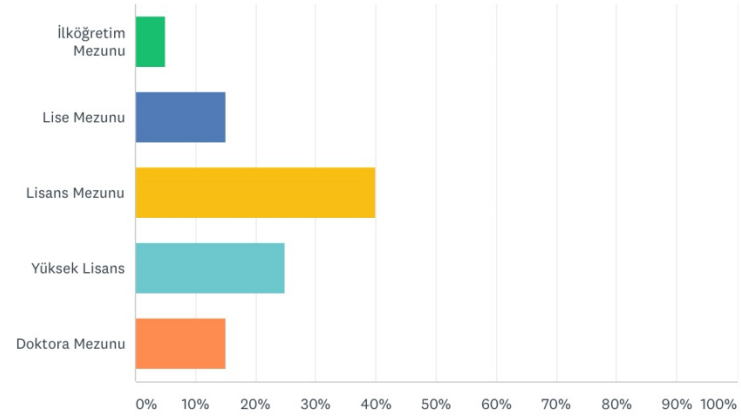
Ankete katılanların %40'ı 200 kişi lisans mezunu, %25'i 125 kişi ile yüksek lisans, %15 ile doktora ve lise mezunu olanların oranı ve 75 kişi ile eşit, %5'i ise ilköğretim mezunudur.

S3

Özelleştir | Farklı kaydet

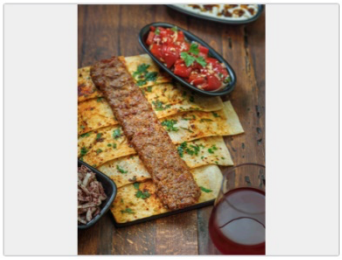
Eğitim Durumunuz?

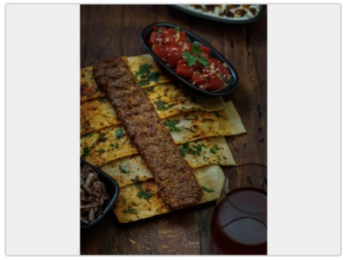
Yanıtlanan: 500 Atlanan: 0

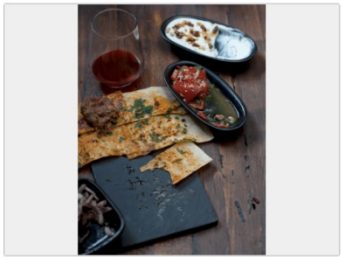


YANIT SEÇENEKLERİ	YANITLAR	
İlköğretim Mezunu	%5,00	25
Lise Mezunu	%15,00	75
Lisans Mezunu	%40,00	200
Yüksek Lisans	%25,00	125
Doktora Mezunu	%15,00	75
TOPLAM		500

4. Yemek seçiminizde aşağıdaki görsellerden hangisinin daha etkili olduğunu düşünürsünüz?







Hangi görselin daha etkili olduğu sorusunu %45 ile 225 kişi dark food tekniği ile çekilen, %35 ile 175 kişi video tabanlı uygulama aracılığı ile üretimi, %20'si 100 kişi ise genel aydınlatma olan fotoğrafı tercih etmiştir.



YANIT SEÇENEKLERİ	YANITLAR	
Görüntü 1	%20,00	100
Görüntü 2	%45,00	225
Görüntü 3	%35,00	175
TOPLAM		500

5. Aşağıda gördüğünüz yemek görselleri arasında hangisi sosyal medya için daha uygun?



Sosyal medya için görsellerinin uygunluğuna dair soruya %55 ile 275 kişi video tabanlı video uygulamasını, %25 ile 125 kişi genel aydınlatmalı, %20 ile 100 kişi dark food tekniği ile çekilen fotoğrafın daha uygun olduğunu belirtmiştir.



