

GASTRONOMİ ALANINDAKİ TRENDLERE BİR BAKIŞ

Muhammed Yıldız³

Meral Yılmaz⁴

ÖZET

Geçmişten günümüze sürekli bir değişim içerisinde olan gastronomi alanı bu değişimlerin sonucu olarak çeşitli trendleri de beraberinde getirmiştir. Bu trendlerin insan sağlığını koruma ve geliştirme, kültürel değerleri koruma, yemek deneyimini geliştirme, beslenme için alternatif yollar ortaya koyma gibi etkileri bulunmaktadır. Bu trendlerden “yenilebilir böcekler” ve “hücre sel tarım” gibileri azalan dünya kaynakları ile artan nüfusun beslenme sorununa çözüm aramak için ortaya çıkmış olsa da “nörogastromoni” ve “moleküler mutfak” gibi trendlerin ise insanların yiyecek-ıcecekten aldığı zevkin artırılması için ortaya çıktığı görülmektedir. Ortaya çıkan trendler çeşitli avantajlarının yanı sıra yiyecek-ıcecek hizmeti sunan işletmeler açısından talep ve kar artışını da beraberinde getirebilme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda bu çalışmada gastronomi ve yiyecek-ıcecek alanında oluşan trendleri bir arada değerlendirerek alanyazına bu yönde katkı yapmak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi, Trendler, Eğilimler, Akımlar*

A REVEIW ABOUT TRENDS IN GASTRONOMY

ABSTRACT

The field of gastronomy, which has been in a constant change from past to present, has brought various trends as a result of these changes. These trends have effects such as protecting and improving human health, preserving cultural values, enhancing the food experience, and revealing alternative ways for nutrition. Although some of these trends such as "edible insects" and "cellular agriculture" have emerged to seek a solution to the nutritional problem of the growing population with decreasing world resources, trends such as "neurogastronomy" and "molecular cuisine" have emerged to increase the pleasure people get from food and drink. The emerging trends, in addition to their various advantages, have the potential to increase demand and profit for businesses that offer food

³ Öğr. Gör. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, yildizmd@yandex.com.tr

⁴ Doç. Dr. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, meralymz@cumhuriyet.edu.tr, meralymz@gmail.com

& beverage services. In this context, it is aimed to contribute to the literature by investigating the trends in gastronomy and food & beverage field.

Keywords: *Gastronomy, Trends, Tendency*

GİRİŞ

Gastronomi son zamanlarda giderek yükselen bir değer haline gelmiştir. Eski zamanlardan beri sosyolojik bir olgu olan yeme – içme günümüzde artan iş seyahatleri, yemek yapmaya ayrılan zamanın kısılması, kitleleşme ve boş zamanı değerlendirme ihtiyacıyla dışarıda yemek yeme olgusunun sosyo – kültürel bir aktiviteye dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Meydana gelen bu değişimler ile sağlıklı, lezzetli ve kültürel değerleri içeren gastronomi kavramı önem kazanarak, yemek yeme kültürü bir estetik ve sanat ürünü haline gelmiştir (Yılmaz ve Şenel, 2016: 43). Bu bağlamda, hızla gelişen gastronomi son yıllarda kültürel çekiciliğin de ana kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla dünyada yiyecek – içecek kültürüne verilen önem ve gösterilen ilgi de artmıştır (Gökdeniz vd. , 2015: 16).

Gastronominin önem kazanmaya başlamasıyla birlikte 20. yüzyılda yiyecek – içecek endüstrisinde değişimler yaşanmıştır (Karamustafa vd. , 2016: 33). Gastronomi sisteminde yaşanan değişimler çeşitli trendleri (eğilimleri) de beraberinde getirmiştir. Ortaya çıkan trendler (yaklaşımlar) genel anlamda dünyanın gıda sorunlarına çözüm üretmek amaçlı olmuştur. Aynı zamanda nüfusun artışı, hayvansal gıdaların ve tarım alanlarının yetersizliği ile veriminin düşmesi, su sorunu, taşıma maliyetleri ve kirlilik gibi olumsuzlukların çözülmesinde trendler güçlü ve sürdürülebilir birer alternatif sunabilmektedir (Kurgun, 2017: 24). Öte yandan birtakım trendler yiyecek ve içecekten alınan zevkin artırılması ve yemek deneyimini geliştirmek amacıyla ortaya çıkmıştır.

Bu trendlerden ilki, 1920'li yıllarda Amerikan sokak yiyeceği olarak bilinen hot-dog arabalarının ortaya çıkarak yaygınlaşması ile oluşan fast-food akımıdır. Bu yıllarda Amerika'da araba sayısındaki artış ile arabaya servis (drive-in) restoranları ortaya çıkmış ve 1948 yılında San Bernardino, Kaliforniya'da dünyanın ilk arabaya servis yapan fast-food restoranı Richard ve Maurice McDonald tarafından kurulmuştur. 1960'lı yıllarda arabaya servis restoranları müşterilerin içeride yemek yiyebilecekleri hızlı servis (quick-service) restoranlarına dönüşmüştür (Özdoğan vd. , 2016: 1-3). Fast food akımının getirdiği değişimler, slow food, moleküler gastronomi, füzyon mutfak gibi farklı birçok trendin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Bu çalışmanın amacı gastronomi ve yiyecek-içecek alanında ortaya çıkan trendleri doküman inceleme yöntemi kullanılarak araştırmak ve elde edilen bulguların bir araya getirilmesi ile ilgili alanyazına katkı yapmaktır. Bu amaçla yapılan araştırma sonucunda gastronomi alanında trendler alternatif beslenme odaklı trendler ve yemek deneyimi odaklı trendler olarak grup altında değerlendirilmiştir.

ALTERNATİF BESLENME ODAKLI TRENDLER

Hızlı Yemek (Fast Food)

Fast food, hızlı ve ayaküstü yemek üzere yemek hazırlanan bir üretim sistemidir. Yoğun günlük yaşam ve iş temposunda evde geçirilen zamanın azalması ile birlikte insanların yemek ihtiyacını karşılayabilecekleri hızlı, kolay ve pratik bir alternatif olarak fast food yiyecekleri ortaya çıkmıştır (Akçadağ ve Bozkurt, 2019). Dünya çapında birçok fast food işletmesi ortaya çıkmış olup bunların büyük bir çoğunluğu zincir işletme olarak faaliyet göstermektedir. Bu sistemin ortaya çıkışı 1920'li yıllara dayansa da gelişmesini ve yaygınlaşmasını sağlayan ilk işletme 1950'li yıllarda McDonald's işletmesi olmuştur. Sonrasında ise zincir işletme niteliği kazanmış; ilerleyen yıllarda Burger King, Kentucky Fried Chicken gibi işletmeler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu yemek sisteminde en çok tüketilen ürün hamburger-patates kızartması-koladan oluşan menü olmakla birlikte pizza, döner, pide, lahmacun gibi ürünler de tüketilmektedir (Özdoğan vd. , 2016; Özçelik ve Sürücüoğlu, 1998). Günümüzde fast food restoranları yaygın bir biçimde hizmet vermektedir. Bu restoranların temelinde ucuz maliyetli, hızlı hazırlanan ve hızlı tüketilen ürünler yer almaktadır.

