



**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI İLE
AŞÇILIK ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN
NEOFOBİ VE NEOFİLİ EĞİLİMLERİNİN
SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN TUTUMLARINA
ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Burak ÇITAK

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Esra GÜL YILMAZ

Aralık, 2021

Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI İLE AŞÇILIK
ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN NEOFOBİ VE NEOFİLİ
EĞİLİMLERİNİN SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN
TUTUMLARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Hazırlayan:
Burak ÇITAK

Danışman:
Dr. Öğr. Üyesi Esra GÜL YILMAZ

Afyonkarahisar 2021

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Aşçılık Öğrenimi Gören Öğrencilerin Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Sokak Lezzetlerine İlişkin Tutumlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

10.12.2021

İmza

Burak ÇITAK

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENSTİTÜ ONAYI

Öğrencinin	Adı- Soyadı	Burak ÇITAK
	Numarası	190696109
	Anabilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
	Programı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Aşçılık Öğrenimi Gören Öğrencilerin Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Sokak Lezzetlerine İlişkin Tutumlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma	
Tez Savunma Sınav Tarihi	10.12.2021	
Tez Savunma Sınav Saati	10:30	

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☒oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
MÜDÜR

ÖZET

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI İLE AŞÇILIK ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN NEOFOBİ VE NEOFİLİ EĞİLİMLERİNİN SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN TUTUMLARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Burak ÇITAK

**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

Kasım, 2021

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Esra GÜL YILMAZ

Gıda neofobi ve neofili eğilimi, insanların yeni yiyeceklere ilişkin tutumunu etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, farklı yörelere ait daha önce tüketilmemiş sokak lezzetleri de kişiler için yeni bir gıda olabilmektedir. Farklı ve zengin ürün yelpazesiyle ülkelerin mutfak kültürünü yansıtan, halka açık alanlarda sunulan yiyecek ve içecekler olan sokak lezzetleri, bölgeden bölgeye ve hatta aynı bölgenin farklı coğrafi konumu ve mevsimsellik özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrenimi gören öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarına etkisini ortaya koymaktır. Araştırmanın gerçekleştirilmesinde nicel yaklaşım benimsenmiştir. Araştırma verileri, 5 Mayıs-15 Temmuz tarihleri arasında Frigya bölgesinde bulunan üniversitelerde öğrenim gören gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrencilerinden anket tekniği ile elde edilmiştir. Çalışmada gıda neofobi ve neofili eğiliminin sokak lezzetlerine ilişkin tutuma etkisinin olduğu ve bu etkinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimleri ile sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarında demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin sokak lezzetlerini hijyenik bulmadıkları halde tüketmeye devam ettikleri belirlenmiştir. Diğer taraftan, öğrencilerin neofilik bir eğilime sahip oldukları ve en çok tükettikleri sokak lezzetlerinin ise döner, simit ve dondurma olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Neofobi, neofili, sokak lezzetleri, gastronomi ve aşçılık bölümü öğrencileri, Frigya.

ABSTRACT

THE EFFECT OF NEOPHOBIA AND NEOPHILIC TENDENCIES OF GASTRONOMY AND CULINARY ARTS DEPARTMENT AND CULINARY PROGRAM STUDENTS ON THEIR ATTITUDES TOWARDS STREET FOODS

Burak ÇITAK

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF GASTRONOMY AND CULINARY ARTS**

November 2021

Advisor: Asst. Prof. Dr. Esra GÜL YILMAZ

The trends for food neophobia and food neophilia can affect people's attitudes towards new foods. In this context, different regional street tastes they have never consumed before can also be an unusual food experience for people. Street foods, which are foods and beverages offered in public areas, reflecting the culinary culture of countries with a rich and different product range, may differ from region to region and even according to the distinct geographical location and seasonal characteristics of the same territory. This study reveals the effects of food neophobia and food neophilia tendencies of gastronomy and culinary arts students on their attitudes towards street foods. A quantitative approach was adopted in the research. The research data were obtained from the gastronomy and culinary arts students studying at the universities in the Phrygian region between 5 May-15 July by questionnaire technique. The study concluded that food neophobia and food neophilia trends were linearly and positively related to the attitudes towards street foods. However, significant differences were found in students' neophobia and neophilia tendencies and their attitudes towards street foods according to demographic characteristics. In addition, it was determined that the students continued to consume street foods even though they did not find them hygienic. On the other hand, the study revealed that the students had a neophilia tendency, and the most consumed street foods were doner kebab, Turkish bagel, and ice cream.

Keywords: Neophobia, neophilia, street tastes, gastronomy and culinary arts department students, Phrygia.

ÖNSÖZ

Tecrübesi ve bilgi birikimi ile teze başladığım ilk günden itibaren bana yol gösteren, bu süreçte hiçbir desteğini esirgemeyen çok değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Esra GÜL YILMAZ'a benim için harcamış olduğu emek ve bana kazandırdıkları için en içten teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen aileme, özellikle bana bilgisi ve tecrübesi ile her konuda yol gösteren sevgili abim Resul ÇITAK'a ve ablam Derman PERÇEME'e sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim. Ayrıca çalışma boyunca yardımlarını benden hiç esirgemeyen değerli arkadaşlarım Dr. Mehmet TEKELİ, Dr. Ezgi KIRICI TEKELİ'ye ve değerli hocalarım Doç. Dr. Sabri ÇELİK ve Doç. Dr. Ali SOLUNOĞLUNA sonsuz teşekkür ederim.

Burak ÇITAK
2021, Afyonkarahisar

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
YEMİN METNİ.....	ii
TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

NEOFOBİ VE NEOFİLİ

1. NEOFOBİ (YENİ YİYECEK KORKUSU) KAVRAMI	3
1.1. NEOFOBİ KAVRAMININ TANIMI.....	4
1.2. NEOFOBİYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	7
1.3. GIDA NEOFOBİSİNİ AZALTMA YOLLARI.....	18
1.4. NEOFOBİYE İLİŞKİN ALAN YAZIN	20
2. NEOFİLİ (YENİ YİYECEK ARAYIŞI) KAVRAMI	33
2.1. NEOFİLİ KAVRAMININ TANIMI.....	33
2.2. NEOFİLİYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	35
2.3. NEOFİLİ EĞİLİMİNE İLİŞKİN ALAN YAZIN	37

İKİNCİ BÖLÜM

SOKAK LEZZETLERİ

1. SOKAK LEZZETLERİ KAVRAMI	41
1.1. SOKAK LEZZETLERİNİN TANIMI	42
1.2. SOKAK LEZZETLERİNİN TARİHÇESİ	44
1.3. SOKAK LEZZETLERİNİN GELİŞİMİ VE ÖNEMİ.....	46
1.4. SOKAK LEZZETLERİNİN ÇEŞİTLERİ HAZIRLIK VE SUNUM AŞAMALARI	50
1.5. SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN EKONOMİK BOYUT.....	52
1.6. SOKAK LEZZETLERİNİN SAĞLIK HİJYEN VE BESLENME BOYUTU	56
1.7. TÜRKİYEDE SOKAK LEZZETLERİ.....	64
1.8. SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN ALAN YAZIN.....	67

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI VE AŞÇILIK ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN GIDA NEOFOBİ VE NEOFİLİ EĞİLİMLERİNİN SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN TUTUMLARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	76
2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	78
3. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI.....	79
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	80
4.1. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	80
4.2. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ.....	82
4.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ	83
5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE TARTIŞMA.....	83
5.1. ARAŞTIRMANIN GEÇERLİLİĞİ	83
5.1.1. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	83
5.1.2. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	85
5.2. ARAŞTIRMANIN GÜVENİRLİLİĞİ.....	88
5.3. ÖLÇEKLERE İLİŞKİN NORMALLİK ANALİZİ	89
5.4. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	90
5.5. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER.....	91
5.5.1. Sokak Lezzetleri Tutumuna İlişkin Genel Ortalamalar	92
5.5.2. Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketim Sıklığı	96
5.5.3. Öğrenciler Tarafından En Çok Tüketilen Sokak Lezzetleri Grafiği.....	97
5.6. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLERE YÖNELİK KORELASYON ANALİZİ SONUÇLARI.....	99
5.7. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLERE YÖNELİK REGRESYON ANALİZİ SONUÇLARI.....	100
5.8. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE NEOFOBİ, NEOFİLİ EĞİLİMİ VE SOKAK LEZZETLERİ TUTUMUNA YÖNELİK FARKLILIK ANALİZİ SONUÇLARI.....	106
SONUÇ VE ÖNERİLER	110
KAYNAKÇA.....	117
EKLER	128

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. En iyi Sokak Lezzetlerine Sahip 10 Şehir	48
Tablo 2. Türkiye’de Sunulan Bazı Sokak Lezzetleri	66
Tablo 3. Çalışma Evrenini (N) Oluşturan Öğrenci Sayıları.....	81
Tablo 4. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Birincil Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İndeksleri	84
Tablo 5. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Faktör Yükleri ve C.R. Değerleri	85
Tablo 6. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Birincil Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İndeksleri	87
Tablo 7. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri ve C.R. Değerleri ..	87
Tablo 8. Ölçeklerin Güvenilirlik Katsayıları	88
Tablo 9. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları	89
Tablo 10. Katılımcıların demografik özellikleri	90
Tablo 11. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	91
Tablo 12. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	93
Tablo 13. Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketim Sıklığı	96
Tablo 14. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Katsayıları.....	99
Tablo 15. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Sokak Lezzetleri Tutumuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi.....	101
Tablo 16. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Gıda Kalitesi Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi.....	102
Tablo 17. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Hizmet Kalitesi Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi.....	103
Tablo 18. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Haz Alma Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi	103
Tablo 19. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Hijyen Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi	104
Tablo 20. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Parasal Değer Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi.....	105
Tablo 21. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Memnuniyet Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi	105
Tablo 22. Aile İkamet Yerleşim Yerin Sokak Lezzetleri Tutumuna İlişkin Farklılık Analizi (One Way Anova).....	106
Tablo 23. Öğrencilerin Bölüm/Programına Göre Farklılık Analizi (t Testi)	108

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1: Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi	84
Şekil 2: Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi	86
Grafik 1. En Çok Tüketilen Sokak Lezzetleri	98



GİRİŞ

Beslenme olgusu, insanlar için en temel ihtiyaçlardan birisidir. İnsanların beslenme alışkanlıklarını tercih ettikleri yiyecek ve içecekler oluşturmaktadır (Yiğit ve Dogdubay, 2017). İnsanlar, yeni ve bilinmeyen/aşına olunmayan gıdalardan hoşnut olmama, bu gıdalardan şüphe duyma gibi doğal tavırlar sergileyebilir ya da tam aksine gıdalarda yenilik ve çeşitlilik arama eğilimde olabilirler. Diğer bir ifadeyle insanlar gıdalarla ilgili tercihlerinde yenilikten korkabilir veya yenilik, çeşitlilik arayışında olabilirler. Bu iki eğilim 'Gıda Neofobisi' ve 'Gıda Neofilisi' olarak davranışsal bir kişilik özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Gıdalarla ilgili yenilikten korkma (neofobi), yeni yiyeceklere güvenmeme, içeriğini bilmediği yiyecekleri tüketmeme, farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerini tuhaf bulma şeklinde ortaya çıkarken gıdalarda yenilik (neofili) arayışı ise yeni/ aşına olunmayan gıdaları deneyimlemeye istekli, yemek hazırlarken farklı reçeteleri deneme, farklı mutfak kültürlerini merak etme, egzotik yiyecekleri tüketmeye isteklilik olarak ortaya çıkmaktadır (Rızaoğlu vd., 2013). Bireylerin tercih ettikleri yiyeceklere alışması ile birlikte yeni/aşına olunmayan yiyeceklere karşı tutumu farklılık gösterebilmektedir. Bilindik yiyecekleri tercih etme günlük beslenme açısından kolaylık ve güven sağlasa da zamanla beslenme alışkanlıklarında sıradanlığa yol açmaktadır. Bu eğilim, yeni/aşına olunmayan yiyecekleri denemeye ve tüketmeye yönelik istekliliği azaltmaktadır (Dovey vd. 2008: 185). Diğer taraftan gıda neofobisi insanların günlük beslenmesini etkilediği gibi sürekli yenilenen ve gelişen yiyecek içecek sektöründe çalışan bireylerin mesleki kariyerlerini de etkilemektedir. Nitekim mutfakta çalışan bireylerin neofobik bir kişilik özelliği taşımaları bazı olumsuzluklara neden olabilmektedir. Özellikle geleceğin şef adayı gastronomi ve aşçılık öğrencilerinin, neofobi eğilimlerinin neofili eğilimlerinden yüksek olması mesleki olarak dezavantaj olarak karşımıza çıkabilmektedir. Gıda neofobi eğiliminin, geleceğin şef adayı öğrencilerinin yeni ürünlerle yeni menüler hazırlanmasında, yaratıcılıklarını geliştirebilmelerinde, farklı ülkelerin mutfak kültürlerini deneyimleyip öğrenebilmelerine, damak tatlarını geliştirebilmelerine, farklı mutfak ürünlerinin ve tekniklerinin bir arada kullanıldığı (füzyon mutfak vb.) gastronomi akımlarına ilişkin yeterliliklerine engel olacağı düşünüldüğünde önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer taraftan bireylerin farklı tutum sergilediği yiyecek ve içeceklerden birisi ise sokak lezzetleridir. Sokak lezzetleri dünya genelinde günlük 2.5 milyar insan tarafından tüketilmektedir (FAO, 2012). Sokak lezzetleri, ülkelerin mutfak kültürlerinin ayrılmaz bir parçası, fast food akımının geleneksel temsilcisidir. Sokak lezzetleri; bölgeden bölgeye farklılık gösteren, mevsimine uygun zengin çeşitlilikteki yerel ürünlerin geleneksel pişirme teknikleriyle pişirildiği ve etnik çeşitliliğin yansıtıldığı beslenme kültürünü oluşturmaktadır (Calloni, 2013). Bununla birlikte sokak lezzetlerinin çeşit ve içerik bakımından zenginliği, gıda kalitesindeki üst seviye, kolay bulunabilir ve hızlı hazırlanması, yerel damak tadına uygunluğu ve diğer yiyecek gruplarına göre nispeten daha ucuz olması insanları tarafından tercih edilmesindeki en önemli sebeplerdir. Bu nedenle sokak lezzetleri her sınıftan ve her meslek grubundan bireyler için tercih edilen yiyecek içeceklerdir (Tinker, 1999: 327). İlgili literatür incelendiğinde bireylerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarının demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Sokak lezzetleri, ucuz ve kolay bulunabilir olması sebebiyle öğrenciler tarafından sıklıkla tüketilen yiyeceklerdir. Bu nedenle öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumları önem arz etmektedir. Ayrıca özellikle Türkiye’deki Sokak lezzetlerinin ürün zenginliği ve buna bağlı olarak gıda çeşitliliği ve yöresellik bakımından bölgeden bölgeye farklılık göstermesi gibi nedenler, bireylerdeki kişisel gıda eğilimlerinin (neofobi/neofili) sokak lezzetlerine ilişkin tutumu etkileyip etkilemeyeceği bilinmesi gereken önemli bir husustur.

