



Araştırma Makalesi (Research Article)

**TÜRKİYE’DE MİCHELİN REHBERİNE GİREN UZAK DOĞU RESTORANLARINDA  
SEMİYOTİK BİR ANALİZ (THE SEMIOTIC ANALYSIS OF FAR EASTERN RESTAURANTS  
FEATURED IN THE MICHELIN GUIDE IN TURKEY)**

Şeyma ANDAŞ<sup>1\*</sup> (orcid.org/ 0000-0002-8745-8641)

Şimal YAKUT AYMAKUY<sup>2</sup> (orcid.org/0000-0003-1033-6424)

<sup>1</sup>Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İzmir, Türkiye

<sup>2</sup>Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Balıkesir, Türkiye

**Özet**

Gıda, günümüzde sadece hayatta kalmak için zorunlu bir değer olarak algılanmakla kalmayıp aynı zamanda kültürler arası iletişimin vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Yeme-içme alışkanlıkları, pişirme teknikleri ve sunumlar, farklı kültürlerde çeşitli anlamlar taşıyan birer ifade biçimi olarak öne çıkmaktadır. Bu unsurlar aynı zamanda semiyotik bir anlam ağı oluşturarak, göstergebilim, kültür, medya ve iletişim disiplinleri arasında bir kesişim oluşturmaktadır. Semiyotik (göstergebilim) dil, kültür, medya ve iletişim gibi alanlarda anlam oluşturma süreçlerini inceleyen disiplinlerarası bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu disiplin, göstergelerin toplumsal bağlamda nasıl işlediğini ve nesnelerin gönderme yaptığı anlamları ortaya koymaya odaklanır. İletişimde kullanılan işaretlerin, sembollerin, resimlerin, dilin ve diğer göstergelerin nasıl anlamlandırıldığını ve nasıl etkileşimde bulunduğunu çözümlenmeyi amaçlar. Çalışma kapsamında Türkiye’de Michelin Rehberi’ne giren on bir restoranın menülerinde bulunan sushi tabakaları semiyotik analiz yöntemine göre incelenmiş ve tabaklarda bulunan Uzak Doğu mutfağında sembolik anlam taşıyan yiyeceklerin yorumlaması yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de Michelin Rehberi’nde yer alan Uzak Doğu restoranlarında semiyotik bir analiz gerçekleştirmektir. İncelenen restoranların web siteleri ve menülerinin geniş kapsamda olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle, on bir restoranın menülerinde ortak olarak bulunan sushi tabaklarının semiyotik analizi tercih edilmiştir. Bu seçim, çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Yapılacak semiyotik analiz ile Uzak Doğu kültürünün sushi tabakları üzerinden sembolik göstergelerinin anlamlandırılması hedeflenmiştir. Çalışma sonucunda incelenen restoranlardan Akira Back, Zuma İstanbul, Zuma Bodrum ve Nobu’nun sushi tabaklarında havyar, yenilebilir çiçek süslemeleri ve perilla yaprağı gibi ürünlerin kullanımının diğer restoranlardan daha fazla olması bu restoranların daha zengin bir menüye sahip olduğu ve müşteri kitlesi olarak daha zengin bir zümreye hitap ettikleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu çalışmanın, Uzak Doğu restoranlarının hizmet verdikleri ülkelerde sunulan deneyimin kültürel ve sosyolojik boyutlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Semiyotik, Michelin Rehberi, Semiyotik Analiz, Uzak Doğu Mutfak Kültürü

**Abstract**

Food is not only perceived as a necessity for survival in today's world but also acknowledged as an indispensable element of intercultural communication. Eating habits, cooking techniques, and presentations emerge as forms of expression carrying various meanings across different cultures. These elements also constitute a semiotic network, intersecting disciplines such as semiotics, culture, media, and communication. Semiotics, as an interdisciplinary field, examines processes of meaning-making in areas like language, culture, media, and communication. It focuses on revealing how signs operate in societal contexts and elucidates the meanings objects convey. The study analyzes sushi dishes found in the menus of eleven restaurants in Turkey listed in the Michelin Guide using the method of semiotic analysis. It interprets the symbolic meanings of food items from Far Eastern cuisine present on these dishes. The aim of this study is to conduct a semiotic analysis of Far Eastern restaurants listed in the Michelin Guide in Turkey. It was observed that the websites and menus of the examined restaurants were comprehensive. Therefore, the semiotic analysis of sushi dishes commonly found on the menus of eleven restaurants was chosen. This selection constitutes a limitation of the study. The semiotic analysis aims to interpret the symbolic indicators of Far Eastern culture through sushi dishes. As a result of the study, it was concluded that Akira Back, Zuma Istanbul, Zuma Bodrum, and Nobu use products such as caviar, edible flower decorations, and perilla leaves more extensively in their sushi dishes compared to other restaurants. This suggests that these restaurants have richer menus and cater to a wealthier clientele. It is believed that this study will contribute to a better understanding of the cultural and sociological dimensions of the experience offered by Far Eastern restaurants in the countries they operate in.

**Keywords:** Semiotics, Michelin Guide, Semiotic Analysis, Far Eastern Culinary Culture

\*Sorumlu yazar: seyma.andas@deu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2024.393

## Giriş

Semiyotik, geniş bir akademik disiplin olarak yaygın bir şekilde kurumsallaşmamıştır. Birçok farklı teorik yaklaşım ve metodolojik araçları içeren bir çalışma alanıdır. En geniş tanımlardan biri, Umberto Eco'nun, "semiyotik, işaret olarak alınabilecek her şeyle ilgilenir" ifadesidir (Eco, 1976: 7). İlk olarak Ferdinand de Saussure tarafından geliştirilen temel kavramlar, daha sonra Charles Sanders Peirce ve Roland Barthes gibi dūřunürler tarafından zenginleştirilmiş ve bu alandaki çalışmalara yeni boyutlar eklenmiştir. Semiyotik, günümüzde medya analizi, reklam çalışmaları, görsel kùltür incelemeleri ve dil felsefesi gibi çeşitli alanlarda uygulanmaktadır. Bu disiplin, gün geçtikçe karmaşıklaşan kùltürel ve iletişimsel yapıları anlamak, özömlmek ve yorumlamak için önemli bir araç haline gelmiştir (Chandler, 1994). Bu makalede, semiyotiğin temel kavramlarına odaklanılarak, bu disiplinin sunduğu analitik bakış açısının geniş perspektifi ele alınarak günümüzdeki önemine vurgu yapılacaktır.