Yavaş Yemek (Slow Food)

Yavaş yemek akımı, 1980'lerde McDonald's'ın Roma'nın tarihi Piazza de Spagna bölgesinde restoran açmak istemesine tepki olarak doğmuştur. Bu tepkinin devamında 1989'da dünyanın benzersiz tatlarının, yerel yemeklerinin, kaliteli yemek ve şaraplarının korunmasını amaçlayan "Slow Food International" adında uluslararası bir organizasyon kurulmuştur. Yavaş yemenin kapsamı yalnızca fast food akımına tepki göstermek olmayıp yerel yemeklerin ve geleneklerin korunması ve yaygınlaştırılması da amaçlanmaktadır (Pietrykowski, 2004). Yavaş yemek temel olarak fast – food ve hızlı yaşam tarzına karşı olarak, yerel geleneklerin yok oluşunu engellemek, insanların ne yediklerine, yedikleri yemeğin nereden geldiğine, tadının nasıl olduğuna ve yapılan yemek tercihlerinin dünyanın kalanını nasıl etkilediğine dair ilgilerinin azalmasının önüne geçmek için Carlo Petrini tarafından ortaya atılmış bir harekettir (Bucak, 2014: 19). Slow food hareketinin amaçları arasında geleneksel sofranın zevkini ve gastronomi kültürünü desteklemek yer almaktadır. Bu hareket sonrasında yavaş şehir (cittaslow), yavaş seyahat (slow travel) gibi akımlara da zemin hazırlamıştır (Güven, 2011). Günümüzde yavaş yemek akımını benimseyen restoranlar bulunduğu bölgenin gastronomi kültürünün korunmasını ve o bölgeyi ziyaret eden ziyaretçilere yerel gastronominin tanıtılmasını sağlamaktadır.

Organik Tarım

İkinci dünya savaşından sonra ortaya çıkan teknolojik gelişmeler tarım alanındaki uygulamaları da değiştirmiştir; 1960'lı yıllarda "Yeşil Devrim" adı altında tarıma yeni teknikler kazandırılarak ürünlerde verim artışı sağlanmıştır. Nitekim verim artışının yanı sıra çeşitli olumsuzluklar da beraberinde gelmiştir. Ekosistem hızlı bir şekilde bozulmaya başlayarak tarım fa-

aliyetleri sürdürülemez bir duruma doğru sürüklenmiştir. Kullanılan tarım ilaçları, kimyasal gübreler, hayvanlarda kullanılan hormon, antibiyotik ve çeşitli ilaçlar toprağı, havayı ve suyu kirletmekle kalmamış bu ürünleri tüketen insanların sağlığını da olumsuz etkilemiştir. Ortaya çıkan bu olumsuzlukların giderilmesi amacıyla 1970'li yıllarda "Organik Tarım" kavramı ortaya çıkmıştır. organik tarım, doğanın dengesini, doğadaki canlıları, doğal kaynakları koruyan; toprak verimliliğini sağlayan, insan, çevre ve ekonomik olarak sürdürülebilir nitelik taşıyan bir tarımsal üretim sistemidir (Ak, 2004; Bayram, Yolcu ve Aksakal, 2007). Yeşil devrim sonucu ortaya çıkan tarım uygulamaları sonucu endüstrinin toprağı ve insan sağlığına vermiş olduğu zararların önüne geçebilmek için organik tarım ürünlerinin kullanımı artırılabilir. organik ürünlerin özellikle restoranlar tarafından kullanılması hem yerel tarım faaliyetlerine toprağın, çevrenin korunması ve ekonomik açıdan katkı sağlanması hem de bu konuda duyarlı insanlar tarafından talep gelmesi açısından etkili olabilecektir.

Vejetaryen Beslenme

Vejetaryen beslenme, bitkisel kaynaklı besinlerin ağırlıklı tüketildiğı; hayvansal kaynaklı besinlerin sınırlı tüketildiğı veya hiç tüketilmediğı bir beslenme eğilimidir. Vejetaryen beslenme eğilimi temelde ekonomik kaygılarla ortaya çıkmıştır. Bu kaygılardan temel olanı birim miktar arazide bitkisel ürün yetiştirmenin hayvan yetiştirmeye oranla daha ucuz olduğu ve daha kısa zaman aldığı olarak ortaya çıkmaktadır. Ekonomik kaygıların yanı sıra vejetaryen beslenmenin tercih edilmesinin sebepleri arasında bu beslenme tipinin daha sağlıklı olması, çeşitli dini inanışlar, hayvansal ürün tüketmenin etik boyutu yer almaktadır (Karabudak, 2012). Vejetaryen beslenme tipleri şu şekildedir:

- **Vegan:** Herhangi bir hayvansal ürün tüketilmediğı tamamen bitkisel kaynaklı beslenmedir.
- **Raw Vegan:** Yalnızca pişmemiş ve işlem görmemiş bitkisel ürünler tüketilmektedir.
- **Fruitarian:** Yalnızca meyve, tahıl ve yağlı tohumlar tüketilmektedir.
- **Lakto Vejetaryen:** Bitkisel besinler ile hayvansal besinlerden yalnız süt ve süt ürünleri tüketilmektedir.
- **Ovo Vejetaryen:** Bitkisel besinler ile birlikte hayvansal besinlerden yalnız yumurta tüketilmektedir.
- **Polo Vejetaryen:** Kırmızı et ve balık dışında tüm bitkisel ve hayvansal kaynaklı ürünler tüketilmektedir.
- **Pesko Vejetaryen:** Kırmızı et ve kümes hayvanları dışında tüm bitkisel ve hayvansal kaynaklı ürünler tüketilmektedir.
- **Semi Vejetaryen:** Yalnız kırmızı et tüketilmemekte, diğer tüm bitkisel ve hayvansal kaynaklı ürünler tüketilmektedir.
- **Fleksitaryen:** Çoğunlukta vejetaryen beslenme benimsenmekte bunula birlikte zaman zaman hayvansal ürünler de tüketilmektedir (Karabudak, 2012; Dilek, 2018).

Vejetaryenliğin tarihi temelleri incelendiğinde, ilk vejetaryen derneğinin 1847 yılında İngiltere’de kurulduğu görülmekle birlikte, 1860’da Amerika’da, 1867’de Almanya’da vejetaryen dernekleri kurulmaya başlamıştır. Türkiye’de ise 2012 yılında Türkiye Vejetaryen Derneği kurulmuştur. Ayrıca her yıl 1 Kasım günü dünya vejetaryen günü olarak kutlanmaktadır (Dilek, 2018; Son ve Bulut, 2016). Günümüzde ekonomik, dini, etik nedenler veya sağlıklı yaşam için vejetaryen beslenme biçimini tercih eden insanların sayısı giderek artmaktadır. Vejetaryen odaklı restoranların sayısı az olmamakla birlikte birçok restoranda vejetaryen seçeneği de sunulmaktadır.

Çiğ Yemek (Raw Food)

Günümüzde sağlıklı yaşam için tercih edilmekte olan çiğ yemekler, organik olarak yetiştirilmiş sebze ve meyvelerin çiğ olarak veya çok düşük sıcaklıklarda “ısıtılarak” tüketilmesi olarak ifade edilmektedir. Çiğ beslenmede yiyeceklerin içerisinde bulunan mineral, vitamin, enzim gibi besin öğeleri kayba uğramamakta dolayısıyla yiyeceğin besleyiciliğini kaybetmediği ileri sürülmektedir (Kralj et al. , 2017; Sevinç ve Çakmak, 2017). Restoranlar açısından bakıldığında çiğ yemek odaklı işletmelerin sayısının oldukça az olduğu görülmekte olup çiğ yemek daha çok sağlığı geliştirme amaçlı kişisel diyetlerde tercih edilen bir beslenme biçimi olarak ortaya çıkmaktadır.

