



Araştırma Makalesi (Research Article)

Dijital gastronomi literatürünün sistematik analizi: Dijital gastronomi teknolojileri, gastronomide teknolojik dönüşüm ve dijital gastronomi deneyimi

A systematic analysis of the digital gastronomy literature: Digital gastronomy technologies, technological transformation in gastronomy and the digital gastronomy experience

Emrah ÖZTÜRK^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-6523-7645)

¹Düzce Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Düzce Türkiye

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı dijital gastronomi alanında gerçekleştirilen akademik çalışmaları sistematik literatür incelemesi yöntemi kullanarak analiz etmek ve literatürde öne çıkan araştırma eğilimlerini ortaya koymaktır.

Yöntem: Araştırma sistematik literatür incelemesi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması Web of Science (WoS) ve Scopus veri tabanlarında yapılmış ve elde edilen çalışmalar PRISMA yaklaşımı doğrultusunda değerlendirilmiştir. Belirlenen çalışmalar içerik analizi tekniği kullanılarak literatürde öne çıkan temalar ortaya konulmuştur. Analiz sonucunda toplam 17 akademik çalışma araştırma kapsamına dâhil edilmiştir.

Bulgular: Araştırma bulguları dijital gastronomi literatürünün üç temel tema etrafında şekillendiğini göstermektedir. Bu temalar dijital gastronomi teknolojileri, gastronomide teknolojik dönüşüm ve dijital gastronomi deneyimi olarak sınıflandırılmıştır.

Tartışma: Araştırma dijital gastronomi alanının disiplinler arası bir yapıya sahip olduğunu ve gastronomi alanındaki teknolojik dönüşümlerin üretim süreçlerinden gastronomi deneyimlerine kadar geniş bir alanda önemli etkiler oluşturduğunu göstermektedir. Bu çalışma dijital gastronomi literatürünü sistematik biçimde analiz ederek alanın mevcut durumunu ortaya koymakta ve gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalar için bir araştırma gündemi sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Gastronomi, Gastronomi Teknolojileri, Gastronomi Deneyimi, Sistematik Literatür İncelemesi

Abstract

Purpose: The aim of this study is to analyze academic research conducted in the field of digital gastronomy by employing a systematic literature review method and to identify the prominent research trends in the literature.

Design/methodology/approach: The study was conducted using the systematic literature review methodology. The literature search was carried out in the Web of Science (WoS) and Scopus databases, and the retrieved studies were evaluated in accordance with the PRISMA approach. The selected studies were examined using the content analysis technique, and the main themes emerging in the literature were identified. As a result of the analysis, a total of 17 academic studies were included within the scope of the research.

Results: The results indicate that the digital gastronomy literature is structured around three main themes. These themes are classified as digital gastronomy technologies, technological transformation in gastronomy, and the digital gastronomy experience.

Discussion: The study demonstrates that digital gastronomy has an interdisciplinary structure and that technological transformations in gastronomy have significant impacts across a broad spectrum, ranging from production processes to gastronomic experiences. By systematically analyzing the digital gastronomy literature, this study reveals the current state of the field and presents a research agenda for future studies.

Keywords: Digital Gastronomy, Gastronomy Technologies, Gastronomy Experience, Systematic Literature Review

Giriş

Son yıllarda dijital teknolojilerde yaşanan hızlı gelişmeler, gastronomi alanında üretim, sunum ve tüketim süreçlerinin yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Yapay zekâ, büyük veri analitiği, robotik sistemler, üç boyutlu yazıcılar ve nesnelerin interneti gibi teknolojilerin mutfak uygulamalarına entegre edilmesiyle birlikte gastronomi alanında yeni bir araştırma alanı ortaya çıkmıştır. Literatürde dijital gastronomi olarak adlandırılan bu yaklaşım, mutfak üretim süreçlerinin dijital araçlar ve hesaplamalı yöntemlerle yeniden tasarlanmasını ifade eden disiplinlerarası bir alan olarak tanımlanmaktadır (Zoran ve Coelho, 2011).

*Sorumlu yazar: emrahozturk@duzce.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2026.702

Dijital gastronomi kavramı, geleneksel mutfak pratiklerinin tamamen otomatik sistemlerle ikame edilmesini değil, aksine dijital teknolojilerin şeflerin yaratıcı kapasitesini destekleyen araçlar olarak kullanılmasını öngören insan merkezli bir yaklaşım üzerine temellenmektedir. Bu yaklaşım kapsamında robotik mutfak sistemleri, dijital üretim teknolojileri ve algoritmik tarif tasarımı gibi uygulamalar gastronomik üretim süreçlerine yeni bir boyut kazandırmaktadır (Mizrahi vd, 2016). Özellikle üç boyutlu gıda yazıcıları, lazerle pişirme teknikleri ve robotik pişirme sistemleri, yemek tasarımında daha önce mümkün olmayan düzeyde hassas kontrol ve çeşitlilik sağlayabilmektedir.

Dijital gastronomi alanındaki araştırmalar yalnızca mutfak üretim teknolojileri ile sınırlı değildir. Aynı zamanda gastronomi deneyimlerinin dijital platformlar aracılığıyla sunulması, büyük veri analitiği ile tüketici davranışlarının analiz edilmesi ve gastronomi turizminin dijital ortamda yeniden yapılandırılması gibi konular da bu alanın önemli araştırma başlıkları arasında yer almaktadır. Örneğin çevrim içi deneyim platformlarında gerçekleştirilen araştırmalar, dijital güven sinyallerinin ve görsel unsurların gastronomi deneyimi rezervasyonlarını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (Liu, Wei, ve Rahman, 2025). Bununla birlikte dijital gastronomi literatürü incelendiğinde, çalışmaların büyük ölçüde belirli teknolojik uygulamalara veya kavramsal tartışmalara odaklandığı görülmektedir. Alanın henüz gelişmekte olan bir araştırma sahası olması nedeniyle, dijital gastronomi çalışmalarını bütüncül biçimde ele alan ve literatürdeki eğilimleri sistematik olarak ortaya koyan araştırmaların sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle dijital üretim teknolojileri, insan-bilgisayar etkileşimi ve dijital gastronomi deneyimleri gibi farklı araştırma yönelimlerinin literatürde nasıl konumlandığını ortaya koyan sistematik analizlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel problemi, dijital gastronomi alanında gerçekleştirilen akademik çalışmaların hangi temalar etrafında yoğunlaştığını ve alanın teorik gelişiminin nasıl şekillendiğini ortaya koyan sistematik değerlendirmelerin sınırlı olmasıdır. Literatürde yer alan çalışmaların büyük bölümü belirli teknolojik uygulamalara odaklanmakta, ancak alanın genel araştırma eğilimlerini ve kavramsal gelişimini bütüncül biçimde değerlendiren çalışmalar sınırlı kalmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, dijital gastronomi alanında gerçekleştirilen akademik çalışmaları sistematik literatür incelemesi yöntemiyle analiz ederek alanın gelişim sürecini, temel araştırma temalarını ve literatürde öne çıkan eğilimleri ortaya koymaktır. Bu kapsamda Web of Science ve Scopus veri tabanlarında yer alan çalışmalar incelenerek dijital gastronomi araştırmalarının hangi kavramsal çerçeveler etrafında geliştiği, hangi teknolojilerin öne çıktığı ve gastronomi deneyimi üzerindeki etkilerinin nasıl ele alındığı analiz edilmektedir. Böylece çalışma, dijital gastronomi literatürüne bütüncül bir perspektif sunarak alanın gelecekteki araştırma yönelimlerine ilişkin öneriler geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Dijital teknolojilerin gastronomi alanına entegrasyonu, mutfak üretim süreçlerinin yanı sıra gastronomi deneyimi, tüketici davranışı ve gastronomi kültürünün dönüşümü gibi çok boyutlu etkiler yaratmaktadır. Dijital gastronomi literatürü incelendiğinde çalışmaların genel olarak (1) dijital gastronomi teknolojileri, (2) gastronomide teknolojik dönüşüm ve (3) dijital platformlar ve gastronomi deneyimi olmak üzere üç temel araştırma eksenini etrafında yoğunlaştığı görülmektedir.

Dijital Gastronomi Kavramı

Dijital gastronomi, pişirme süreçlerinin otomasyonunun yanında tüm gıda süreci boyunca yaratıcılığı, hassasiyeti ve etkileşimi genişletmek amacıyla hesaplamalı teknolojileri, mutfak uygulamaları ve gıda ile ilgili deneyimlere entegre eden insan odaklı bir araştırma ve tasarım alanı olarak tanımlanmaktadır (Serra vd. 2026). Dijital gastronomi, hesaplamalı araçların geleneksel mutfaklara entegre edilmesi yoluyla yemek pişirme ve yeme deneyimini geliştirme ve gastronomi sanatlarındaki dönüşümü ifade etmektedir (Kumari, Chandra ve Shukla, 2026). Dolayısıyla dijital gastronomi kavramı, gastronomi ile dijital teknolojilerin kesişiminde ortaya çıkan disiplinlerarası bir araştırma alanını ifade etmektedir. Dijital gastronomi kavramının erken dönem çalışmalarından biri olan Cornucopia yaklaşımı, dijital teknolojilerin mutfak süreçlerine entegre edilmesiyle gastronomide yeni bir tasarım alanının ortaya çıkabileceğini ileri sürmektedir. Cornucopia projesi kapsamında geliştirilen Robotik Şef, Dijital Üretici ve Usta Karıştırıcı gibi kavramsal araçlar, mutfak teknolojilerinin geleceğine ilişkin önemli bir vizyon sunmaktadır. Bu yaklaşım gastronomiyi yalnızca yemek hazırlama süreci olarak değil, aynı zamanda dijital tasarım, mühendislik ve insan-bilgisayar etkileşimi alanlarının kesişiminde yer alan disiplinlerarası bir araştırma alanı olarak ele almaktadır (Zoran ve Coelho, 2011).

Dijital gastronomi; mutfak uygulamaları, gıda bilimi, bilgisayar mühendisliği ve insan-bilgisayar etkileşimini bir araya getirerek, akıllı dijital ekosistemler aracılığıyla yemek süreçlerini zenginleştirmeyi, kişiselleştirmeyi ve analiz etmeyi amaçlamaktadır (Zoran, 2019; Zoran, 2025). Dijital gastronomi alanının kuramsal temelleri