Uzak Doğu kùltürü, semiyotik analiz bakımından zengin bir alan olup, semboller, ritüeller, gelenekler ve diğer göstergeler aracılığıyla yoğun bir anlam oluşturma geleneğine sahiptir. Geleneksel semboller arasında yin ve yang, wabi-sabi felsefesi, in zodyağı sembolleri, lotus çiçeği ve fu-hu (in aslanı dansı) bulunmaktadır. Ayrıca, ince karakterler ve Japonca logogramları, semiyotik analizin temelini oluşturarak her karakterin kendine özgü anlamını ve karakterler arasındaki ilişkileri ortaya koymaktadır. Geleneksel resim sanatları, özellikle in resmi, Japon Ukiyo-e veya geleneksel Kore resmi, semiyotik analiz için zengin malzeme sunar ve eserlerin içerdiği semboller, anlamlar ve görsel düzenlemeler incelenebilir (Barthes ve Yücel, 2008). Bununla birlikte, Budizm ve Taoizm gibi felsefi sistemlerdeki sembolizm, semiyotik analizle açıklanabilmektedir. Örneğin, Budizm'deki mandala tasarımları veya Taoizm'in yin ve yang sembolizmi semiyotik açıdan anlamlandırılabilir (Zengin, 2011). Uzak Doğu'nun geleneksel kùltürü, popüler kùltür, film, yeme içme kùltürü, müzik ve diğer medya unsurları üzerinden semiyotik analizle incelenebilir. Bu unsurların semiyotik açıdan incelenmesinin, Uzak Doğu kùltürünün derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlayacağı açıktır. Ancak bu analizlerin yapılması sırasında, Uzak Doğu'nun, kùltürel ve tarihi köklerinin de göz ardı edilmemesi gerekliliği unutulmamalıdır.

Uzak Doğu mutfağı, sadece beslenme amacını ařan bir deneyim sunan özel bir kùltürel ifadedir (Tian, Dandan ve Wang, 2018). Yemeklerin hazırlanışı, sunumu ve tüketim biçimleri, semiyotik analiz bakımından incelenebilecek zengin unsurlar barındırmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel in, Japon ve Kore mutfaklarının özgün öğeleri, semiyotik bir perspektiften değerlendirilebilir. Mesela, sushi tabaklarının sunumu, kullanılan malzemeler ve bu tabakların kùltürel sembollerle nasıl ilişkilendirildiği gibi konular, semiyotik analiz için uygun zemin oluşturabilecek özelliktedir.

Literatürde yapılmış pek çok çalışmada, tabaklama ve sunumlarla ilgili görsellerin, aslında içinde bulunan toplamsal yapıya ve kùltüre dair izler taşıdığı ve birtakım mesajlar verdiği vurgulanmıştır. Örneęin; Demirel ve Karanfiloęlu'nun (2020) yaptığı bir araştırma, sosyal medyada paylaşılan yemek fotoğraflarının kimlik inşası bağlamındaki tüketimini incelemiştir. Araştırma, yemek fotoğraflarının oluşturulmak istenen kimliğe ve imaja olan etkisini vurgulayarak, yemeğin sadece bir besin kaynağı olmanın ötesinde bir statü, gösteriş ve imaj nesnesi olarak da kullanıldığı sonucuna varmıştır. Yine Bulut'un (2021) yaptığı bir çalışmada ise resim ve fotoğraf üzerinden gastronomi alanındaki estetik yaklaşımı incelemeyi amaçladığı görölmektedir. Bu çalışmada, yemeğin sanatsal yönü ele alınarak, resimlerin insanların duygularını yansıttığı ve gastronomi sunum aşamalarında yemeğin sanata dönüştürölmesi fikri ortaya konulmuştur. Bu nedenle, yemeğin sadece tabaklanması değil, tüketicinin duygu ve hislerini öne çıkarabilecek sunumlarla servis edilmesi gerektiği savunulmuştur. Yemeklerin farklı sunumlarla fotoğraflanması, aynı zamanda sosyal medya kullanımıyla dolaylı bir ilişkilendirme içermektedir. Bu dūřünce, sosyal medyada paylaşılan yemek fotoğraflarının incelendiği diğer araştırmalarda da destek bulmuştur. Bahsi geçen açıklamaların ışığı altında, yapılan bu çalışmanın amacını, Türkiye'de Michelin Rehberi'nde yer alan Uzak Doęu restoranlarında semiyotik bir analiz yapmak oluşturmaktadır. Tercih edilen restoranların web sitelerine ve menülerine bakıldığında çok kapsamlı oldukları görölmekte ve bu nedenle, on bir restoranın on tanesinde ortak sunum tabağı olan sushi tabaklarının incelenmesine karar verilmiştir. Bu tercih aynı zamanda çalışmanın sınırlılığını da oluşturmaktadır. Yapılacak semiyotik analiz sonucunda, Uzak Doęu kùltürünün sushi tabağı üzerinden sembolik göstergelerinin anlamlandırılması amaçlanmıştır. Uzak Doęu restoranlarının hizmet verdikleri ölkelerde sundukları deneyimin, kùltürel ve sosyolojik boyutlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamak hedeflenmektedir.

## Kavramsal Çerçeve

Semiyotik (göstergebilim) analiz, nitel araştırma yöntemleri açısından, içerik analizi kapsamında düşünülen bir metodoloji olarak değerlendirilebilir. Bu yöntem, fotoğraflar, çeşitli görseller, animasyonlar, karikatürler, işaretler gibi görsel olarak ifade edilebilecek her alanda uygulanabilir. Gastronomi alanında, yiyecek ve içeceklerin görsel estetiği büyük önem taşımaktadır. Zira yemek, öncelikle görsel bir deneyim sunmalıdır; bu durum, "önce göz doyurmalı" ilkesine işaret eder. Görme duyusu, tatma duyusundan önce devreye girdiği için tüketiciler, önceden oluşturdukları ön izlenimleri görsel unsurlara dayanarak şekillendirirler. Dolayısıyla, bir yemeğin görsel çekiciliğinin olmaması durumunda, çoğu kişi lezzetini denemeye dahi yönelmeyebilir. Bu bağlamda, gastronomi alanında kullanılan yeni teknikler ve farklı sunumlar büyük bir öneme sahiptir (Özmen, 2022). Semiyotik, Latince kökenli terimlerle adlandırılan miyotik ve semiyoloji gibi disiplinler arasında genel bir tanıma sahiptir. Bu bilim dalı, diller, düzgüler ve belirtgeler gibi gösterge dizelerini inceleyen bir alan olarak öne çıkmaktadır (Erkman, 1987).