Bu doğrultuda araştırmada gastronomi ve aşçılık öğrenimi gören öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğiliminin sokak lezzetlerine ilişkin tutuma etkisi incelenmiştir. Araştırmanın birinci bölümünde gıda neofobi ve neofili eğilimleri hakkında genel bilgilere yer verilmiş, konu neofobi ve neofiliyi etkileyen faktörler ve ilgili alanyazında yapılan çalışmalar ile detaylandırılmıştır. İkinci bölümde sokak lezzetlerinin tanımı, tarihçesi, gelişimi ve önemi, hazırlık ve sunum şekilleri incelenmiş ve sokak lezzetlerinin ekonomik, hijyen ve beslenme boyutu ile Türkiye’de sokak lezzetlerinin durumuna yer verilmiştir. Ayrıca sokak lezzetleri ile ilgili yapılan çalışmalara da değinilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde ise, çalışmanın amacı önemi, kapsamı sınırlılıkları, evren ve örnekleme kullanılan ölçekler ve verilerin toplanma ve analiz süreci ile ilgili bilgilere değinilmiştir. Daha sonra araştırmada elde edilen bulgulara ilişkin sonuç, tartışma ve önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

NEOFOBİ VE NEOFİLİ

1. NEOFOBİ (YENİ YİYECEK KORKUSU) KAVRAMI

Beslenme, insanlar için vazgeçilmez fizyolojik bir gerekliliktir (Közleme, 2012: 13; Yiğit ve Doğdubay, 2017: 1963; Yılmaz ve Akman, 2019: 2). Fizyolojik bir ihtiyaç olarak görülen yemek yeme eylemi, zamanla psikolojik, sosyal ve ekonomik olarak farklı nedenlerle de gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Nebioğlu, 2018). Beslenme sadece açlığın giderilmesi için yapılan bir eylem olması dışında, bünyesinde psikolojik ve fizyolojik temeller barındıran eylemler bütünüdür (Yiğit ve Doğdubay, 2017: 163). Günlük beslenmede önemli bir yeri olan gıdalar ise yaşamı idame ettirebilmek için gerekli besinleri sağlayan maddelerdir. Bu bakımdan gıda seçimi insanlar için önemli bir faktördür. Yiyecek tüketimi direk olarak gıda seçimiyle ilgili bir eylemdir (Ozgen, 2014: 259). İnsanların yiyecekler içerisinde yapmış olduğu seçimler vücuda giren besinleri belirlemektedir. Belirli yiyecek seçimleri insanlar için uzun vadeli beslenme alışkanlıklarının temelini oluşturmaktadır (Furst vd., 1996: 247). Yiyecek seçimleri; tercihleri, kimlikleri ve kültürel anlamları ifade ederek yaşamın sembolik, ekonomik ve sosyal yönlerinde önemli rol oynamaktadır (Sobal vd., 1998'den akt. Sobal vd., 2006: 1). Kişinin temel beslenme alışkanlıklarını oluşturan bu yiyecek seçimleri, insanların duysal özellikleri, sağlık durumu, sosyal statüsü, ekonomik durumu, kişisel ve sosyal faktörler, yeme alışkanlıkları, çevresel faktörler, psikolojik durum gibi etmenlere göre şekillenmektedir (Ozgen, 2014: 259).

Psikolojik açıdan değerlendirildiğinde insanlar yaşamlarının büyük bir bölümünde denge, uyum, çatışmasızlık ve bilinirlik aramaktadırlar. Bunun diğer bir adı da aynılıktır. İnsanlar alışık oldukları durumlar dışında beklenmeyen şeylerle karşılaşmak ve uğraşmak istemezler. Bu sebepten dolayı yeniliklerden, belirsizliklerden ve değişikliklerden oluşan psikolojik gerilimlerden kaçınma eğilimindedirler (Rızaoğlu, 2012: 671). Kişilerde meydana gelen alışkanlıklar ve aynılıklar yiyecek konusunda da ortaya çıkmaktadır. Gıdalara aşinalık insanların gıda tercihinde önemli bir faktördür. Kişi ihtiyaç duyduğu bir şeyi ona aşinalığına dayanarak kabul etme veya reddetme eğiliminde olabilmektedir (Ozgen, 2014: 259; Muhammad vd., 2016: 359). Psikoloji

bilim dalında “Yenilik Korkusu (Neofobi)” olarak bilinen bu durum insanların yaşamını büyük ölçüde etkilemektedir (Yiğit, 2018: 38).

İnsanların alışık olmadığı bir yiyeceği tatma korkusuna ‘gıda neofobisi’ denmektedir. Kişide var olan bu korku, yeni bir yiyeceği değerlendirirken hem yeni yiyeceği tatmayı hem de bu alışılmadık yiyeceğin tadını hissetmeyi engeller (Olabi vd., 2009: 354; Ozgen, 2014: 255). Bireylerin yeni ve/veya alışık olunmadık yiyeceklerle verdiği tepkiler alan yazında gıda neofobisi (yeni yiyecek korkusu/ yiyecekte yenilikten korkma) olarak ifade edilmektedir (Yiğit ve Doğdubay, 2017: 163-164). Bu bölümde gıda neofobi kavramı, neofobiye etkileyen faktörler açıklanmakta ve konuyla ilgili literatürde yer alan çalışmalara yer verilmektedir.

1.1. NEOFOBİ KAVRAMININ TANIMI

Yeni yiyeceklerden kaçınma ve/veya yeme isteksizliği olarak tanımlanan “Gıda Neofobisi” (Food Neophobia) insanların günlük gıda seçimlerini etkileyen bir kişilik özelliğidir (Pliner ve Hobden, 1992: 107; Flight vd., 2003: 51; Schnettler vd., 2013: 71). Yiyecek neofobisi, kişinin yeni ve alışılmadık yiyecekleri deneme, tüketme ve hoş olmayan tatlardan kaçınma isteğini etkileyen bir özellik olarak bilinmektedir (Pliner & Hobden, 1992). Fischler’e göre ise yiyecek neofobisi, insanların yeni ve alışılmadık yiyecekleri sevmeme ve bunlardan şüphelenme konusundaki doğal bir eğilimidir (Fischler 1998’den akt. Chang vd. 2011: 308). Yine benzer şekilde Şengel vd., (2015: 432), gıda neofobisini, bireylerin aşına olmadıkları yiyecekleri tatmaktan hoşlanmamaları ve yeni yiyeceklerle karşı şüphe duyması olarak tanımlamaktadır. Diğer bir tanıma göre ise, yeni gıdalardan kaçınma eğilimi olan gıda neofobisi, bireyleri potansiyel olarak toksik yiyecekleri tüketmekten koruyan biyolojik olarak anlamlı bir mekanizma olarak da kabul edilmektedir (Tuorila vd., 2001: 29).

İnsanlar yeni ve bilinmeyen/aşına olunmayan yiyecekleri sevmeme, bu yiyeceklerden şüphe duyma gibi doğal tavırlar sergileyebilmektedir. Bu sebeple yenilikten korkma eğilimi; yiyecek konusunda yeni yiyeceklerden kaçınma, yeni yiyeceklerle güvenmeme, içeriğini bilmediği yiyecekleri yememe, farklı ülkelerin ve yerel kültürlerin yiyeceklerini tuhaf bulma, etnik restoranlardan kaçınma ve tatildeyse hiçbir şey yememe olarak karşımıza çıkabilmektedir (Rızaoğlu vd., 2013: 675). Bu yüzden insanlarda gıda ile ilgili algı ne kadar olumlu ise duygusal tepkide o derece olumlu gelişmektedir (Baah vd., 2020: 4).

Yiyecek neofobisi, yeni yiyecekleri deneme konusundaki isteksizliktir. Diğer bir ifadeyle yiyecek neofobisi, genellikle bir kişilik özelliği olarak insanların yeni yiyecekleri kabul etme veya bunlardan kaçınma eğilimleri açısından bir süreklilik olarak karakterize edilmektedir (Schnettler vd., 2013: 71). Bireyler, yeni yiyecekleri tüketme veya bunları reddetme eğilimlerine bağlı olarak neofobik ve neofilik olarak kategorize edilmektedir (Pliner ve Hobden, 1992; 107). Yiyecek neofobisinin dereceleri farklıdır ve gıda neofobisi üzerine yapılan çalışmalar insanların yeni yiyeceklere yaklaşımını ve bunlardan kaçınma eğilimlerine göre neofobi düzeylerini ölçüp sınıflandırmaktadır (Fernández-Ruiz vd., 2013: 222).

Van Trijp ve Van Kleef (2008) ise farklı bir bakış açısı ile neofobinin, bireyin sağlığı için zararlı olup olmadığını dahi bilmediği bir gıdayı (bozulmuş zehirli mantar vb.) deneme konusunda dikkatli olmasını sağlayan psikolojik ve davranışsal bir eğilim olduğunu belirtmektedir. Diğer bir tanıma göre ise neofobi, insanların sağlığını merkeze alarak yabancı ve yeni yiyeceklerden ziyade aşına/bilindik ve güvenli gıdaların seçimiyle ortaya çıkan bir tutum olarak ifade edilmektedir (Park ve Cho (2015: 1). Bu bağlamda yeni ve yabancı yiyecekleri reddetme olgusu olan neofobi eğilimi, bireyleri zararlı yiyeceklerden koruyan önemli fizyolojik bir savunma mekanizması olarak görülmektedir (Akar Şahingöz ve Ceylan, 2019: 773). Bu nedenle gıda neofobisi, aynı tür yiyecekleri sürekli tüketme eğilimine neden olmakta ve yeni yiyecekleri tüketmenin kısıtlanmasına etki etmektedir (Olabi vd., 2009: 354; Fernández-Ruiz vd., 2013: 222; Muhammad vd., 2015: 359).

Bazı araştırmacılar, gıda neofobisinin “Omnivore’s Dilemma (omnivore ikilemi)” kaynaklı olduğunu belirtmektedir. Çok çeşitli yiyeceklere dayalı dengeli bir diyet genellikle sağlık için ihtiyatlı bir diyet olarak kabul edilir (Flight vd. 2003: 1). Bununla birlikte, yiyeceklerimizde çeşitlilik arama ihtiyacı, alışılmadık ve bilinmeyenlerle ilgili endişeyle çelişir. Bu durum genellikle 'omnivorun ikilemi' olarak açıklanmaktadır (Laureati et vd., 2015; Rozin ve Vollmecke, 1986: 436). Omnivor ikilemi beslenme gereksinimlerinin karşılanması için yeni yiyecekler bulma arzusu olarak ifade edilmektedir (Laureati vd., 2015: 5) ancak, bu çeşitlilik arayışı potansiyel olarak tehlikelidir çünkü bilinmeyen bir yiyeceğin genel olarak zehirli olabileceği düşüncesi yaygındır (Fischler, 1990: 277). Gıda neofobisinin bu ikilemden ortaya çıktığı belirtilmekte ve özellikle çocuklarda neofobi ile beslenme çeşitliliği arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu bilinmektedir (Laureati vd., 2015: 8). Buna göre hem et

obur hem ot obur (omnivor) ikilemi yeni yiyeceklere hem yaklaşılması hem de bunlardan kaçınılması gerekliliğidir. Tanıdık olmayan yiyecekleri yeme isteksizliği olarak tanımlanan gıda neofobisi, tüm omnivorların paylaştığı bir özelliktir (Pliner ve Hobden, 1992: 105). Bu bağlamda bir savunma mekanizması olarak ifade edilen gıda neofobisinin, insanların günlük beslenmesindeki gıda çeşitliliğine etki ettiği anlaşılmaktadır.

Neofobi eğilimi, bireyin sağlığına zarar verme olasılığı olan yiyeceklerden korunması bakımından bir avantaj sağlamaktadır (Knaapila vd., 2007: 573). Bu durum, yeni ve alışılmadık yiyecekler yerine tanıdık ve güvenli yiyecekleri seçme eğilimini ifade etmektedir (Park ve Cho, 2016: 221). Yeni bir yiyeceğe karşı bireyde oluşan tiksinti/iğrenme hissi kişide bu yiyeceklerden kaçınma eğilimi oluşturmaktadır. Bu nedenle kişilerin günlük beslenmesinde aynı/benzer gıdaları tüketmeye özen gösterdiği ortaya çıkmaktadır (Dovey vd. 2008: 185). Dolayısıyla, neofobi eğilimi sergileyen bireyler için, gıdanın aşinalığı gıdanın kabulü için önemli bir etmendir (Ozgen, 2014: 259). Kişilerin aşına/bilindik yiyecekleri tercih etmesi, beslenme açısından kolaylık sağlasa da zamanla beslenme şekli döngü haline gelebilmektedir. Bu tutum ise yeni yiyecekleri tüketme konusunda isteksizlik oluşturmaktadır (Yiğit ve Doğdubay, 2017: 162).

Dovey vd. (2008: 181) ise gıda neofobisinin, çocuklarda görülen seçici – telaşlı yemek yeme eyleminin alt dalı olduğunu ifade etmektedir. Gıda neofobisi, çocuklarda daha önce deneyimlenmemiş potansiyel besin kaynaklarını doğal olarak reddetme ve buna bağlı olarak kaçınma mekanizmasına neden olmaktadır. Çocuklarda gıda neofobisi, süttten kesilip daha hareketli hale geldiklerinde başlayarak 2-6 yaş arasında zirveye ulaşmaktadır. Çocuklar büyüdükçe, gıda maddeleriyle ilgili deneyimlerinin çeşitlenmesi ve sıklaşmasıyla birlikte, daha az neofobik hale gelmektedirler.

Genel itibariyle bakıldığında insanların günlük beslenme tarzlarını tükettikleri yiyecekler oluşturmaktadır. Kişinin tercih ettiği yiyeceklere alışması ile birlikte yeni yiyeceklerle karşı tutumu farklılık gösterebilmektedir (Ozgen, 2014: 259). Yeni besinleri beğenmemenin temelinde, onların bilinenlere göre daha az lezzetli olduğu beklentisi olabilmektedir. Kişiler yeni yiyeceklerin güvenli olduğunu, öğrenme ve deneyimleme ile aşabilmektedirler. Benzer şekilde, yeni bir yiyecek ile ilgili faydalı bilgilerin aktarılması, yeni bir yiyeceğin aşına olunan bir yiyecek ile servis edilmesi ve kişilerin

farklı kültürlerdeki tatlara maruz kalması neofobi eğiliminin azalmasına yardımcı olmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006: 87).

1.2. NEOFOBİYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Yeni veya alışılmadık yiyecekleri denemeye yönelik genel bir isteksizlik olan gıda neofobisi, tercihler, seçim ve gıda ürünlerinin kabul edilebilirliği üzerinde büyük etkiye sahiptir. Neofobik tüketiciler, yeni gıda ürünlerine karşı olumsuz tavır sergilemekte ve daha az haz alma eğilimi göstermektedirler. Gıda neofobisi, bir yiyeceğin reddedilmesinin üç ana nedenine dayanır. Bunlardan ilki duyuşal özelliklerden hoşlanmama (renk, koku, görünüm vb.), ikincisi o gıdayı tüketmenin olumsuz sonuçlarından korkma ve tehlike üçüncüsü ise gıdanın doğası veya yapısından dolayı oluşan tiksintidir (Rozin ve Fallon, 1980: 193; Stocia ve Alexe, 2016: 35). Tüm omnivorlarda bireysel deneyim gıda seçiminde önemli rol oynar. Örneğin; bir gıda maddesinin tüketilmesinden sonra yaşanan olumsuz biyolojik sonuç gıda reddi veya isteksizliğe yol açmaktadır (Garcia vd., 1974 ‘den akt. Rozin ve Fallon 1980: 194). Birçok maddeden kaçınma insanların doğaları veya kökenleri ile ilgili kültürel olarak aktarılan bilgi veya tutumlara dayanır. Güçlü kültürel bağlar, insanların sahip oldukları birçok öğeyi sınıflandırmasına sebep olmaktadır (Rozin ve Fallon, 1980: 194). Farklı kültürlerle maruz kalma ve yine benzer şekilde sosyo-ekonomik statü bireylerde daha düşük neofobi seviyesine sebep olmaktadır (Flight vd., 2003:52).

Stocia ve Alexe (2016) neofobiye etki eden faktörleri sosyo-demografik özellikler (eğitim seviyesi, yaşam tarzı, kentleşme derecesi) uyarılma, kişisel deneyimler ve alışkanlıklar (gıdalara aşinalık, maruz kalma), reklam, yeme içme trendleri, diğer bireylerin tavsiyesi gibi nedenler olarak belirtmektedir. Daha geniş açıdan bakıldığında ise insanlarda neofobiye etkileyen faktörler; davranışsal ve psikolojik etkiler (endişe, korku, öfke), sosyal etkiler, sosyo-demografik özellikler (yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, din, kültür,) durumsal etkiler, yani yiyeceğin duyuşal özellikleri (koku, tat, görünüş, besin değeri) uyarılma (korku, açlık), genetik ve çevresel etkiler (aile ve yetiştirme şekli) ve gıda sektöründe uygulanan yeni teknolojiler (nanoteknoloji, genetik modifikasyon, fonksiyonel ürün) olarak karşımıza çıkmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006: 75; Wadolowska vd., 2008: 123; Schnettler vd., 2013: 71; Mak vd., 2017: 5; Giordano vd., 2018: 1).