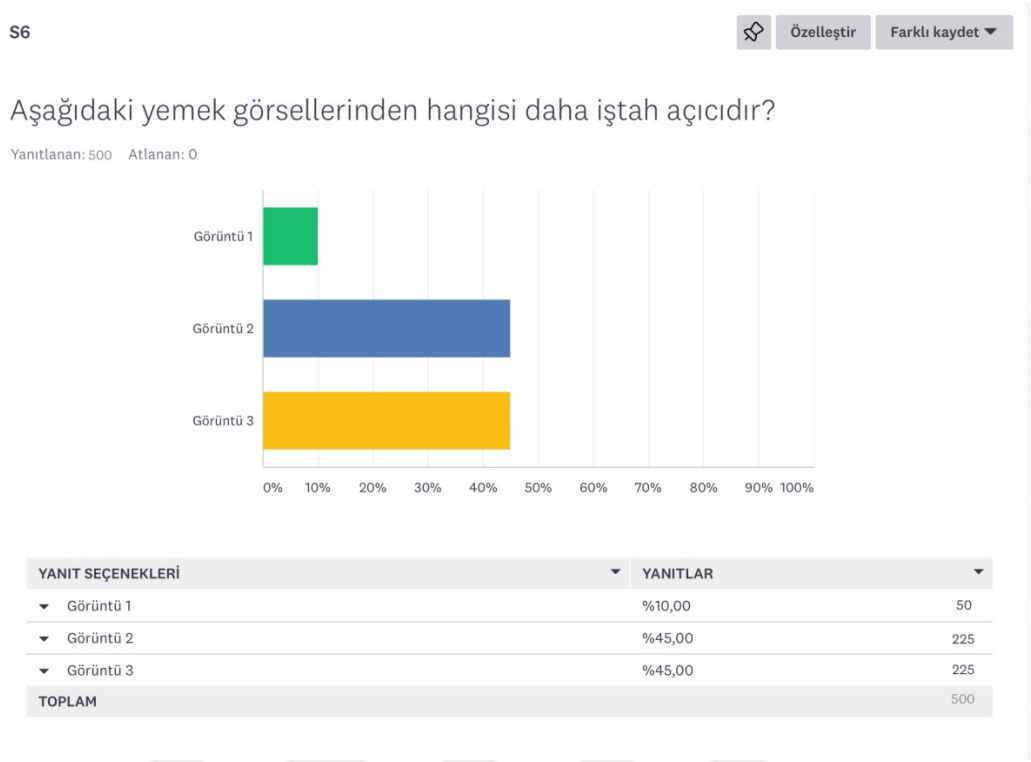
YANIT SEÇENEKLERİ	YANITLAR	
Görüntü 1	%25,00	125
Görüntü 2	%20,00	100
Görüntü 3	%55,00	275
TOPLAM		500

6. Aşağıdaki yemek görsellerinden hangisi daha iştah açıcıdır?





6’ncı soruda yer alan görsellerin iştah açıcılığına dair görüş sorulan soruda, katılımcılardan %45i yani 225 kişi dark food tekniği ve video tabanlı uygulama ile üretilen görselleri tercih etmiş, genel aydınlatmayı tercih eden %10 ile 50 kişi olmuştur.



YANIT SEÇENEKLERİ	YANITLAR	
Görüntü 1	%10,00	50
Görüntü 2	%45,00	225
Görüntü 3	%45,00	225
TOPLAM		500

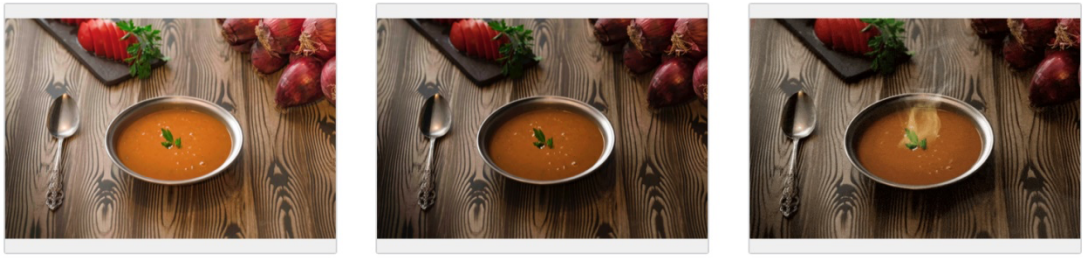
7. Aşağıda gördüğünüz yemek görsellerinden hangisi sosyal medyada daha çok ilginizi çeker?



Görsellerin ilgi çekiciliği anlamında değerlendirilmesi istenen soruda %60 ile 300 kişi genel aydınlatmanın kullanıldığı fotoğrafı, %30'ile 150 kişi video tabanlı uygulamaları, %10 ile 50 kişi ise dark food tekniği ile çekilen görseli daha ilgi çekici bulmuştur.



8. Sosyal medyada gördüğünüz hangi yemek görseli sizde o yemeği yeme isteği uyandırır?

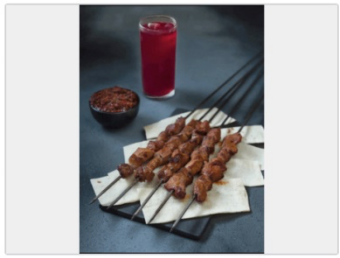


Görsellerin yeme isteği uyandırması yönündeki soruya %60 ile 300 kişi video tabanlı uygulama ile üretilmiş görseli, %30 ile 150 kişi dark food ile çekilen fotoğrafı ve %10 ile 50 kişi genel aydınlatma ile çekilen fotoğrafı tercih etmiştir.