Charles Sanders Peirce ve Roland Barthes, semiyotiğe farklı perspektifler getirmişlerdir. Peirce, semiyotiği nesne, gösterge ve yorumlayıcı içeren üçlü bir modelle açıklarken, Barthes ise gösteren ve gösterge üzerine odaklanan ikili bir model geliştirmiştir. Bu iki araştırmacının sınıflandırmasına göre, Peirce'in "gösterge" kavramı, Barthes'ın "gösteren" ile benzerlik gösterirken, Peirce, Barthes'ın "gösterilen" kavramını nesne ve yorumlayan olarak iki ayrı modelde ele almıştır (Deely, 1990: 112). Karaman (2017), Charles Sanders Peirce ve Roland Barthes'ın semiyotik yaklaşımlarını karşılaştırarak ele alan bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada, semiyotiğin temel kavramları incelenmiş ve disiplinin kökeni ile gelişimi detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Charles Sanders Peirce'in semiyotikteki kurucu rolü ve Roland Barthes'ın katkıları üzerinde durularak, öne sürdükleri modeller ve semiyotiğin evrimi değerlendirilmiştir. Karaman'ın (2017) çalışmasının sonuçlarına göre, her iki kuramcının benzerlikleri ve farklılıkları göz önüne alınarak semiyotiğin çerçevesi ele alınmıştır. Araştırmacı, Peirce'in Amerika'da yaşamış ve çalışmalarını burada sürdürmüş olmasının, Barthes'ın ise Avrupa'da faaliyet göstermiş olmasının doğurduğu coğrafi farklılığın, araştırmacıların semiyotik üzerinde kurdukları sistem üzerinde derin bir etki yarattığını ve büyük bir farklılık ortaya çıkmasına sebep olduğunu vurgulamıştır.

Gösterge, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiyi ifade eder ve bu ilişkinin kurulması *anlamlama* sürecinin ortaya çıkmasını sağlar. Semiyotik bağlamında, anlamlama süreci genellikle *düz anlam* ve *yan anlam* olarak iki temel boyutta ele alınır. Barthes'a göre düz anlam, gösterenin neyi temsil ettiğini, yan anlam ise gösterenin nasıl temsil edildiğini konu edinir (Bircan, 2015). Danesi (2002), belirli bir görselin taşıdığı anlamı ve nasıl temsil edilebileceğini semiyotik ile keşfetmiştir. Görüntüye dayalı araştırmalarda, fotoğraftaki işaretleri tanımlamayı, fotoğrafın anlamını ve ortalama bir izleyici için ne ifade ettiği konusunda fikir verdiğini ifade etmektedir. Bu çalışmada ele alınan konunun semiyotik analizi, Roland Barthes'in gösteren ve gösterilen arasında kurduğu ilişkinin yani gösterenin yorumlanmasına dayalı olarak yapılmıştır.

Barthes, çalışmalarında, fotoğrafı analitik olarak ele alarak, *The Photographic Message* ve *The Rhetoric of the Image* adlı eserlerinde temel anlam ile yan anlamın fotoğraf sanatında nasıl ayrılabilirliğini tartışmaktadır. Fiske ise bu görüşü daha sonra, "fotoğrafi çekilen şey temel anlamdır, ancak bunun nasıl çekildiği yan anlamdır" şeklinde tanımlayarak desteklemiştir (Chandler, 2007: 138). Barthes'un perspektifine göre, düz anlam ve yan anlam arasındaki en belirgin fark, fotoğrafçılık alanında açıklanabilir. Düz anlam, fotoğraf makinesinin nesneyi mekanik bir şekilde yeniden üretmesini ifade ederken, yan anlam, fotoğrafçının açığı, odaklamayı, ışığı ve kadraja girecek unsurları nasıl hesapladığını içermektedir. Barthes, fotoğrafı bir gösterge olarak ele alırken, seçilen fotoğrafların her zaman bir şeyi veya birini temsil ettiğini, bu durumun da fotoğrafın var olma zorluğu, yani en zayıf yönü olduğunu vurgular (Bircan, 2015). Deprawt (2002), Pearl Harbor saldırısı sırasında Japonların ve Washington Post ile New York Times gazetelerinde yayınlanan teröristlerin fotoğraflarını semiyotik analiz kullanarak incelemiştir. Yaptığı araştırmada, medyanın düşman algısının oluşmasında etkili olduğunu belirlemiştir. Bulguları, semiyotik bir metodoloji ile görüntülerin analiz edilmesinin, araştırmacılara içerik hakkında bilgi sağladığını vurgulamaktadır. Ayrıca, izleyicinin görüntüyü nasıl yorumladığı ve algı oluşturmadaki etkisinin anlaşılmasına katkıda bulunduğunu göstermiştir.

Gıda, tüm insanlar için hayati bir metabolik fonksiyona sahiptir. Gıdanın bu vazgeçilmez konumunu, farklı kültürlerde karşılaştığımız gıdanın pek çok anlam ve kullanımının ana nedeni olarak değerlendirebiliriz. İngiliz araştırmacı Leslie Goftin, yaptığı bir çalışmada (Mephram, 1996) gıdanın bir ilişki biçimi olarak ele alındığını belirtir: "*Gıda, sadece kültürel değerleri simgelemekle kalmaz, aynı zamanda aile içindeki samimi yüz yüze*

*ilişkilerden başlayarak, bölgeler arası ve uluslararası ilişkilere kadar uzanan bir ortam olarak da sosyal ilişkilerin ifade edildiği bir araç oluşturur*” (Coff, 2013). Başka bir deyişle, mutfak gelenekleri ve uygulamaları, semiyotiğin bir parçası olan alanda bulunmaktadır. Semiyotik içinde var olan bir alan olarak malzemeler, yemekler ve uygulamalar anlam taşıyan şekilde yorumlanabilir ve yapımcıları, kültürleri ve çevreleri hakkında bilgi çıkarmak için kullanılabilir. Aynı zamanda, anlam taşımak üzere üretilebilirler, kültürler arası iletişimin etkili araçları haline gelebilirler (Parasecoli 2011: 647).

### **Uzak Doğu Mutfak Kültürü**

Bir ülkenin, bölgenin veya topluluğun belirleyici unsurlarından biri mutfağıdır ve bu mutfağa özgü yemekler kimliğinin güçlü bir ifadesini oluşturur (Constantin, 2012). Bu mutfaklarla ilişkilendirilen yemekler genellikle etnik yemekler olarak adlandırılır ve bu yemekler, bir etnik grubun veya bir ülkenin sınırları dışındaki tüketiciler tarafından kültürel ve sosyal olarak kabul edilmiş yemekler olarak tanımlanır (Kwon, 2015). Yapılan araştırmanın temelini oluşturan etnik restoran türlerinden biri, Uzak Doğu mutfağına odaklanan restoranlardır. Uzak Doğu mutfağı terimi, özellikle Japon mutfağı ile birlikte Tayland, Kore ve Çin mutfağını içermektedir (Cankül ve Kol, 2022). Bu mutfak kültürüne ait en önemli besin kaynakları arasında özellikle balık olmak üzere çeşitli et ürünleri, sebzeler, pirinç ve erişte bulunmaktadır. Bu besinler, Uzak Doğu nüfusunu uzun yıllardır besleyen temel gıda kaynaklarından bazılarıdır (Mandl, 2016; Constantin, 2012). Oldukça sağlıklı gıdalardan oluşan bu mutfak kültüründe, temel besinler arasında özellikle pirincin ayrı bir yeri ve önemi üzerinde de durulmaktadır. Uzak Doğu mutfağında yer alan bu gıdaların sadece besinsel değerleri üzerine odaklanılmamakta, aynı zamanda bu toplumun kültürü, düşünce yapısı ve inançları açısından da bazı bilgiler sunduğu görülmektedir. Costantin (2012)’in de Uzak Doğu mutfağına dair; bu besinsel çeşitliliğin yanı sıra diğer mutfaklarla karşılaştırıldığında gerek pişirme teknikleri gerekse kullanılan malzeler açısından daha sağlıklı olduğuna dikkat çektiği görülmektedir.