Davranışsal ve Psikolojik Faktörler: İnsan, yemek seçimlerindeki zenginlik ve karmaşıklık nedeniyle birçok disiplinle (biyoloji, psikoloji, sosyoloji, tıp vb.) etkileşim halindedir (Rozin, 2006: 19). Yiyecek seçimi, insanların neyi, nerede, nasıl, ne zaman, kiminle yediklerini ve yiyecek ve yeme davranışlarının diğer yönlerini dikkate alarak yiyecek ve içeceklerin seçimi ve tüketimini içerir (Sobal vd., 1998: 858). Neofobik bireylerin davranışsal durumları ele alındığında bu insanların sosyalleşme, yeni insanlarla tanışma ve yeni ortamlarda bulunma gibi konularda isteksiz davranışlar sergilediği görülmektedir (Pliner ve Salvy, 2006'dan akt. Üzülmmez, 2018). Aynı şekilde yeni yiyeceklere karşı da isteksiz tavır sergileyen neofobikler, tanıdık/ aşina yiyeceklere yönelmektedirler. Diğer taraftan belirli bir yiyeceğe tekrar tekrar maruz kalma, 'öğrenilmiş bir güvenlik davranışı' olduğuna inanılan bir mekanizma yoluyla o yiyeceğin beğenilmesini ve tüketilmesini artırmaktadır. Öğrenilmiş güvenlik olarak tanımlanan bu mekanizma yiyeceklerin beğenilip beğenilmemesindeki temel süreç olarak değerlendirmektedir. Bu teoriye göre alışılmadık bir gıdanın olumsuz sonuçları olmaksızın tekrar tekrar tüketilmesi, o gıdanın daha fazla kabul görmesine yol açmaktadır (Pliner vd., 1993: 112; Eertmans vd., 2001: 445).

Diğer taraftan neofobi eğilimi sergileyen bireyler incelendiğinde, psikolojik faktörlerin bireyin zihin ve duygularıyla ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum bireyin geçmişine ve yaşam tarzına göre kişiden kişiye değişmektedir. Özellikle inançlar, alışkanlıklar, değerler ve yemekle ilgili geçmiş deneyimler gibi psikolojik faktörler, yiyecek seçiminde sürekli bir etkiye sahipken benlik kavramı ve tutumlar günden güne değişebilmektedir. Ayrıca motivasyon, kişilik, yiyecek ve beslenmeye yönelik tutumlar gibi psikolojik faktörlerin gıda neofobisi ve beslenme davranışını etkilediği de bilinmektedir (Muhammad vd., 2016: 359). Rozin ve Fallon (1980) insanlarda gıda reddini üç '*psikolojik kategori*' ye ayırarak bunları; hoşlanmama, tehlike ve tiksinti olarak ifade etmektedir. Diğer taraftan neofobik bireylerin psikolojik davranışları incelendiğinde, farklı mutfak kültürüne maruz kalmaları durumunda endişeyle yaklaştıkları, risk almaktan kaçındıkları ve aşina/bilindik yiyecekleri tercih ettikleri görülmektedir (Pliner ve Hobden, 1992: 106). Sonuç olarak bireylerin davranışsal ve psikolojik özelliklerinin, gıda neofobisi ve beslenme alışkanlıkları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Durumsal Faktörler: İnsanların yeni yiyecekleri reddetmesinde ve neofobik davranışların oluşma derecesinde büyük durumsal farklılıklar vardır. Pliner ve Salvy

(2006: 77) bu durumsal farklılıkları yiyecek hakkında bilgi, sosyal etki, yenilik durumunda miktar, uyarılma ve duyuşal özellikler olarak tanımlamaktadır.

Gıdalar, tat, koku, sıcaklık, doku, renk, şekil gibi çeşitli özelliklere sahiptirler (Domjan, 2018: 16). Bir yiyeceğin tadı, aroması, kokusu ve dokusuna duyulan tepki, insanların gıda seçiminde ve beslenme alışkanlıklarında göz ardı edemeyeceği önemli bir husustur (Nestle vd., 1998: 56). İnsanlar ve hayvanlardaki tat tanıma belleğinin, yaşam süresi boyunca gıda seçimi ve beslenmede önemli bir yere sahip olduğu vurgulanmaktadır. İnsanoğlunda doğumdan önce başlayan kokulara ve tatlara aşına olma durumu, doğum sonrası yaşama geçişte ve erken dönemde gıda tercihlerinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Gallo, 2018: 26). Gıdaların beklenen duyuşal özellikleri yeni yiyecekleri kabul etme veya reddetme kararlarının temel belirleyicisi olarak kabul edilmektedir (Martins ve Pliner, 2005: 220). Dovey vd. (2012: 261)'ne göre yeme davranışı, çeşitli duyuşal yöntemlerin (dokunma, görme, koku vb.) entegrasyonunu içerir ve en bariz olanı ise 'tat' tır. Bununla birlikte bir yiyeceği deneyip denememe kararı, genellikle o yiyeceğin tadına bile bakmadan önce görme, dokunma, doku ve kokuya dayalı değerlendirmeler kullanılarak verilmektedir. Diğer bir ifadeyle bireylerde yeni bir yiyeceğin tadına bakıp bakmama konusundaki kararlar bir yiyeceğin 'çekici/cazip' olup olmadığıyla alakalıdır.

Diğer taraftan Tanska vd. (2017: 373) yapmış oldukları çalışmada bireylerde oluşan neofobinin gıdalarla ilgili yetersiz bilgiden kaynaklandığını belirtmektedir. Rozin (1988) ise insanlar tarafından kabul gören yiyeceklerin, genellikle tadı iyi (beklenen) ve yararlı görülen yiyecekler olduğunu bildirmektedir. Bu durum gıdaların reddiyle alakalı iki durumun zıttı olarak (hoşlanmama ve tehlike) iyi tat veya faydalı sonuçlarla ilgili edinilen bilginin insanlardaki neofobi eğilimini azaltacağı beklenmektedir (McFarlane ve Pliner, 1997: 228). Konuyla ilgili olarak Pelchat ve Pliner (1995) tarafından yapılan bir çalışmada, yeni bir yiyecek olan Asya meyvesi kullanılmış ve bir gruba yeni yiyecek hakkında bilgi verilmezken (sadece ismi verilerek), diğer gruba ise yiyeceğin besin bilgisi '*C vitamini açısından zengindir*' tat durumu '*tadı güzeldir*' ve son olarak tadının neye benzediği '*konserve armut*' bilgisi verilmiştir. Araştırmanın sonucunda yeni yiyeceklerle ilgili bilgi verilen grubun, bilgi verilmeyen gruba göre yeni yiyeceği denemeye daha istekli olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla yeni bir yiyecek veya gıdalar hakkındaki bilgilerin, bireylerde yeni gıdaları denemeye yönelik istekliliği artırdığı görülmektedir.

Yeni bir gıda hakkında bilgi sağlamanın bir diğer yolu ise bireyin kendi deneyimi yani ‘*maruz kalma*’ durumuyla ilişkilidir. İnsanlar genellikle yeni yiyeceklerin tatsız olacağını düşünerek o yiyeceği denemekte isteksiz davranmaktadırlar (Zajonc, 1968:3; Pliner ve Salvy, 2006: 78). Bunun aksine lezzetli yeni yiyeceklere maruz kalmak, yeni yiyeceklerle ilgili olumsuz beklentilerin temelsiz olduğunu anlamalarına yardımcı olabilmektedir. Yani yeni yiyeceklerle ilgili olumlu deneyimler ileride denenecek olan yeni yiyeceklere genellenebilir ve bu durum da nefobiye daha genel ve kalıcı şekilde azaltabilmektedir (Pliner ve Salvy, 2006: 78). Bununla ilgili olarak Birch vd., (1987) tarafından yapılan çalışmada, küçük yaştaki öğrenciler iki gruba ayrılmış birinci gruptaki altı çocuğa farklı miktarlarda yeni peynirler ve ikinci gruptaki sekiz çocuğa farklı miktarda meyvelerden oluşan, günde bir çift gıda sunulmuş ve çocuklar belirli bir müddet (25 gün) bu yiyeceklere maruz bırakılmıştır. Çocuklar, yeni olan beş peynire 20, 15, 10, 5 ve 2 kez, yeni olan meyvelere ise 20, 15, 10, 5 ve 0 kez maruz bırakılmıştır. Maruz kalma aşamasından sonra çocuklara tüm olası yiyecek çiftlerini içeren bir seçim denemesi yaptırılmış ve sonuç olarak 14 çocuktan 13’ünün daha yüksek düzeyde maruz kalınan uyarıyı seçtiği saptanmıştır. Bu sonuçlar maruz kalma sayısının gıda seçimindeki olumlu rolünü ortaya koymaktadır. Diğer taraftan sonuçlar, tipik olarak daha önce de belirtildiği gibi ‘*öğrenilmiş güvenlik*’ olarak yorumlanmaktadır. Buna bağlı olarak bireyler, tekrarlanan maruz kalmalarla birlikte gıdanın güvenli olduğunu ve kendilerinde olumsuz bir durum ortaya çıkmayacağını öğrenmektedirler (Brich vd., 1998: 171). Sonuç olarak gıda hakkındaki bilgilerin ve maruz kalmanın bilinmeyen/aşına olunmayan yiyecekleri deneme istekliliğini değiştirebileceği görülmektedir.

Diğer bir durumsal faktör olan sosyal etki; bireylerin çevrelerindeki kişilerden etkilenmelerine ve o kişilerin tüketmiş olduğu benzer yiyecekleri tüketmeye teşvik etmektedir (Pliner vd., 1993: 113). Yeme davranışı açısından sosyal kolaylaştırma, mevcut insan sayısına bağlı olarak her bireyin tükettiği yiyecek miktarında artışa yol açmaktadır. Bu nedenle küçük bir çocuğun etrafındaki kişiler yeni bir yiyeceği ne kadar çok tüketirse, çocuk onu denemeye o kadar istekli olacaktır. Tek bir kişinin, çocuklar üzerinde yeni bir yiyeceği denemeye istekli olmaları açısından sınırlı bir etkisi olabilir (Harper ve Sanders, 1975: 206). Ancak daha büyük bir etki için çocuğun etrafındaki herkesin aynı anda yiyeceği yemesi daha büyük bir etki yaratmaktadır (Brich, 1980: 490). Sosyal etkiyle ilgili olarak Harper ve Sanders (1975) tarafından yapılan bir

Çalışmada, ocukların yetişkin bireylerle birlikte yemek yerken yetişkin bireylerin de tüketmiş olduğu yeni bir yiyeceğin çocuklara sunulmasıyla birlikte denemeye olan istekliliğin arttığı görülmüştür. Özellikle ocukların anneleri ile birlikte bu deneyimi yaşamasının çok daha fazla çocuğun yeni gıdayı tketmesinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde çocukların tanıdık sosyal ortamda ve tanıdık kişilerle tükettikleri yeni gıdaları güvenilir olarak algıladıkları söylenebilir.

Gıda neofobisine etki eden bir diğer durumsal faktör ise yiyeceğin eşidir. İnsanlar yapmış oldukları işleri gereği farklı kültürdeki gıda ürünlerini keşfetme şansına sahip olabilmektedirler. Farklı kültürlerdeki yiyeceklerle ilgili deneyimin gıda neofobisinin azaltılması üzerinde etkisi olduğu bilinmektedir (Asperin vd., 2011: 2; Ozgen, 2014: 259). Konuyla ilgili olarak neofobi üzerine yapılan çalışmalar genellikle bir kültüre göre tanıdık ancak diğerine göre yeni olan geleneksel olarak ‘etnik’ yiyeceklerle odaklanmıştır (Pliner ve Salvy, 2006: 79). Bunun dışında etnik yiyeceklerle ek olarak Tuorila (2001: 30) dört farklı türde yeni gıda tanımlamaktadır. Bunlar fonksiyonel gıdalar, genetiği değiştirilmiş gıdalar, besinsel değeri değiştirilmiş gıdalar ve organik gıdalardır. Yine diğer taraftan hayvansal ve bitkisel kökenli ürünlerin insanların neofobi davranışı üzerinde etkisinin olup olmadığı merak edilen konular arasında yer almaktadır. Bununla ilgili Pliner ve Pelchat (1991) tarafından yapılan bir çalışmada bireylerin hayvansal gıdalar açısından ve hayvansal olmayan bitkisel gıdalar açısından neofobik olup olmadıkları araştırılmıştır. Çalışmada, katılımcılar aslında hayali olan on ‘yeni’ yiyeceği tatma istekliliklerini derecelendirmişlerdir. Katılımcılara hayvansal (et, balık, kümes hayvanları, süt, yumurta) meyve, sebze ve tahıl grubundan yiyecekler sunulmuştur. Çalışmanın sonucuna göre, neofili odaklı bir değerlendirilme yapıldığında hayvansal kaynaklı ürünler, hayvansal kaynaklı olmayan ürünlere göre daha düşük deneme puanı almıştır. Yine benzer bir alışma Tuorila vd., (2000) tarafından yapılmış, deneklere hem bitkisel hem hayvansal kökenli tanıdık ve bilinmeyen yirmi adet yiyecek sunulmuştur. Tanıdık ve alışılmadık etnik yiyeceklerin yanı sıra, fonksiyonel (kolesterole iyi gelen), genetik olarak modifiye edilmiş (domates) ve besin değeri değiştirilmiş (az kalorili çikolata) alışılmadık yiyecek türleri de eklenmiştir. Ayrıca denekler kendi gıda neofobilerini ölçen on maddelik bir ankete katılmışlardır. Yapılan bu çalışmada tanıdık gıdalardan bitkisel olarak ananas ve et domatesi düşük deneme derecesine sahipken yine tanıdık bitkisel ürünler, mammi (puding) ve çikolata yüksek deneme derecesine sahip çıkmıştır. Tanıdık olmayan tofu,

longan meyvesi, falafel gibi bitkisel gıdalar ise düşük deneme derecesine sahip çıkmıştır. Diğer taraftan hayvansal kaynaklı tanınmış olan gıdalardan fume jambon, ton balığı yüksek deneme derecesine sahip iken tanınmış olmayan hindi ve pasha (puding) gibi hayvansal ürünler düşük deneme derecesine sahipti. Benzer şekilde tanınmış olmayan fonksiyonel, besin değeri değiştirilmiş ve genetik modifikasyona uğramış gıdalar düşük deneme derecesine sahip çıkmıştır. Bu gıdaların derecelendirmeleri tanınmış olmadıkları için neofobik olmayan bir tepki olarak yansıtılabilir. Sonuçlar bir yiyeceğe aşinalığın kültürel değil bireysel bir deneyim olduğunu göstermektedir. Belirli bir kültürde iyi bilinen bir yemek, bir kişi onu tadıncaya kadar ona yabancıdır. Genel olarak çalışmanın sonuçları incelendiğinde benzer bir çalışma olan Pliner ve Pelchat (1991) tarafından yapılan çalışmayla hayvan kaynaklı ürünlere bitki kaynaklı olanlardan daha fazla neofobik tepkiler bildiren sonuçla sadece ile belirli ölçüde benzeşmektedir.

Neofobiye etkileyen bir diğer durumsal faktör ise uyarılma. Yeni yiyecekler insanlar için özel bir tür uyarıcıdır (Pliner ve Loewen, 1997: 551) ve bireylerde korku/kaçınma tepkisi başlatabilmektedir (Dovey vd., 2008: 183). Bu nedenle insanlar yeni yiyecekleri reddetme eğilimindedirler. Fakat bazı uyarılmalar (manüplasyonlar) belli bir yiyeceğin deneme olasılığını artırabilmektedir. Bunlar yiyeceğin tadı (güzel ve lezzetli), sadece maruz kalma ve benzer bir tada maruz kalma olarak söylenebilir (Pelchat ve Pliner, 1997: 153; McFarlane ve Pliner, 1997: 228; Brich ve Marlin, 1982: 355). Pliner ve Loewen, (1997) insanlar için son derece yeni olan bir uyarıcı, denemeye olan istekliliği azaltırken daha az yeni olan bir uyarıcının ise bu istekliliği artırabildiğini ifade etmektedir. Berlyne göre ise (1966) bir uyarıcının yeniliği, karmaşıklığı, uyumsuzluğu, belirsizliği veya şaşırtıcılığı gibi kolektif özellikleri uyarıcının uyarılma potansiyelini etkilemektedir (Berlyne 1966'dan akt. Pliner ve Loewen, 1997: 551). Literatürde var olan bazı çalışmalar güçlü uyarılmanın (korku ve açlık) yenilik tercihinde bir düşüşe neden olduğunu göstermektedir. Pliner ve Loewen, (2002), yeni yiyecekleri tatma istekliliği ile manipüle edilmiş uyarılma arasında negatif bir ilişki bulmuştur. Ek olarak, Pliner ve Melo (1997), manipüle edilmiş uyarılmanın, genellikle optimum uyarılma seviyesinin bir ölçüsü olarak kabul edilen duyum arayışındaki bireysel farklılıklarla etkileşime girdiğini bulmuşlardır. Pliner vd. (1995) ise hem korku hem de açlığı manipüle ederek ve yeni yiyecekleri deneme istekliliğini değerlendirmiştir. Uyarılmanın muhtemelen en yüksek olduğu durumda (yüksek korku-yüksek açlık), katılımcıların yeni yiyecekleri denemede en büyük isteksizliği

gösterdikleri saptanmıştır. Sonuç olarak; insanlarda yüksek uyarılma düzeyinin, yenilik tercihinde azalmaya yol açarken, azalan uyarılmada tercihin arttığı söylenebilir.