Yeşil (Green) Restoranlar

Ekolojik dengenin bozulması, küresel ısınmanın artışı gibi etmenler sonucu tüketiciler tarafından çevre dostu ve sürdürülebilir ürünlerin kullanımı artmaya başlamıştır. Bu bağlamda yiyecek içecek endüstrisinde “Yeşil Restoran” çevre dostu bir akım olarak ortaya çıkmıştır. Yeşil restoranlar hem çevreye duyarlı hem de enerji açısından verimli olacak şekilde tasarlanan, inşa edilen, işletilen ve yıkılan yapılar olarak ifade edilmektedir (Lorenzini, 1994; Kurgun, 2017). Yeşil restoranlar, “*reduce, reuse, recycle (azaltma, yeniden kullanma, geri dönüşüm)*” ve “*energy, efficient (enerji, verimlilik)*” gibi ilkeleri temel almaktadır (Namkung ve Jang, 2013: 86). Yeşil restoranlarda; yerel ve organik hammaddeler kullanılarak, enerji verimliliği göz önünde bulundurularak, en az atık meydana getirilerek sürdürülebilir ürünler üretilmekte ve sunulmaktadır (Teng & Wu, 2019). Ayrıca yeşil restoranların geliştirilmesi amacıyla 1990 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde Yeşil Restoran Birliği kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olarak kurulmuştur (Green Restaurant Associations, 2017).

Fonksiyonel Gıdalar

Fonksiyonel gıdalar, günlük diyetin bir parçası olarak tüketilen ve belirli fizyolojik faydalar sağlayan doğal oluşumlu maddelerden türetilmiş yiyecek – içecek ürünleri olarak tanımlanabilir. Fonksiyonel gıda kavramı, ilk olarak 1980’lerde Japonya’da yararlı fizyolojik etkilere sahip özel bileşenlerin eklenmesiyle elde edilen zenginleştirilmiş gıdaları ifade etmek için kullanılmıştır (Hillian, 1995; Roberfroid, 2002: 134). Fonksiyonel gıdaların amaçları

arasında vücudun genel durumunu geliştirmek, bazı hastalıkların riskini azaltmak, çeşitli hastalıkların tedavisi sayılabilir (Kurgun: 2017: 154–155). Fonksiyonel gıdaların tüketimi restoran odaklı olmaktan daha çok günlük diyeti geliştirmek amacıyla görülmektedir. Probiyotikler, prebiyotikler, A, C, E vitamini takviye edilerek hazırlanmış gıdalar fonksiyonel gıdalara örnek gösterilebilir.

Kan Grubuna Göre Beslenme

İnsanların, sağlığı geliştirme ve hastalık riskini azaltmak için kendi kan gruplarına göre farklı şekillerde, belirli besin gruplarına ağırlık vererek beslenmesi kan grubuna göre beslenmenin temelini oluşturmaktadır. Bu diyet türüne ilk defa 1996 yılında P. J. D'Adamo tarafından yazılan kitapta rastlanmaktadır. Buna göre her bireyin sahip olduğu A, B, AB veya 0 kan grubu, o bireyin sağlıklı yaşaması için gereken beslenme alışkanlıkları açısından farklılık göstermektedir. 0 kan grubu hayvansal protein ağırlıklı, A kan grubu sebze–meyve ağırlıklı, B kan grubu süt ve süt ürünleri ağırlıklı, AB grubu ise sebze–meyve ve hayvansal protein ağırlıklı beslenmelidir. Beslenme açısından görülmekte olan bu farklılığın nedeni, her grup kandaki kırmızı kan hücrelerinin antijen açısından gruplar arasında farklılık göstermesidir. Bu farklılığın temelinde ise genetik çeşitlilik yatmaktadır (Wang et al. 2014; D'Adamo & Whitney, 1996). Kan grubuna göre beslenme çeşitlerine bakıldığında pek çok restoran menüsünde bu besin gruplarından ürünlerin her birinin veya birçoğunun halihazırda yer aldığı görülmektedir.

Yenilebilir Böcekler

Protein, vitamin, mineral ve birçok besin ögesi açısından zengin bir besin kaynağı olan böcekler, yiyecek olarak birçok avantaj sunmaktadır. Böceklerin gıda olarak tüketilmesi çevre üzerinde daha az olumsuz etki yaratmaktadır. Dolayısıyla geleneksel hayvancılığa göre böceklerin tüketilmesi avantaj sağlamaktadır (Haboonsong vd. , 2013). Yenilebilir böceklerin çevre açısından (daha az zararlı gaz salınımı, arazi ihtiyacının az olması gibi), ekonomik açıdan (düşük teknoloji gerektirmesi, düşük sermayeli yatırım gerektirmesi gibi) faydaları da bulunmaktadır (Kurgun, 2017). Böcek tüketimi günümüzde daha çok Asya ülkelerinde görülmekle birlikte zaman içerisinde azalan dünya kaynakları ile tüketiminin küresel anlamda artacağı düşünülmektedir.

Dikey Tarım (Vertical Farming)

Dikey tarım kontrollü bir binada dikey olarak istiflenmiş bölmelerde, genellikle toprak ya da doğal ışık içermeyen bitki yetiştirme yöntemi olarak ifade edilmektedir (Frazier, 2017). Şehirleri kaplayan yüksek binalarda çok katmanlı seralarda daha az su kullanılarak, daha az atık üretilerek, fosil yakıt kullanan araçların kullanımına ve uzak kırsal alanlardan mahsulün taşınmasına gerek kalmadan, daha az salgın hastalık riski taşıyan bitkiler yıl boyunca yetiştirilebilir (Despommier, 2009: 80). Dikey tarımın ardında yatan düşünce; sebze

ve meyve bahçelerinin özel zeminler üzerinde yer aldığı ve yıl boyu bitki üreten gökdelenlerin tüm dünya şehirlerinde filizlenmesidir (The Economist Magazine, 2010). Bu amaçla kurulan Dikey Tarım Derneği (Association for Vertical Farming), dikey tarım hareketinin sürdürülebilir büyümesine ve geliştirilmesi odaklı çalışmalarını yürütmektedir (Association for Vertical Farming, 2017). Dikey tarım faaliyetlerinin gelişen dünya ve artan kentleşme ile birlikte azalan tarım arazilerinin bir sonucu olarak yaygınlaşacağı ve restoranların daha çok buralardan ürün tedarik edeceği düşünülmektedir.

Hücresele Tarım (Cellular Agriculture)

Hücresele tarım, hayvan yetiştirmeye gerek kalmadan hayvansal protein üretimini mümkün hale getirmektedir. Doku mühendisliği ve sentetik biyolojideki gelişmeler kapsamında et, yumurta, süt ürünleri, deri gibi çeşitli hayvansal kaynaklı ürün elde etmek amacıyla geliştirilmektedir (Foussatand ve Cateneur, 2016). Üretilen ürünler bir hayvandan veya bitkiden elde edilenler ile tamamen aynıdır. Ürünler hayvanlar olmadan maya veya bakteriler kullanılarak üretilmektedir. Geleneksel tarım ile kıyaslama yapılacak olunursa, hücresele tarım ürünleri güvenli, steril ve kontrollü koşullarda üretildiğinden, daha az olumsuz çevresel etkiye, daha güvenli, saf ve tutarlı kaynağa sahiptir (New Harvest, 2017).