Barthes, Göstergeler İmparatorluğu (1996) ‘nda Uzak Doğu Yemek Kültürü ve yemek çubuklarının uyumundan şu şekilde bahsetmiştir: “Nesneler yalnızca kolay yenilebilmesi için küçüktür. Uzak doğu yemeklerinin yemek çubuklarıyla uyumlu olması yalnızca işlevsel olarak ele alınamaz, yiyeceklerin küçük boyutta olmasının sebebi çubuk kullanılabilmesidir fakat aynı zamanda yemek çubuğu da yemeklerin küçük kesilmesi sebebiyle varlığını sürdürmektedir.” Barthes aynı zamanda yemek çubuklarına “yol gösterici, seçme işlevine sahip bir parça, ezber bozan bir eylem” anlamı yüklemektedir. Başka bir anlamsal işlev sahibi olarak yemek çubukları, çatal ve bıçağın aksine yiyeceklere sert davranmaz, onları kesmez, yarmaz ve yaralamaz; yalnızca seçer ve alır. Barthes son olarak çubuğun “aktarıcı” olma işlevinden bahsederken, yemek çubukları ve çatal bıçak kıyaslandığında çubuğun yemeğe daha nazik ve uyumlu bir biçimde davrandığını ön plana çıkarmaya çalışmıştır.

Barthes “sakuyaki” adlı bir Uzak Doğu yemeğini tanımlarken yahninin içine konulan besinlerin çiğ oluşunu Japon besinini koruyucu tanrısı olarak betimlemiştir. Çiğlikte, saygı gösterilenin yiyeceğin bir iç özü, varlık gücüyle yaşamsal belirtiyi, canlı renkleriyle direnci simgelemektedir. Yazar örnek olarak “sashimi” adlı çiğ balık dilimlerinden oluşan oldukça yaygın bir Uzak Doğu yiyeceğine de değinir: “*Sashimi renklerden çok dirençler yayar; tepsi boyunca gevşek, lifli, sıkı, esnek, sert, kaygan gibi duraklardan geçerek balıkların etini çeşitlendiren dirençler. Besin tamamıyla görsel amaçlıdır hatta bir ressam ve bir hattat gözü için.*” Yazar sushi tabaklarındaki dağınık görüntüyü ise şu şekilde betimlemiştir: “*Her şey bir başka süsün süsüdür burada: önce sofrada tepsinin üstünde, besin hiçbirisi bir yeme düzenince ayrıcalıklı kılınmış görünmeyen bir parçalar toplamından başka bir şey olmadığı için yemek bir kuralı takip etmek değil, çubuğun da hafif dokunuşuyla kimi zaman bir renk kimi zaman ise başka bir renk almaktır.*” Yazar bu betimlemesi ile Uzak Doğu yemek kültürünün dayatmalardan ve şiddetten uzak, rastgele ama kendi içerisinde naif bir düzen taşıdığını vurgulamaktadır. Ayrıca Uzak Doğu mutfak kültürünün temel göstergelerinden biri olan yemeğin yiyecek olan kişinin gözleri önünde yapılması eylemini de Uzak Doğu kültüründe “*saygı duyulanın ölümünün gösteri ile kutsanmaya önem verilmesi*” olarak yorumlamıştır (Barthes ve Yücel, 2008).

Tabiatın akışıyla bıraktığı güzelliği ortaya çıkarmayı hedefleyen Zen, saflığı ve yüceliği yansıtan formlarda sanatsal ifade arar; entelektüalizmden ve kibarlık takındığından kaçınır ve bunun yerine doğanın akışı tarafından bırakılan güzelliği açığa çıkarmayı amaçlar. Wabi-Sabi, son bin yıl içinde gelişimini besleyen ve şekillendiren Zen felsefesi bağlamında en iyi anlaşılan bir estetik ideal ve felsefedir. Wabi-Sabi, tüm varlıkların sürekli bir değişim halinde olduğu, hiçlikten doğup tekrar hiçliğe dönüştüğü güzellikleri mükemmel olmayanda arama sanatıdır. Sürekli hareket içinde olan doğa, bize düşünceye dalmamız için rastgele izler bırakır ve bu tesadüfî kusurlar ve düzensizlikler, mütevazı ve alçakgönüllü bir wabi sabi güzellik ifadesi için

bir model sunar. Zen düşüncesine sağlam bir şekilde kök salan wabi sabi, hayatın geçiciliğini kullanarak, bu anlayışın getirdiği melankolik güzellik duygusunu iletmektedir (Juniper, 2011).

Japon kültüründe, nesnelerin üzerindeki kullanım izleri önemli bir değer taşır. Her nesnenin bir hikayesi olmalı ve atılması yerine korunması için çaba gösterilmelidir. Özellikle kırılan şeyler (genellikle seramik objeler) Japon kültüründe onarılır, ancak modern tamir teknikleri genellikle bu izleri gizlemeye odaklanır. Geleneksel tamir sanatı, tamircinin onardığı nesnenin daha önce kırılmış olduğunu vurgulamak amacıyla yüzeyde çatlakları bırakmasını içerir. Bu yetenek, Japonya'da tamirciyi özel bir sanatçı olarak değerli kılar. Bu geleneksel tamir sanatından türetilen sanatsal bir teknik olan "kintsugi," kırılmış seramik parçalarını lake reçine ve toz altın ile birleştirme işlemidir. Bu teknikte, seramik üzerindeki çatlaklar bilinçli bir şekilde bırakılır. İyi bir birleştirme işlevseldir ve aynı zamanda tüm izleri korur. Kintsugi, sahip olunan nesnelere kişiselleştirmenin bir yolu olarak görülebilir. Onarılmış nesnelere birlikte "kusur" farklı bir güzellik formuna dönüşmektedir (Kwan ve Bal, 2020).

### **Uluslararası Restoran Değerlendirme Kuruluşları ve Michelin Rehberi**

Dünya genelinde Michelin Rehberi, The World's 50 Best Restaurants, La Liste, Zagat, Forbes Travel Guide ve The World Restaurant Awards gibi önde gelen restoran değerlendirme kuruluşları bulunmaktadır. Michelin Rehberi, 1900'lerin başlarından itibaren restoranları gizlilik prensibine bağlı kalarak denetleyip değerlendirmektedir (Ottenbacher ve Harrington, 2007). Bu rehber, gastronomi dünyasında önemli bir referans haline gelmiştir (Aguirre ve Andrade, 2013). Michelin Rehberi'ni gizemli kılan unsurlardan biri, sektörü standartlaştırmak yerine yaratıcılığı ve benzersizliği teşvik etmeyi amaçlayarak değerlendirme kriterlerinin tam anlamıyla bilinmiyor olmasıdır. (Johnson vd., 2005).