Sosyo-Demografik Faktörler: Sosyo- demografik faktörlerin (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, gelir seviyesi, yaşanılan bölge) yeni gıdaları tüketme istekliliği üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006: 78). Gıda neofobisi tüm yaş gruplarında görülebilmektedir ve gıda neofobisindeki yaş farklılıklarına ilişkin verilerin basit bir şekilde açıklanması zordur. Çeşitli çalışmalarda farklı yaş aralıkları ve farklı test yöntemleri ile farklı neofobi ölçümleri kullanılmıştır (Pliner ve Salvy, 2006: 84).

Konuyla ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde farklı yaş gruplarında farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Bazı çalışmalar (Birch, 1979; Otis vd., 1984; Birch vd, 1987; Pelchat & Pliner, 1995) gıda neofobisinin yaşla birlikte azaldığı sonucuna varırken bazı çalışmalar ise (Pelchat ve Pliner, 1983; Pliner, 1994; Tuorila vd, 2001) yaşla birlikte artabileceği sonucuna ulaşmıştır. Gerçek neofobik davranış incelendiğinde gıda neofobisi yaşla birlikte azalma eğilimi göstermektedir (Koivisto-Hursti ve Sjöden, 1997: 89; Pliner ve Salvy: 2006: 78). Erken yaşta yeni gıdalara maruz kalmaya odaklanan davranışsal müdahaleler, gıda neofobisinin yol açtığı çocukların gıda üzerindeki seçici davranışlarını azaltabilir ve böylelikle meyve ve sebzelerin tüketilmesini teşvik edebilmektedir (Dovey vd., 2008: 181). Bazı araştırmacılar çocuklardaki neofobinin, çocukların sütten kesilip daha hareketli hale gelmesiyle başlayıp, 2 ile 6 yaş arasında zirveye ulaştığını ifade etmektedir (Addesi vd., 2005: 264; Mcfarlen ve Pliner (1997: 235). Çocukların yaşının ilerlemesi ve daha fazla gıda deneyimi yaşamasıyla birlikte zamanla neofobi eğilimleri de azalmaya başlamaktadır (Cook ve Wardle, 2005: 744). Yine benzer şekilde Kabaran, (2011) çalışmasında, çocuklarda yaşın artmasıyla birlikte gıda neofobisin azaldığını ifade etmektedir. İnsanlar üzerinde yapılan bazı çalışmalar genç kişilerin yaşlı kişilere göre daha neofobik olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Örneğin; Pelchat ve Pliner (1995) çalışmalarında 3-8 yaş arasındaki çocukların, 10-20 yaş arasındaki çocuklara göre yeni yiyeceklere karşı daha isteksiz oldukları sonucuna ulaşmıştır. Otis (1984) ise yaşları 17 ile 50 arasında değişen bir grup yaz kursu öğrencisiyle yapmış olduğu çalışmada yaşça daha büyük olanların gençlere göre yeni yiyecekleri tüketme konusunda daha hevesli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu durumun aksine Tuorila vd., (2001) yaşları 16 ile 80 arasında değişen deneklerle yapmış oldukları çalışmada kişilerde 65 yaşına kadar hafif yükselen

bir noefobi eğilimi görülürken bu eğilimin 66-80 yaş grubu arasında olanlarda keskin bir şekilde arttığını ortaya koymuştur. Yine benzer şekilde Harper ve Sanders (1975) çalışmalarında 1,5 yaşındaki bebeklerin, 3,5 yaşındaki bebeklere göre yeni bir gıdayı kabul etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu bildirmiştir. Genç yetişkinler zevk deneyimlerine daha fazla önem verirken, yaşlılar olumsuz deneyimlerden kaçınmaya daha fazla özen göstermektedir (Mcmahan ve Estes, 2012: 79). Bu nedenle yaşlı insanlar beslenme alışkanlıklarında daha fazla muhafazakardır (Verbeke ve Ward, 2006: 456). Yine diğer taraftan Schenettler vd., (2013: 77) çalışmalarında 35 yaşın altındaki insanlarda daha az neofobik eğilim görülürken 55 yaş üstü insanlarda bu eğilim biraz daha fazla olduğunu bildirmiştir. Bununla ilgili olarak yaşlı kişilerin daha genç kişilere göre yeni yiyeceklerle olan isteksiz yaklaşımı sağlık ile ilgili olduğu söylenebilmektedir Sobal (2006: 1). Dolayısıyla insanların sağlık durumu ve yiyeceklerin ne kadar sağlıklı olup olmadığı gıda seçimini etkilemektedir.

Bireylerin neofobi düzeyine etki eden faktörlerden birisi de ikamet edilen yerdir (Barrena ve Sanchez, 2012: 73). Belli bir bölgede gıdanın bulunabilirliği ele alındığında, kentsel alanlarda yaşayan insanların hem yeni yiyecekleri tatmaya olan istekleri daha fazla hem de kırsalda yaşayan insanlara göre yeni yiyeceklerle karşılaşma olasılığı daha yüksektir. Buna bağlı olarak kırsal kesimde ikamet edenlerin alışılmadık gıdalarla karşılaşma olasılıklarının daha düşük olması nedeniyle, bu kişilerin neofobi düzeyinin daha yüksek olduğu ifade edilmektedir (Tuorila vd, 2001: 29; Ozgen, 2014: 259). Flight vd., (2003: 51). Farklı kültürlerle maruz kalmanın ve daha yüksek sosyo-ekonomik statünün bireylerdeki neofobi düzeyini olumsuz şekilde etkilediğini bildirmektedir. Söz gelimi Tuorila vd., (2001) yapmış oldukları çalışmada Finlandiya’da şehirleşme seviyesinin artmasıyla gıda neofobisinin azaldığını bildirirken yine benzer şekilde Flight vd., (2003) Avustralya’da kentsel ve kırsal alanda yaşayan öğrenciler ile yapmış olduğu çalışmada kırsal kesimde yaşayan öğrencilerin, kentsel kesimde yaşayanlara göre daha yüksek neofobi düzeyine sahip olduğunu ifade etmektedir. Buna ek olarak, Bäckström vd., (2004) kırsal kimliğe sahip olan bireylerin, kentsel alanda yaşayanlara kıyasla yeni yiyeceklerle karşı daha fazla şüpheli yaklaşıtlarını ifade etmektedir. Yine benzer şekilde Muhammad vd.,’de (2015) Malezya’ da yapmış oldukları çalışma ile aynı sonuçlara ulaşarak kentsel alanda yaşayan bireylerin kırsalda yaşayanlara göre daha az neofobik olduklarını bildirmişlerdir.

Diğer yandan tat tercihleri, gıda tercihleri ve yiyeceklere karşı olan isteksizlik gibi değişkenler üzerinde erkekler ve kadınlar arasında farklılık gösteren araştırmalar incelendiğinde, gıda neofobisinde cinsiyet farklılıkları beklenebilmektedir (Pliner ve Salvy, 2006; 80). Bununla birlikte gıda tercihleri üzerine yapılan çalışmalarda cinsiyet farklılıkları bulunsada cinsiyetin gıda neofobisi üzerindeki etkisinin net olmadığı belirtilmektedir (Meiselman vd., 2010: 894). Bazı çalışmalar erkeklerin daha neofobik olduklarını bildirirken (Hursti vd, 1997; Tuorila vd, 2001; Siegrist vd., 2013), Olabi vd., (2009) ise çalışmalarında Lübnanlı kadınların erkeklerden daha neofobik olduğu sonucuna varmışlardır. Yine aynı şekilde Sanjuán-López vd., (2011) çalışmalarında kadınların yeni yiyeceklere karşı daha neofobik davrandığı sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte gıda neofobisi ile ilgili yapılan bazı araştırmalarda ise hiçbir fark bulunamamıştır. Örneğin; Nordin vd.,(2004) gıda reddini etkileyen faktörlerdeki cinsiyet farklılığını belirlemek için yapmış olduğu çalışmada cinsiyet farklılığı tespit edememiştir. Yine benzer şekilde Pliner ve Hobden (1992)'nin yapmış oldukları çalışmada kadınlar ve erkekler arasında neofobi derecelerinde hiçbir fark bulunamamıştır. Yine aynı şekilde Mielselman vd., (1999); Koivisto ve Sjöden, (1996) tarafından elde edilen sonuçlar diğer çalışmaları teyit etmektedir.

Cinsiyet gibi eğitim seviyesi, gelir seviyesi ve bir kişilik özelliği olan heyecan arama duygusu da gıda neofobisini etkileyen diğer faktörler arasındadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, kişilerin eğitim seviyesi ve gelir seviyesinin artması ile birlikte gıda neofobisinin azaldığı sonuçlarına ulaşılmaktadır. Aynı şekilde Sanjuán-López vd., (2011) Kuzey İspanya'nın Zaragoza kasabasında yapmış oldukları çalışmada daha az gelir seviyesi ve eğitim seviyesinin insanlarda neofobi düzeyini artırdığını ifade etmişlerdir. Yine benzer şekilde Meiselma vd., (2010) Amerika'da yapmış oldukları çalışmada eğitim seviyesi ve gelir seviyesi arttıkça neofobi seviyesinin azaldığı sonucuna ulaşmıştır. Yüksek eğitim durumu bireylerde kültürlerarası daha fazla bilgiye sahip olma şansı tanımaktadır. Aynı zaman da insanların meslekleri gereği de yurt dışında bulunmaları ve farklı mutfak kültürlerini deneyimlemeleri gıda neofobisini azaltmaktadır (Ozgen, 2014: 260; Andrade Previato ve Herman Behrens, 2015: 929). D'Antuono ve Bignami, (2012) çalışmalarında eğitim seviyesi düşük olan kişilerin yeni yiyeceklere daha az istekli olduklarını bildirmişlerdir. Benzer şekilde Schickenberg vd., (2006) Hollanda'da, kişilerin gıda neofobi düzeyini ölçmek için 326 kişi üzerinde yapmış oldukları çalışmada düşük eğitim seviyesine sahip katılımcıların, yüksek eğitim

seviyesine sahip katılımcılardan önemli ölçüde yüksek neofobi seviyesine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Birkaç çalışma ise gıda neofobisi ile yeni, heyecan verici ve/veya karmaşık uyaranlara yaklaşmaya genel isteklilik veya isteksizliğin bir ölçüsü olan '*Duygu Arayışı Ölçeği*' arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir (Zuckerman, 1979'dan akt. Pliner ve Salvy, 2006: 83). Gıda neofobisine sahip olan kişilerin aşına olunmayan insanlar, yerler ve aktiviteler dahil olmak üzere yeni uyaranlara yaklaşma konusunda daha genel bir isteksizlik gösterdikleri ifade edilmiştir (Otis, 1984: 739; Teraski ve İmeda, 1988: 87).

Öte yandan neofobiye etki eden genetik ve çevresel faktörler üzerine yapılmış sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Birçok insan yeni ve aşılmadık yiyeceklerle oluşabilecek tehlikelere karşı temkinli davranmaktadır. Bu davranış aileler içinde bile geniş bireysel farklılıklar gösterebilmektedir. Aile içerisindeki ebeveynlerin ve kişinin sahip olduğu geniş çevre yeme davranışını belirlemede önemli faktör olarak bilinmektedir. Bununla beraber ailelerden gelen genetik faktörlerin de bu etkiye sahip olması muhtemeldir. Küçük çocuklar için en etkili çevresel koşullar evde yemek yeme ortamı ve ebeveynlerin yiyeceklerle ilgili olan davranışlarıdır. Ebeveynlerin çocukları besleme tarzları ve çocukların maruz kaldığı yiyecekler, çocuklarda küçük yaşlarda başlayarak sonraki dönemlerdeki gıda seçimine etki edebilmektedir (Cooke, 2018: 234). Neofobi ve aile etkisini araştıran bazı çalışmalarda (Pliner, 1994; Koivisto-Hursti ve Sjöden, 1997) ebeveynler ve çocuklar arasında veya ebeveynler ile kardeşler arasında küçük ve orta ölçekli ilişkiler olduğunu bildirmişlerdir. Yine benzer şekilde Falgiciglia vd., (2004) ebeveynlerin yiyecek seçimlerinin çocukların yeni yiyecekler denemeye istekliliği üzerindeki etkisini incelediği bir çalışmada, ebeveyn yiyecek seçimlerinin çocukların yeni yiyeceklerle tepkilerini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Cooke ve Hawort, (2007) ise genetik ve çevresel farklılıkların çocuk gıda neofobisindeki çeşitliliğe olan etkisi üzerine yapmış oldukları çalışmada neofobinin oldukça kalıtsal olduğu sonucuna varmışlardır.

Gıda neofobisi üzerine son dönemlerde yapılan bazı yeni çalışmalar ise gıda üretimindeki teknolojik faktörlerin gıda neofobisi ile ilişkisi üzerinedir. Bazı araştırmacılar, gıda neofobisini yalnızca yeni gıda ürünlerinin kabul edilmesiyle değil, aynı zamanda gıda üretimi ve işlemede kullanılan yeni teknolojilerin kabulüyle ilişkilendirmeye odaklanmıştır.

Yeni gıdaların kabulü ile yeni teknolojiler ile üretilmiş gıdaların kabulünü birbirinden ayırmak gerekmektedir. Çünkü bazı teknolojik gelişmeler, gıdanın ne olduğuna bakılmaksızın reddedilebilir. Bu teknolojilere ışınlama ve genetik modifikasyon örnek olarak verilebilmektedir (Schnettler vd., 2013: 71). Cox vd., (2007) çalışmalarında teknoloji, bilim adamları ve tüketiciler tarafından belirlenen sorunlara yanıt olarak ortaya çıksa da tüketicilerin, algılanan riskler ve algılanan tüketici faydalarının eksikliği nedeniyle yeni teknolojilere karşı giderek daha ihtiyatlı davrandıkları sonucunu bildirmiştir. Günümüzde tüketiciler gıdalar ile birlikte genetik modifikasyon, gıda ışınlama teknolojisi ve nanoteknoloji gibi çeşitli teknolojik uygulamalara maruz kalmaktadırlar (Rolling vd., 2011:99). Yapılan çalışmalar gıda üretiminde kullanılan yeni teknolojilerin kabulünün ülkeden ülkeye değiştiğini göstermektedir (Schnettler vd., 2013:73). Lusk vd., (2003) Fransa, Almanya, Birleşik Krallık ve Amerika'daki tüketici farklılıklarını ortaya koyan çalışmalarında, büyüme hormonu verilmemiş ya da genetiği değiştirilmiş mısır verilmeden üretilen sığırlardan elde edilen biftekler tüketici değerlendirmesine sunulmuş ve sonuç olarak Avrupa ülkelerinin ABD'ye göre bu bifteğe daha fazla önem verdiği ortaya çıkmıştır. Da Costa ve Deliza'nın (2000) yapmış olduğu çalışmada ise sonuçlar farklı çıkmıştır. Araştırmacılar genetiği değiştirilmiş bir ürünün tüketici tarafından kabulünü incelemişlerdir. Araştırmada kullanılan sıvı yağın genetik modifikasyon sürecinin geleneksel yöntemlere göre daha çevreye zarar verdiği bilgisi katılımcılara bildirilmiştir. Brezilya'da 165 katılımcı ile yapılan bu çalışmada büyük çoğunluk yüksek fiyatlı genetik modifikasyona uğrayan ürünü tercih etmiştir. Schnettler vd., ise (2013) çalışmalarında, kişilerin yaşamdan duyduğu memnuniyet, gıda ile ilgili yaşamdan duydukları memnuniyet, gıda üretiminde nanoteknoloji kullanımının kabulü ve gıda neofobisi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda en az neofobik dereceye sahip olanlar yaşamdan ve gıdayla ilgili yaşamdan en yüksek memnuniyet düzeyine sahip olanlar olarak ifade edilmiştir. Ayrıca nanoteknoloji ile üretilen ambalaj ve gıdalarda en yüksek kabul derecesine sahip olanlar yine en az neofobik olan kişiler olarak saptanmıştır. Sonuçlar gıda neofobisinin derecesinin ve gıda ile yaşamdan memnuniyet ve nanoteknolojik uygulamalarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Genel olarak çalışmaların sonuçlarına bakıldığında ise gıda üretiminde kullanılan teknolojilerin gıda seçiminde rol oynadığı ve bu durumun ülkeden ülkeye değiştiği söylenebilmektedir.