incelendiğinde bu yaklaşımın moleküler gastronomi ve modernist mutfak hareketleriyle yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Moleküler gastronomi çalışmaları, gastronomi süreçlerinin bilimsel yöntemlerle incelenmesine olanak sağlamış ve gastronomi ile bilimsel araştırma arasındaki etkileşimi güçlendirmiştir (This, 2006). Benzer şekilde McGee (2004), yemek pişirme süreçlerinde meydana gelen fiziksel ve kimyasal dönüşümlerin anlaşılmasının, yiyeceklerin özelliklerini ve pişirme tekniklerini bilimsel temelde açıklamada önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, gastronomide bilimsel bilgi ile uygulamanın bütünleşmesine katkı sağlamış ve modern gastronomik yeniliklerin gelişmesi için önemli bir bilimsel temel oluşturmuştur. Böylece bilimsel yaklaşım daha sonra dijital teknolojilerin gastronomiye entegre edilmesi için önemli bir teorik zemin oluşturmuştur. Dolayısıyla dijital gastronomi de hem tüketiciye yönelik platformları hem de deneysel mutfak-teknoloji sistemlerini kapsamaktadır (Serra vd. 2026). Öte yandan yapay zekâ, derin öğrenme ve robotik teknolojilerin entegrasyonu, yapay zeka destekli lezzet profillemeye, tarif oluşturma, akıllı gıda güvenliği izleme ve robotik hizmet sunumu gibi uygulamalar aracılığıyla gastronomi alanını giderek dönüştürmektedir (Arici ve Çalışkan, 2026). Böylece gastronomi sektörü yapay zekâ, veri analitiği ve hesaplamalı tasarım teknolojilerinin yönlendirdiği hızlandırılmış bir dijital dönüşüm sürecinden geçmektedir. Dolayısıyla gastronomi alanında yapay zekâ, artık yalnızca menü mühendisliği veya tüketici tercihlerinin tahminiyle sınırlı kalmamakta, giderek görsel konseptler oluşturmak, alternatif tabak kompozisyonlarını keşfetmek ve estetik deneyleri desteklemek amacıyla da kullanılmaktadır (Demir ve Arman, 2026). Nitekim sosyal medya, kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin üretilmesine ve paylaşılmasına olanak sağlamakta ve benzer şekilde gastronomi kültürünün unsurlarının dijital ortamlarda belgelenmesi, paylaşılması ve geniş kitlelere ulaştırılması, gastronomik mirasın korunmasına yönelik yeni olanaklar sunmaktadır (Ramazanova, Cardoso ve Freitas, 2022). Bu bağlamda literatür, dijital gastronomi kavramının yalnızca üretim teknolojileriyle sınırlı olmadığını hesaplamalı tasarım, yapay zekâ, robotik sistemler, dijital iletişim, sosyal medya ve gastronomi deneyimleri gibi birbiriyle ilişkili boyutları kapsayan çok disiplinli bir araştırma alanı olarak geliştiğini göstermektedir. Bu çalışmada da “dijital gastronomi” kavramı, dijital ve hesaplamalı teknolojilerin gastronomik üretim, tasarım, eğitim, iletişim ve deneyim süreçlerine uygulanmasını ve bu süreçlerle etkileşimini ifade eden disiplinlerarası bir araştırma alanı olarak ele alınmaktadır. Kavram, yalnızca mutfak süreçlerinin otomasyonu veya yiyecek-içecek işletmelerinde dijital teknolojilerin kullanılmasıyla sınırlandırılmamaktadır. Bunun yerine hesaplamalı yöntemler, dijital üretim araçları, yapay zekâ, robotik sistemler, 3D gıda yazdırma ve diğer dijital teknolojilerin gastronomik uygulamalarla bütünleşmesini kapsamaktadır.

Dijital Gastronomi Teknolojileri

Dijital gastronomi literatürünün önemli bir bölümü dijital üretim teknolojilerinin mutfak süreçlerine entegrasyonuna odaklanmaktadır. Özellikle üç boyutlu gıda yazıcıları, robotik mutfak sistemleri ve algoritmik yemek tasarımı gibi teknolojiler gastronomi alanında önemli yenilikler ortaya çıkarmaktadır (Mizrahi, Lachnish ve Zoran, 2023). Mizrahi ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen çalışmalar, dijital üretim teknolojilerinin gastronomik üretim süreçlerinde kullanılabileceğini gösteren öncü araştırmalar arasında yer almaktadır. Bu araştırmalarda geliştirilen hibrit mutfak yaklaşımı, dijital üretim araçları ile geleneksel mutfak tekniklerinin birlikte kullanılmasını öngörmektedir (Mizrahi vd., 2016). Bu yaklaşım kapsamında geliştirilen hibrit tarifler, yemek tariflerinin sabit talimatlar yerine parametrik yapılar olarak tasarlanmasını mümkün kılmaktadır. Böylece aynı tariften çok sayıda farklı varyasyon üretilebilmekte ve gastronomik üretim süreçlerinde kişiselleştirme imkânı artmaktadır (Zoran, 2019; Mizrahi vd., 2023).

Dijital gastronomi alanındaki daha güncel çalışmalar, robotik sistemlerin gastronomik üretim süreçlerinde kullanılabileceğini göstermektedir. Mizrahi ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen araştırmada geliştirilen robotik mutfak sistemi ve çok çözünürlüklü üç boyutlu hamur yazıcısı sayesinde gastronomik üretim süreçlerinin daha hassas ve kontrollü biçimde tasarlanabildiği ortaya konmuştur. Araştırma sonuçları, parametrik yemek tasarım araçları kullanılarak bir tariften teorik olarak çok sayıda yemek varyasyonunun üretilebileceğini göstermektedir (Mizrahi vd., 2023). Öte yandan dijital gastronomi, mutfak sanatlarında dönüştürücü bir paradigma olarak ortaya çıkmaktadır. Geleneksel pişirme yöntemlerini ileri düzey dijital teknolojilerle birleştirerek, yemek pişirme süreçlerine hesaplamalı yetenekler kazandırmaktadır (Zoran, 2019).

Dijital gastronomi literatüründe öne çıkan bir diğer teknoloji ise üç boyutlu gıda yazdırma sistemleridir. Bu teknolojiler yemeklerin şekil, doku ve besin değerlerinin hassas biçimde kontrol edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen çalışmalar, üç boyutlu gıda yazdırma teknolojisinin gastronomi alanında giderek daha fazla araştırma konusu hâline geldiğini göstermektedir (Sun vd., 2015; Liu vd., 2025). Özellikle üç boyutlu yazdırma teknolojileri, kişiselleştirilmiş beslenme ve gastronomik tasarım alanlarında önemli fırsatlar sunmaktadır (Zoran ve Coelho, 2011). Bu gelişmeler dijital üretim teknolojilerinin gastronomi

alanında yalnızca teknik bir yenilik olmadığını, aynı zamanda gastronomik yaratıcılık ve gastronomi tasarımı açısından yeni bir paradigma oluşturduğunu göstermektedir (Zoran, 2025).

Gastronomide Teknolojik Dönüşüm

Dijital üretim, gelişmiş araçlar ve yöntemlerle mutfak sanatlarını dönüştürmeye devam ederken, dijital gastronomi, bu teknolojik ilerlemeleri yemek yapmanın zengin gelenekleri ve sanatsal boyutuyla bütünleştiren tamamlayıcı bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital gastronominin temelinde, insan-bilgisayar etkileşimine dayalı hibrit mutfak modeli yer almaktadır. Bu model, geleneksel zanaatları hesaplamalı araçlarla birleştirmektedir (Zoran vd., 2014; Zoran, 2025). Bu yaklaşım, dijital teknolojilerin gastronomi alanında tamamen otonom sistemler oluşturmak yerine şeflerin yaratıcı süreçlerini destekleyen araçlar olarak kullanılmasını savunmaktadır (Mizrahi vd., 2016).

Mizrahi ve arkadaşları tarafından geliştirilen hibrit gastronomi yaklaşımı, manuel ve dijital üretim süreçlerinin birlikte kullanıldığı bir mutfak modeli önermektedir (Mizrahi vd., 2016). Bu modelde dijital üretim araçları şeflerin yemek tasarımı sürecinde kullanabilecekleri parametrik tasarım araçları olarak işlev görmektedir. Böylece şefler yemeklerin tat, doku ve estetik özelliklerini daha hassas biçimde kontrol edebilmektedir. Benzer şekilde Zoran tarafından geliştirilen hesaplamalı pişirme yaklaşımı, mutfağı bir insan-bilgisayar etkileşimi alanı olarak ele almaktadır (Zoran, 2019). Bu yaklaşımda gastronomik üretim süreci şef, bilgisayar sistemleri ve tüketiciler arasındaki etkileşimsel bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Bu durum gastronomik üretim sürecinin yalnızca teknik bir faaliyet olmaktan çıkarak çok katmanlı bir etkileşim alanına dönüşmesine yol açmaktadır.

Öte yandan bu yaklaşımın daha ileri bir aşaması olarak geliştirilen Dijital Gastronomi 2.0 modeli ise yapay zekâ destekli mutfak sistemlerinin gastronomik üretim süreçlerinde kullanılabileceğini ileri sürmektedir. Bu modelde yapay zekâ sistemleri gastronomik üretim süreçlerinde şeflere yardımcı olan bir tasarım aracı olarak kullanılmakta ve yemek tasarımının algoritmik olarak optimize edilmesine katkı sağlamaktadır (Zoran, 2025). Bununla beraber yapay zekânın gastronomi eğitiminde kullanımının (operasyonel verimliliği artırma, profesyonel standartların korunması, akademik ve mesleki bağlılıkları artırma vb.) birçok açıdan olumlu etkiye neden olduğu yapılan araştırma sonuçlarında yer almaktadır (Cifci, Taspınar ve Rather, 2024; Castillo-Ortiz, Villar-Patiño ve Guevara-Martínez, 2024; Boz ve Ahmetoğulları, 2025).

Dijital Platformlar ve Gastronomi Deneyimi

Günümüzde geleneksel yöntemlerden dijital platformlara doğru bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bu dijital dönüşüm, gastronomi sektöründe hızlı sonuçlar sağlaması nedeniyle büyük önem taşımaktadır (Jashari ve Reshidi, 2024). Dolayısıyla dijitalleşme, özellikle görselliğin ve deneyimsel paylaşımın merkezde olduğu gastronomi gibi alanlarda, sosyal medyayı gündelik yaşamı etkileyen temel bir alan hâline dönüştürmüştür (Bayhan ve Özdemir Yaman, 2025). Özellikle yiyecek görselleri, mutfak faaliyetleri ve yerel kültürel unsurların görüntüleri, destinasyonların gastronomilerini tanıtmak için hem dijital platformlarda hem de geleneksel araçlarda standart birer tanıtım aracı haline gelmiştir. Ancak bu görsel sunumlar, her zaman tanıtılan yemeklerin otantik özelliklerini yansıtmakta başarılı olamamaktadır. Bu nedenle deneyim odaklı faaliyetlere yönelimin arttığı günümüzde gastronomi; tat, otantiklik ve anlamın birleştiği deneyimsel bir anlatıya dönüşmektedir (Homeghi, Ivasciuc ve Ispas, 2025). Bu bağlamda dijital teknolojilerin gastronomi alanındaki etkileri yalnızca mutfak üretim süreçleri ile sınırlı değildir. Dijital platformların gelişmesi gastronomi deneyimlerinin pazarlanma ve tüketilme biçimlerini de önemli ölçüde değiştirmiştir (Ingrassia vd., 2022; Demir ve Bertan, 2023; Picazo vd. 2025; Özkan Önem Aydın ve İnan, 2025).

Gerçekleştirilen araştırmalar, çevrim içi platformların gastronomi turizmi ve gastronomi deneyimleri üzerinde önemli etkiler yarattığını göstermektedir. Liu vd., (2025) tarafından gerçekleştirilen araştırmada Airbnb Experiences platformunda gastronomi deneyimi rezervasyonlarını etkileyen faktörler analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, dijital güven sinyallerinin ve görsel ipuçlarının tüketicilerin gastronomi deneyimi rezervasyon kararları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir (Liu vd., 2025). Benzer şekilde Bayhan ve Özdemir Yaman, (2025) kadın influencerların, gastronomik içerik üreticileri rolünü üstlenerek mutfak bilgisini yaydıklarını, mekân tanıtımı yaptıklarını ve kişisel anlatılarla birlikte kültürel mirası paylaştıklarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla dijital teknolojilerin turizm ve gastronomi alanındaki etkilerini inceleyen çalışmalar da benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Bazı araştırmalar, dijital teknolojilerin turizm deneyimlerinin üretim ve tüketim süreçlerini köklü biçimde dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır (Akar, Ögel ve Medetoğlu, 2024; Salim, vd. 2025). Bu bağlamda gastronomi deneyimleri de dijital platformlar aracılığıyla küresel ölçekte erişilebilir hâle gelmektedir (Bayhan ve Özdemir Yaman, 2025). Bununla birlikte dijitalleşmenin gastronomi kültürü üzerinde bazı riskler de barındırdığı ifade edilmektedir. Dijital

platformların gastronomik deneyimleri standartlaştırma potansiyeli, yerel gastronomi kültürlerinin özgünlüğünün azalmasına yol açabileceği yönünde tartışmalara neden olmaktadır (Ishak ve Abdull Rahman, 2022).