Michelin Rehberi, yıldızlarını belirli kriterlere göre değerlendirmektedir ve bu değerlendirme sistemi en son 1936 yılında önemli değişikliklere uğramış olup günümüze kadar varlığını sürdürmektedir. Bu değerlendirme kriterleri her ne kadar gizli tutulsa da, listeye girmiş restoranların ortak özelliklerine ve Michelin Guide'ın kendi web sitesinde yer alan bilgiler göz önünde bulundurularak genel kapsamda beş unsur şu şekilde ifade edilebilir (Balıkcıoğlu, 2020):

- Kullanılan ürünlerin kalitesi,
- Lezzetli yemeklerin ve ustaca kullanılan pişirme tekniklerinin varlığı,
- Şefin mutfakta sergilediği yaratıcılık,
- Hizmet ve lezzetin, ödenen ücreti karşılması,
- Sunulan hizmetin istikrarlı bir şekilde devam etmesi.

2023-2024 yılı itibarıyla Türkiye'de, iki Michelin Yıldızına sahip bir restoran, tek Michelin Yıldız sahibi on bir adet restoran bulunmakta ve henüz üç yıldız almaya hak kazanan restoran kayıtlara geçmemiştir ([www.guide.michelin.com](http://www.guide.michelin.com)). Bütün bu kriterleri sağlayabilen restoran sayısının artması, işletmelerin belli kriterleri yakalaması bakımından olumlu bir yönde geliştiğini göstermektedir. Buna bağlı olarak işletmelerin, uluslararası kriterlere önem vererek kendilerini şekillendirmesi uluslararası tanınırlığı ve işletmelerin ticari başarısını da arttırmaktadır.

### **Evren / Örnekleme/ Sınırlılıklar**

Çalışmanın evrenini, Türkiye'de hizmet veren Uzak Doğu restoranları oluşturmaktadır. Örnekleme ise uluslararası bir standart olan Michelin Rehberi'nde yer alan Uzak Doğu restoranları olan; Akira Back, Banyan, Çok Çok Thai, İnari Omakase, İtsumi, Nobu, Roka, Saku, Sankai By Nagaya, Zuma Bodrum ve Zuma İstanbul oluşturmaktadır. Örneklemin oluşturulma sebebi, Michelin Rehberi'nin dünyada kabul gören, geçerli ve güvenilir değerlendirme kriterlerine sahip bir ölçek olması ve Uzak Doğu mutfağının göstergeler açısından zengin olmasıdır. Araştırma kapsamında yer alan bu on bir restoranın; web sitelerinde ve menülerinde çok sayıda sunum ve görsel olması nedeniyle; on'unda ortak sunum olarak belirlenen, sushi tabakları seçilmiştir. Sadece, Çok Çok Thai isimli restoranda sushi tabağı sunumu olmaması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Sushi tabağının seçilmesinin başka bir sebebi de Uzak Doğu yemek kültürünü, gerek malzeme kullanımı gerekse sunum açısından oldukça yoğun temsil öğeleri taşıdığına düşünülmesidir.

## Yöntem

Araştırmacılar, medya materyallerini bilimsel bir şekilde analiz etmek için çeşitli yollar ve araçlar geliştirmişlerdir. Barths'a göre, bir görüntüyü incelemek için araştırmacı, semiyotik analiz için en uygun örneği seçmelidir: filmler, çizgi filmler, televizyon programları, reklamlar, fotoğraf, görseller vb. Araştırmanın içeriğine bağlı görseli belirlemeli ve nihayetinde görüntüyü anlamının her iki seviyesinde; gösterme ve çağrışım düzeylerinde açıklama yapmalıdır. Görsel analiz edilirken, ilk aşamada görüntünün doğrudan anlamına bakılır, ikinci aşamada ise çağrışımsal seviye incelenir. Bu yaklaşım aslında bir çeşit içerik analizi olarak da değerlendirilebilir. Doğrudan anlamda, görselin ortak anlamı ortaya konur ve açık bir anlatımla ifade edilir. Çağrışımsal seviyede ise görsel, semiyotik analiz yapan araştırmacının sosyal ve kültürel arka planıyla ilişkilendirilen yorumları ile ifade edilir (Bouzida, 2014). Semiyotik, insan, doğa ve makine iletişimine gömülü olan işaretleri inceleyen bir bilim dalıdır. Semiyotik, içinde yaşadığımız kültürdeki işaretlerin anlamlarını, aynı zamanda etkileşimde bulunduğumuz dilleri ve iletişim süreçlerini araştırır (Nöth ve Santaella, 2017).

Roland Barthes, semiyotiğin herhangi bir madde ve sınırları olan işaret sistemini, görselleri, jestleri, müzikal sesleri, nesnelere içermeye yönelik bir amaca sahip olduğunu ilan etmiştir (Barthes, 1968). Bu işaretler, anlam sistemi oluşturan bir yapıyı temsil etmektedir. Bu çalışmada hedeflenen incelenen restoranların web sitesinde ve menülerinde ortak bir unsur olarak belirlenen sushi tabaklarının semiyotik analizinin yapılmasıdır. Çalışmada Michelin Rehberi'nde yer alan on bir Uzak Doğu restoranının sushi tabaklarının görselleri incelenmiştir. Bu restoranlar; Akira Back, Banyan, Çok Çok Thai, İnari Omakase, İtsumi, Nobu, Roka, Saku, Sankai By Nagaya, Zuma Bodrum ve Zuma İstanbul olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında hiçbir kurum ya da kişi ile görüşme yapılmaması sebebiyle etik kurul raporu alınmasına ihtiyaç duyulmamıştır.

## Bulgular

Çalışmanın bulgular ve sonuç kısmında oluşturulan tablo aracılığıyla semiyotik analiz açıklanacaktır. Tablo 1'de 2024 yılında Türkiye'de hizmet veren Michelin restoranlarının isimleri, sushi tabaklarının görselleri ve bu görseller aracılığı ile restoranların Uzak Doğu mutfak kültürünü yansıtmaya düzeyleri ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bu analiz, yemek kültürü, estetik değerler ve görsel iletişim açısından önemli iç görüler sunarak, incelenen restoranların Uzak Doğu mutfaklarını, gastronomik unsurlar aracılığı ile ne derece yansıttığını ortaya koymayı hedeflemektedir. Çözümlemeler Roland Barthes'in "Gösterge, Gösteren ve Gösterilen" üçlüsüne göre yapılmıştır. Restoran incelemeleri alfabetik sırası ile tabloda yer almaktadır. Yalnızca bir restoran (Çok Çok Thai) menüsünde sushi tabağı servis etmemesi sebebiyle incelenememiştir.