1.3. GIDA NEOFOBİSİNİ AZALTMA YOLLARI

Gıda neofobisi, alışılmadık ve toksik içerikli gıdalardan zehirlenme olasılığını düşürürken aynı zamanda beslenme çeşitliliğini de daraltmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992: 105; Cooke ve Hawort, 2007: 428). Yetişkinlerde görülen düşük genel beslenme kalitesi gıda neofobisi ile ilişkilidir (Capiola ve Raudenbush, 2012: 1397; Knaapila vd., 2014: 2161). Gıda neofobisi aşırı derecelerde sağlığı tehlikeye atabileceğinden neofobiği azaltmak son derece önemlidir (Pliner ve Salvy, 2006: 87).

Çeşitli faktörlerin gıda neofobisini azaltarak, bireylerin yeni yiyeceklerden kaçınmak yerine onlara daha istekli yaklaşma olasılığını artırdığı bazı çalışmalarda gösterilmiştir. Azalan uyarılma (korku, açlık) (Pliner vd., 1995; Pliner ve Melo, 1997), yeni yiyecekler hakkında verilen bilgi (Pliner ve Pelchat, 1995; McFarlane ve Pliner, 1997), ikamet edilen yer (şehirleşme) ve yeni kültürleri deneyimleme (Tuorila, 2001; Flight, 2003; Ozgen, 2014; Muhammad vd., 2015), artan eğitim ve gelir seviyesi (Meiselma vd., 2010; Sanjuán-López vd., 2011), olumlu deneyimler ve yeni yiyeceklerle maruz kalma (Zajonc, 1968; Birch, 1987; Pliner ve Salvy, 2006) kişilerde neofobi eğilimini azaltmaktadır.

Dünya mutfaklarındaki birçok ülkenin kendine özgü çeşitli ürünler, baharatlar ve soslardan oluşan '*lezzet ilkeleri*' mevcuttur. Bu geleneksel ürünler ve baharatlar birçok yemekte kullanılmakta ve geleneksel yemeklerde olmazsa olmazlardandır. Bu tanınmış geleneksel ürünlerin herhangi birinin kültüre yeni girecek bir yiyecekler birlikte sunulması kişilerin o yeni gıdayı kabulünü olumlu yönde etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle tanıdık olmayan bir yiyeceğin tanıdık bir yiyeceklerle birlikte sunulması kişilerde güvenli bir tat algısı yaratarak geçici de olsa neofobiği azaltmaktadır. Yani neofobik bireylerin yeni yiyeceklerle yaklaşma konusundaki isteksizliği, aşına olunmayan gıdalara tanıdık lezzet ilkesi eklenerek azaltılabilmektedir. Böyle bir fikir hem insanlardaki hem de hayvanlardaki gıda neofobi derecesinin, genel durumdaki aşinalık miktarıyla doğrudan ilişkili olduğu söylenebilmektedir (Rozin, 1981'den akt. Pliner ve White, 1999: 95). Örneğin; Stallberg-White ve Pliner (1999) tarafından lezzet ilkesi kavramını test etmek için bir çalışma yapılmış ve katılımcılardan yeni bir yiyeceği, aşinalık ve beğeni derecesi yüksek olan bir sosla ve sossuz şekilde tatma ve aynı şekilde tanıdık bir yiyeceği sosla tatma isteklerini derecelendirmeleri istenmiştir. Sonuç olarak yeni bir yiyeceğe tanıdık bir sosun eklenmesinin tatma istekliliğini artırırken, tanıdık bir yiyeceğe sos eklenmesinin hiçbir etkisinin olmadığı bilgisi verilmiştir.

İnsanlarda gıda neofobisi düzeyini azaltan bir diğer faktör ise maruz kalmadır. İnsanların bazı yiyeceklere sürekli maruz kalması ve kişilerin o yeni gıdalarla ilgili olumlu deneyimleri, yeni gıdaların kabulünü artırmaktadır (Eertmans vd., 2001: 445). Pliner vd., (1993) yeni yiyeceklere zorla maruz kalmanın neofobi üzerindeki etkisini ölçtükleri çalışmalarında, bazı katılımcılara yedi adet yeni yiyecek sunulurken bazı katılımcılara yedi adet tanıdık yiyecek sunulmuştur. Daha sonra tüm deneklere biri yeni biri tanıdık olan on bir çift gıda sunulmuş (daha önce maruz bırakılanlardan farklı) ve her bir çiftten birisini seçmeleri istenmiştir. Katılımcıların seçmiş olduğu her bir yeni yiyecek neofobi ölçüsünü oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda zorla maruz kalmanın gıda neofobisi azaltacağı ifade edilmiştir. Yine benzer şekilde Pliner (1982) tarafından yapılan çalışmada maruz kalmanın gıdalardan hoşlanma üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmada üniversite okuyan erkek öğrenciler, daha önce aşılmadık olan farklı tropikal meyve sularını 20, 15, 5 ve 0 kez tatmışlardır. Maruz kalma aşamasından sonra katılımcılar her bir meyve suyunun lezzetini derecelendirmişlerdir. Sonuçlar, bir meyve suyunun ne kadar sık tadılırsa o kadar çok beğenildiğini ortaya koyarak maruz kalmanın gıda seçimindeki güçlü etkisini göstermektedir.

Diğer taraftan bireylerde gıda neofobisini azaltmanın bir diğer yolunun ise, klinik ortamlarda çocuklarda ve yetişkinlerde gıda neofobisinin başarılı bir şekilde tedavi edilmesidir. Bu yöntemde kullanılan tedaviler; gevşeme eğitimi, '*korkulan yiyecekler*' hiyerarşisinin geliştirilmesi, sistematik duyarsızlaştırma (maruz bırakma), bilişsel yeniden yapılandırma (tat, koku vb, kötü düşünceleri değiştirme), beslenme danışmanlığı, korkulan gıdalarla ilgili eğitim gibi kaygı ve ilişki bozukluklarında kullanılan geleneksel birtakım kombinasyonları içermektedir. Uygulamalarda odaklanılan ana nokta, kişilerde uygun yeme davranışını modellerken gıdalarla ilgili olumsuz duysal ve bilişsel (tat, doku, koku ile ilgili olumsuz beklentiler) durumlardan kaçınmayı engelleyip, kişiyi kademeli olarak yeni gıdalara maruz bırakmaktır. Neofobik davranıştaki azalmanın etkileri seansların klinikten restoranlara taşınmasıyla değerlendirilmektedir (Pliner ve Salvy 2006: 87). Konuyla ilgili olarak Singer vd., (1992) çocuklarda sağlığı bozan gıda fobilerinin bilişsel ve davranışsal tedavisi üzerine olan çalışmasında, yiyeceklerin reddi, kilo kaybı ve yetersiz beslenme nedeniyle hastaneye kaldıran 6-8 yaş arasındaki üç erkek çocuğunun, bilişsel davranışçı tedavi, duyarsızlaştırma ve gevşeme eğitimleri ile ilgili tedavilerle gıdalara olan neofobik yaklaşımlarının azaltıldığı ifade edilmiştir.

1.4. NEOFOBİYE İLİŞKİN ALAN YAZIN

Gıda neofobisi ile ilgili çalışmalar araştırmacılar tarafından farklı alt başlıklar altında incelenmiştir. Konuyla ilgili yapılan ilk akademik çalışmada (Pliner ve Pelchat 1991) bireylerin farklı yiyecek gruplarına olan yaklaşımları neofobi çerçevesinde incelenmiştir. Bu bağlamda Pliner ve Pelchat (1991) tarafından yapılan çalışmada bireylerin hayvansal olan gıdalar açısından hayvansal olmayan gıdalara göre daha neofobik olup olmadıkları araştırılmıştır. Çalışma 12 erkek 28 kadın olmak üzere 40 lisans öğrencisi ile yapılmıştır. Katılımcılar et/balık/kümes hayvanları, yumurta ve süt ürünleri ile meyve, sebze ve tahıl grubundan oluşan hayali olan 10 adet yeni yiyeceği tatma istekliliklerini derecelendirmişlerdir. Çalışma sonucunda, bireylerin hayvansal kaynaklı olan ürünleri daha az tatma istekliliğine sahip olduğu bildirilmiştir.

Gıda neofobisi ile ilgili yapılan ilk çalışmanın ardından Pliner ve Hobden (1992) tarafından insanlarda neofobi düzeyini ölçmeye yönelik ölçek geliştirilmiştir. Araştırmada yaşları 18 ile 74 arasında değişen öğrencilerin yeni yiyeceklere olan yaklaşımları ölçülmüştür. Bu deneysel çalışmada öğrenciler üç farklı örneklem grubunda incelenmiş ve birinci gruptaki öğrencilere beş farklı yemek grubundan (salatalar, patalar, soslar vb.) üç adet tanıdık ve üç adet yeni yiyecek sunulmuştur. İkinci grup 35 kişiden ve üçüncü grup ise 80 kişiden oluşturulmuştur ve bu gruplara da 10 adet tanıdık ve 10 adet yeni yiyecek sunulmuştur. Çalışma sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamış ve üç örneklem grubunun da tanıdık/aşına olmadıkları yeni yiyecekleri deneme konusunda isteksiz olukları ve yüksek neofobiye sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Geliştirilen gıda neofobi ölçeği daha sonraki yıllarda farklı kültürlerde ve farklı dillerde kullanılmak üzere bazı araştırmacılar tarafından test edilmiştir. Örneğin; Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila (2003) çalışmalarında, '*Gıda Neofobi Ölçeği*' ne (Pliner ve Hobden, 1992) doğrulayıcı faktör analizi uygulayarak farklı ülke kültürlerinde ölçeği denemişlerdir. 10 maddelik sorudan oluşan ölçekten 5. ve 9. sorular çıkartılarak sekiz madde ile uygulanmıştır. Çalışma farklı kültürlerden Amerikalı, Finlandyalı ve İsveçli 2082 kişi ile yapılmıştır. Altı maddelik ölçek ile yapılan çalışma sonuçlarına göre İsveç'teki insanların ABD ve Finlandiya'daki kişilere kıyasla yeni yiyecekleri denemeye genellikle daha istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca altı maddelik ölçek araştırmacılar tarafından önerilmiştir. Benzer şekilde Fernande Ruiz, Claret ve Chaya (2013) yapmış oldukları çalışmada '*Gıda Neofobi Ölçeği*'ni (Pliner ve Hobden, 1992) İspanyolcaya çevirip test etmişlerdir.

Çalışmada, ölçeğin İspanyolca versiyonunun farklı psikometrik ölçümler kullanılarak önerilmesi, test edilmesi ve İspanyol tüketiciler arasındaki gıda neofobisinin incelenmesi hedeflenmiştir. Çalışma 309 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, neofobi ve yaş arasında pozitif ilişki bulunmuş ve gıda neofobi ölçeğinin İspanyol tüketiciler için uygun olduğu ifade edilmiştir.

İlgili alan yazında bireylerin neofobi düzeylerini ölçen çalışmalarla birlikte yeni ve farklı yiyecekleri denemede psikolojik olarak neden isteksiz oldukları (Pliner, Eng ve Krishnan 1995) ve kişilerin yeni ve farklı yiyecekleri denemeye yönelik gönüllülüklerini ele alan çalışmalara da (Hobden ve Pliner 1995; Pliner ve Melo 1997; Schickenberg, Assema, Brug ve Vries 2006;) rastlanmak mümkündür. Örneğin; Pliner, Eng ve Krishnan (1995) insanlarda açlık ve korkunun gıda neofobisi üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında, katılımcılardan açlık hissetmeleri için beş saat boyunca (yüksek açlık) veya iki saat boyunca (düşük açlık) bir şey yememeleri istenmiştir. Beş saat sonra katılımcılardan konuşma yapmaları (yüksek korku) ya da dinleyici olmaları (düşük korku) istenmiştir. Daha sonra katılımcılara bir yabancı bir tanıdık olmak üzere toplam 10 çift gıdadan her çiftten birinden tatmak üzere seçmeleri istenmiştir. Seçilen yeni yiyeceklerin sayısı gıda neofobisinin ölçüsünü (daha az yeni gıda seçimi yüksek neofobi) oluşturmuştur. Araştırma sonuçları bireylerin düşük açlık ve korku durumlarında düşük neofobi sergilediğini ortaya koymuştur. Hobden ve Pliner (1995) ise çalışmalarında insanlardaki neofobi seviyesini üç farklı model (neofobik-nötr-neofilik) ile incelemişlerdir. Çalışma, psikoloji okuyan iki farklı öğrenci grubu ile gerçekleştirilmiştir. Kırk üç kişilik ilk gruba bir tane yeni ve bir tane tanıdık olmak üzere 10 adet yiyecek çifti sunulmuş ve katılımcılardan bu yiyecekleri tatmaya olan istekliliklerini derecelendirmeleri istenmiştir. Atmış dokuz kişiden oluşan ikinci örneklem grubu ise biri tanıdık biri yeni olmak üzere 10 çiftten oluşan toplam 20 adet yiyecek video ile gösterilmiş ve yiyecekleri tatma isteklerini derecelendirmeleri istenmiştir. Ayrıca katılımcılardan gıda neofobi düzeylerini ölçmek için ankete katılmaları istenmiştir. Çalışma sonucunda iki örnek grubunda da neofobi düzeyi düşük olanların, yüksek olanlara göre yeni gıdalara daha gönüllü oldukları saptanmıştır. Pliner ve Melo (1997) manipüle edilmiş uyarılmanın ve duygu arayışının yeni yiyecekleri tatma istekliliği üzerindeki etkiyi araştırdıkları çalışmada, katılımcılar heyecan verici, sıkıcı ve etkisiz bir video oyunu ile manipüle edilmiştir. 18 ila 46 yaş arasında 90 kişiden oluşan öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Uyarılma, video oyunları aracılığıyla üç

seviyede yapılmıştır. Katılımcılar video oyunları oynarken iki kez ara verilmiş ve biri tanıdık biri yeni olmak üzere 3 çift yemek gösterilmiş ve her bir çiftten birini seçmeleri istenmiştir. Çalışma sonucunda manipüle edilen uyarılma düzeyi düşük olduğunda katılımcıların yeni yiyecekleri tatmada daha istekli oldukları, manipüle edilmiş uyarılma düzeyi yükseldiğinde ise yeni yiyeceklerle daha az istekli oldukları bildirilmiştir. Bireylerin neofobi düzeylerini belirleyen ve yeni yiyeceklerle yönelik istekliliği ölçen bir diğer çalışma ise Schickenberg, Assema, Brug ve Vries (2006) tarafından yapılmıştır. Hollandalı yetişkinlerde gıda neofobi düzeyini belirlemek ve diyetle kullanılabilecek sağlıklı alternatif yeni gıda ürünlerine olan aşinalık ve deneme istekliliği arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılmıştır. Araştırma 326 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların gıda neofobi ölçeği ile neofobi düzeylerinin yanı sıra son zamanlarda süpermarketlerde bulunan 15 sağlıklı gıda ürününe aşinalıkları ve denemeye olan isteklilikleri ölçülmüştür. Elde edilen veriler analiz edildiğinde düşük eğitim seviyesine sahip katılımcıların, yüksek eğitim seviyesine sahip olanlara kıyasla daha yüksek neofobi derecesine sahip oldukları saptanmıştır. Ayrıca yüksek neofobiye sahip katılımcıların yeni yiyeceklerle daha mesafeli durduğu ve bu nedenle gıda neofobisinin insanların diyetlerindeki çeşitliliği azalttığı bildirilmiştir.