Ucuz hayvansal ürünler için artan talep, çevre, iklim değişikliği, su kullanımı, antibiyotik direnci ve gıda güvenliği üzerinde olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Hücresele tarım bu olumsuzlukları ortadan kaldırarak aynı hayvansal kaynaklı gıdaları sunma potansiyeline sahiptir. Hücresele tarım uygulamaları ile daha etik, sürdürülebilir, tutarlı, güvenli bir gıda sistemine olanak tanınmaktadır (Food Tech Connect, 2016). Hücresele tarım uygulamalarının gelişen teknoloji ile azalan tarım arazileri ve dünya kaynakları sonucu artacağı, yiyecek-ıçecek işletmelerinde kullanılmaya başlanacağı düşünülmektedir.

Azami Şeffaflık (Clean Supreme)

Gastronomi sisteminin gün geçtikçe karmaşıklaşması, izlenebilirliğin artan önemi, gıda kalitesini ve insan sağlığını tehdit eden faktörler ile tüketicilerin bilinçlenmesi ürünlerin pazarlanmasında üst düzey şeffaflığı olmazsa olmaz bir duruma getirmiştir. Azami şeffaflık daha az içerik listesi ve eklenen şeker ve benzeri ürünlerin azaltılması konusunda farkındalığın arttığı bir göstergesidir (Kurgun, 2017: 16). Tüketiciler günümüzde, satın aldıkları ve yedikleri ürüne her zamankinden daha fazla duyarlı durumdadır. Clean supreme daha temiz formülasyonlar, daha fazla şeffaflık ve daha az işleme teknolojilerini ifade etmektedir (Dowling, 2017). Ekonomik açıdan daha ucuza daha fazla ürün elde edilme amacı sonucu ürünlere birçok işlem uygulanmaktadır. Uygulanan bu işlemlerin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de bulunabilmektedir. Dolayısıyla işlenmiş ürünler tüketiciler açısından kaygı oluşturabilmektedir. Ürünlere uygulanan her türlü işlemin bildirilmesi, ürünün üretim sürecinin takip edilebilir olmasının tüketiciler açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra yiyecek-ıçecek hizmeti sunan işletmelerin de bu konuda şeffaflık göstermesi gerekmektedir.

Hiper Yerel Tedarik (Hyper Local Sourcing)

Hiper yerel restoran çalışmaları; bitkilerin yetiştirilmesi, mikro yeşil bahçelerin kurulması, çatıda tarım, hidroponik (bitkilerin suyun içinde toprak olmadan mineral besin solüsyonları kullanılarak yetiştirilmesi) bahçelerin kurulması gibi uygulamaları içermektedir (Kurgun, 2017). Gıda maddelerinin besin değerleri hasattan restoranlara gelene kadarki süreçte azalmaktadır. Dolayısıyla taze ve nitelikli ürünler için yerel üretim etkili bir alternatif durumundadır (Mandel, 2014). Tüketiciler için yerel kaynaklı ve kendi bünyesinde gıda hammaddesi yetiştiren restoranlar önem kazanarak, talep gün geçtikçe artmaktadır. Daha taze, nitelikli ve sürdürülebilir gıdalar için talebi karşılamaya yönelik Hiper yerel restoranlar topraksız tarım, yerinde tarım ve kent bahçeleri uygulamalarını kullanmaktadır (Sustainable Restaurant Association, 2013). Ucuz kaynaklar yerine yerel kaynakların yiyecek-içecek işletmelerinde kullanılması sonucu sürdürülebilirlik sağlanacağı düşünülmektedir.

Silikon Vadisi Yemekleri (Silicon Valley & Food)

Silikon Vadisi'nde son yıllarda yaklaşık 8 milyar dolarlık girişim fonu ile gıda alanına yatırım yapılmakta; besin sistemi sorunlarını çözmek için çalışan birçok yetenekli bilim insanı bulunmaktadır. Dolayısıyla gıda üretiminin bir sonraki yeşil devriminin Silikon Vadisi'nde gerçekleşmesi kuvvetle muhtemeldir (Seibel, 2016). Bitki proteinlerinden üretilmiş et, yumurtasız mayonez, etsiz tavuk gibi ürünler Silikon Vadisi'nde geliştirilen gastronomik ürünlerden bazılarıdır (Kurgun, 2017). Impossible Foods, Beyond Meat, Hampton Creek ve Soylent gibi gıda şirketleri farklı besin geliştirme yöntemleri kullanarak, daha sağlıklı, ucuz ve yenilenebilir gıdalar üretmeyi amaçlamaktadır (Demiröz, 2017).

3 Boyutlu Yazılmış Yemekler

Yiyecek-içecek endüstrisinde kullanılmakta olan teknolojiler genellikle kitle üretiminde el ile yapılan işlerin otomatik bir hale getirilmesi için kullanılmaktadır. Nitekim günümüzde teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin de etkisi ile 3 boyutlu yazıcılarda tüketime hazır yemek üretimi mümkün hale gelmiştir. 3 boyutlu yemek yazma uygulamaları 3 boyutlu bir şekilde özel tasarlanmış yiyecek maddelerini yazıcı dışında herhangi bir araç, kalıp kullanmadan, insan müdahalesi olmaksızın katman katman yazarak üretmeyi amaçlamaktadır. Bu teknoloji ile kitle üretiminde kolaylık sağlanarak üretim maliyetlerinin azalacağı düşünülmekle birlikte yeni ürün geliştirme amaçlı uygulamalarda da kolaylıklar sağlanabilecektir. 3 boyutlu yemek yazma işlemi; ölçme, karıştırma, dökme ve pişirme/soğutma aşamaları ile meydana gelmektedir. Bu aşamalardan sadece dökme ve pişirme/soğutma işlemi yazıcılar tarafından yapılmakta olup ölçme ve karıştırma işlemi yine el ile yapılmaktadır. Öte yandan günümüz şartlarında 3 boyutlu yazılabilecek ürünler şırıngadan çıkabilecek nitelikte kek hamuru, peynir, çikolata, patates püresi gibi ürünler ile sınırlı olmakla birlikte et, sebze, pirinç gibi ana gıdaların yapılarının değişime uğratılarak 3 boyutlu yazılması ile ilgili çalışmalar devam etmektedir (Sun et al. , 2015; Lipton, 2017).

YEMEK DENEYİMİNİ GELİŞTİRME AMAÇLI TRENDLER

Moleküler Mutfak

1980'lerde mutfak alanında önemli bir gelişme olan moleküler mutfak akımı ortaya çıkmıştır. “*Moleküler Gastronomi*” terimi ilk olarak 1980'lerde Oxford Üniversitesi'nde fizik profesörü olan Nicolas Kurti tarafından ortaya atılmış, sonrasında Herve This ile bir araya gelerek 1990'larda çeşitli workshoplar düzenlemişler ve sonuç olarak moleküler gastronomi uygulanmaya başlanmıştır (Pedersen vd. , 2006). Aşçılar moleküler gastronomide daha çok koku, görüntü ve sonraki aşamada hangi tatların kullanılabileceği konusunda bilim adamlarına destek olmuştur (Yılmaz ve Bilici, 2013: 21). Moleküler mutfak, “*bilim temelli yemek pişirme*” ya da “*deneyisel mutfak*” adlarıyla da anılmakta ve yiyecek – içecek endüstrisinde yeni bir akım olarak görülmekteyken, Moleküler Gastronomi ise gıdaların pişirilmesi esnasında gerçekleşen fiziksel ve kimyasal süreçleri incelemektedir. Gastronominin sosyal, sanatsal, teknik bileşenleri ile gıda maddelerinin fiziksel ve kimyasal dönüşümünün arkasındaki nedenlerin incelenmesi de Moleküler Gastronominin çalışma alanına girmektedir (Özdoğan, 2016: 201–202).