**Tablo1. 2024 Yılında Michelin Rehberine Giren Uzak Doğu Restoranlarının Sushi Tabaklarının Semiyotik Analizi**

Restoran İsmi	Sushi Tabağı	Semiyotik Analizi
Akira Back		<p><b>Gösterge:</b> Renkli, çeşitli sushi ve balık bulunan, sunumuna özen gösterilmiş, zengin bir tabak</p> <p><b>Gösteren:</b> Sushi tabağı</p> <p><b>Gösterilen:</b> Uzak Doğu mutfaklarında önemli yer kaplayan <i>perilla</i> (shisho yaprağı), <i>bambu yaprağı</i> ve <i>sarı çiçek</i> yemeği hem süslemek hem de güzelleştirmek için kullanılmıştır. Uzak doğu kültüründe sebzelerin ve balıkların çiğ tüketiminin oldukça yaygın ve önemli olduğunu yansıtmaktadır. Çiğlik; saygı gösterilenin yiyeceğin bir iç özü, varlık gücüyle yaşamsal belirtiyi, canlı renkleriyle direnci simgelemektedir. Ayrıca rengarenk ve gösterişli bir sunum ile restoranın şıklığını yansıtmaktadır.</p>

**Banyan**



**Gösterge:** Sunuma hazır, sade bir şekilde garnitürüyle servis edilen maki roll

**Gösteren:** Sushi tabağı

**Gösterilen:** Alışlagelmiş Uzak Doğu restoranlarının aksine balığın çiğ ve ham hali değil, dönüştürülmüş ve *tempura* edilmiş (kızartılmış hali) sunulmaktadır. Gösterişli bir tabak olmaktan uzak, daha sade ve lezzete odaklı bir anlayış karşımıza çıkmaktadır.

**İnari Omakase**



**Gösterge:** Servis edilmeye hazır, üç çeşit sashimiden oluşan sade bir sushi tabağı

**Gösteren:** Sushi tabağı

**Gösterilen:** Uzak Doğu mutfağında son yıllarda oldukça yaygın olan yenilebilir çiçek kullanımı son yıllarda oldukça yaygın olan yenilebilir çiçek kullanımı, yeniliklere açık bir yaklaşımı göstermektedir. Ayrıca tabaktaki *yosun* ve *daykon turbu* kullanımı Asya mutfağının yerel ürünlerine verdikleri önemi gözler önüne sunmaktadır.

**İtsumi**



**Gösterge:** Yemek çubuğu ile servis edilmiş iki kişinin paylaştığı üç çeşit maki içeren tabak

**Gösteren:** Sushi tabağı

**Gösterilen:** Yemek çubuğu ile yemek yemek uzak doğu mutfağının simgelerinden biridir. Yemek çubukları, çatal ve bıçağın aksine yiyeceklere sert davranmaz, onları kesmez, yarmaz ve yaralamaz; yalnızca seçer ve alır. Çubuğun aktarıcı olma işlevi, yemeğe nazik ve uyumlu bir biçimde yaklaşıldığı gösterilmektedir. Ayrıca sade bir tabak ile üç çeşit maki servis edilmesi sunumdan çok lezzetin ön plana çıkarıldığını göstermektedir. Tabakta servis edilen *wasabi* ise keskin tadıyla bilinen ve çiğ deniz ürünleri ile tüketilen bir çeşit baharattır. Özellikle Japon kültüründe özgürlük, doğallık ve basitlik gibi anlamlar taşımaktadır.

**Nobu**



**Gösterge:** Zengin ve çeşitli deniz ürünleri ile hazırlanmış, her çeşit sushi çeşidi barındıran, kalabalık bir gruba servis edilecek sushi tabağı

**Gösteren:** Sushi tabağı

**Gösterilen:** Öncelikle çiğ balık ve sebzelerin bulunması ve servisin bambu yaprakları ile yapılması uzak doğu mutfak kültüründe, gösterilen uyum ve saygıyı belirtmektedir. *Nigiri*, *maki* ve *sashimi* gibi çeşitli türlerin bulunması zengin bir tabak olduğuna işaret etmektedir. *Havyar* (balık yumurtası), genellikle lüks ve özel yemeklerle, özel restoranlarda servis edilmektedir. Ayrıca havyar kullanımı, bu tabakta sadece lüksü belirtmekle kalmayıp renk uyumu ve görsel çekiciliği de ön plana çıkarmaktadır.

**Roka**



**Gösterge:** Pişmiş ve çiğ balıklar ve çeşitli deniz ürünleri ile hazırlanmış Uzak Doğu mutfağını yansıtan öğelerin bulunduğu sushi tabağı

**Gösteren:** Sushi tabağı

**Gösterilen:** Özellikle Japon mutfağında *nigiri* ve *sashimi* gibi çiğ balık türleri ile servis edilen havyar tabakta bir lüks göstergesidir. Pirinç patlağından yufka kullanımı, yenilebilir renkli çiçek, bambu yaprağı, *wasabi* ve *kimchi* gibi uzak doğu kültürü ile özdeşleşmiş ürünlerin tabaktaki kullanımı yerellik ve uzak doğu mutfağına duyulan bağlılığı göstermektedir.

**Saku**



**Gösterge:** Bir adet nigiri servisi

**Gösteren:** Sushi tabağı

**Gösterilen:** *Nigiri* sushi pirinci ve genellikle üzerinde somon bulunan bir sushi çeşididir. Uzak doğu restoranlarında genellikle çoklu olarak servis edilmelerine rağmen burada tek başına servis edilmesi ürünün kendisine odaklanmamızı sağlamıştır. Üzerinde son zamanlarda modern mutfaklarda oldukça popüler olan *mikrofilizlerle* ve şiniklav ile servis edilmesi yine modern bir görüntü ve lezzet hissi vermektedir. Alışılmış nigirilerden farklı olarak üzerinden bir sos aktığı görülmekte olup, restoranın uzak doğu mutfak kültürünü kendisine göre yeniden yorumladığı izlenimini vermektedir.



**Sankai By Nagaya**



**Gösterge:** Beş çeşit nigiri servis edilen tabak  
**Gösteren:** Sushi tabağı  
**Gösterilen:** Uzak Doğu mutfuğunun sadeliğini yansıtan tabak, üzerinde beş farklı balık cinsinden hazırlanmış nigiri çeşidi klasik sushi ile karşımızda durmaktadır. Tabakta *shiso* yaprakları ve *kimchi* gibi Uzak Doğu mutfuğunun öne çıkan ürünlerinin kullanımı tabakta bir renk uyumu yaratmasının yanında restoranın etnik ürünleri kullanarak bu kültürü ön plana çıkarma gayretini göstermektedir.