Diğer taraftan McFarlane ve Pliner (1997) çalışmalarında neofobiye etkileyen faktörler üzerinde durmuş ve yapmış oldukları çalışmada gıdalardaki tat ve beslenme bilgilerine verilen önemin bireylerde yaşa göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu çalışmada, gıdalarla birlikte verilen tat ve beslenme bilgilerinin gıda neofobisini etkileyip etkilemediği sorusuna cevap aranmıştır. Yaşları 10 ile 79 arasında değişen erkek ve kadın katılımcılar üzerinde yapılan çalışmada, katılımcılara 6 tanıdık ve 6 yeni gıda sunulmuş ve bu gıdalarla ilgili bazı katılımcılara herhangi bir bilgi verilmezken bazı katılımcılar ise tat bilgisi (herkesin seveceği), genel beslenme bilgisi (düşük yağ oranı) ve özel beslenme bilgileri ile manipüle edilmiştir. Daha sonra katılımcılar bu gıdaları tatma istekliliklerini derecelendirmişleridir. Araştırma sonunda, 14-22 yaş grubundaki genç yetişkinlerin genel beslenme bilgilerine önem verdikleri, 23-39 yaş grubu arasındaki insanlarda belirli beslenme bilgilerinin etkili olduğu, en genç (10-13) ve en yaşlı (40+) grupta verilen bilgilerin denemeye istekliliği arttırmadığı ve yaşlı katılımcıların gençlere göre yeni yiyecekleri tüketmeye daha istekli olduğu sonucuna varılmıştır.

Diğer taraftan Pliner ve Salvy (2006) ise ‘*Psikoloji ve Gıda Seçimi*’ adlı kitapta gıda neofobisini geniş bir açıdan ele alarak, gıda neofobisini etkileyen durumsal ve bireysel faktörler ve gıda neofobisinin azaltılması üzerinde durulmuştur. Yine benzer şekilde Stocia ve Alexe (2016) de gıda neofobisini etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Yapılan alan yazın taraması sonucunda elde edilen ikincil veriler incelenmiştir. Çalışma sonucunda neofobiye etki eden faktörleri sosyal faktörler, yeni yiyeceğin türü, eğitim ve uyarılma olarak ifade etmiştir.

İlgili alan yazın incelendiğinde gıda neofobisini demografik değişkenler ve kültürel farklılıklara göre ele alan çalışmalar da (Hursti ve Sjöden 1997; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti 2001; Flight, Leppard ve Cox 2003; Olabi, Najm, Baghdadi ve Morton 2009; Meiselman, Kral ve Gillete 2010; Muhammed, Abdullah, Zahari ve Sharif 2015; Tanska, Babicz Zielinska ve Chaillot 2017; Ceylan ve Şahingöz 2018) bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde neofobinin cinsiyet üzerindeki belirsizliğinin devam ettiği, artan gelir ve eğitim seviyesinin kişilerde yeni yiyeceklere olan istekliliği artırdığı bildirilmiştir. Ayrıca kentsel yerleşim bölgelerinde yaşayan kişilerin neofobi düzeylerinin kırsalda yaşayanlara göre daha az olduğu ifade edilmiştir.

Bu bağlamda Hursti ve Sjöden (1997) tarafında yapılan çalışmada gıda neofobisinin yaş ve cinsiyete göre farklılıkları, ailevi benzerlikleri ve bireysel aile üyelerinin neofobi seviyesi ile yeni yiyeceklere olan yaklaşımları ölçülmek istenmiştir. Çalışma İsveç’te 7 ile 17 yaş grubu arasında çocuklara sahip 722 aile üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan içerisinde, gıda ve genel neofobi ölçeği, 20 adet yiyecekten oluşan gıda tüketim sıklık ölçeği ve demografik bilgilerin olduğu bir anketi doldurmaları istenmiştir. Çalışma verileri analiz edildiğinde, babaların annelere göre daha yüksek derecede gıda neofobisine sahip oldukları ve çocukların ebeveynlerden daha az neofobik oldukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca gıda neofobi açısından ailevi bir benzerlik bulunamamış ve küçük çocukların büyük çocuklara göre daha yüksek derecede neofobik oldukları ifade edilmiştir. Benzer bir çalışmada Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti (2001) tarafından Finlandiya’da yaşları 16 ile 80 arasında değişen 1083 kişi üzerinde yapılan çalışmada bireylerin neofobi düzeyleri ve yeni yiyeceklere olan yaklaşımları ölçülmüştür. Katılımcılara 10 tanıdık ve 10 yeni olmak üzere toplam 20 adet yiyecek sunularak bu yiyecekleri tüketmeye olan isteklilikleri ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, erkeklerin kadınlardan daha neofobik oldukları ve yaşlıların (66-88) diğer yaş gruplarına göre daha neofobik oldukları

bildirilmiştir. Ayrıca artan kentleşme ve eğitim seviyesi ile neofobi düzeyinin azaldığı ve yüksek neofobi derecesine sahip olanların düşük derecelere sahip olanlara göre yeni yiyeceklerle daha isteksiz yaklaştıkları saptanmıştır.

Kültürel farklılıklar ve demografik özellikleri ele alan bir başka çalışma Flight, Leppard ve Cox (2003) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, kırsal ve kentsel alanlarda yaşayan öğrencilerin sosyo-ekonomik durumları ve kültürel çeşitlilikleri ile neofobi düzeyleri arasındaki ilişki belirlemek istenmiştir. Çalışma, Avustralya’da 12-18 arası yaş grubunda olan ve farklı alanlarda (kentsel-kırsal) yaşayan 939 lise öğrencisi ile yapılmıştır. Öğrencilerin yeni yiyeceklerle olan yaklaşımlarını ölçmek içinde 10 adet tanıdık ve 10 adet yeni olmak üzere toplam 20 adet yiyecek sunulmuştur. Çalışma sonucunda kentsel alanda yaşayan öğrenciler kırsal alanda yaşayanlara göre daha az neofobi derecesine sahip çıkmıştır. Bu sebeple kentsel alanda yaşayan öğrenciler daha yüksek sosyo-ekonomik statüye ve kültürel çeşitliliğe maruz kaldıklarından dolayı ve yeni gıdaları tüketmek için daha hevesli olduklarını bildirilmiştir. Yine benzer şekilde Olabi, Najm, Baghdadi ve Morton (2009) tarafından yapılan çalışmada iki farklı kültüre sahip üniversite okuyan öğrencilerinin neofobi düzeyi ölçülmüş ve farklı sosyo-kültürel yapı ile neofobi arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma Amerikalı ve Lübnanlı 1122 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda iki farklı kültürde neofobi açısından farklılıklar saptanmıştır. Lübnanlı öğrencilerin, Amerikalı öğrencilere göre daha yüksek neofobi seviyesine sahip olduğu ayrıca neofobi düzeyi daha düşük olan öğrencilerin yeni yiyecekleri denemeye daha istekli olduğu ifade edilmiştir. Meiselman, Kral ve Gillete (2010) tarafından yapılan çalışmada da demografik değişkenlerin gıda neofobisi üzerindeki etkisini araştırılmıştır. Çalışma, Amerika’da iki farklı örneklem (1567-6843 kişi) üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, cinsiyetin neofobi üzerindeki belirsizliğinin devam ettiği, neofobinin yaşla birlikte artarken yükselen eğitim ve gelir seviyesi ile azaldığı ifade edilmiştir. Yine benzer şekilde Muhammed, Abdullah, Zahari ve Sharif (2015) tarafından yapılan çalışmada ise Malezya’da yükseköğrenim yurdunda kalan öğrencilerin arasındaki gıda neofobi farklılıkları sosyo-demografik özelliklere göre incelenmiştir. Çalışma, Çinli, Hintli ve Malay olmak üzere 200 öğrenci üzerinde yapılmıştır. Çalışma sonucunda kırsaldan gelen öğrencilerin kentsel bölgeden öğrencilere göre daha neofobik olduğu, Malay öğrencilerin ise diğer iki gruba göre daha neofobik olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca aylık geliri daha yüksek olanların düşük olanlara kıyasla gıda neofobi düzeyi daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tanska, Babicz Zielinska ve Chaillot (2017) ise çalışmalarında, yaşlı bireylerin yeni gıdalara olan tutumlarını incelemişlerdir. Çalışma farklı sosyo-demografik özelliklere sahip 596 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada gıda neofobi ölçeği kullanılmış ve katılımcıların beslenmeleri hakkındaki bilgiler de alınmıştır. Çalışma sonucunda, katılımcıların yarısından fazlasının yeni yiyeceklere karşı kayıtsız bir tutum sergilediği, üçte birinin ise olumsuz tutum sergilediği ifade edilmiştir. Yaşlıların yeni yiyeceklere olan isteksizliğinin yerleşik yeme alışkanlığı, yeni gıdalar hakkındaki bilgi eksikliği ve buna bağlı olarak endişeden kaynaklandığı bildirilmiştir. Demografik değişkenlerin ele alındığı bir çalışma da Ceylan ve Şahingöz (2018) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yetişkin bireylerde gıda neofobi düzeyinin belirlenmesi ve bireylerin demografik değişkenleri arasındaki ilişkinin açıklaması hedeflemiştir. Veriler İstanbul ve Ankara'da ikamet eden 377 katılımcıdan elde edilmiştir. Çalışma sonucunda katılımcıların genel neofobi düzeyleri düşük çıkmıştır. Ayrıca gıda neofobi düzeyinin yurtdışına çıkan bireylerde daha az olduğu saptanmıştır.

Diğer taraftan ilgili alan yazında gıda neofobisini çocuklar üzerinde ele alan bunun dışında genetik faktörler, beslenme alışkanlıkları, çevresel faktörler ve gıda seçimi gibi konularla da inceleyen çalışmalara da (Pliner 1994; Falciglia vd., 2004; Cooke ve Hawort 2007; Knaapila vd., 2007; Kabaran 2011; Capiola ve Raudenbush 2012; Laureati vd., 2015; Park ve Cho 2016) rastlamak mümkündür. Çocuklarla ilgili yapılan çalışmalarda ebeveynlerin gıda seçimlerinin çocukların gıda tercihleri üzerinde etkili olduğu neofobisinin genlerle ilişkili olduğu saptanmıştır. Söz gelimi, Pliner'in (1994) çocuklarda davranışsal bir neofobi ölçüsü oluşturmak için yapmış olduğu çalışmada, 5, 8 ve 11 yaşlarındaki çocuklara tatmak istedikleri 10 yeni 10 tanıdık olan yiyecek arasından seçim yaptırmışlardır. Aynı şekilde ebeveynler de bu yiyecekleri tatmak için isteklerini belirtmişler, çocuklarının seçimlerini ve çocukların ve kendilerinin bu yiyecekleri kaç kez denediklerini tahmin etmişlerdir. Çalışma sonucunda, çocukların davranışsal neofobi düzeyleri hem sürekli neofobi düzeyleri ve hem de ebeveynlerinin yiyecekleri yemeye istekli olduklarını tahmin etmeleri ile arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur. Ayrıca sadece ebeveynlerin hayvansal kaynaklı olan yiyeceklere karşı daha neofobik oldukları ifade edilmiştir. Yine benzer şekilde Falciglia, Pabst, Kanepe ve Goody (2004) tarafından yapılan çalışmada ebeveynlerin gıda seçimlerinin çocukların yeni gıdaları deneme istekliliği üzerindeki etkiyi incelemiştir. Araştırma 5 ve 6. Sınıflardaki 33 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Her

öğrenci için ebeveyni gıda neofobi ölçeğini doldurmuş ve çocukların beslenme ile ilgili temin edilen gıdaları kayıt altına almıştır. Araştırma sonucunda çocuklarda ve ebeveynlerdeki gıda neofobi düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmış ve bu durumda dolayı ebeveyn yiyecek seçimlerinin çocukların yeni yiyeceklere olan yaklaşımlarını etkilediği ifade edilmiştir.

Gıda seçimi ve neofobi ilişkisini çalışma konusu olarak ele alan Siegrist, Hartman ve Keller (2013) gıda seçimi, yeme davranışları ve gıda neofobisi arasındaki ilişki üzerine incelemelerde bulunmuştur. Çalışma, 4436 kişi ile İsviçre'nin Almanca ve Fransızca konuşulan bölgelerinden veriler toplanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, gıda neofobisinin insanların günlük yeme davranışını etkilediği, gelir ve eğitim düzeyi ile neofobi arasında negatif bir ilişki olduğu ve erkeklerin kadınlara göre daha yüksek neofobi derecesine sahip olduğu saptanmıştır. Kırsal kesimde düşük gelir ile yaşayan yaşlı insanların gençlere göre daha neofobik olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca Almanca konuşulan bölgedeki katılımcıların Fransızca konuşulan bölgedeki katılımcılara göre daha fazla neofobik olduğu ve ürün menşeyinin neofobik insanlar için önemli olduğu bildirilmiştir.

Gıda neofobisini genetik ve çevresel faktörler bağlamında inceleyen Cooke ve Hawort (2007) çocuklarda görülen neofobi çeşitliliğine çevresel ve genetik farklılıkların katkısının araştırdığı çalışmasını 8-11 yaş grubundaki ikiz çocukların ebeveynleri (5390 çift) ile gerçekleştirilmiştir. Ebeveynler, gıda neofobi ölçeği ile çocukların yeme alışkanlıkları ile ilgili soruların yer aldığı anketi doldurmuşlardır. Çalışma sonucunda neofobinin oldukça kalıtsal olduğu ve çevresel faktörlerinde çocuklardaki neofobiye etkilediği saptanmıştır. Yine benzer şekilde Knaapila vd., (2007) tarafından yapılan çalışmada da gıda neofobisi ile gen arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma, 18-78 yaş arasında 28 Finli aile (155 kişi) ve İngiltere'de yaşayan 17-82 yaş arasında 468 ikiz (kız) kardeşler üzerinde yapılmıştır. Çalışma sonucunda gıda neofobisinin genetik faktörlerle ilgili olduğu, genetik bir rahatsızlığa sahip olanların sınırlı beslenme çeşitliliği ile yeni yiyeceklere daha az istekli oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, Finlandiyalı ailelerin, İngiltere'deki ikizlerden daha yüksek neofobi seviyesine sahip oldukları bildirilmiştir.

Kabaran (2011) tarafından yapılan çalışmada ise ailelerin beslenme alışkanlıkları, besin seçimleri ve gıda neofobi düzeyleri, obezite durumlarının çocuklar üzerindeki etkisini ve çocuklardaki yaş artışının gıda seçimine etkisini araştırılmıştır.

Çalışma Lefkoşa Yakın Doğu kolejinde öğrenim gören 10-17 yaş arasındaki 40 erkek 42 kız olmak üzere 82 öğrenci ve anne babaları üzerinde yapılmıştır. Anket formu ile genel beslenme alışkanlıkları, gıda neofobisi, gıda seçimleri ve günlük beslenme alışkanlıkları ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, çocukların %46,3'ünün annelerinin %20,7'sinin, babaların %28,0'inin görüntüsüne bakarak bir gıdayı denemeyi reddettikleri belirlenmiştir. Ayrıca çocuklarda yaştan artışı ile gıda neofobisinin azaldığı ve gıda neofobisi yüksek olanların daha fazla sayıda meyve ve sebzeden kaçındığı ifade edilmiştir. Yine benzer şekilde beslenme alışkanlıkları ve neofobi ilişkisine odaklanan bir diğer çalışma ise Capiola ve Raudenbush (2012) tarafından yapılmış, çalışmada gıda neofobisinin ve neofobisinin insanların beslenme alışkanlıkları ve sonraki beslenme yeterliliği üzerine etkisi araştırılmıştır. Çalışma yaşları 18-76 arasında değişen çeşitli meslek gruplarından oluşan 116 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar 3 gün boyunca tükettikleri gıdaları kayıt altına almışlar ve içerisinde yemek tutumlarını ölçeceği, yemek alışkanlıkları ölçeceği ve gıda neofobi ölçeceği olan bir anketi doldurmuşlardır. Katılımcılar gıda neofobi derecesine göre üç gruba (neofilik-ortalama birey-neofobik) ayrılmıştır. Sonuç olarak, neofobik bireylerin neofilik bireylere kıyasla daha az besleyici bir diyetle sahip oldukları ve gıda neofobisinin yetersiz beslenmeye yol açtığı ifade edilmiştir. Bireylerde yaşanan bu eksikliklerin sağlıkla ilgili tehlikelere yol açabileceği de bildirilmiştir.