Günümüzde gıda bilimi ve teknoloji, mutfaklarda kullanılmaya başlanmış olup, modern şefler geleneksel tarifleri sorgulayarak yeni lezzetler, sunumlar ve gıda eşleşmeleri yaratma peşine düşmüştür (Özgen, 2017). Moleküler gastronomi; var olan durum, olay ve olguları ortaya koyan ve bunların arkasındaki nedenleri ve süreçleri araştıran bilimsel bir disiplindir. Moleküler mutfak ise; bu bilgileri ve bu bilgiler ışığında üretilen teknik, yöntem, araç ve malzemeleri kullanan bir akımdır (This, 2013; Erdem ve Akyürek, 2017: 108).

Nörogastronomi (Neurogastronomy)

2006 yılında Gordon Shepherd tarafından, kokuların lezzet üretiminde çok önemli bir etkisi olduğu tespit edilmesiyle “*nörogastronomi*” kavramı ortaya çıkmıştır (Sheik, 2017). İnsan beyninin lezzeti nasıl algıladığına dair bilimsel çalışmalar nörogastronomi olarak isimlendirilen yeni bir bilim alanının gelişmesini sağlamıştır (Kanwal, 2016). İnsan beynini ve yeme – içme deneyimini etkileyen davranışları inceleyerek nörogastronomi, bilim ve gastronomi alanını yakınlaştırmaktadır. Nörogastronomi; şefleri, nörologları, davranışsal psikoloji uzmanlarının ve biyokimyacıları bir araya getirerek, yemek yerken duyuların beyni nasıl harekete geçirdiğini ve yiyeceklerin nasıl farklı şekillerde algılanabileceğini araştırmaktadır (Baral, 2015). Nörogastronomi, insan beyninin lezzet algısını nasıl oluşturduğu ve insan kültürü için nasıl önemli olduğu üzerine araştırma olarak tanımlanabilirken; mutfak sanatlarındaki şefleri, moleküler biyoloji, nöroloji, psikoloji, insan evrimi, çocuk gelişimi, öğrenme ve bellek, duygular, motivasyon ve beynin ödüllendirme mekanizması gibi yeme – içme ile ilgili bütün disiplinleri içerir nitelik taşımaktadır (Kurgun, 2017: 35).

Nörogastronomi yenilen yemeği yeniden yapılandırarak tadını değiştirme üzerine değil, beynin farklı şekilde algılaması için nelerin yapılabileceği üzerine yoğunlaşmaktadır. Örnek vermek gerekirse; havucun tadını genetik olarak değiştirmekle değil de, insan bey-

ninin havucun lezzetli olduğunu algılamasını sağlamakla ilgilidir (Baral, 2015). Bir diğer ifadeyle; nörogastromi alanında çalışanlar gıdaların duyuları nasıl uyardığını sorusunu sormak yerine, beyinle ilgilenmekte, yemek yerken beynin nasıl duyu yarattığı sorusunu sormaktadır. Bunun yanı sıra ses, koku ve yiyeceklerin görsel sunumunun da tat duygusu kadar önemli bir etkiye sahip olması dolayısıyla bu alanda çalışanlar, diğer uyaranların etkisi üzerine de çalışmaktadır (Pandell, 2017). İnsanlar bir kaçamak yapmak istediklerinde neden brokoli değil de, çikolataya yönelir? Biyolojik olarak kökleşmiş olan bu şekerli gıda tercihi atalarımızdan bize miras kalan bir genetik özelliktir. Beyin hala acı tatları zehirli bitkiler ile ilişkilendirirken, şekerli tatları bulunan gıdaları hızlı enerji sağlama ve fazla kalori gibi özellikleri ile sinyalle etmektedir. Nitekim günümüz modern zamanlarında hayatta kalma gereksinimleri kökten değişmiş; insanlar brokoliye çikolatadan daha fazla ihtiyaç duyar hale gelmiştir. Nörogastromi ise söz konusu değişime nasıl uyum sağlanabileceğinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Fried, 2017). Mutfak Sanatları, tarım, gıda teknolojisi ve klinik bilimlerin önde gelen temsilcileri tarafından 2014 yılında “*International Society of Neurogastronomy*” adıyla kurulmuştur. Bu kuruluşun misyonu, insan hayatının kalitesini artırmak ve beyin – davranış ilişkileri hakkında bilgi üretmek ve yaymak için nörogastromiyi bir sanat, bilim ve sağlık mesleği olarak geliştirmektir (Kurgun, 2017: 35).

Füzyon Mutfak

Füzyon mutfak, çeşitli ülkelere ait pişirme teknikleri ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde aynı tabakta karışım ve kombinasyonu anlamında kullanılmaktadır. Yeni yemekler ve yeni lezzetler ortaya çıkartmak için farklı dünya mutfağı anlayışları ve yiyeceklerinin sentezlenmesi olarak tanımlanabilir (Sarıoğlu, 2014: 64).

Füzyon mutfağını, yeni farklı ve özgün tatlar yaratmak amacıyla, en az iki farklı ulus mutfak kültürünün, bilinçli bir çaba sonucu bir mutfak kültürü diğer mutfak kültürüne baskın gelmeyecek şekilde, aynı tabakta birleştirilmesi olarak tanımlamak mümkündür. Füzyon mutfak uygulamaları; yeni, farklı ve özgün bir ürün yaratma doğrultusunda bilinçli olarak iki ulus mutfağının birleştirilmesi esasına dayanmaktadır. Füzyon mutfağında, farklı uluslara ait mutfak malzemesi, işleme ve pişirme tekniği gibi işlemlerin sentezlenmesi, birleştirilmesi ve sonunda elde edilen yemeğin her iki mutfakta yer alan yemekten çok farklı bir ürün olması temel oluşturmaktadır (Can vd. , 2012: 877–878).

Hızlı Günlük (Fast Casual) Restoranlar

Hızlı günlük restoranlar, hızlı yemek (fast – food) restoranlar ile geleneksel, özellikli veya nitelikli restoranlar arasındaki boşluğu doldurur nitelik taşımaktadır. Bu restoranlar hızlı servis şekli ile daha konforlu restoran dekoru ve alternatifli menülerin birleştirilmesinden oluşan bir konsepte sahiptir (Ryu ve Han, 2010). Restoran atmosferi olarak fast – food restoranlardan daha üst seviyede olan Hızlı günlük restoranlar geniş menü yelpazesinde; daha taze, sağlıklı ve kaliteli ürünler ile hizmet sunmaktadır (Yüncü vd. , 2013). Fast – food

restoranlardan bir diğerk farkları ise özellikli ve nitelikli restoranlarda olduğu gibi masaya servis hizmeti olarak gösterilebilir. Hızlı günlük restoranlar, hızlı hazırlanan gıdalar eşliğinde uzun sürede yemek yeme davranışına hizmet eden genellikle küçük ölçekli restoranlar olarak nitelendirilebilir (Doğdubay, 2016: 103–104).