Literatür incelendiğinde dijital gastronomi alanındaki çalışmaların büyük ölçüde belirli teknolojik uygulamalar veya kavramsal tartışmalar üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte alanın genel araştırma eğilimlerini ortaya koyan sistematik literatür incelemelerinin sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle dijital gastronomi teknolojileri, gastronomide teknolojik dönüşüm ve dijital gastronomi deneyimleri gibi farklı araştırma alanlarının literatürde nasıl konumlandığını bütüncül biçimde analiz eden çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu nedenle dijital gastronomi alanındaki akademik çalışmaların sistematik literatür incelemesi yöntemiyle analiz edilmesi, alanın teorik gelişimini ve gelecekteki araştırma yönelimlerini ortaya koymak açısından önemli bir katkı sağlayacaktır.

Yöntem

Bu araştırma, dijital gastronomi alanındaki akademik çalışmaların kapsamlı biçimde değerlendirilmesini amaçlayan sistematik literatür incelemesi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. “Sistematik literatür incelemesi, belirli bir araştırma sorusu, konu alanı ya da ilgi duyulan bir olguya ilişkin mevcut tüm araştırmaları belirleme, değerlendirme ve yorumlama yöntemidir” (Kitchenham ve Charters, 2007: Paul vd., 2021; Carrera-Rivera, Larrinaga ve Lasa, 2022; Emiroğlu, 2022). Sistematik literatür incelemesi, belirli bir alana yönelik bilgi birikimini değerlendirerek boşlukları tespit etmek, gelecek araştırma konularını belirlemek veya belirli bir alanın mevcut durumunu ortaya koymak için kullanılır (Snyder, 2019). Bu yöntem; tekrarlanabilir, bilimsel ve şeffaf bir süreç benimsemeleri bakımından geleneksel derlemelerden ayrılır. Başka bir deyişle, ayrıntılı bir yöntemsel yapı kullanarak belli bir alanda yapılan çalışmaların kapsamlı literatür taraması yoluyla incelenmesini sağlayarak, değerlendircilerin kararlarını, izledikleri prosedürleri ve ulaştıkları sonuçları kayıt altına alarak yanlılığı en aza indirmeyi amaçlamaktadır (Tranfield, Denyer ve Smart., 2003; Brereton vd., 2007). Bunlar yapılan bu araştırmada sistematik literatür incelemesi yönteminin tercih edilme gerekçelerini oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamada doküman analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller dâhil olmak üzere dokümanların incelenmesi veya değerlendirilmesine yönelik sistematik bir süreçtir (Bowen, 2009). Verilerin analizinde ise içerik analizi tekniği kullanılmıştır.

Dijital gastronomi alanında gerçekleştirilen akademik çalışmalar hangi konular, yöntemler ve araştırma eğilimleri çerçevesinde şekillenmektedir? Araştırmanın temel sorusunu oluşturmaktadır.

Bu çalışmada sistematik literatür incelemesi süreci, akademik araştırmalarda yaygın olarak kullanılan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) yaklaşımı doğrultusunda yürütülmüştür (Page vd., 2021). PRISMA yöntemi, literatür tarama sürecinin şeffaf ve tekrarlanabilir biçimde raporlanmasını sağlayan tanımlama, tarama, uygunluk değerlendirmesi ve dahil etme gibi dört temel aşamadan oluşmaktadır (Moher vd., 2010).

Veri Tabanları ve Tarama Stratejisi

Araştırma kapsamında dijital gastronomi alanında yayımlanan akademik çalışmaların belirlenmesi amacıyla uluslararası akademik veri tabanları kullanılmıştır. Bu kapsamda “Web of Science” ve “Scopus” veri tabanlarında tarama gerçekleştirilmiştir. Bu veri tabanlarının tercih edilmesinin temel nedeni, uluslararası akademik literatürde yüksek etkiye sahip hakemli dergileri kapsamaları ve sistematik literatür taraması çalışmalarında yaygın olarak kullanılmalarıdır (Gusenbauer ve Haddaway, 2020). “Web of Science” veri tabanında aramalar Topic (TS) alan etiketi kullanılarak yapılmıştır. TS alanı başlık, özet, anahtar kelimeler ve yazar anahtar kelimelerini aramaktadır. TS alan etiketinde TS=(digital gastronomy), TS =(gastronomy AND artificial intelligence), TS = (gastronomy AND big data), TS =(gastronomy AND social media), TS =(gastronomy AND digital communication) anahtar kelimeleri kullanılarak dijital gastronomi alanındaki çalışmalar belirlenmiştir.

“Scopus” veri tabanında ise aramalar TITLE-ABS-KEY alan etiketiyle yürütülmüştür. Bu alan ise makalelerin başlık, özet ve anahtar kelimelerini birlikte taramaktadır. TITLE-ABS-KEY alan etiketinde de TITLE-ABS-KEY= (digital gastronomy), TITLE-ABS-KEY =(gastronomy AND artificial intelligence), TITLE-ABS-KEY = (gastronomy AND big data), TITLE-ABS-KEY =(gastronomy AND social media), TITLE-ABS-KEY =(gastronomy AND digital communication) anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. Sorgu oluşturulurken kapsamı sınırlandırmak ve birbiri ile ilgili anahtar kelimeleri aramak için “AND” Boolean operatöründen yararlanılmıştır (Çalış ve Erenel, 2024). Ayrıca yukarıda belirlenen anahtar kelimelerin dışında

“gastronomy and the internet of things (IoT)”, “gastronomy and cybersecurity”, “gastronomy and blockchain technology” ve “gastronomy and mobile technologies” anahtar kelimeleriyle de tarama yapılmasına rağmen WoS ve Scopus veri tabanlarında bu anahtar kelimelerle yapılmış herhangi bir makaleye ulaşılamamıştır.

Taramalarda çalışmalara yayın tarih aralığı sınırı getirilmemiştir. Ancak ulaşılan en eski yayın 2011 en güncel yayın ise 2025 yılını kapsamaktadır. Tarama 20 Ocak 2026 tarihinde yapılmıştır ve taramanın yapıldığı bu tarihte 2026 yılında yayınlanan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Böylece 20 Ocak 2026’dan sonraki çalışmalar değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Taramalar bütün dillerde yapılmıştır. Türkçe çalışmaya rastlanılmamıştır. Yukarıda yer alan anahtar kelimelerle ulaşılan dili sadece İngilizce yayınlar değerlendirmeye alınmış, İngilizce dışındaki dillerde yapılan çalışmalar ise değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bunun nedeni araştırmacının bu dilde yeterliliğe sahip olmasıdır. Taranan çalışmalara belge türü filtresi uygulanmamıştır ancak tüm çalışmalara ulaşıldıktan sonra sadece makale (article), derleme makalesi (review article) ve konferans/bildiri makalesi (proceeding/conference paper) değerlendirmeye alınmış bunların dışındaki çalışmalar değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca dijital gastronomi alanı ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması nedeniyle veri tabanlarında indeks filtresi de uygulanmamış, tüm indeksli dergiler çalışmaya dahil edilmiştir.

Dahil Etme ve Dışlama Kriterleri

Sistemik literatür incelemesinin güvenilirliğini artırmak amacıyla araştırmaya dahil edilecek çalışmalar belirlenen veri tabanlarından (WoS ve Scopus) belirli kriterler doğrultusunda seçilmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki dahil etme kriterleri kullanılmıştır:

1. Çalışmaların hakemli akademik dergilerde yayımlanmış olması
2. Çalışmaların dijital teknolojiler ile gastronomi arasındaki ilişkiyi ele alması
3. Çalışmaların tam metnine erişilebilir olması
4. Çalışmaların İngilizce dilinde yayımlanmış olması

Buna karşılık aşağıdaki özelliklere sahip çalışmalar araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır:

1. Kitap incelemeleri, kitap, editöryal yazılar ve konferans özetleri
2. Gastronomi ile doğrudan ilişkisi bulunmayan teknoloji çalışmaları
3. Tam metnine erişilemeyen yayınlar
4. Farklı dillerde yayımlanmış yayınlar

Bu kriterlerin belirlenmesi, literatür incelemesinin metodolojik tutarlılığını artırmak ve araştırmanın kapsamını açık biçimde tanımlamak amacıyla yapılmıştır (Snyder, 2019).

Veri Toplama Süreci

Veriler doküman analizi tekniği ile elde edilmiştir. WoS ve Scopus veri tabanlarında ayrı ayrı olarak belirlenen 5 anahtar kelime (digital gastronomy, gastronomy AND artificial intelligence, gastronomy AND big data, gastronomy AND social media, gastronomy AND digital communication) kullanılarak tarama yapılmıştır. Bu 5 anahtar kelimenin tamamı ile WoS veri tabanında yayınlanmış çalışmalara rastlanırken, Scopus veri tabanında “gastronomy AND big data” anahtar kelimesinin dışındaki 4 anahtar kelime ile yayınlanmış makalelere rastlanılmıştır. Gerçekleştirilen ilk literatür taramasında toplam WoS veri tabanında 22, Scopus veri tabanında 14 olmak üzere toplamda 36 çalışma belirlenmiştir. Bu çalışmaların bibliyografik bilgileri veri tabanlarından elde edilerek analiz için bir veri tabanı oluşturulmuştur. Tarama sürecinde 8 çalışmanın farklı iki veri tabanlarında yer aldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle tekrar eden 8 çalışma veri setinden çıkarılmıştır. Tekrarlayan kayıtların çıkarılması sonucunda analiz için 28 çalışma kalmıştır. Taranan 28 çalışmadan ise makale, derleme makalesi ve bildiri/konferans makalesi dışındaki, 1 çalışma veri setinden çıkarılmıştır. Çünkü, kitap incelemeleri, editöryal yazılar, mektuplar ve konferans özetleri; özgün ve kapsamlı araştırma bulguları sunmamaları, çoğunlukla sınırlı düzeyde yöntemsel ve ampirik bilgi içermeleri ve hakemli araştırma makalelerindeki kapsamlı araştırma tasarımı yansıtmamaları nedeniyle tarama kapsamı dışında bırakılmıştır. İngilizce dışındaki farklı dillerde yayınlanmış 3 çalışma taramadan hariç tutulmuştur. Geriye kalan 24 çalışmaya tam metin olarak ulaşılmak istenmiş ancak bunlardan 3 tanesine tam metin olarak ulaşılamadığı için bu çalışmalarda veri setinden çıkarılmıştır. Daha sonra kalan 21 çalışmanın başlık, özet ve içerikleri detaylı incelenerek başlık ve içerikleri uyumlu olup olmadığı değerlendirilmiştir. Bu aşamada başlık ve içerik uyumsuzluğu olan ve araştırma konusuyla doğrudan uygunluğu olmayan 4 çalışma da setinden çıkarılmıştır. Bu süreç sonunda 17 çalışma uygunluk değerlendirmesi aşamasına alınmıştır. Uygunluk değerlendirmesi