İlerleyen yıllarda ise Laureati, Bergamaschi ve Pagliarini (2015) tarafından çocuklar için bir gıda neofobi ölçeği doğrulaması yapılmıştır. Çalışmalarında çocukluk dönemindeki gıda neofobisini incelemişler ve bu amaçla Pliner ve Hobden tarafından geliştirilen gıda neofobi ölçeği çocuklar için düzenlenmiştir. Çalışmada 4 neofobik 4 neofilik olmak üzere toplam 8 maddelik ve çocuklar için sade anlaşılır bir ölçek kullanılmıştır. Çalışma verileri 6-9 yaş grubunda olan 492 İtalyan ilköğretim çocuklarından elde edilmiştir. Elde edilen veriler analiz edildikten sonra ölçek 8 yaş ve sonraki çocuklarda doğrulanmış ve güvenilirliği tatmin edici bulunmuştur. 6 yaşındaki çocuklar için daha basitleştirilmiş bir uygulama yöntemi önerilmiştir. Ayrıca neofobik çocukların yeni yiyecekleri denemede isteksiz oldukları ifade edilmiştir.

Park ve Cho (2016) ise diğer çalışmalardan farklı şekilde bir çalışma gerçekleştirmiş ve çalışmada Kore'de geliştirilen bir tat eğitimi programının, gıda neofobisi ve okul çağındaki çocuklarda yeni yiyecekleri deneme istekliliği üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Çalışma Seul'de 3 ay boyunca tat eğitimi programına katılan 7-9 yaş

arasındaki 101 çocuk üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada çocuklara üç aşamalı test uygulanmıştır. İlk aşamada çocuklara 6 adet yeni yiyecek sunulmuş ve aşinalık durumları ölçülmüş, ikinci bölümde yeni yiyeceklere dokunarak ve koklayarak denemeye isteklilikleri belirlenmiş ve son testte ise yeni yiyecekleri denemeleri istenerek beğenip beğenmediklerini değerlendirmeleri istenmiştir. Gıda neofobi ölçeği programdan önce hem çocuklara hem de ebeveynlere dağıtılmış aynı işlem program sonrasında tekrarlanmıştır. Fakat veriler analiz edilirken güvenilirlikten dolayı sadece ebeveynlerin çocukları adına değerlendirdiği anketler kullanılmıştır. Çalışma sonucunda tat eğitiminin gıda neofobisini azalttığı saptanmıştır.

Stratton, Vella, Sheeshka ve Duncan (2015) ise çalışmalarında fonksiyonel beslenme ve gıda neofobisi üzerinde durmuştur. Yapmış oldukları çalışmada gıda neofobisinin derecesinin yaşlı bireylerde fonksiyonel beslenme ile ilgili faktörlerle arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma 200 yaşlı birey ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların gıda neofobi ölçeği ile neofobi dereceleri belirlenmiş ve 3 gruba (düşük-orta yüksek neofobi) ayrılmıştır. Ayrıca katılımcıların fonksiyonel gıdalara olan tutumları, genel sağlık durumları, tıbbi ve demografik bilgileri belirlenmiştir. Çalışma sonucunda gıda neofobi derecesi yüksek olanların yeni bir fonksiyonel yiyeceği tüketmeye olan istekliliği düşük çıkmıştır. Buna bağlı olarak fonksiyonel gıdaları tüketmenin önündeki engellerin bulunabilirlik ve reçeteli ilaçlarla birlikte kullanımında oluşabilecek etkileşim konusundaki endişe olduğu belirlenmiştir.

Alan yazında etnik yiyecekleri odak noktasına alan çalışmalar da (Asperin, Phillips ve Wolfe 2011; Choe ve Cho 2011; Barrena ve Sanchez 2012; Yiğit 2018) bulunmaktadır. Araştırmacılar genel olarak katılımcıların, geleneksel olmayan etnik yiyecekleri denemeye olan istekliliklerini gıda neofobisi bağlamında incelemişlerdir. Yapılan çalışmalarda neofobi düzeyleri düşük olan bireylerin etnik yiyecekleri denemeye daha istekli oldukları sonucuna varılmıştır. Örneğin; Asperin vd. (2011) tarafından yapılan bu çalışmada kişilerin gıda neofobi düzeyi ve etnik gıdalara olan algılarını belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma 90 üniversite üzerinde yapılmış ve veriler gıda neofobi ölçeği ve gıda tutum ölçeği kullanılarak elde edilmiştir. Öğrencilerin etnik gıdalara olan tutumu Çin ve Tayland mutfağı üzerinde ölçülmüştür. Öğrencilerin bu iki mutfığa yönelik algıları ve denemeye gönüllülükleri ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, yemek konusunda neofobik olan öğrencilerin Çin ve Tayland mutfaklarına karşı olumsuz tutum sergiledikleri, tam tersi olarak neofobi dereceleri düşük olan öğrencilerin

ise bu mutfaklara karşı daha olumlu tutum sergiledikleri bildirilmiştir. Yine benzer şekilde Choe ve Cho (2011) çalışmalarında, Korelilerin gıda neofobi düzeyini ve geleneksel olmayan yiyecekleri denemeye yönelik istekliliğini incelemişlerdir. Diğer bir ifadeyle geleneksel olmayan etnik yiyeceklerle gıda neofobisi arasındaki ilişki ölçülmüştür. Kişilerin neofobi düzeyi gıda neofobi ölçeği ile ölçülmüştür. Katılımcılara Vietnam, Hint, Tayland, Meksika, Türk, Yunan, Moğol, Afrika, Japon, İtalyan, Çin ve Amerikan mutfaklarına ait 12 adet geleneksel olmayan yiyecek sunulmuş ve bu yiyeceklerle olan aşinalıkları ve denemeye olan isteklilikleri ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, yüksek neofobiye sahip bireylerin düşük neofobiye sahip bireylere göre geleneksel olmayan yiyecekleri denemeye olan isteklilikleri daha düşük çıkmıştır. Bu durumda yüksek neofobinin geleneksel olmayan çeşitli etnik gıdaları tüketmeye olan istekliliği etkilediği ifade edilmiştir. Katılımcılar 12 etnik yemek arasında en az aşinalık ve istekliliği Moğol ve Afrika yemeklerine karşı göstermiştir. Diğer geriye kalan yiyecekler arasında isteklilik açısından neofobi grupları arasında farklılıklar gösterdiği saptanmıştır.

Barrena ve Sanchez ise 2012 yılında yapmış oldukları çalışmayı öğrenciler ile gerçekleştirmiş ve yapılan bu çalışmada öğrencilerin geleneksel, etnik ve yeni yiyeceklerle karşı olan tutum ve davranış farklılıklarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada geleneksel ürün olarak kahve, yeni ürün olarak kahve kapsülleri ve etnik ürün olarak kuskus seçilmiştir. Araştırma verileri analiz edildiğinde öğrencilerin neofobi düzeylerinin, kahve ve kahve kapsülleri içen öğrencilerin %51'nin neofobik, %41'nin neofilik olduğu, kuskusta ise öğrencilerin %55.7'sinin neofobik, %44,3'ünün ise neofilik olduğu belirlenmiştir. Tüketim sıklığına göre ise neofobik öğrencilerin %65.3'ünün kahve kapsüllerini, %52'sinin ise kuskusu hiç denemedikleri bildirilmiştir.

Ulusal alan yazında ise Yiğit (2018) çalışmasında etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisini araştırmıştır. Çalışmada Pliner ve Hobden tarafından geliştirilen gıda neofobi ölçeği kullanılmıştır. Çalışma 413 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda katılımcıların neofobi düzeyi nötr çıkmış ve yiyecekte yenilik korkusunun demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği bildirilmiştir. Buna bağlı olarak neofobi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken medeni durum arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve evli katılımcıların bekar katılımcılara göre daha yüksek neofobi düzeyine sahip olduğu ifade edilmiştir. Yine eğitim seviyesi arttıkça neofobinin azalması da çalışmanın başka bir sonucudur.

Gıda neofobisi turistik faaliyete katılan bireyler için önem arz etmektedir. Çünkü turistlerin gıda seçimleri onların gıda neofobi düzeylerine göre değişebilmektedir. Bu bağlamda ilgili alan yazında gıda neofobisi ile turist ilişkisini inceleyen çalışmalar da (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençer 2013; Üzülmaz 2018; Kaplan 2018; Keskin ve Sezen 2020) mevcuttur. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar genellikle turistlerin demografik özelliklerine göre neofobi düzeylerinin belirlenmesi ve yeni yiyecekleri (farklı kültürlerin) tüketmeye olan isteklilikleri ile ilgilidir. Söz gelimi Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençer (2013) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yiyeceklerle ilgili bireysel eğilimlerinin demografik özelliklere göre belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırma çerçevesinde Kuşadası Bölgesine gelen 377 yabancı turiste anket uygulanmıştır. Çalışmada turistlere gıda neofobi ölçeği ve yiyecek çeşitlilik ölçeği uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, yiyeceklerle ilgili bireyler eğilimlerin demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Yiyecek yenilik korkusu, en fazla 26-35 yaş grubunda görülmüş olup daha üzeri yaş gruplarında daha düşük olduğu ifade edilmiştir. Yiyecek çeşitlilik arayışı ise 56 ve üzeri yaş grubuna kadar yükseliş gösterdiği ancak 56 ve üzeri grupta düşüşe geçtiği belirtilmiştir. Diğer taraftan yiyecek yenilik korkusunun erkeklere kıyasla kadınlarda daha fazla olduğu saptanmıştır. Kaplan (2018) tarafından yapılan çalışmada ise gastronomi turistlerinin gıda seçiminde neofobi ve neofili etkisi incelenmiştir. Çalışma verileri Kuşadası ve Milas'ta bulunan 418 kişiden elde edilmiştir. Ankette katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra bir destinasyona sadece yemek yemek amacıyla gidip gitmeyeceği sorusu sorulmuş ve gıda neofobi ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda gıda tercihlerinde neofobi eğilimi gösterenlerin gastronomi turizmine daha az katıldıkları tespit edilmiştir. Yine benzer şekilde Üzülmaz (2018) çalışmasında yabancı turistlerin Türk mutfağı seçim motivasyonlarının neofobi ve neofili düzeylerine göre incelemiştir. Araştırma verileri 2018 yılında İstanbul'u ziyaret eden ve Türk mutfağını deneyimleyen 667 yabancı turistlerden elde edilmiştir. Yabancı turistler neofobi düzeylerine göre neofobik eğilimli ve neofilik eğilimli olmak üzere iki kümeye ayrılmıştır. Çalışma sonucunda, turistlerin neofobi düzeylerinin Türk Mutfağı seçim motivasyon boyutlarından olan kültürel deneyim ve duyuşal çekicilik faktörleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu bildirilmiştir. Turistlerin neofili eğilimlerinin yiyecek seçim motivasyonlarının tüm boyutlarında anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca turistlerin milliyetlerine göre neofobi düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar saptanmamış; Türk mutfağına karşı neofili eğilimi en yüksek olan milletin Suudi

Arabistanlılar, en düşük olanı ise Ukraynalılar olduğu saptanmıştır. Keskin ve Sezen (2020) de çalışmalarında turistlerin gıda neofobi ve neofili düzeylerinin demografik özelliklere göre belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu kapsamda çalışma Kapadokya bölgesini ziyaret eden ve restoranlarda yeme deneyimi yaşayan 356 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen gıda neofobi ölçeği ve Dimitrovski ve Valbona (2016)'nın geliştirdiği gıda neofili ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda Kapadokya bölgesindeki restoranları deneyimleyen turistlerin cinsiyet ve medeni durumları ile neofobi ve neofili arasında anlamlı fark olmadığı, yaş ve gelir seviyesi ile anlamlı fark olduğu ifade edilmiş, gelir ve yaş artıkça neofobi düzeyide artmıştır. Eğitim durumu ile sadece neofilin arasında anlamlı bir fark olduğu bildirilmiştir.

Teknolojinin etkin olarak kullanıldığı alanlardan birisi de gıda sektörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni nesil teknolojiler gıda sektöründe genel olarak üretim ve paketlenme aşamalarında kullanılmaktadır. Gıda üretiminde kullanılan bu yeni teknolojiler insanların gıda seçimini etkileyebilmektedir. Son yıllarda bu konuyla ilgili yapılan çalışmalar da mevcuttur. Konuyla ilgili olarak Giordano, Glodoveo, De Gennaro ve Corbo (2018) tarafından yapılan bir çalışmada '*Gıda Teknolojisi Neofobi Ölçeği*' geliştirilmiştir. Çalışmada gıda sektöründe uygulanan yeni teknolojilerle ilgili neofobi ve neofiliyi belirleyen faktörler sistematik olarak incelenmiştir. Sistematik derleme hem gelişmiş ülkeler bağlamında hem de gelişmekte olan ülkeler bağlamında gıda sektöründe uygulanan yeni teknolojilerle ilgili olarak gıda neofobisi ve gıda neofili ile ilgili son araştırmaların ana sonuçlarını analiz etmektedir. Çalışma sonucunda yeni gıda teknolojilerinin giderek arttığı, özellikle gıda seçimlerini belirleyen neofobi ve neofili etkilerinin anlaşılmasını geliştirebilecek dört bileşenli '*Gıda Teknolojisi Neofobi Ölçeği*'nin uygun olduğu ve neofobi ve neofiliyi etkileyen dört faktörün biyolojik, psikolojik, kültürel ve sosyal faktörler olduğu ifade edilmiştir. Yine benzer bir çalışma Schnettler vd., (2013) tarafından gıda neofobisi, yaşamdan ve gıdalarla ilgili yaşamdan memnuniyet ve gıda üretiminde nanoteknoloji kullanımının kabulü arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılmıştır. Çalışma verileri, Güney Şili'deki 400 süpermarket müşterisinden elde edilmiştir. Çalışmada katılımcıların nanoteknolojisi bilgisi ve nanoteknolojisi ile üretilmiş gıda ürünlerini satın alma istekliliği, yaşamdan memnuniyet ve gıda neofobi düzeyleri ölçülmüştür. Bu sebeple yaşamdan memnuniyet ölçeği, gıdayla ilgili yaşamdan memnuniyet ölçeği ve gıda neofobi ölçeği kullanılmıştır.

Çalışma sonucunda, en az gıda neofobik türünün yaşamdan ve gıdayla ilgili yaşamdan en yüksek düzeyde memnuniyete sahip olduğu ve ayrıca nanoteknoloji ile üretilen gıda ürünlerini en çok kabul etme derecesine sahip olduğu ifade edilmiştir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar incelendiğinde, çalışmaların (Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan tarafından 2016; Yiğit ve Doğdubay 2017; Birdir, İflazoğlu ve K. Birdir 2020; Ceylan, Muştı ve Sarıışık 2020) gastronomi, aşçılık ve turizm öğrenimi gören öğrenciler ve turizm çalışanları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Çalışma sonuçlarında genellikle aşçılık ve gastronomi öğrencilerinin neofobi düzeylerinin düşük ve orta düzeyde olduğu ve yeni yiyecekleri denemeye istekli oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Örneğin; Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan tarafından 2016 yılında yapılan çalışmada gıda neofobisine etki eden psikolojik faktörlerin (inanç, yemekle ilgili geçmiş deneyim, alışkanlıklar, motivasyon) genç şeflerin arasında yeni yiyecekleri tatma ve pişirme istekliliğine olan etkileri incelenmiştir. Çalışma Malezya'da 3 farklı mutfak enstitüsündeki mutfak sanatları programında eğitim gören 300 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket katılımcıların gıda neofobi düzeyini, psikolojik faktörlerin neofobi üzerine etkisini, katılımcıların tatma ve yemek yapma istekliliğini ve demografik özelliklerini ölçen dört bölümden oluşmaktadır. Çalışma sonucunda genç şeflerin neofobi düzeylerinin çoğunlukla orta ve az derecede olduğu saptanmıştır. Genç şeflerin kendileri için yeni olan yemekleri hazırlama konusunda istekli oldukları da belirlenmiştir. Ayrıca psikolojik faktörlerin neofobi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ifade edilmiştir. Benzer şekilde Türkiye'de Yiğit ve Doğdubay (2017) tarafından yapılan çalışmada gastronomi ve mutfak sanatlarında öğrenim gören öğrencilerin neofobi düzeyleri belirlenmek istenmiştir. Çalışma, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatlarında öğrenim göre 72 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın verileri yüz yüze anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Çalışmada, Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen gıda neofobi ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda diğer çalışmalardan farklı olarak geleceğin şef adayları olan öğrencilerin yeni ve farklı kültürlere ait olan yiyecekleri denemede isteksiz olduğu bildirilmiştir. Birdir, İflazoğlu ve Birdir (2020) tarafından Mersin Üniversitesinde öğrenim gören Turizm Fakültesi öğrencileriyle (gastronomi, turizm yönetimi, turizm rehberliği) yapılan çalışma sonucuna göre ise genel olarak öğrencilerin neofobi düzeylerinin nötr olduğu gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin yeni

yiyecekleri deneme konusunda istekli olduğu ve gıda neofobi düzeyinin en fazla turizm rehberliği bölümündeki öğrencilerde olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin etnik gıdaları denemeye yönelik isteklilikleri düşük seviyede çıkmıştır.