Hızlı Günlük (Fast Casual) 2. 0

Hızlı günlük 2. 0 restoranları, mutfak profesyonellerinden oluşan bir ekibin imzasını taşıyan ve bu ekip tarafından hazırlanan menüler ile şef odaklı çalışmaktadır. Bu restoranlar genellikle deneyim üzerine odaklanmaktadır. Hızlı günlük 2. 0, yeni, rahat, hızlı restoran konseptinde; yüksek kaliteli gıdalar, şıklık ve konukseverlik vaat etmektedir. Malzemeler yerel olarak tedarik edilip; organik, taze; antibiyotik, mısır şurubundan arındırılmış niteliktedir (Oches, 2015). Dolayısıyla hızlı günlük 2. 0, hızlı günlük restoranların ünlü bir şefin de imzası ile çeşitli yönlerden geliştirilmiş hali olarak açıklanabilir.

Temalı Restoranlar

Temalı restoranlar tüketicileri etkileyerek işletmeye çekmek için belirli bir konuyu odak noktası haline getirecek şekilde kullanan ve bu şekilde farklı bir yeme – içme ortamı yaratarak söz konusu ortamda insanların yiyecek – içecek ihtiyacı başta olmak üzere hoşça vakit geçirmesini sağlamaktadır. Temalı restoranların temel ürünü, sunulan yiyecek ve içeceklerin ötesindedir (Kim ve Moon, 2009).

Temalı restoranlar sundukları yiyecek – içecekler aracılığı ile insanların temel ihtiyaçlarının yanında güzel duyu ve hoş vakit geçirme gibi ihtiyaçlarını da karşılamayı amaçlayan, müşterilerin özel bir yerde oldukları hissini uyandıran işletmelerdir. Temalı restoranlar; menüsü, atmosferi, çalışanı ve diğerk özellikleri ile belirli bir konuyu işlemektedir. Etnik restoranlar ile benzer nitelikleri olmasına karşın temalı restoranlardan farklıdır. Etnik restoranlar belirli bir kültür veya bölgeye ait yiyecek ve içeceklerin, o bölgeye has bir biçimde sunulmasını kapsamaktadır. Temalı restoranlar ise özellikleri ve atmosferi iler olağan dışı bir farklılık yaratmakta; sunulan yiyeceklerin temaları ile örtüşmek gibi bir zorunluluğu bulunmamaktadır. Temalı restoranların olmazsa olmaz özelliği restoranda en az bir temanın özel ayrıntıları ile gerçeğe uygun bir şekilde kullanılmasıdır (Kılıç, 2016: 91–95).

Surf & Turf

Surf & Turf, başta Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya olmak üzere modern dünyada son yıllarda hızla yayılmaya başlayan bir yemek modasıdır. Surf & Turf deneyiminin özü, deniz mahsulleri ile kırmızı etin aynı menü içerisinde servis edilmesidir. Surf & Turf kelime öbeğinde yer alan Surf ibaresi istakoz, karides ve büyük etli balıklar gibi tüm deniz mahsullerini kapsamaktadır. Diğerk yandan Turf kelimesi ise kırmızı et (özellikle bonfile gibi yumuşak özellikli etler) grubunu karşılamaktadır (Yaşin, 2015: 32; Akdağ vd. , 2016: 273–274).

Yaşayan Mutfak

Görmek, koklamak, dokunmak, tatmak ve duymak; yeme – içme eyleminin duyuşal aşamalarının hissedilmesini sağlarken, bedensel hazzın da bu duyuşal aşamalara eşlik etmesi ile birlikte tatmin duygusunu ortaya çıkarmaktadır. Yaşayan mutfağın temel amacı, konuklarının beş duyu organına (görme, duyma, tatma, dokunma ve koklama) hitap edilecek yemekler sunmaktır. Bu mutfak uygulamaları ile birlikte konuklara yerel yiyecek ve içeceklerin yanında, yerel halkın kültürel özellikleri tanıtılarak tatmin duygusu oluşturulmaya çalışılmaktadır (Erdem ve Akyürek, 2017; Kanık, 2016: 9).

Siyah Yiyecekler

Yiyecek rengi gıdayı tanıma, güven duyma, tatmadan önce lezzetini tahmin etme ve formülasyonu hakkında bilgi sahibi olmanın temel unsurlarından biridir. Dolayısıyla renk, yiyeceğı tüketmekten alınacak hazzı ve lezzeti etkileyeceğinden yemek seçiminde ve tüketim tercihlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Siyah soğuk, gizem ve hırs ile ilişkilendirilir. Pazarlama iletişiminde soğuk, prestijli ve sofistike bir renk olarak algılanan koyu renkli gıda grubunda; çikolata, kahve, kakao gibi uyarıcıların olduğı ve enerji veren gıdalar olduğı bilinmektedir (Bozok ve Yalın, 2018; Yılmaz ve Erden, 2017).

Hindistan'dan Amerika'ya dünyanın birçok ülkesinde siyah renkli gıdaların uzun bir süredir oldukça popüler olduğı ifade edilmektedir. Bu popüleritenin nedeni ise çeşitli renkte gıdalar olmasına rağmen siyah renkte yiyeceklerin sayısının az olması ve insanlarda merak uyandırmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (yemek.com; Bozok ve Yalın, 2018: 255).

Siyah yiyecekler; birincisi doğal siyah yiyecekler ikincisi ise, aktif kömür, bambu kömürü ve mürekkep balığı kullanılmak suretiyle görünümleri itibariyle tamamen siyah renkli olarak hazırlanıp sunulan yiyecekler olarak ikiye ayrılabilir. Bu siyah yiyeceklerden doğal olanlarına siyah sarımsak, siyah fasulye, siyah pirinç söylenebilir. Aktif kömür, bambu kömürü ve mürekkep balığı kullanılarak renklendirilen siyah yiyecekler ise henüz yeni ortaya çıkmaya başlasa da sosyal medyada yerini çoktan almaya başlamıştır. Aktif kömür sağlık alanında zehirlenme durumlarında tedavi edici olarak kullanılmaktadır. İçeriğinde bulunan emici etkisi nedeniyle antidot veya mide asitidesini azaltmada yararlanılmaktadır. Ancak, son zamanlarda aktif kömür yiyeceklerde renk verici etkisiyle kullanılmaktadır. Aktif kömür, Hindistan cevizi kabukları, odun, bambu ve bunun gibi doğal bitkilerin yakılması ile elde edilmekte ve özel bir işlem sırasında yüksek sıcaklıklarda belirli gazlara maruz kalınca aktif kömür haline gelmekte ve sonuç olarak elde edilen aktif kömür de gıdalara eklenmektedir (Bozok ve Yalın, 2018: 255).