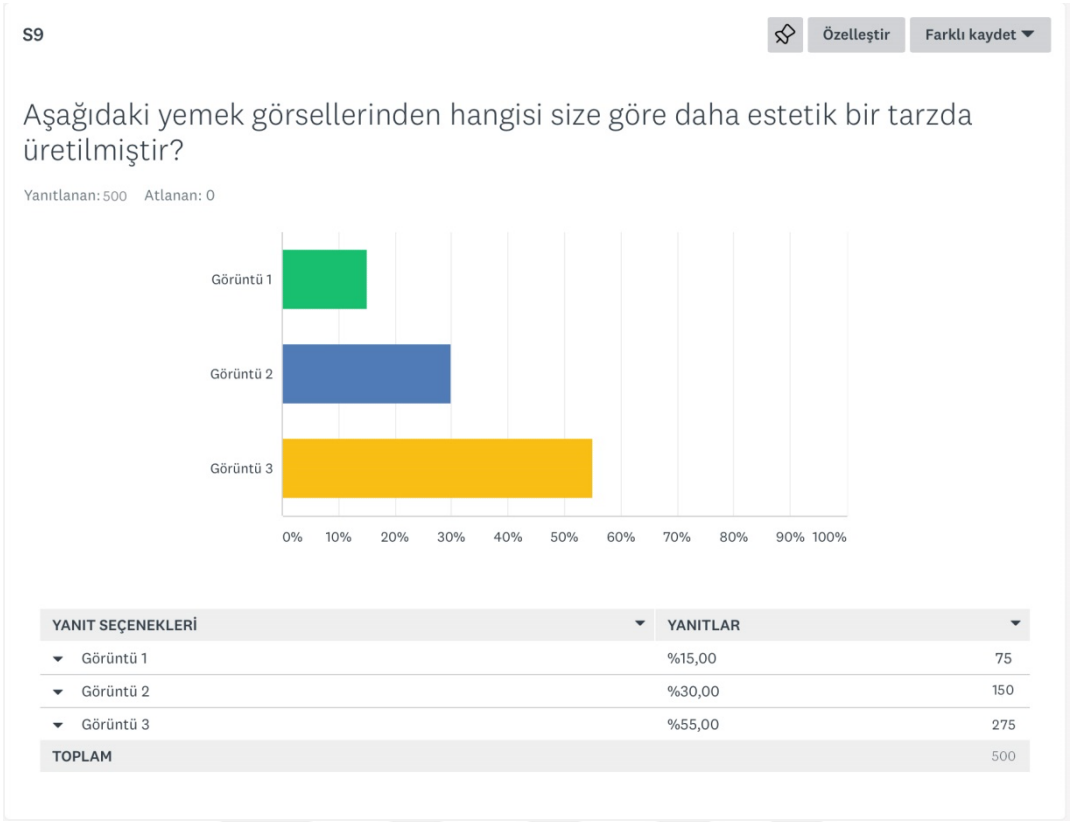


9. Aşağıdaki yemek görsellerinden hangisi size göre daha estetik bir tarzda üretilmiştir?

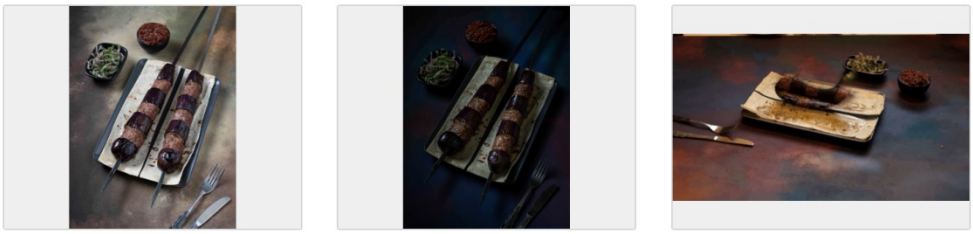


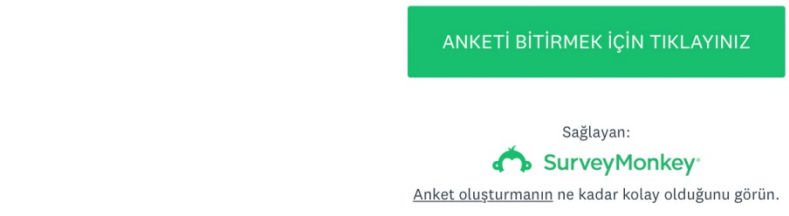


Görsellerin estetik bulunması üzerine sorulan soruda katılımcıların %55'i yani 275 kişi video tabanlı uygulamalar aracılığı ile üretilen görseli, %30 ile 150 kişi dark food yaklaşımı ile çekilen görseli, %15 ile 75 kişi genel aydınlatma kullanılan görseli estetik bulduğunu belirtmiştir.