**Zuma Bodrum**



**Gösterge:** Çeşitli deniz ürünlerinin ve rengarenk sushi çeşitlerinin buz üzerinde bir arada sunulduğu şık bir tabak  
**Gösteren:** Sushi tabağı  
**Gösterilen:** *Daykon turbu*, klasik sushi çeşitleri, *wasabi* ve *kimchi* gibi Uzak doğu mutfuğuna ait gastronomik ürünlerin kullanılmasının yanında Bodrum ile özdeşleşmiş bir meyve olan *satsumanın* da hem lezzet hem görsellik amacıyla tabakta kullanıldığı görülmektedir. Özellikle bulunduğu bölgenin simgesi haline gelmiş bir ürün olan satsumanın kullanımı, işletmenin bulunduğu destinasyonun da yerelliğine ve markalaşmasına verdiği önemi göstermektedir.

**Zuma İstanbul**



**Gösterge:** Uyumlu renklerle hazırlanmış, çeşitli deniz ürünlerinin ve sushi çeşitlerinin yer aldığı tabak  
**Gösteren:** Sushi tabağı  
**Gösterilen:** *Bambu* yaprağı, *wasabi*, *kimchi*, klasik sushi çeşitleri (maki, nigiri ve sashimi) gibi uzak doğu mutfak kültürünü yansıtan bir tabak. Tabakta *tempura* hamuruyla kızarmış makilerin bulunması *çağdaş* uzak doğu mutfak kültürünü benimsediklerini göstermektedir.

Yapılan semiyotik analiz sonuçlarına göre, Türkiye'deki Uzak Doğu restoranlarının sushi tabaklarında kullanılan unsurların derinlemesine incelenmesiyle, her bir öğenin Uzak Doğu kültüründe taşıdığı özel anlamlar ortaya çıkarılmıştır. Örneğin, Akira Back'in sunumu incelendiğinde, tabaklarda kullanılan perilla yaprağı, bambu yaprağı ve yenilebilir sarı çiçek gibi unsurların, Uzak Doğu mutfuğunun doğallığını, sadeliğini ve doğa ile uyumu simgelediği gözlemlenmiştir. Yenilebilir çiçekler, Uzak Doğu mutfuğunda yemeklerin görsel estetiğini artırmanın yanı sıra lezzet profilini zenginleştirme, geleneksel ve kültürel değerlerle birleştirme ve şeflere yaratıcı bir oyun alanı sunma gibi çeşitli önemli roller üstlenirler.

Banyan'ın tercih ettiği kızarmış maki rolleri ise, Uzak Doğu mutfuğunun geleneksel pişirme tekniklerine vurgu yaparak, sade ve lezzet odaklı bir yaklaşımı temsil etmektedir. İnari Omakase'nin sunumunda ise, yenilebilir çiçek kullanımı ve yerel ürün vurgusu dikkat çekerken, bu unsurların modernizmi ve yenilikçiliği simgelediği görülmüştür. Itsumi'nin minimalizmi ve geleneksel sembollerle sade sunumu ise, Uzak Doğu mutfuğunun zarafetini ve sadeliğini yansıtmaktadır. Nobu'nun kalabalık sushi tabağı, görsel açıdan zengin bir deneyim sunarken, Roka'nın çiğ balıklar, havyar ve yerel ürünlerin kullanımıyla zenginlik vurgusu yapılmıştır. Sankai by Nagaya'nın klasik sushi sunumu ise, sade ve şık bir estetiği temsil ederken, Zuma Bodrum ve Zuma İstanbul'un yerel malzemelerin kullanımıyla yerellik ve moderniteyi bir araya getirerek görsel ve lezzet

açısından zengin tabaklar sunması, Uzak Doğu mutfağının evrilişini ve çeşitliliğini yansıtmaktadır. Bu detaylı analiz, Uzak Doğu restoranlarının sadece lezzet sunumu değil, aynı zamanda görsel estetik, yerel kültür ve modernizm gibi unsurları da ön plana çıkardığını göstermektedir. Her bir restoranın tercih ettiği sunum tarzı ve kullanılan malzemeler, Uzak Doğu mutfağının zenginliğini ve çeşitliliğini göstermektedir.

## Sonuç ve Öneriler

Yapılan semiyotik analiz, 2024 Michelin Rehberi'nde yer alan, Türkiye'de hizmet veren Uzak Doğu restoranlarının sushi tabaklarının görsel sunumlarının çeşitlilik arz ettiğini ve bu çeşitliliğin sadece lezzet değil, aynı zamanda görsel estetik ve yerel kültür unsurlarını ön plana çıkaran bir yaklaşımı yansıttığını göstermektedir. Çinay ve Sezerel (2020)'nin “*yemeğin sunumu, onu basit bir yemekten daha fazlası haline getirir ve çeşitli anlamlarla doldurur. Bu durumda yemek, ideolojik bir boyut kazanır ve insanların değerlerini, inançlarını ve kültürel kimliklerini yansıtan bir sembol haline gelir*” yorumundna yola çıkarak, restoranların, Uzak Doğu mutfağının zenginliğini ve evrilişini ortaya koyarken, görsel estetikle birlikte geleneksel ve modern unsurları başarıyla bir araya getirdiği yorumu yapılabilmektedir. Bu çözümleme, gastronomik deneyimin sadece lezzetle sınırlı olmadığını, aynı zamanda görsel sunumun ve kültürel unsurların da önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Restoranların sushi tabaklarındaki görsel çeşitlilik, Uzak Doğu mutfağının Türkiye'deki temsilinde çeşitli perspektiflerin bulunduğunu göstermekte ve bu çeşitliliğin gastronomi tutkunlarına zengin bir deneyim sunma potansiyelini yansıtmaktadır.

Özmen (2022), “*Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi*” adlı çalışmasının sonuçlarında moleküler gastronomi yöntemi ile hazırlanmış tabaklara katılımcıların yorumlarının “*iştah açıcı, lüks, az porsiyon*” şeklinde olduğu belirtilmiştir. Bu çalışmada da benzer şekilde sushi tabaklarında kullanılan havvyar, yenilebilir çiçek ve farklı renklerde ve kesimlerde sunulan balıkların ön planda olduğu restoranlar lüks, iştah açıcı şeklinde yorumlanmıştır.