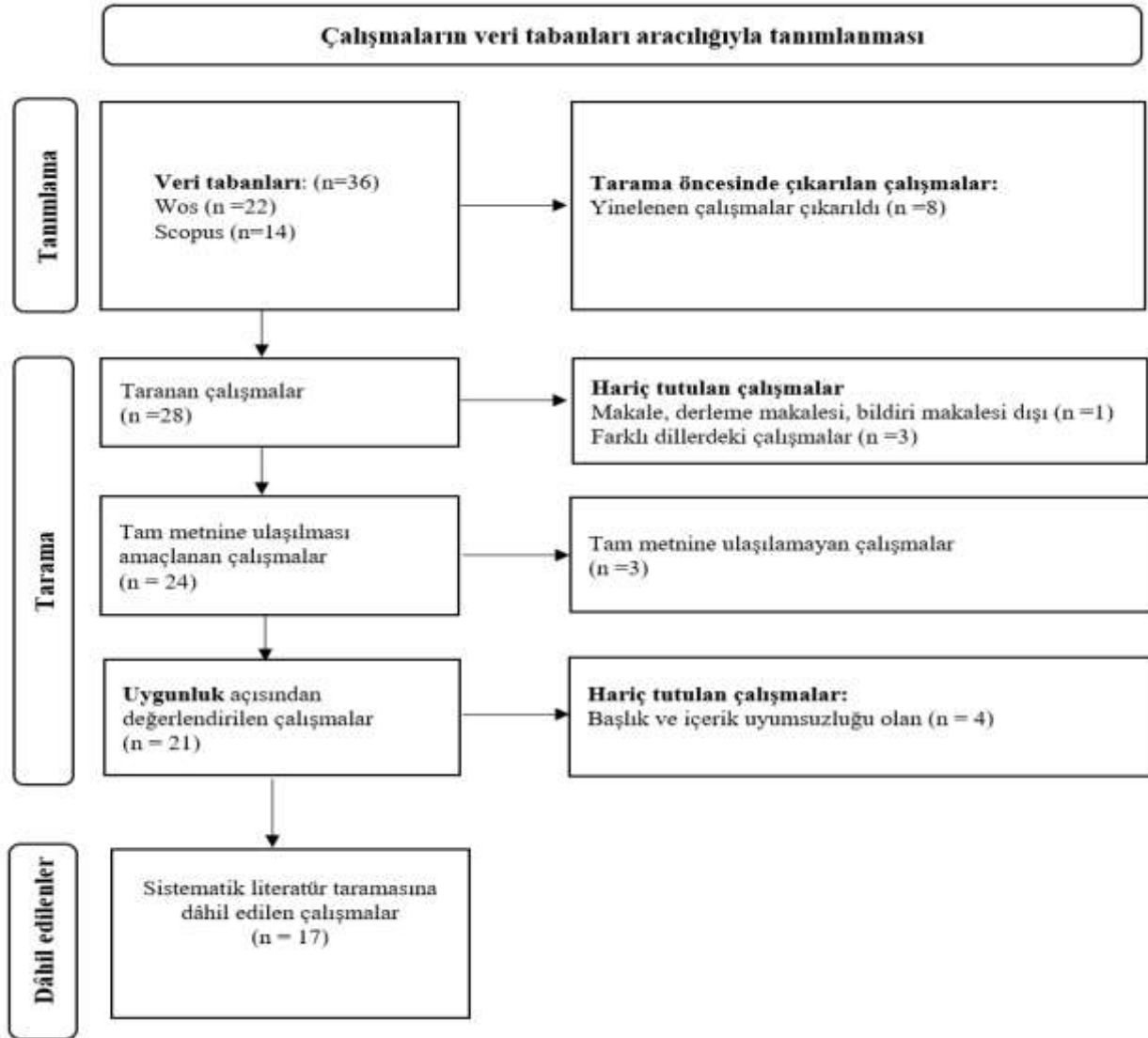
aşamasında çalışmaların tam metinleri detaylı incelenmiş ve bu değerlendirme sonucunda 17 çalışma analiz için nihai veri setine dahil edilmiştir. Detaylı olarak aktarılan sistematik literatür taraması sürecinde yararlanılan PRISMA akış diyagram süreci şekil 1’de yer almaktadır.

PRISMA Akış Süreci

Araştırmada kullanılan sistematik literatür taraması süreci PRISMA yöntemi doğrultusunda yürütülmüştür. PRISMA yaklaşımı, literatür tarama sürecinin şeffaf biçimde raporlanmasını sağlayan bir çerçeve sunmaktadır (Page vd., 2021). Araştırmada izlenen PRISMA süreci dört aşamadan oluşmaktadır:

1. Tanımlama aşaması: Veri tabanlarında gerçekleştirilen tarama sonucunda toplam 36 çalışma belirlenmiştir.
2. Tarama aşaması: Tekrarlayan çalışmalar veri setinden çıkarılmış ve 28 çalışma değerlendirme sürecine alınmıştır.
3. Uygunluk değerlendirmesi: Başlık, özet ve içerik incelemesi sonucunda 17 çalışma tam metin incelemesi için seçilmiştir.
4. Dahil etme aşaması: Tam metin incelemesi sonucunda 17 çalışma nihai analiz için veri setine dahil edilmiştir.

Şekil 1. PRISMA 2020 Akış Diyagramı



Kaynak: PRISMA 2020 akış diyagramı şablonundan yararlanılarak hazırlanmıştır (PRISMA, n.d.)

Veri Analizi

Araştırmada elde edilen çalışmalar içerik analizi tekniği kullanılarak incelenmiştir. İçerik analizi, belirli bir araştırma alanındaki çalışmaların tematik olarak sınıflandırılmasını ve analiz edilmesini sağlayan bir yöntemdir (Krippendorff, 2018). Bu analiz belirlenen metinlerin, belgelerin, dokümanların, temaların içeriklerini belli kurallar dahilinde nesnel bir şekilde analiz edebilmektedir (Metin ve Ünal, 2022). İçerik analizi sürecinde kodlama, literatür incelemesi sonucunda ortaya çıkan tematik çerçeve ile incelenen çalışmaların içeriklerinin birlikte değerlendirilmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda verinin/metinlerin incelenmesi sonucunda kodların ortaya çıkarılmasından dolayı analizde tümevarımsal kodlama yaklaşımından yararlanılmıştır. Öncelikle literatür incelemesinden hareketle dijital gastronomi alanındaki temel araştırma kriterleri dikkate alınmıştır. Ardından araştırma kapsamına alınan 17 çalışmanın tam metinleri ayrıntılı biçimde incelenmiştir. Araştırma kapsamına alınan 17 araştırma; yazarları, yayın yılları, yayınlandığı dergi ve kaynaklar, başlıkları, özetleri, yöntemleri ve temel bulgularına göre kategorize edilmiştir. Çalışmalarda öne çıkan ve tekrarlanan kavram, teknoloji, uygulama alanı ve araştırma konuları kodlanmıştır.

Kodlama üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Önce kodlama sürecinde tüm bulgular kodlandı. İkinci aşamada benzer anlam taşıyan veya aynı olguyu ifade eden kodlar karşılaştırılarak birleştirildi ve birbirleriyle kavramsal olarak ilişkili kodlar daha üst düzey kategoriler altında toplandı. Son aşamada kategoriler arasındaki kavramsal ilişkiler değerlendirilerek temalar oluşturuldu. Bu süreç sonucunda toplam 21 kod, 6 kategori ve 3 tema elde edilmiştir. Oluşturulan ana temalar “dijital gastronomi teknolojileri”, “gastronomide teknolojik dönüşüm”, “gastronomi deneyimleri” doğrultusunda üç başlık altında sınıflandırılmıştır. Kodlar ve kategoriler ise; incelenen çalışmaların konu, yöntem, temel bulguları ve sonuçları dikkate alınarak oluşturulmuştur. Kod–kategori–tema ilişkileri Tablo 2’de gösterilmiştir.

Bulgular

Bulgular bölümünde öncelikle sistematik literatür incelemesine dâhil edilen çalışmalar özetlenmiş, ardından içerik analizi yöntemiyle literatürde öne çıkan araştırma temaları ortaya konmuştur. Literatür incelemesi sonucunda dijital gastronomi araştırmalarının üç temel tematik ekseninde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu temalar sırasıyla dijital gastronomi teknolojileri, gastronomide teknolojik dönüşüm ve dijital gastronomi deneyimi olarak sınıflandırılmıştır. Bu temalar altında gastronomi alanındaki teknolojik gelişmelerin mutfak üretim süreçleri, gastronomi eğitimi ve gastronomi turizmi üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Tablo 1. Sistematik Literatür Taramasına Dâhil Olan Makaleler

Yazar(lar) ve Yıl(lar)	Makale Başlığı	Araştırma Yöntemi	Temel Bulgular
Mizrahi vd., (2023)	Digital Gastronomy Testcase: A Complete Pipeline of Robotic Induced Dish Variations	Vaka çalışması /Deneyisel uygulama	Robotik mutfak sistemleri ve çok çözünürlüklü 3D hamur yazıcıları kullanılarak parametrik yemek üretimi mümkün hale gelmiştir.
Zoran (2025)	Digital Gastronomy 2.0: A 15-Year Transformative Journey in Culinary-Tech Evolution and Interaction	Nitel /Kavramsal analiz	Dijital gastronomi alanının hesaplamalı araçlar (lazerle pişirme, 3D yazıcılar, CNC frezeleme ve modüler kalıplar), yapay zekâ ve sürdürülebilir mutfak uygulamalarıyla geliştiğini ortaya konmuştur.
Mizrahi, vd. (2016)	Digital Gastronomy: Methods & Recipes for Hybrid Cooking	Nitel/ Kavramsal modelleme	Hibrit (insan+ dijital teknoloji) yaklaşımı, şefi ikame etmek yerine yaratıcılığını artırarak parametrik ve kişiselleştirilebilir tarif ile yemek üretimini mümkün kılmakta ve mutfak kültüründe daha etkili bir dönüşüm sağlamaktadır.
Zoran (2019)	Cooking With Computers: The Vision of Digital Gastronomy	Nitel/ Kavramsal çalışma	Dijital gastronomi yaklaşımı, parametrik tarifler, robotik sistemler ve insan-bilgisayar etkileşimiyle gastronomik üretimi daha esnek, kişiselleştirilebilir ve yaratıcı hale dönüştürmektedir.