SONUÇ

Gastronomi devamlı değışen ve gelişen dinamik bir yapıya sahip olduğundan bu alanda çeşitli trendler ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı gastronomi alanında ortaya

çıkış trendleri bir arada değerlendirerek ilgili alanyazına katkı yapmaktır. Günümüzde insanların dışarıda yemek yemeye verdiği önem sonucu gastronomi daha da önem kazanmış, önceleri yalnız yemek yeme ve açlığı giderme üzerinde durulurken gastronominin gelişmekte olan yapısı yemekten zevk alma, hoşça vakit geçirme, sağlık gibi yemeğin farklı boyutlarının önem kazanmasına yol açmıştır. Artık insanlar karın doyurmanın yanı sıra hoş vakit geçirmek ve farklı deneyimler yaşamak için de restoranlara gitmektedir. Ekonomik faktörler, tüketicilerin beklenti ve istekleri ile ürün üretim sürecindeki değişimler ve gelişmeler ile birlikte gelişmekte olan gastronomi alanında yeni trendler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu çalışmada gastronomi alanında ortaya çıkmış trendler bir araya getirilerek değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda gastronomi alanında ortaya çıkan trendler incelendiğinde her bir trendin ortaya çıkışının arkasında yatan çeşitli nedenler bulunduğu belirlenmiştir. Bu nedenler şu şekilde sıralanabilir:

- Azalan dünya kaynakları, artan besin/üretim maliyetleri ve ekonomik kaygılar sonucu verimliliği artırmaya yönelik uygulamalar
- Artan iş temposu ve evde geçirilen zamanın azalması sonucu dışarıda yemek yemeye verilen önemim artması
- Yemek yemenin karın doyurma işlevi dışında farklı deneyim yaşama ve hoşça vakit geçirme gibi özelliklerinin önem kazanması
- Yemek pişirme sırasında yaşanan değişimlerin ve yemeğin insan beynine nasıl etki ettiğine dair bilgilerin yetersizliği
- Kültürel değer niteliği taşıyan yerel yiyeceklerin unutulmaya başlanması
- Yerel yemeklerin kültürel boyutundan faydalanılmak istenmesi
- Farklı kültürlerin benimsenerek bir arada kullanılmak istenmesi
- Mutfak şeflerinin öne çıkarak kendilerine ait marka yaratmaya başlaması
- Besin üretiminde verimliliği artırmaya yönelik uygulamalar sonucu doğaya zarar verilmeye başlanması
- Verimlilik artışı için yapılan uygulamaların sağlık yönünden çeşitli kaygılar yaratması ve insanların satın aldıkları besinlerin sağlıklı olup olmadığına dair farkındalık kazanması
- Gelişen teknoloji ile birlikte insan beslenmesi için alternatif yollar ortaya koyma çabası
- Hayvanların yiyecek için öldürülmesine yönelik etik kaygılar
- İnsan sağlığını geliştirmeye yönelik çalışmalar ve çeşitli hastalıkların iyileştirilmesi için alternatif yollar
- İnsanların talep ve isteklerinin değişmesi
- Her insanın kendine has özellikleri bulunması ve bu özellikler kapsamında diyet benimsenmesi gerekliliği
- Sosyal medyanın etkisi

Sağlıklı beslenmeyi tercih eden insanlar yavaş yemek gibi trendleri benimserken de-neyim ve farklılık arayışı içerisindeki insanlar moleküler mutfak, temalı restoranlar gibi trendleri benimsemektedir. Gastronomi trendlerinin sağlık ve ekonomi gibi alanlarda ya-ratmaya çalıştığı etkilerin yanı sıra turizm faaliyetleri üzerine de etkisi bulunabilmektedir. Nitekim bir bölgenin kültürünü yansıtan yerel yemeklerin turizmde kullanılması ile turizm faaliyetleri gelişebilmektedir. Dolayısıyla yaşayan mutfak, temalı restoranlar, füzyon mutfak gibi bölgenin kültürünü öne çıkaran trendlerin yiyecek-içecek hizmeti sağlayan işletmeler tarafından benimsenmesi sonucu o bölgenin kültürel özellikleri ziyaretçilere tanıtılabile-cektir.

KAYNAKLAR

- Akçadağ, M. , & Bozkurt, T. A. Fast-Food Ürünlerinin Tercih Edilme Nedenlerinin Tespiti: Sivas Cum-huriyet Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Journal Of Life Economics*, 6(4), 449-462.
- Akdağ, G. , Özata, E. , Sormaz, Ü. ve Çetinsöz, C. B. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: surf&turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 270-281.
- Aksoy, M. ve Üner, H. E. (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfağı şekillendiren yenilikçi mut-fak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Der-gisi*, 3(6), 2016, 1-17.
- Association for Vertical Farming. <https://vertical-farming.net/> (22. 01. 2019).
- Baral, S. (2015). Neurogastronomy 101: The Science of Taste Perception. <https://www.eater.com/2015/10/19/9553471/what-is-neurogastronomy> (17. 01. 2019).
- Bayram, B. , Yolcu, H. , & Aksakal, V. (2007). Türkiye'de organik tarım ve sorunları. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 38(2), 203-206.
- Bozok, D. ve Yalın, G. (2018). Gastronomide yeni trend: siyah yiyecekler. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 251-261.
- Can, A. , Sunnetçioğlu, S. , & Durlu-Özkaya, F. (2012). Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı, 13. Ulusal Turizm Kongresi, 6-9.
- D'Adamo P, Whitney C (1996) Eat Right 4 Your Type: The individualized diet solution to staying healthy, living longer & achieving your ideal weight. New York: Putnam.
- Demiröz, Ş. (2017). Silikon Vadisi Mutfağa Girdi: Yemek Devrimi Kapıda! <http://www.brandlifemag.com/silikon-vadisi-mutfaga-girdi-yemek-devrimi-kapida/> (17. 01. 2019).
- Despommier, D. (2009). The Rise of Vertical Farms. <https://pdfs.semanticscholar.org/de82/2ee4587919e63ca04b4985260d4cbeb7cd21.pdf> (19. 01. 2019).
- Dilek, S. E. (2018). Türkiye'de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 1-18.
- Doğdubay, M. (2016). Hızlı-rahat (fast-casual) restoranlar, Özdoğan, O. , N. (Editör), *Yiyecek içecek endüstrisinde trendler-I içinde* (103-104) (ikinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dowling, C. (2017). Top 10 Trends 2017. <https://www.tasteofscience.com/articles/1222/top-10-trends-2017.html> (19. 01. 2019).
- Erdem, B. ve Akyürek, S. (2017). Yeni bir mutfak akımı: yaşayan mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.
- Food Tech Connect (2016). Why Cellular Agriculture Is The Next Revolution In Food. <https://foodtechconnect.com/2016/04/11/cellular-agriculture-is-the-next-revolution-in-food/> (17. 01. 2019).