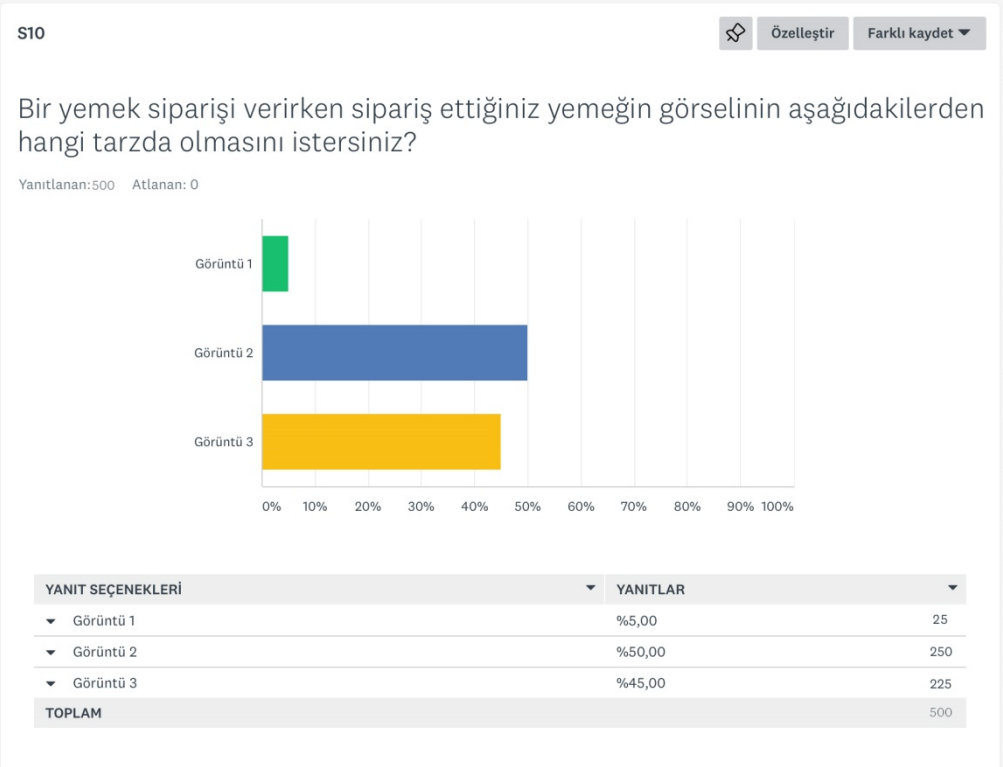
10. Bir yemek siparişi verirken sipariş ettiğiniz yemeğin görselinin aşağıdakilerden hangi tarzda olmasını istersiniz?





Yemek siparişinde tercihleri doğrultusunda sorulan soruya %50 ile 250 kişi dark food tekniği ile çekilen görseli, %45 ile 225 kişi video tabanlı uygulamalar

aracılığı ile oluşturulan görseli, %5 ile 25 kişi genel aydınlatmanın kullanıldığı görseli tercih ettiğini ifade etmiştir.



Görülmektedir ki 10 sorudan 2 soruda dark food fotoğraf yaklaşımı ile çekilen fotoğraflar, 3 soruda video tabanlı uygulamalar aracılığı ile üretilen görseller, 1 soruda genel aydınlatmanın uygulandığı fotoğraf, 1 soruda ise dark food ve video tabanlı uygulamalar eşit kullanıcı tarafından tercih edilmiştir. Ankete katılım sağlayanların hazırlanan anketteki görselleri küçük boyutlarda görmelerinden kaynaklı olarak genel aydınlatmalı fotoğraflardaki zemin ve renk ilişkisini daha ilgi çekici olarak algıladıkları düşünülmektedir.

T. C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Batuhan Öztürk
Doğum Yeri	
Doğum Tarihi	
İletişim Bilgileri	
Telefon	
e-posta	
Adres:	
Eğitim Bilgileri	
Lise	
Lisans	
Yüksek Lisans	
Kariyer Bilgileri*	
İş Deneyimi	
Kurs-Sertifika	
Aldığı Ödüller	
Sergiler	
İlgi Alanları	

İmza