Yazar(lar) ve Yıl(lar)	Makale Başlığı	Araştırma Yöntemi	Temel Bulgular
Zoran & Coelho (2011)	Cornucopia: The Concept of Digital Gastronomy	Nitel/ Kavramsal tasarım temelli araştırma	Dijital gastronomi için Usta Karıştırıcı, Dijital Üretici ve Robotik Şef kavramları aracılığıyla yeni bir mutfak tasarım paradigması önerilmiştir.
Liu vd. (2025)	Deciphering the impact of host credibility and visual cues on gastrostomy experience bookings on airbnb: A big data and conjoint analysis approach	Karma yöntem (nicel + nitel), Büyük veri analizi	Dijital güven sinyalleri çevrim içi gastronomi deneyimi rezervasyonlarını etkilemektedir.
Bayhan & Özdemir Yaman (2025)	Gastronomy and social media: Female influencers' experiences and insights on creating culinary contents	Nitel yöntem (görüşme)	Kadın gastronomi influencerların yemek pişirme, köşe yazarlığı ve restoran işletmeciliği deneyime sahip oldukları; içerik üretimini bir öz ifade ve profesyonelleşme aracı olarak gördükleri; sosyal ve psikolojik kazanımlar elde ettikleri, ancak dijital mahremiyet ve zaman yönetimi gibi zorluklarla karşılaştıkları belirlenmiştir.
Akar vd. (2024)	How does gastronomy information presentation quality in social media affect the gastronomy destination image formation of travelers? A study on three gastronomy cities	Nicel yöntem (PLS-SEM)	Sosyal medyada gastronomi bilgi sunum kalitesinin, gezginlerin gastronomi destinasyon imajını (bilişsel ve duyuşsal boyutlarda) olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.
Salim vd. (2025)	Destination Social Media Foodscape and Visit Intention: Double Mediation Assessment of Food Destination Attractiveness and Familiarity Among Gastronomy Tourists	Nicel yöntem (PLS-SEM)	Sosyal medya içerikleri gastronomi destinasyonlarının çekiciliğini ve ziyaret niyetini artırmaktadır.
Ishak & Abdull Rahman (2022)	Gastronomy as Content in Social Media Facebook: Potential and Challenge	Nitel yöntem (içerik analizi)	Gastronominin, sosyal medyada yaratıcı endüstriler için önemli bir içerik üretim potansiyeli sunduğu, ancak dijital çağda sürdürülebilirliğini zorlaştıran çeşitli güçlükler de içerdiği belirlenmiştir.
Boz & Ahmetoğulları (2025)	The Implications of Generative Artificial Intelligence in Gastronomy and Culinary Arts Education: An Extended TAM Approach	Nicel yöntem (ML-SEM)	Gastronomi eğitiminde algılanan fayda ve kullanım kolaylığının, öğrencilerin üretken yapay zekâya yönelik tutum ve kullanım niyetini artırdığı; dijital finansal okuryazarlık ve yenilikçiliğin de bu niyeti güçlendirdiği ve tutumun aracı rol oynadığı belirlenmiştir.
Castillo-Ortiz vd. (2024)	Computer vision solution for uniform adherence in gastronomy schools: An artificial intelligence case study	Nicel/ Veri Madenciliği / Yapay zekâ vaka çalışması	Bilgisayarlı görü (yapay zekâ) teknolojisi gastronomi eğitiminde operasyonel verimliliği artırmaktadır, profesyonel standartların korunmasını sağlama potansiyelini ortaya koymaktadır
Cifci vd. (2024)	Vocational Commitment and Postgraduate Intentions of Gastronomy Students: Mediating Role of Robotics, Artificial Intelligence, and Service Automation (RAISA)-based Economy Concerns	Nicel yöntem (PLS-SEM)	Mesleki bağlılığın öğrencilerin kariyer niyetlerini doğrudan etkilediği; Robotik, Yapay Zekâ ve Akıllı Sistemler temelli ekonomi kaygılarının ise yalnızca akademiye yönelme niyeti üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Yazar(lar) ve Yıl(lar)	Makale Başlığı	Araştırma Yöntemi	Temel Bulgular
Chan (2025)	AI-generated imagery in sustainable gastronomy tourism: A study from bottom-up to top-down processing	Nicel yöntem (anket ve deney uygulaması)	YZ tarafından oluşturulan görsellerde kullanılan içerik türünün, özellikle “Gıda Sunumu (Food Presentation)” ile “Hazırlama Süreci (Preparation Process)” arasındaki farklılığın, tüketicilerin gıda kalitesine ilişkin algılarını ve satın alma niyetlerini anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koymaktadır.
Jashari & Reshidi (2024)	The Impact of Social Media on the Performance Indicators (Product Development, Market Development and Customer Loyalty) in the Gastronomy Sector	Nicel yöntem (SEM)	Sosyal medya ile performans göstergeleri arasında pozitif yönlü ancak zayıf bir ilişki vardır.
Ramazanova, vd (2022)	The Role of Social Media in the Conservation and Safeguard of Gastronomy as Intangible Cultural Heritage	Nitel yöntem (doküman incelemesi/ içerik analizi)	Bulgular, dünyanın farklı bölgelerinde yer alan birçok ülkenin, görece yakın bir dönemde, kendi mutfaklarını kültürel miras olarak koruma yönünde bir eğilim geliştirdiğini ortaya koymuştur.
Homeghi vd. (2025)	Gastronomy as a Vector of Online Regional Branding: The Digital Communication of Gastronomic Experiences Within the “Gastro Local” Network, Bras, ov County, Romania	Nitel yöntem (içerik analizi)	Çalışma, yerel gastronomi aktörlerinin dijital ortamda duysal, kültürel ve duygusal unsurları birleştirerek iki temel strateji (duysal–hedonik ve duygusal–sembolik) üzerinden bölgesel markalaşmaya katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Tablo 1’de WoS ve Scopus veri tabanlarında yayınlanmış ve analize dahil edilmiş 17 çalışmaya ilişkin yazarlar, yayın yılları, makale başlıkları, uygulanan yöntemler ve temel bulgular yer almaktadır.

Tablo 2. Çalışmaların Yayınlandığı Yıllara Göre Sayı Ve Oranları (%)

Yayın yılı	Sayı	Oran %
2011	1	5,88
2016	1	5,88
2019	1	5,88
2022	2	11,76
2023	1	5,88
2024	4	23,53
2025	7	41,18
Toplam	17	100

Tablo 2’de çalışmaların yayınlandığı yıllara ilişkin sayı ve oranlarına ilişkin bulgular incelendiğinde dijital gastronomi alanındaki araştırmaların özellikle son yıllarda belirgin bir artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. İncelenen 17 çalışmanın 7’sinin (%41,18) 2025 yılında, 4’ünün (%23,53) 2024 yılında yayımlanmış olması, çalışmaların %64,71’inin 2024–2025 döneminde gerçekleştirildiğini göstermektedir. Buna karşılık 2022 yılında 2 çalışma (%11,76) bulunken; 2011, 2016, 2019 ve 2023 yıllarında yalnızca birer çalışma (%5,88) bulunmaktadır.

Tablo 3. Çalışmaların Yayınlandığı Yere Göre Sayı Ve Oranları (%)

Yayınlandığı yer	Sayı	Oran %
International Journal of Gastronomy and Food Science	4	23,53
Journal of Hospitality & Tourism Education	2	11,76
Journal of Hospitality and Tourism Management	1	5,88
Journal of Travel & Tourism Marketing	1	5,88
Journal of Culinary Science & Technology	1	5,88

Yayınlandığı yer	Sayı	Oranı %
Environment-Behaviour Proceedings Journal	1	5,88
Tourism Management	1	5,88
Economic Studies	1	5,88
Advances in Science, Technology and Innovation	1	5,88
UIST '16: Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology	1	5,88
Proceedings of the IEEE	1	5,88
Sustainability	1	5,88
Leonardo	1	5,88
Toplam	17	100

Tablo 3 çalışmaların yayınlandığı yere göre sayı ve oranları açısından değerlendirildiğinde, çalışmaların farklı disiplin ve yayın platformlarına dağıldığı görülmektedir. En fazla çalışma International Journal of Gastronomy and Food Science dergisinde yayımlanmış olup bu dergide 4 çalışma (%23,53) bulunmaktadır. Journal of Hospitality & Tourism Education ise 2 çalışma (%11,76) ile ikinci sırada yer almaktadır. Diğer yayın organlarının her birinde birer çalışma (%5,88) bulunmaktadır. Ayrıca veri setinde dergi makalelerinin yanı sıra Advances in Science, Technology and Innovation, UIST '16: Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology ve Proceedings of the IEEE gibi bildiri/konferans makalelerinin yayımlandığı çeşitli yayın organları da bulunmaktadır.

Tablo 4. Çalışmaların Araştırma Yöntemine Göre Sayı Ve Oranları (%)

Araştırma Yöntemi	Sayı	Oran %
Nicel	8	47,06
Nitel	7	41,18
Karma yöntem	1	5,88
Deneyisel / vaka çalışması	1	5,88
Toplam	17	100

Tablo 4'te çalışmalarda uygulanan araştırma yöntemlerine ilişkin sayı ve oranlar yer almaktadır. Çalışmaların uygulanan araştırma yöntemleri bakımından 8'i (%47,06) nicel, 7'si (%41,18) nitel, 1'i (%5,88) karma yöntem ve 1'i (%5,88) deneyisel/vaka çalışması niteliğindedir. Bu dağılım, dijital gastronomi araştırmalarında hem değişkenler arasındaki ilişkileri ampirik olarak test eden nicel çalışmaların hem de yeni ve gelişmekte olan dijital gastronomi olgusunu keşfetmeye ve kavramsallaştırmaya yönelik nitel çalışmaların önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Tablo 5. Yazarların Kurumlarının Bulunduğu Ülkelere Göre Sayı Ve Oranları (%)

İlk Yazarın Ülkesi	Sayı	Oran %
İsrail	5	29,41
Türkiye	4	23,53
Malezya	2	11,76
ABD	1	5,88
Meksika	1	5,88
Çin	1	5,88
Kosova	1	5,88
Portekiz	1	5,88
Romanya	1	5,88
Toplam	17	100

Tablo 5'te çalışmanın ilk yazarlarının kurumlarının bağlı olduğu ülkelere göre dağılım incelendiğinde, çalışmaların 9 farklı ülkeyi temsil ettiği görülmektedir. İsrail 5 çalışma (%29,41) ile en yüksek paya sahipken, Türkiye 4 çalışma (%23,53) ve Malezya 2 çalışma (%11,76) ile bunu izlemektedir. ABD, Meksika, Çin, Kosova, Portekiz ve Romanya'nın her biri birer çalışma (%5,88) ile temsil edilmektedir. İsrail, Türkiye ve Malezya'nın birlikte veri setindeki çalışmaların 11'ini (%64,71) oluşturması, araştırmaların belirli ülkelerde daha yoğun olduğunu; bununla birlikte farklı coğrafyalardan araştırmacıların da alana katkı sunduğunu göstermektedir.

Tablo 6. İçerik Analizi Tablosu

Kodlar	Kategoriler	Temalar
- Robotik mutfak sistemleri 3D gıda yazdırma - Hesaplamalı pişirme	➤ Dijital üretim teknolojileri	
- Dijital yemek tasarımı - Parametrik tarifler - Algoritmik tarif üretimi	➤ Dijital gastronomi araçları	Dijital gastronomi teknolojileri
- Yapay zekâ destekli mutfak - Bilgisayarlı görü - Otomasyon teknolojileri - Üretken yapay zekâ	➤ Yapay zekâ uygulamaları	
- Gastronomi eğitiminde teknoloji - Dijital öğrenme araçları - Mesleki gelecek algısı	➤ Gastronomi eğitimi	Gastronomide teknolojik dönüşüm
- Sosyal medya gastronomi içerikleri - Kullanıcı yorumları - Görsel gastronomi paylaşımları - Dijital içerik üretimi	➤ Dijital gastronomi iletişimi	
- Gastronomi destinasyon imajı - Gastronomi deneyimi rezervasyonları - Turist davranışı - Ziyaret niyeti	➤ Gastronomi turizmi	Dijital gastronomi deneyimi

Tablo 6’da sunulan içerik analizi sonuçları, dijital gastronomi alanındaki akademik çalışmaların belirli tematik kümeler etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Analiz sürecinde literatürde yer alan çalışmalar sistematik biçimde incelenmiş ve elde edilen veriler kodlama süreci aracılığıyla sınıflandırılmıştır. Bu süreç sonucunda toplamda 21 kod belirlenmiş, bu kodlar anlam ilişkilerine göre 6 kategori altında toplanmış ve kategoriler daha üst düzey temalar altında birleştirilmiştir.

Gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda dijital gastronomi literatürünün üç temel tema etrafında şekillendiği belirlenmiştir. Bu temalar dijital gastronomi teknolojileri, gastronomide teknolojik dönüşüm ve dijital gastronomi deneyimi olarak sınıflandırılmıştır.

Dijital Gastronomi Teknolojileri

İçerik analizi sonuçlarına göre literatürde öne çıkan ilk tema dijital gastronomi teknolojileridir. Bu tema gastronomi alanında kullanılan dijital üretim teknolojileri ve gastronomi tasarım süreçlerinde kullanılan dijital araçları kapsamaktadır. Analiz sonucunda bu tema altında gastronomi üretim teknolojileri ve dijital gastronomi araçları altında iki temel kategori belirlenmiştir.

Gastronomi üretim teknolojileri kategorisi; robotik mutfak sistemleri, üç boyutlu gıda yazdırma teknolojileri ve hesaplamalı pişirme gibi gastronomik üretim süreçlerinde kullanılan teknolojik uygulamaları içermektedir. Literatürde yer alan çalışmalar bu teknolojilerin yemek üretiminde daha yüksek hassasiyet, standartlaşma ve kişiselleştirme imkânı sunduğunu göstermektedir. Özellikle robotik mutfak sistemleri ve üç boyutlu gıda yazdırma teknolojileri gastronomi üretim süreçlerinde yeni tasarım olanakları yaratmaktadır.