- Foussat, A. & Canteneur, P. (2016). Cellular Agriculture: A Way To Feed Tomorrow's Smart City. <https://atelier.bnpparibas/en/smart-city/article/cellular-agriculture-feed-tomorrow-s-smart-city> (19. 01. 2019).
- Frazier, I. (2017). The Vertical Farm. <https://www.newyorker.com/magazine/2017/01/09/the-vertical-farm> (18. 01. 2019).
- Fried, H. A. (2017). Neurogastronomy, The Science Of How And What We Eat. https://www.huffpost.com/entry/neurogastronomy-the-science-of-how-and-what-we-eat_b_58c8540fe4b01d0d473bcebd (19. 01. 2019).
- Green Restaurant Association. <http://www.dinegreen.com/> (18. 01. 2019).
- Güven, E. (2011). Yavaş güzeldir: "yavaş yemek" ten "yavaş medya" ya hızlı tüketime dair bir çözüm önerisi. *Selçuk İletişim*. 7 (1), 113-121.
- Hanboonsong, Y. , Jamjanya, T. & Durst, B. P. (2013). Six-legged livestock: edible insect farming, collection and marketing in Thailand. Bangkok: Food And Agriculture Organization.
- Hillian, M. (1995). Functional foods: current and future market developments. *Food Technology International Europe*, 8, 25-31.
- Kanık, İ. (2016). Küreselleşme Sürecinde Kültürel Melezleşme Örneği Olarak Yemek Kanalları Ve Programları. *Folklor/Edebiyat*, 22(86), 237-258.
- Kanwal, K. J. (2016). Brain tricks to make food taste sweeter: How to transform taste perception and why it matters. <http://sitn.hms.harvard.edu/flash/2016/brain-tricks-to-make-food-taste-sweeter-how-to-transform-taste-perception-and-why-it-matters/> (22. 01. 2019).
- Karabudak, E. (2012). *Vejetaryen beslenmesi*. Ankara: Sağlık Bakanlığı.
- Karamustafa, K. , Birdir, K. ve Kılıçhan, R. (2016). Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçüğü. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 29-69.
- Kılıç, O. (2016). *Temalı restoran ve barlar*, Özdoğan, O. , N. (Editör), *Yiyecek içecek endüstrisinde trendler-I içinde* (82-95) (ikinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kim, G. W. & Moon, J. Y. (2009). Customers' cognitive, emotional, and actionable response to the serviceescape: A test of the moderating effect of the restaurant type. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 144-156.
- Kralj, M. B. , Podražka, M. , Krawczyk, B. , Mikuš, R. P. , Jarni, K. , & Trebše, P. (2017). " Raw food" diet: the effect of maximal temperature (46±1° C) on aflatoxin B 1 and oxalate contents in food. *Journal of Food & Nutrition Research*, 56(3).
- Kurgun, H. (2017). *Nörogastromoni*, Kurgun, H. (Editör), *Gastronomi trendleri milenyum ve ötesi içinde* (24-35). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lipton, J. I. (2017). Printable food: the technology and its application in human health. *Current opinion in biotechnology*, 44, 198-201.
- Lorenzini, B. (1994). The green restaurant, part II: Systems and service. *Restaurant & Institutions*, 104(11), 119-136.
- Mandell, L. (2014). Hyper – Local Food. <http://www.foodlifemag.com/hyper-local-food/> (24. 01. 2019).
- Namkung, Y. & Jang, S. (2013). Effects of restaurant green practices on brand equity formation: Do green practices really matter? *International Journal of Hospitality Management*, 33, 85-95.
- New Harvest, (2017), What is Cellular Agriculture? https://www.new-harvest.org/cell_ag_101 (18. 01. 2019).
- Oches, (2015), Say Hello to Fast Casual 2. 0, <https://www.qsrmagazine.com/reports/say-hello-fast-casual-20> (18. 01. 2019).

- Özçelik, A. Ö. , & Sürücüoğlu, M. S. (1998). Tüketicilerin "Fast Food Türü" Yiyecek Tercihleri. *Gıda*, 23(6).
- Özdoğan, O. N. (2016). Moleküler gastronomi, Özdoğan, O. , N. (Editör), Yiyecek içecek endüstrisinde trendler–I içinde (201–202) (İkinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdoğan, O. N. , Gül Özdoğan, Y. ve Tütüncü, S. (2016). Fast food akımı, Özdoğan, O. , N. (Editör), Yiyecek içecek endüstrisinde trendler–I içinde (1–3) (İkinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özgen, I. (2017). Uluslararası gastronomiye genel bakış, Sarışık, M. , ve Özbay, G. (Editörler), Uluslararası gastronomi içinde (5) (Dördüncü baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pandell, L. (2015). Neuroscience comes to dinner: How brain tweaks could change our diet. <https://grist.org/food/neuroscience-comes-to-dinner-how-brain-tweaks-could-change-our-diet/> (24. 01. 2019).
- Pedersen, T. , Meyer, C. , Nursten, H. & Redzevi, R. (2006). Gastronomy: the ultimate flavour science? *Flavour Science*, 611–616.
- Pietrykowski, B. (2004). you are what you eat: The social economy of the slow food movement. *Review of Social Economy*, 12(3), 307–321.
- Roberfroid, M. B. (2002). Global view on functional foods: European perspectives. *British Journal of Nutrition*, 88, 133-138.
- Ryu, K. & Han, H. (2009). Influence of the quality of food, service and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick–casual restaurants: Moderating role if perceived price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310–329.
- Sarıođlan, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comparative course content analysis). *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 5(3), 64–70.
- Seibel, M. (2016). Why Now? Silicon Valley Has Its Sights on The Food System. <https://medium.com/age-of-awareness/why-now-silicon-valley-has-is-sights-on-the-food-system-f39098a300b1> (24. 01. 2019).
- Sevinç, F. , & Çakmak, T. F. (2017, September). Tüketim Kültüründe Çiğ Beslenme ve Yaşayan Besinler. In *International West Asia Congress Of Tourism (Iwact'17) The Book Of Full–Text* (P. 147)
- Sheik, K. (2017). The Science That Could Make You Crave Broccoli More Than Chocolate. <https://www.theatlantic.com/science/archive/2017/02/neurogastronomy/516267/> (23. 01. 2019).
- Sun, J. , Peng, Z. , Zhou, W. , Fuh, J. Y. , Hong, G. S. , & Chiu, A. (2015). A review on 3D printing for customized food fabrication. *Procedia Manufacturing*, 1, 308–319.
- Sustainable Restaurant Assciation, (2013). <https://thesra.org/> (18. 01. 2019).
- Tanrısevdi, A. , & Atabey, S. (2020). Mutfak Personelinin Gastronomik Akımlar Çerçevesinde Gıda Tüketim Eğilimlerinin Deđerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 211–236.
- Teng, Y. M. , & Wu, K. S. (2019). Sustainability development in hospitality: The effect of perceived value on customers' green restaurant behavioral intention. *Sustainability*, 11(7), 1987.
- The Economist Magazine, (2010), Three views of the vertical farm, <https://www.economist.com/babbage/2010/12/11/three-views-of-the-vertical-farm> (18. 01. 2019).
- This, H. (2013). Celebrate chemistry. Recent results of molecular gastronomy. *European Review*, 21(2), 158–174.
- Wang, J. , García–Bailo, B. , Nielsen, D. E. , & El–Sohemy, A. (2014). ABO genotype, 'blood–type'diet and cardiometabolic risk factors. *PLoS one*, 9(1).
- Yaşın, M. (2015). Hedonist Bir Yemek Deneyimi, *Surf&Turf. Beef & Fish*, 6, 28–33.

- yemek.com, (2019), Diğer Tüm Renkleri Unutturan Akım: Simsiyah, Geceden Karanlık Yiyecekler, <https://yemek.com/siyah-yiyecekler/> (18. 01. 2019).
- Yılmaz, H. ve Bilici, S. (2013). Yemeğin kimyası: Moleküler gastronominin dn, bugünü ve yarını. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4), 20-25.
- Yılmaz, H. ve Erden, G. (2017). Renklerin orbaların tat algısı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 265-275.
- Yüncü, R. H. (2010, Temmuz). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası. Őengen, S. (Editör), 10. Aybastı-Kabatař Kurultayı Kitabı, Ankara: Detay Yayıncılık, 27-35.