Chacko tarafından 2019 yılında Miyazaki filmlerinde gösterilen yemeklerin semiyotik analizinin incelendiği çalışmada, filmler, yiyecekleri farklı yönleriyle ele alırlar, ancak sonuç olarak, yiyeceğin sadece beslenme amacıyla hizmet etmediği anlayışı altında bir şemsiye altında toplanır. Çalışmada yiyeceklerin semiyotiği şöyle açıklanır: “*Yiyeceklerle ilgili kesin bir şey varsa, o da yiyeceğin sadece yiyecek olmadığıdır... Post-yapısalcı metin gibi, yiyecek sonsuz şekilde yorumlanabilir; bir hediye, tehdit, zehir, karşılık, takas, baştan çıkarma, dayanışma, boğma olarak.*” Bu açıklama aracılığıyla, insanlar yiyeceğin artık sadece geçim ve beslenme amacıyla hizmet etmediğini anlarlar. Bunun yerine, yiyecek kültürün, değerlerin ve duyguların bir göstergesi haline gelir. Çalışmada geçen Spirited Away filminin incelemesinde; sebzeler, sağlık, alçakgönüllülük, hayvan sevgisi gibi anahtar kelimeler aracılığıyla temsil edilen bir sistem içinde işlev görmektedir. Ayrıca domuz etinin ve büyük porsiyonların insanları benliklerinden uzaklaştırıp aç gözlülüğe sevk edildiği işlenmektedir. Bu çalışmadan yola çıkılarak incelenen Uzak Doğu restoranlarının sushi tabaklarında yiyeceklerin choptick ile yenilebilecek boyutta olması ve işlenmiş gıdadan ziyade taze çiğ balık, sebze ve yenilebilir çiçeklerin ön planda olması Uzak Doğu Mutfağı kültürünün insancıl ve sağlıklı yönünü ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın bulguları ışığında, gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik çeşitli önerilerde bulunmak mümkündür. Öncelikle, Uzak Doğu restoranlarının görsel semiyotik analizi genişletilebilir. Farklı ülkelerde veya Michelin Rehberi'nde yer alan diğer Uzak Doğu restoranları da incelenerek daha kapsamlı bir sonuç elde edilebilir. Bu çalışmada sadece sushi tabaklarına odaklanılmış olup, gelecek araştırmalarda restoranların genel menüsündeki çeşitliliğin semiyotik analizi daha kapsamlı bir perspektif sunabilir. Sadece sushi tabakları üzerinden değil, menülerin genelinde bulunan diğer yemeklerin semiyotik analizi de gerçekleştirilebilir. Bu, restoranların bütünsel bir görsel dil oluşturmadaki yaklaşımlarını daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Uzak Doğu mutfağının Türkiye'deki temsilini inceleyen bu çalışmanın ardından, farklı kültürlerin gastronomik etkileşimlerini araştıran geniş kapsamlı bir çalışma yapılabilir. Bu, kültürler arası iletişim ve yeme-içme alışkanlıklarının birleşimini daha derinlemesine anlamamıza olanak tanyacaktır. Restoranlara dair çevrimiçi yapılan müşteri yorumları, sosyal medya paylaşımları gibi verilerin incelenmesi, görsel sunumların algılanma ve yorumlanma şekillerini daha derinlemesine anlamamıza katkı sağlayabilir.

## Kaynakça

Aguirre, J. ve Andrade, L. (2013). Students Perception of The 21st Century Chefs. Pasos. *Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 11(2), 417-425.

Balıkçioğlu, A. (2020). *Michelin yıldızı nedir? Nasıl ortaya çıktı?* Erişim tarihi: 20 Aralık 2023, <https://iyikigormusum.com/michelin-yildizi-nedir-nasil-ortaya-cikti>

- Barthes, R. ve Yücel, T. (2008). *Göstergeler imparatorluğu*. Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve Göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Bouzida, F. (2014). The Semiology Analysis İn Media Studies: Roland Barthes Approach. In *International Conference On Social Sciences And Humanities*, 8(11).
- Bulut, S. H. (2021). Gastronomi Evreninde Codex Seraphinianus: Semiyotik Bir İnceleme. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 7(1), 182-193.
- Cankül, D. ve Kol, A. (2022). Uzakdoğu Mutfağı Konseptli Restoranları Tercih Eden Tüketicilerin Neofili Düzeylerinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 456-467.
- Chacko, C. M. (2019). More Than Just A Bowl of Ramen: Studio Ghibli's Food of Semiotic Significance. *HEB*, 3(1), 37-42.
- Chandler, D. (1994). *Semiotics for beginners*. London and New York: Routledge.
- Chandler, D. (2007). *Semiotic the basics: second edition*. London and New York: Routledge.
- Coff, C. (2013). A Semiotic Approach To Food And Ethics In Everyday Life. *Journal Of Agricultural And Environmental Ethics*, 26, 813-825.
- Constantin, Ş. (2012). Gastronomic Traditions And Eating Habits İn The Far East. *Cactus Tourism Journal*, 3 (2), 54-60.
- Çınay, H. H. ve Sezerel, H. (2020). Ferzan Özpetek Filmlerinde Gösterge Olarak Yemek: Mine Vaganti/Serseri Mayınlar Üzerine Bir İnceleme (Food as a Sign in Ferzan Özpetek's Films: An Analysis on Mine Vaganti). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(1), 111-136.
- Danesi, M. (2002). *Understanding media semiotics*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Deely, J. (1990). Sign, Text, And Criticism As Elements Of Anthropeosemiosis. *American Journal Of Semiotics*, 7(4), 41.
- Demirel, G. ve Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal Medyada Yemek Fotoğraflarının Kimlik İnşası Bağlamında Tüketimi: Instagram Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 236-259
- Deprawt, W. (2002). *From "Evil Empire" To "Extremism": Exploring Enemy Images And Otherness İn American News Media*. Unpublished Master's Thesis, Georgetown University, Washington Dc.
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington, IN: Indiana University Press/London: Macmillan.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Johnson, C., Surlemont, B., Nicod, P. and Revaz, F. (2005). Behind The Stars: A Concise Typology Of Michelin Restaurants İn Europe. *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 170-187.
- Juniper, A. (2011). *Wabi sabi: The Japanese art of impermanence*. Tuttle Publishing.
- Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'in Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 25-36.
- Kwan, P. Y. ve Bal, Ç. Ö. G. Ö. Duygusal Olarak Uzun Ömürlü Tasarım İçin Japon Sanatı ve Estetiğini Keşfetmek Öz. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 100, Ocak 2020, S. 517-529
- Kwon, D. Y. (2015). What İs Ethnic Food? *Journal Of Ethnic Foods*, 2(1), 1.
- Mandl, M. (2016). Food Culture in East Asia: An Enquiry into the Culinary Regionality of East Asian Eating and Drinking. *East Asian Economy and Society*.
- Michelin Rehberi. (2020). *Restoranlar*. Erişim tarihi: 20 Aralık 2023, <https://guide.michelin.com/tr/tr/restaurants>.
- Ottbacher, M. and Harrington, R. J. (2007). The İnnovation Development Process Of Michelin-Starred Chefs. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 444-460.

- Özmen, N. (2022). Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semiyotik) Tekniği ile İncelenmesi. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 421-430.
- Parasecoli, F. (2011). Savoring Semiotics: Food İn Intercultural Communication. *Social Semiotics*, 21(5), 645-663.
- Tian, R. G. Tian, K., Dandan, Z. and Wang, C. H. (2018). Food culture in China: From social political perspectives. *Trames: A Journal of the Humanities and Social Sciences*, 22(4), 345-364.
- Zengin, M. O. (2011). Uzakdoğu Felsefesi Işığında Yay Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| İstanbul University Faculty Of Communication Journal, (40), 67-86.