Dijital gastronomi araçları kategorisi ise; gastronomi tasarım süreçlerinde kullanılan dijital araç ve yöntemleri kapsamaktadır. Bu kategoride yer alan kodlar arasında parametrik tarifler, dijital yemek tasarımı ve algoritmik tarif üretimi gibi kavramlar bulunmaktadır. Bu araçlar gastronomi üretim süreçlerinin yalnızca teknik bir faaliyet olmaktan çıkarak aynı zamanda tasarımsal bir süreç hâline geldiğini göstermektedir. Bu durum gastronomi alanında dijital teknolojilerin yaratıcı üretim süreçlerini destekleyen önemli araçlar hâline geldiğini ortaya koymaktadır.

Gastronomide Teknolojik Dönüşüm

İçerik analizinde ortaya çıkan ikinci tema gastronomide teknolojik dönüşümdür. Bu tema yapay zekâ uygulamalarının ve dijital teknolojilerin gastronomi alanındaki mesleki ve eğitimsel dönüşümleri üzerindeki etkilerini kapsamaktadır. Analiz sonucunda bu tema altında yapay zekâ uygulamaları ve gastronomi eğitimi olmak üzere iki kategori belirlenmiştir.

Yapay zekâ uygulamaları kategorisi; yapay zekâ destekli mutfak, bilgisayarlı görü teknolojileri, otomasyon sistemleri ve üretken yapay zekâ araçları gibi kodları kapsamaktadır. Bu teknolojiler gastronomi alanında operasyonel süreçlerin iyileştirilmesine ve yeni gastronomik üretim yöntemlerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Gastronomi eğitimi kategorisi ise; dijital teknolojilerin gastronomi eğitimine etkilerini içermektedir. Bu kategoride gastronomi eğitiminde teknoloji, dijital öğrenme araçları, mesleki gelecek algısı gibi kodlar yer almaktadır. Bu kategoride yer alan çalışmalar gastronomi eğitiminde kullanılan dijital öğrenme araçlarının öğrencilerin öğrenme süreçlerini desteklediğini ve gastronomi alanında teknoloji kullanımına yönelik farkındalığı artırdığını göstermektedir. Ayrıca teknolojik gelişmeler gastronomi öğrencilerinin mesleki gelecek algıları üzerinde de etkili olmaktadır.

Dijital Gastronomi Deneyimi

İçerik analizi sonucunda ortaya çıkan üçüncü tema dijital gastronomi deneyimidir. Bu tema dijital platformların gastronomi deneyimlerinin üretimi ve tüketimi üzerindeki etkilerini kapsamaktadır. Analiz sonucunda bu tema altında dijital gastronomi iletişimi ve gastronomi turizmi olmak üzere iki kategori belirlenmiştir.

Dijital gastronomi iletişimi kategorisi altında; sosyal medya gastronomi içerikleri, kullanıcı yorumları, görsel gastronomi paylaşımları, dijital içerik üretimi kodları yer almaktadır. Bu kategori sosyal medya platformlarında paylaşılan gastronomi içerikleri, kullanıcı yorumları ve görsel gastronomi paylaşımlarını içermektedir. Literatürde yer alan çalışmalar sosyal medya platformlarının gastronomi deneyimlerinin tanıtımında önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Gastronomi turizmi kategorisi ise dijital platformların gastronomi turizmi üzerindeki etkilerini kapsamaktadır. Gastronomi destinasyon imajı, gastronomi deneyimi rezervasyonları, turist davranışı ve ziyaret niyeti gibi kodların yer aldığı bu kategoride yer alan çalışmalar dijital gastronomi içeriklerinin destinasyon imajını güçlendirdiğini ve turistlerin destinasyon tercihleri ile ziyaret niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde içerik analizi sonuçları dijital gastronomi alanındaki akademik çalışmaların büyük ölçüde teknolojik yenilikler, gastronomi eğitiminde dijitalleşme ve dijital platformların gastronomi deneyimleri üzerindeki etkileri etrafında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular dijital gastronominin gastronomi üretimi, gastronomi eğitimi ve gastronomi turizmi gibi farklı alanlarda önemli dönüşümlere yol açtığını göstermektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmanın betimsel bulgularından çalışmaların yıllara göre dağılımı, dijital gastronomi araştırmalarının son yıllarda belirgin biçimde arttığını göstermektedir. İncelenen çalışmaların %64,71'inin 2024–2025 yıllarında yayımlanmış olması, gastronomi araştırmalarında teknoloji ve dijitalleşmeye yönelik ilginin güncel dönemde yoğunlaştığını göstermektedir. Benzer biçimde Özasan ve Doğan (2025), 2005–2024 döneminde gastronomi turizmi literatürünü inceleyerek son beş yılda yıllık yayın sayısında belirgin bir artış olduğunu ortaya koymuştur.

Mevcut araştırmada yöntem açısından çalışmaların 8'i (%47,06) nicel, 7'si (%41,18) nitel, 1'i (%5,88) karma yöntem ve 1'i (%5,88) deneysel/vaka çalışması niteliğindedir. Dolayısıyla nicel araştırmaların (%47,06) nitel araştırmalardan (%41,18) daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç, Sio, Fraser ve Fredline, (2024) tarafından gastronomi turizmi ve destinasyon imajı üzerine incelenen 54 çalışmada nicel yöntemin (31 çalışma) baskın olduğuna ilişkin bulgularla benzerlik göstermektedir. Bu benzerlik hem gastronomi turizmi hem de dijital gastronomi araştırmalarında ölçülebilir değişkenler ve ilişkilerin incelenmesine yönelik nicel yaklaşımların önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Araştırma bulgularına göre dijital gastronomi literatürünün önemli bir bölümü gastronomi üretim süreçlerinde kullanılan teknolojilere odaklanmaktadır. Özellikle robotik mutfak sistemleri, üç boyutlu gıda yazdırma teknolojileri ve hesaplamalı pişirme uygulamaları gastronomik üretim süreçlerinde yeni tasarım olanakları sunmaktadır. Bu teknolojiler gastronomi üretiminde yalnızca otomasyon sağlamamakta, aynı zamanda gastronomik yaratıcılığın farklı biçimlerde ortaya çıkmasına da katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda dijital gastronomi teknolojilerinin gastronomi alanında yeni bir üretim paradigması oluşturduğu söylenebilir. Bu durum dijital gastronominin geleneksel mutfak uygulamalarından farklı olarak veri temelli ve parametrik üretim yaklaşımlarına dayanan bir gastronomi anlayışını ortaya çıkardığını göstermektedir. Bu bulguları

literatürdeki bazı çalışmalar desteklemektedir (Zoran ve Coelho, 2011; Mizrahi, vd. 2016; Zoran, 2019; Zoran, 2025).

Bulgular bölümünde ortaya çıkan dijital gastronomi araçları kategorisi de bu dönüşümün önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Parametrik tarifler, algoritmik tarif üretimi ve dijital yemek tasarımı gibi araçlar gastronomi üretim süreçlerinin dijital ortamda yeniden tasarlanmasına olanak sağlamaktadır. Bu araçlar gastronomi üretimini yalnızca teknik bir faaliyet olmaktan çıkararak tasarım odaklı bir sürece dönüştürmektedir. Bu bağlamda dijital gastronomi araçları gastronomi alanında yeni bir yaratıcılık alanı ortaya çıkarmakta ve gastronomi üretim süreçlerinin dijital tasarım yaklaşımlarıyla yeniden şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle algoritmik tarif üretimi gibi uygulamalar gastronomi alanında veri temelli üretim yaklaşımlarının giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir. Bu bulguları Mizrahi vd., (2023) çalışmaları desteklemektedir.

Araştırma bulgularında ortaya çıkan ikinci önemli tema gastronomide teknolojik dönüşümdür. Yapay zekâ ve otomasyon teknolojilerinin gastronomi alanına entegrasyonu gastronomi üretim süreçlerinin yanı sıra gastronomi eğitimi ve mesleki yapı üzerinde de önemli etkiler yaratmaktadır. Özellikle yapay zekâ uygulamalarının gastronomi eğitiminde kullanılması öğrencilerin öğrenme süreçlerini destekleyen yeni pedagojik yaklaşımların gelişmesine katkı sağlamaktadır. Dijital öğrenme araçları ve yapay zekâ destekli uygulamalar gastronomi eğitiminde uygulamalı öğrenme süreçlerini zenginleştirmekte ve öğrencilerin teknolojik yetkinliklerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Bununla birlikte gastronomi alanındaki teknolojik dönüşüm yalnızca eğitim süreçlerini değil, aynı zamanda gastronomi mesleklerinin geleceğini de etkilemektedir. Robotik mutfak sistemleri ve otomasyon teknolojilerinin gastronomi üretim süreçlerinde giderek daha fazla kullanılmaya başlanması, gastronomi profesyonellerinin sahip olması gereken becerilerin de değişmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda gastronomi alanında dijital teknolojilere ilişkin bilgi ve becerilerin giderek daha önemli hale geldiği söylenebilir. Gastronomi eğitim programlarının bu dönüşüme uyum sağlayacak şekilde yeniden yapılandırılması, gastronomi alanında gelecekte ortaya çıkabilecek mesleki dönüşümlerin yönetilmesi açısından önemli bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

Araştırma bulgularında ortaya çıkan üçüncü tema dijital gastronomi deneyimidir. Dijital platformların gastronomi deneyimleri üzerindeki etkisi özellikle sosyal medya platformları ve çevrim içi gastronomi içerikleri aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya platformlarında paylaşılan gastronomi içerikleri destinasyonların gastronomik kimliklerinin tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi deneyimlerinin dijital ortamlarda paylaşılması gastronomi turizmi açısından önemli bir iletişim ve pazarlama aracı haline gelmiştir. Bu bulguyu destekler şekilde, Bölükbaş (2024) tarafından gerçekleştirilen sistematik incelemede, gastronomi turizmi ve sosyal medya konusundaki çalışmaların ağırlıklı olarak yerel yiyecekler ve pazarlama üzerine yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu benzerlik, sosyal medya ve dijital içeriklerin yerel gastronomik unsurların tanıtılması ve gastronomi turizminin pazarlanmasındaki rolünü ortaya koymaktadır.

Literatürde yer alan çalışmalar dijital gastronomi içeriklerinin turistlerin destinasyon tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan gastronomi deneyimleri potansiyel turistlerin destinasyonlara yönelik algılarını şekillendirmekte ve gastronomi turizmine yönelik talebi artırmaktadır. Bu bağlamda dijital gastronomi deneyimlerinin gastronomi turizmi açısından stratejik bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Özellikle kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler ve çevrim içi yorumlar gastronomi destinasyonlarının algılanan güvenilirliğini ve çekiciliğini artırabilmektedir. Benzer şekilde Mengjia vd., (2024), sosyal medya platformlarının gastronomi destinasyonlarının tanıtılması, destinasyon imajının şekillendirilmesi ve gastronomi turizminin pazarlanmasında giderek daha önemli bir rol üstlendiğini ortaya koymuştur. Babalou, Maleki ve Gibson, (2026) çalışmalarında sosyal medya influencerlarının gastronomi turizmine ilişkin içeriklerinin kullanıcıların destinasyon algıları üzerindeki etkisini incelemiştir. Sosyal medya influencerlarının destinasyon ve yemek imajlarını olumlu yönde etkileyebileceğini ortaya koymuştur.

Bununla birlikte dijital gastronomi deneyimlerinin gastronomi kültürü üzerindeki etkileri de dikkate alınması gereken önemli bir konudur. Dijital platformlar aracılığıyla yaygınlaşan gastronomi içerikleri belirli gastronomi trendlerinin küresel ölçekte hızla yayılmasına neden olabilmektedir. Bu durum bazı yerel gastronomi kültürlerinin görünürlüğünü artırırken, bazı durumlarda gastronomi deneyimlerinin standartlaşmasına da yol açabilmektedir. Dolayısıyla dijital gastronomi araştırmalarında teknolojik yeniliklerin gastronomi kültürü üzerindeki etkilerinin daha kapsamlı biçimde incelenmesi gerekmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde bu araştırma dijital gastronomi alanının disiplinlerarası bir araştırma alanı olarak geliştiğini göstermektedir. Dijital gastronomi yalnızca gastronomi üretim teknolojilerini değil, aynı zamanda gastronomi eğitimi, gastronomi turizmi ve dijital deneyim tasarımı gibi farklı araştırma alanlarını da kapsamaktadır. Bu durum dijital gastronominin gastronomi alanındaki teknolojik dönüşümlerin anlaşılması açısından önemli bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir.

Bu araştırmanın bulguları aynı zamanda dijital gastronomi literatüründe bazı araştırma boşluklarının bulunduğunu da ortaya koymaktadır. Özellikle dijital gastronomi teknolojilerinin sürdürülebilir gastronomi uygulamalarıyla ilişkisi, yapay zekâ destekli gastronomi tasarımı ve dijital gastronomi deneyimlerinin kültürel boyutları gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalar için önemli çalışma alanları olarak değerlendirilebilir. Ayrıca dijital gastronomi araştırmalarında disiplinlerarası yaklaşımların kullanılması gastronomi alanındaki teknolojik dönüşümlerin daha kapsamlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Aydın ve Uçkan Çakır (2022), gastronomi ve dijitalleşme arasındaki ilişkiyi inceledikleri derleme çalışmasında, artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti, yapay zekâ, robotik, akıllı uygulamalar ve 3D yazıcılar gibi teknolojilerin gastronomi alanında kullanılmaya başladığını ortaya koymuştur. Mevcut çalışmada belirlenen “dijital gastronomi teknolojileri” ve “teknolojik dönüşüm” temaları bu sonuçlarla benzerlik göstermektedir. Özellikle yapay zekâ, robotik sistemler ve 3D gıda yazıcılarının her iki çalışmada da gastronomideki teknolojik dönüşümün önemli unsurları olarak öne çıktığı görülmektedir.

Benzer şekilde Sujood vd., (2024), 2008–2022 dönemindeki gıda turizmi çalışmalarını sistematik olarak inceleyerek bilgi teknolojilerini temel araştırma temalarından biri olarak belirlemiş ve yapay zekâ, IoT, robotlar ve diğer dijital teknolojilerin gıda turizmindeki kullanımına dikkat çekerken, Kuhn, Anjos ve Krause, (2024) gastronomi turizmi araştırmalarında yenilik, deneyim, imaj ve kültür gibi temaların öne çıktığını ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, mevcut çalışmada belirlenen dijital gastronomi teknolojileri, teknolojik dönüşüm ve dijital gastronomi deneyimi temalarının gastronomi ve turizm literatüründeki daha geniş teknolojik ve deneyimsel yönelimlerle ilişkili olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak dijital teknolojilerin gastronomi alanında üretim süreçlerinden eğitim uygulamalarına ve gastronomi deneyimlerinin sunumuna kadar geniş bir yelpazede önemli dönüşümler sağladığı görülmektedir. Dijital gastronomi kavramı gastronomi alanındaki bu dönüşümlerin anlaşılması açısından önemli bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda dijital gastronomi alanında gerçekleştirilecek disiplinlerarası araştırmaların gastronomi literatürünün gelişimine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Teorik Çıkarımlar

Araştırmanın en önemli teorik çıkarımlarından biri dijital gastronomi literatüründe yer alan çalışmaların tematik bir çerçeveye içerisinde sınıflandırılmasıdır. Bu tematik yapı dijital gastronomi alanındaki araştırmaların yalnızca gastronomi üretim teknolojileri ile sınırlı olmadığını, aynı zamanda dijital yemek tasarımı, parametrik tarifler, algoritmik tarif üretimi gibi dijital gastronomi araçlarını da kapsayan disiplinlerarası bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir. Bunun yanında gastronomide teknolojik dönüşüm; gastronomi eğitiminde teknoloji, dijital öğrenme araçları ve mesleki gelecek algısı gibi gastronomi eğitimi sayesinde gerçekleştirebildiği gibi yapay zekâ destekli mutfak, bilgisayarlı görü, otomasyon teknolojileri, üretken yapay zekâ gibi yapay zekâ uygulamaları ile de hızlı bir şekilde gerçekleştirebileceğini ortaya koymuştur. Ayrıca dijital gastronomi deneyimi; sosyal medya gastronomi içerikleri, kullanıcı yorumları, görsel gastronomi paylaşımları ve dijital içerik üretimi gibi dijital gastronomi iletişimi sayesinde sağlandığı gibi, gastronomi destinasyon imajı, gastronomi deneyimi rezervasyonları, turist davranışı ve ziyaret niyeti gibi gastronomi turizmi sayesinde de sağlanabilmektedir. Bu bağlamda araştırma, dijital gastronomi literatüründe dağınık biçimde ele alınan çalışmaların bütüncül bir çerçevede değerlendirilmesine katkı sağlamaktadır.

Bunun yanı sıra araştırma dijital gastronomi alanındaki çalışmaların gastronomi deneyimlerinin dijital ortamlarda yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformları ve dijital içerikler gastronomi deneyimlerinin yalnızca fiziksel ortamlarda değil, aynı zamanda dijital ortamlarda da üretilen ve paylaşılan bir deneyim biçimine dönüştüğünü göstermektedir. Bu durum gastronomi deneyiminin giderek daha fazla dijitalleştiğini ve gastronomi turizmi araştırmalarında dijital deneyim boyutunun daha fazla dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Son olarak bu çalışma dijital gastronomi literatüründe gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalar için yeni bir araştırma gündemi ortaya koymaktadır. Özellikle gastronomide yapay zekâ destekli gastronomi tasarımı, yapay zeka destekli üretim, hibrit mutfak uygulamaları, gastronomide dijital dönüşüm ve dijital gastronomi

deneyimlerinin destinasyon imajı ve tanıtımına etkisi gelecekteki araştırmalar açısından önemli çalışma alanları olarak değerlendirilebilir.

Pratik Çıkarımlar

Araştırma bulguları yalnızca akademik literatüre değil, aynı zamanda gastronomi sektörü açısından da önemli çıkarımlar sunmaktadır. Dijital teknolojilerin gastronomi alanındaki etkilerinin giderek artması, gastronomi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin teknolojik dönüşüme uyum sağlamasını gerekli kılmaktadır. Özellikle robotik mutfak sistemleri ve otomasyon teknolojileri gastronomi işletmelerinde üretim süreçlerinin daha verimli ve standartlaştırılmış biçimde yürütülmesine katkı sağlayabilir. Bunun yanı sıra dijital gastronomi araçlarının kullanılması gastronomi işletmelerinin yaratıcı üretim süreçlerini destekleyebilir. Dijital tarif tasarımı ve algoritmik tarif üretimi gibi uygulamalar gastronomi işletmelerinin yeni gastronomi deneyimleri geliştirmesine olanak sağlayabilir. Bu durum gastronomi işletmelerinin rekabet avantajı elde etmesine katkı sağlayabilecek önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Araştırma sonuçları gastronomi eğitimi açısından da önemli çıkarımlar sunmaktadır. Gastronomi alanında yaşanan teknolojik dönüşüm, gastronomi eğitim programlarının dijital teknolojileri içerecek şekilde yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır. Gastronomi öğrencilerinin robotik mutfak sistemleri, yapay zekâ uygulamaları ve dijital gastronomi araçları hakkında bilgi sahibi olması gelecekteki mesleki başarıları açısından önemli bir gereklilik olarak değerlendirilebilir.

Son olarak dijital platformların gastronomi deneyimleri üzerindeki etkisi gastronomi turizmi açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Sosyal medya platformları ve dijital gastronomi içerikleri destinasyonların gastronomik kimliğinin tanıtılmasında önemli bir rol oynayabilir. Bu nedenle turizm destinasyonlarının gastronomi tanıtım stratejilerinde dijital platformlardan daha etkin biçimde yararlanması önerilmektedir.

Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle bu araştırma dijital gastronomi alanında erken dönem çalışması niteliği taşıdığı için bu alanda yapılan araştırmalar sınırlı sayıda bulunmaktadır. Web of Science ve Scopus veri tabanlarında belirlenen ölçütleri karşılayan 17 araştırma makalesi ile sınırlandırılmıştır. Her ne kadar bu çalışmalar dijital gastronomi alanındaki temel eğilimleri ortaya koymak açısından önemli bir veri kaynağı sunsa da veri setinin büyüklüğü bulguların tüm dijital gastronomi literatürünü temsil etme kapasitesini sınırlandırabilir. İkinci olarak, içerik analizi ve kodlama süreci tek araştırmacı tarafından yürütülmüş olup bağımsız ikinci bir kodlayıcı kullanılmamıştır. Bu durum, nitel veri analizlerinde yorumlayıcı öznelliğin tamamen ortadan kaldırılamaması nedeniyle araştırmanın metodolojik sınırlılıklarından biri olarak değerlendirilebilir. Üçüncü olarak, araştırma kapsamında yalnızca İngilizce dilinde yayımlanmış çalışmalar incelenmiş, farklı dillerde yayımlanan araştırmalar kapsam dışında bırakılmıştır. Bu durum özellikle dijital gastronomi alanında farklı coğrafyalarda üretilen bilgi birikiminin araştırmaya yansımamasına neden olmuş olabilir. Dördüncü olarak araştırmada yalnızca hakem değerlendirme sürecinden geçmiş makaleler, derleme makaleleri ve bildiri/konferans makaleleri dikkate alınmıştır. Konferans özetleri, tezler, editöryal yazılar, kitaplar ve kitap bölümleri gibi gri literatür kaynakları analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı da literatür taramasında kullanılan arama dizimlerinin tematik bulgular üzerinde oluşturabileceği olası etkidir. Çalışmada “digital gastronomy”, “gastronomy AND artificial intelligence”, “gastronomy AND big data”, “gastronomy AND social media” ve “gastronomy AND digital communication” arama dizimleri kullanılmıştır. Bu arama stratejisi, veri setinin kapsamını belirlediğinden, içerik analizi sonucunda ortaya çıkan temaların belirli ölçüde kullanılan anahtar kelime gruplarıyla örtüşmesine neden olmuştur. Bununla birlikte, temalar arama dizimlerinin doğrudan kategorilere dönüştürülmesiyle değil, araştırmaya dahil edilen çalışmaların tam metinlerinin incelenmesi sonucunda oluşturulan kod ve kategorilerin kavramsal olarak birleştirilmesiyle elde edilmiştir. Dolayısıyla ortaya çıkan temalar ile arama dizimleri arasında kavramsal bir ilişki bulunmakla birlikte, tematik yapının yalnızca arama terimlerinin bir yansıması olmadığı değerlendirilmiştir.

Öneri olarak gelecekteki araştırmalarda dijital gastronomi alanındaki çalışmaların yalnızca kavramsal ve betimleyici düzeyde kalmaması, uygulama ve deneysel araştırmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Dijital gastronominin kuramsal altyapısının geliştirilmesi amacıyla gastronomi araştırmacılarının gıda bilimi, bilişim, bilgisayar, makine, endüstri ve tasarım mühendisliği gibi farklı disiplinlerle iş birliği içerisinde çalışması önerilmektedir. Özellikle yapay zekâ destekli gastronomik tasarım, gıda üretimi, sunum, kişiselleştirilmiş menü geliştirme ve gastronomik deneyimin değerlendirilmesi konularında disiplinlerarası araştırmalar yürütülebilir. Ayrıca dijital gastronomi ve sürdürülebilirlik ile dijital gastronomi ve kültür arasındaki ilişkiler farklı araştırma tasarımlarıyla incelenebilir.

Gelecekte gerçekleştirilecek sistematik literatür taraması, bibliyometrik analiz, içerik analizi ve tematik analiz çalışmalarında ise arama stratejilerinin daha kapsamlı biçimde oluşturulması önerilmektedir. Araştırmacılar, yalnızca “digital gastronomy” kavramına bağlı kalmak yerine computational gastronomy, food computing, culinary technology, food 3D printing, digital fabrication, artificial intelligence in gastronomy gibi ilişkili kavramları da arama dizimlerine dâhil ederek alanın farklı disiplinlerdeki çalışmalarını ortaya çıkarabilir. Ayrıca Web of Science ve Scopus'un yanı sıra ScienceDirect, Emerald Insight, DergiPark ve konuya ilişkin diğer akademik veri tabanlarının tarama kapsamına alınması, literatürün daha geniş biçimde değerlendirilmesini sağlayabilir.

Etik Beyan: Araştırmanın arşiv tarama ve doküman analizi odaklı olması insan veya hayvanlar üzerinden (anket, mülakat, odak grup çalışması, insan veya hayvanlar üzerinde deneysel çalışmalar) veriler toplanmaması nedeniyle etik kurul raporuna gerek duyulmamıştır.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarın katkı oranı %.100'dür.

Çıkar Beyanı: Yazar, herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan etmektedir.

Kaynakça

- Akar, E., Ögel İ.Y. & Medetoğlu, B. (2024). How does gastronomy information presentation quality in social media affect the gastronomy destination image formation of travelers? a study on three gastronomy cities, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(7), 903–922. <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2360418>
- Arıcı, H.E. & Çalışkan S. (2026). Artificial intelligence in gastronomy: a bibliometric analysis of research foundations and emerging themes, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 44, 101530. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2026.101530>
- Aydın, Ş., & Uçkan Çakır, M. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 2143-2159. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1123324>
- Babalou, Y., Maleki, A., & Gibson, H. (2026). Social media influencers as catalysts for transforming risk perception, crafting destination image, and elevating culinary tourism in Iran. *Journal of Vacation Marketing*, 32(2), 725–741. <https://doi.org/10.1177/13567667241306428>
- Bayhan, İ. & Özdemir Yaman, Z. (2025). Gastronomy and social media: female influencers' experiences and insights on creating culinary contents, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 42, 101342. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101342>
- Bowen, G.A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Boz, N., & Ahmetoğulları, K. (2025). The implications of generative artificial intelligence in gastronomy and culinary arts education: an extended tam approach. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. <https://doi.org/10.1080/10963758.2025.2586522>
- Bölükbaş, R. (2024). Gastronomi turizmi ve sosyal medyaya ilişkin sistematik bir literatür taraması. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 8(2), 132-139. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1529375>
- Brereton, P., Kitchenham, B. A., Budgen, D., Turner, M. & Khalil, M. (2007). lessons from applying the systematic literature review process within the software engineering domain. *Journal of Systems and Software*, 80(4), 571-583. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2006.07.009>
- Carrera-Rivera, A., Larrinaga, F., & Las, G. (2022). How-to conduct a systematic literature review: a quick guide for computer science research, *MethodsX*, 9,101895. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2022.101895>
- Castillo-Ortiz, I., Villar-Patiño C., & Guevara-Martínez, E. (2024). Computer vision solution for uniform adherence in gastronomy schools: an artificial intelligence case study. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 37, 100997. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100997>
- Chan, J. (2025). AI-generated imagery in sustainable gastronomy tourism: a study from bottom-up to top-down processing. *Tourism Management*, 108, 105093. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105093>

- Cifci, I., Taspınar, O. & Rather, R.A (2024). Vocational commitment and postgraduate intentions of gastronomy students: mediating role of robotics, artificial intelligence, and service automation (RAISA)-based economy concerns, *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 36(4), 307-319. <https://doi.org/10.1080/10963758.2023.2180376>
- Çalış, G. & Erenel, F. (2024). Yönetim alanında tasarım odaklı düşünme üzerine sistematik literatür taraması, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 10(2), 182-197. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10897916>
- Demir, M. & Arman, A. (2026). Artificial intelligence–driven plate design in gastronomy: Professional perspectives on creativity, value creation, and experiential innovation, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 44, 101473, <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2026.101473>
- Demir, Y. & Bertan, S., (2023). Effect of influencers on the intention to taste local food and beverages, *Journal of Mediterranean Tourism Research*, 3(1), 9–17. www.doi.org/10.5038/2770-7555.3.1.1022
- Emiroğlu, B. D. (2022). Tema park ziyaretçilerinin motivasyon kaynakları ve parkları ziyaret sebepleri: sistematik bir literatür incelemesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 411-433. DOI:10.26677/TR1010.2022.1003
- Gusenbauer, M., ve Haddaway, N. R. (2020). Which academic search systems are suitable for systematic reviews or meta-analyses? evaluating retrieval qualities of google scholar, pubmed, and 26 other resources, *Research Synthesis Methods*, 11(2), 181–217. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1378>
- Homeghi, A.-F., Ivasciuc, I.-S., & Ispas, A. (2025). Gastronomy as a vector of online regional branding: the digital communication of gastronomic experiences within the “gastro local” network, Braşov county, Romania. *Sustainability*, 17(24), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su172411332>
- Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, P. & Chironi, S., (2022). Digital influencers, food and tourism-a new model of open innovation for businesses in the Ho. Re. Ca. sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 1-29. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010050>
- Ishak, M. A., & Abdull Rahman, Z. S. (2022). Gastronomy as Content in social media facebook: potentials and challenges. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 7(SI9), 47–53. <https://doi.org/10.21834/ebpj.v7iSI8.4247>
- Jashari, S. & Reshidi, N. (2024), The impact of social media on the performance indicators (product development, market development and customer loyalty) in the gastronomy sector, *Economic Studies (Ikonomicheski Izsledvania)*, 33(6), 36–52. IDEAS/RePEc
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering* (EBSE Technical Report EBSE-2007-01, Version 2.3). Keele University & University of Durham.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kuhn, V.R., Anjos, S. J.G. & Krause, R.W (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813, <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- Kumari, N., Chandra, B., & Shukla, A. N. (2026): Decoding digital gastronomy: a hybrid analysis of theories and trends for future research, *Journal of Foodservice Business Research*. <https://doi.org/10.1080/15378020.2026.2727047>
- Liu, S., Wei, C. & Rahman, I. (2025). Deciphering the impact of host credibility and visual cues on gastrostomy experience bookings on airbnb: A big data and conjoint analysis approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 62, 116–127. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.01.003>
- McGee, H. (2004). *On Food and Cooking: The Science and Lore of the Kitchen*. (Rev. ed.) Scribner.
- Mengjia, L., Bakar, A. Z. B. A., Ishak, F. A. B. C., & Karim, S. A. (2024). A review on social media as a new venue for promoting culinary destinations. *The Journal Gastronomy Tourism*, 11(2), 139–155. <https://doi.org/10.17509/gastur.v11i2>

- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: iletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Mizrahi, A., Lachnish A. Z., & Zoran, A.R. (2023), Digital gastronomy testcase: a complete pipeline of robotic induced dish variations, *International Journal of Gastronomy and Food Science* 31, 100625. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100625>
- Mizrahi, M., Golan, A., Mizrahi, A. B., Gruber, R., Lachnise, A. Z., & Zoran, A. (2016). Digital gastronomy: Methods & recipes for hybrid cooking. In *Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology* (pp. 541–552). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2984511.2984528>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D.G. & The PRISMA Group (2010), Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement, *International Journal of Surgery*, 8(5), 336-341. <https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2010.02.007>
- Özaslan, Y., & Doğan, S. (2025). Investigation of studies on gastronomy tourism using bibliometric analysis method. *Aydın Gastronomy*, 9(2), 375-398. <https://izlik.org/JA79XY34EE>
- Özkan Önem, E., Aydın, S. & İnan, R., (2025). Conspicuous tastes online: are gastronomic variety and symbolic status shaping local food choices? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 41, 101206. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101206>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hrobjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., Stewart, L. A., Thomas, J., Tricco, A. C., Welch, V. A., Whiting, P., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An Updated Guideline for Reporting Systematic Reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Paul, J., Lim, W. M., O’Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 1-16. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12695>
- Picazo, P., Moreno-Gil, S., DiPietro, R.B. & Ma, F., (2025). From plate to picture: the role of gastronomic offerings in tourism marketing, *Journal of Destination Marketing & Management*, 38, 101025. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.101025>
- Ramazanov, M., Cardoso, R. S., & de Freitas, I. V. (2024). The role of social media in the conservation and safeguard of gastronomy as intangible cultural heritage. In J. Chica-Olmo, M. Vujičić, R. A. Castanho, U. Stankov, & E. Martinelli (Eds.), *Sustainable tourism, culture and heritage promotion: Development, management and connectivity* (pp. 89–97). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-49536-6_10
- PRISMA (n.d). *PRISMA flow diagram*, <https://www.prisma-statement.org/prisma-2020-flow-diagram> (Erişim Tarihi: 16. 09. 2026).
- Salim, M. N. H. M., Azinuddin, M., Shariffuddin, N. S. M., Zain, W. M. A. W. M., Ibrahim, M. A., & Zainul, N. H. (2025). Destination social media foodscape and visit intention: double mediation assessment of food destination attractiveness and familiarity among gastronomy tourists, *Journal of Culinary Science & Technology*, 23(6), 1422-1448. <https://doi.org/10.1080/15428052.2024.2414059>
- Serra, P., Oliveira, Â., Fidalgo, F., Serra, B., Infante, T., & Baião, L. (2026). Empirical evidence of AI-enabled accessibility in digital gastronomy: development and evaluation of the receitas +power platform. *Gastronomy*, 4(1), 1-22. <https://doi.org/10.3390/gastronomy4010002>
- Sio, K P., Fraser, B. & Fredline, L. (2024). A Contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image, *Tourism Recreation Research*, 49(2), 312-328. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: an overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

- Sujood, S., Ali, R., Irfan, S., & Hamid, S. (2024). Emerging themes in food tourism: A systematic literature review and research agenda. *British Food Journal*, 126(1), 372–408. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2022-0939>
- Sun, J., Zhou, W., Huang, D., Fuh, J. Y. H., & Hong, G. S. (2015). An Overview of 3d printing technologies for food fabrication. *Food and Bioprocess Technology*, 8(8), 1605–1615. Doi:10.1007/s11947-015-1528-6
- This, H. (2006). *Molecular Gastronomy: Exploring The Science of Flavor*. Columbia University Press.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Zoran, A. (2019). Cooking with computers: the vision of digital gastronomy, *Proceedings of The IEEE*, 107(8), 1467 – 1473. Doi: 10.1109/JPROC.2019.2925262
- Zoran, A. (2025). Digital gastronomy 2.0: A 15-year transformative journey in culinary-tech evolution and interaction. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101135. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101135>
- Zoran, A., & Coelho, M. (2011). Cornucopia: The concept of digital gastronomy. *Leonardo*, 44(5), 425–431. <https://www.jstor.org/stable/41421765>
- Zoran, A., Shilkrot, R., Nanyakkara, S., & Paradiso, J. (2014). The hybrid artisans: a case study in smart tools. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 21(3), Article 15, 1–29. <https://doi.org/10.1145/2617570>