Diğer taraftan turizm çalışanlarında neofobi düzeyi ve yaratıcılık ilişkisine odaklanan çalışma ise Ceylan, Muştu ve Sarıışık (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini otel, restoran ve kafelerde çalışan aşçılar ve barmenler oluşturmaktadır. Toplanan verilerin analiz edilmesi sonucunda katılımcıların gıda neofobi düzeyinin orta düzeyde olduğu, gıda neofobisi ile yaratıcılık düzeyi arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

2. NEOFİLİ (YENİ YİYECEK ARAYIŞI) KAVRAMI

Kişilik özellikleri davranışı açıklamada önemli bir rol oynamaktadır (Hsu vd., 2018: 1). Bu bağlamda yemek davranışının da kişilik özellikleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir (Siegrist vd., 2013: 294). Neofili, bireyin yeni bir şeye olan ilgisini veya tutkusunu ifade etmektedir. Gıda neofili eğilimi ise, bireylerin yeni veya egzotik gıdaları denemeye istekli olup olmadıklarını gösteren bir kişilik özelliğidir (Baah vd., 2019: 4). Gıda neofilisi gıda neofobisinin zıttı olarak, yeni yiyecekleri deneyimlemeyi, tanıdık ve bilinmeyen çok çeşitli yiyecekleri yemekten büyük zevk almayı hedefleyen bir kişilik özelliğidir. Gıda neofilisine sahip olan kişiler yeni gıdaları denemeye hevesli ve sürekli yeni gıdaları deneyimlemek için merak içerisindedirler (Dimitroski ve Crespi-Vallbona 2017).

Bu bölümde gıda neofilisinin tanımı yapılacak olup gıda neofilisini etkileyen faktörlere ve gıda neofilisi ile ilgili yapılmış olan ulusal ve uluslararası çalışmalara yer verilecektir.

2.1. NEOFİLİ KAVRAMININ TANIMI

Yenilik merakı kişilerin yemek yeme tercihlerini etkilemektedir. Yiyekte yenilik merakı yeni ve aşına olunmayan yiyeceklerin aranılması ve deneyimlenmesi için istekli olunması olarak ifade edilmektedir (Jang ve Kim, 2015: 86). Bu nedenle neofilik bireyler, beslenme alışkanlıklarında daha fazla yeni yiyeceğe yer verme eğilimindedirler (Hobden ve Pliner, 1995: 110).

Bazı kişiler yeni yiyecekleri tüketme konusunda isteksizken bazıları ise yeni yiyecekleri tüketmekten zevk almaktadırlar. Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle çoğu insanın aşına olmadığı, farklı ülke kültürüne ait etnik gıdalar ülke pazarlarında yer

almaktadır. Bu nedenle yeni gıdalar farklı kültürdeki insanların beslenmelerinde popüler hale gelmekte ve yeni tatlara olan tutum olumlu yönde değişmektedir (Ozgen, 2014: 260; Akar Şahingöz ve Ceylan, 2019: 773). Bu bağlamda yeni gıdaların bulunabilirliği ve neofilik tüketicilerin yeni gıdalara olan ilgisi gün geçtikçe artmaktadır (Schnettler vd., 2013: 72). İnsanlar, yeni yiyeceklere yaklaşma veya onlardan kaçınma eğilimlerine bağlı olarak gıda seçimlerinde farklılık gösterebilmektedirler (Pliner and Hobden 1995: 107). Neofobi haricinde insanların günlük yiyecek tüketim tercihlerini etkileyen bir diğer faktör ise “Gıda Neofilisi” (Food Neophilia) ‘dır. Fischer (1998) neofiliyi, keşfetme eğilimi, değişim ihtiyacı ve yenilik arayışı kavramlarıyla tanımlamaktadır. Neofobinin tam tersi olan neofiliyi, Latimer, Pope ve Wansink (2015) ise yeni yiyecek denemekten hoşlanan ve yeme tarzlarında maceracı davranan insanlarda görülen bir eğilim olarak ifade etmiştir. Yeniliğe yönelik dürtü olan neofili sürekli olarak yeni ve alışılmadık gıdaları deneme ve arama eğilimi oluşturmaktadır (Van Trijp ve Van Kleef, 2008: 565). Diğer yandan neofilik bireyler neofobik bireylere göre yeni veya tanıdık yiyeceklere karşı farklı tükürük tepkileri göstermektedirler. Neofilik eğilimi yüksek bireylerin yeni gıdalar sunulduğunda tükürük tepkileri çoğalırken tam tersi olarak neofobik bireylerin azalmaktadır (Capiola ve Raudenbush, 2012: 1397). Tunçdoğan ve Akdeniz Ar (2018: 171) neofilik kişilerin, genellikle deneyime, keşfetmeye, dışadönüklüğe, biliş ve dokunma (yiyecekler hakkında el ya da ağız ile bilgi edinme) ihtiyacına eğilimli kişiler olduğunu ifade etmektedir. Pliner ve Hobden (1992) ise gıda neofili eğilimine sahip bireylerin yeni yemek deneyimlemeye daha fazla yatkın olduklarını ifade etmektedir.

Yeniliklere karşı hoşnutluk olan neofili eğilimi hem sosyal hem de bireysel özellik olarak tanımlanabilmektedir. Yeni yiyeceklerle her karşılaşmada büyük öneme sahip olduğu görülen neofili, insanların yeni gıdaya olan istekliliğidir. Neofilik olan bireyler, yeni yiyecekleri denemeyi heyecan, çeşitlilik ve karmaşıklıkla ilişkilendirmektedirler. Neofili eğilime sahip birçok insan, yeni gıda deneyimlerini yaşamlarını zenginleştirmenin bir biçimi olarak görmektedir. Bu nedenle neofilik bireyler, olağandışı yiyecekler hakkında olumlu algılara sahip ve onları denemeye yönelik isteklilikleri yüksektir. Yeni yiyeceklerle karşılaşmak, neofilik bireyler için sosyal hayatın, dışarıda yemek yemenin ve seyahatin ‘maceracı’ bir parçası olarak ifade edilmektedir (Veeck 2010: 247). Bu sebeple gıda neofilisi, turizm için önemli motivasyon kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir (Chang vd., 2010: 989). Bu

bağlamda Bell ve Valentine (1997) ‘yeni mutfakların’ gelişmesinin ve ulusal mutfakların dünya çapında küreselleşmesinin seyahat motivasyonu olarak neofili eğilimlerin etkilerinden kaynaklandığını vurgulamaktadır. Neofili kavramı, turistlerin tatildeyken sıra dışı yemek yeme deneyimini dürtüleyen bir özelliktir (Chang vd., 2011: 307). Dahası neofili eğilimi, materyalist bir bireyin statü arayışındaki ihtiyaçlarına hizmet edebilmektedir. Bu duruma yeni ve egzotik bir yiyecek denemiş olma deneyimi ve bunu bir fotoğraf ile ölümsüzleştirilmesi örnek olarak verilebilmektedir (Tuncdoğan ve Akdeniz Ar 2018: 172).

Diğer yandan gıda neofilisi, bireylerin yiyecekleri daha fazla zevk ve istekle deneyimlemelerini sağlayan farklı bir tat fizyolojisine sahip olmakla ilişkilendirilebilmektedir. Ayrıca gıda neofilisinin memnuniyetle pozitif bağlantısı göz önüne alındığında, yerel ve küresel gıda pazarları, tüketiciler ve turistler arasında bağlılığı ve satın alma davranışını artırmak için ürünlerin çeşitliliğini artırabilmektedir (Dimitrovski vd., 2017: 480).

2.2. NEOFİLİYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Yeme davranışı, gıdanın bulunabilirliği, kişilerin sosyal ve kültürel bağlamı, duysal durumu, tutumları ve deneyimleri gibi geniş iç ve dış faktörlerden etkilenmektedir (Okumuş vd., 2019). Beslenme alışkanlıkları, yenmesi gereken veya kaçınılması gerekenle ilgili sosyal, kültürel ve bireysel faktörlere dayanmaktadır (Veeck (2010: 246). Gıda neofili eğilimine sahip bireyler, duysal faktörler (renk, tat, koku, görünüş), sosyal etkiler (maruz kalma, aile, akran, genetik), psikolojik ve fizyolojik açıdan farklılık göstermektedirler. Diğer taraftan neofili eğilimine sahip kişilerin yenilik meraklarının; sosyal etkiler, davranışsal ve psikolojik faktörler, sosyo-demografik özellikler, yiyeceklerle ilgili durumsal etkiler gibi farklı faktörlerden etkilendiği görülmektedir (Üzülmez, 2018: 74).

Sosyal faktörler, insanların gıda seçiminde ve beslenme alışkanlıklarında belirleyici bir rol oynamaktadır. Veeck (2010) yapmış olduğu çalışmasındaki bulgulara, alışılmadık yiyeceklerin sunulduğu sosyal ortamların, bireylerin yiyeceklerle ilgili deneyimleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu saptamıştır. Dışarda yemek yemek eylemi insanların neofili seviyesini artırabilmektedir. Yabancı bir ortamda veya güvenilir bir restoranda yemek yerken yeni yiyeceklerin sunulması kişilerdeki neofili seviyesini artırmaktadır. Aynı yeni yiyeceği tüketen diğer kişiler, bireyde merak

duygusunu uyandırabilmektedir. Bu durum sosyal kolaylaştırma olarak ifade edilmekte ve neofobi yerini neofiliye bırakarak daha maceracı yemek aktivitelerinin oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Veeck, 2010: 247).

Gıda seçiminin sosyal ve bilişsel modellerinde tanınan ve özellikle ergenlerde görülen ‘*akran mağruziyeti*’ gıda neofilisini etkilemektedir. Farklı akran kültürüyle etkileşimle de ilişkilendirilebilen bu durum, kişinin arkadaşlarının tükettiği yiyecekler için daha istekli olduğuyla ifade edilmektedir. Benzer şekilde sosyo-ekonomik durumun maruz kalma fırsatını etkilediği bilinmektedir. Örneğin; ev dışı yemek tüketimi için daha fazla harcanabilir gelir seviyesi ve kültürel mutfaklar hakkında daha fazla bilgi sağlayan yüksek eğitim düzeyi, yeni yiyecekleri deneme istekliliğini artırmaktadır (Flight vd., 2003: 53).

Veeck (2010: 255) insanların yeni yiyecekleri denemesinin en sık nedenlerinden birinin de sosyal baskı olduğunu ifade etmektedir. Bu durum genellikle akraba ve arkadaş ziyaretlerinde gerçekleşmektedir. Kişiler misafirlik ortamında kendilerine sunulan yiyecekleri ev sahiplerini kırmamak için tüketmek durumunda kalabilmektedirler. Bu maruz kalma durumu insanlar tarafından özellikle etnik yiyecekler tüketilen misafirliklerde yeni bir macera, sıra dışı bir deneyim olarak görülüp neofiliyi artırırken bazen de tam tersi duruma yani neofobiye neden olabilmektedir. Diğer taraftan sosyal ortamda yenilen yemeğin duyuşsal özellikleri insanların neofobi ve neofili seviyesini etkileyebilmektedir. Bununla ilgili olarak Veeck (2010) çalışmasında, görüşme yaptığı bir katılımcının arkadaşının evinde yemiş olduğu kanlı etin o yiyeceği denemeye olan istekliliğini azalttığını söylerken diğer bir katılımcının ise misafirlikte Pakistan mutfağına ait yeni yiyecekleri yediğini ve bu yiyecekleri deneyimlediği için çok mutlu olduğunu söylediğini bildirmiştir.

İnsanların, sosyo-demografik özellikleri de neofili düzeylerini etkilemektedir. Örneğin; bir birey ne kadar çok farklı kültürle tanışırsa yüksek neofiliye sahip olma olasılığı o kadar artmaktadır (Asperin vd., 2011: 2; Ozgen, 2014). Kentsel bölgelerde çeşitli kültürel olaylara daha fazla maruz kalan kişilerin, neofili düzeylerinin arttığı ifade edilmektedir (Tuorila vd., 2001: 36;). Diğer taraftan kişilerde artan gelir seviyesi ve eğitim seviyesi ile gıda neofili arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Nordin vd., 2004: 295). Ayrıca Okumuş vd., (2021) ise erkeklerin neofili düzeylerinin kadınlara göre daha fazla olduğunu ifade etmektedir.

Psikolojik ve durumsal faktörler (inançlar, alışkanlıklar, geçmiş deneyimler, bilgi) incelendiğinde ise alışılmadık egzotik ve ilginç yemeklerin tüketimini teşvik eden yemek kültürünün yükselişiyle daha maceracı, meraklı, keşfedici yeme tarzları, insanların yeni yiyecekleri tüketmeye olan istekliliğini artırmaktadır (Latimer vd., 2015: 1578). Macera ve merak duygularının üst seviyede olduğu gıda neofilikleri, yeni yiyeceklerle karşı neofobiklere göre daha korkusuz davrandıkları görülmektedir (Üzülmez, 2018: 75). Bu nedenle bu kişilerde görülen çeşitlilik arayışı onları daha fazla yeni ve aşına olunmadık lezzetleri aramaya teşvik etmektedir.

Diğer taraftan yeni yiyecekler hakkında daha fazla bilgiye sahip olmanın da neofili eğilimini artırdığı ifade edilmektedir. Çünkü daha fazla bilgi, kültürel mutfakları deneyimleme ve etnik restoranlarda yemek yeme imkânı sağlayarak yeni yiyeceklerle olan tiksintiyi azaltmaktadır. Bu nedenle yiyecekler hakkındaki bilgi örneğin; yiyeceğin menşei ve deneyim gıda neofilisini artırmaktadır (Previato ve Behrens, (2015: 929).

2.3. NEOFİLİ EĞİLİMİNE İLİŞKİN ALAN YAZIN

Neofili ilgili yapılan alan yazın taramasında konu ile ilgili araştırmaların sınırlı sayıda olduğu ve neofilin genellikle çalışmalarda neofobi ile birlikte incelendiği gözlemlenmiştir. Konuyla ilgili yapılan ilk çalışma (Veeck 2010) tarafından yapılmış ve çalışma yiyeceklerle olan aşinalık ve yeme davranışı üzerine gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu çalışmada insanların alışılmadık/yeni yiyeceklerle ilgili deneyimleri analiz edilerek tüketicilerin neyin yenilebilir olduğunu nasıl belirlediği incelenmiştir. Çalışmanın yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilen verileri, insanların yeni yiyeceklerle karşılaştıklarında elde ettikleri anlamaları ve yiyecekleri ilişkilendirdiği sosyal bağlamları keşfetmek için analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, neofobik ve neofilik eğilimlerle birlikte psikososyal güçlerin gıda lezzetleri üzerinde etkisinin olduğunu ve yeni yiyeceklerin sunulduğu sosyal ortam, kimlik ve ilişkilerin gıdaları denemeye olan istekliliği etkilediği bildirilmiştir. Yine benzer şekilde yiyeceklerle olan aşinalığın değerlendirildiği Knaapila vd., (2017) tarafından yapılan bu çalışmada neofili eğilimi sergileyen kişilerin baharatlara vermiş oldukları tepkiler ölçülmüştür. Çalışmaya 21 ile 65 yaş arasında 126 kişi katılmış ve çalışma iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde katılımcılar anket doldurmuş ikinci bölüm ise laboratuvar ortamında gerçekleşmiştir. Katılımcılara 12 adet baharat koklatılmış ve ardından kokunun hoşluğunu ve aşinalığını derecelendirmeleri istenmiştir. Çalışma sonucunda, aşına olunan kokuların, o baharın

kullanımı, otların genel kullanımı (taze baharat) ve gıda neofilisi ile pozitif ilişkili olduğu ifade edilmiştir.

İlgili alan yazın incelendiğinde, ilerleyen yıllarda çalışmaların yenilik, maceracı yeme tarzı, yeni yiyecek merakı (Ozgen 2014; Latimer, Pope ve Wansink 2015; Tuncdoğan ve Akdeniz Ar 2018) ile neofili ilişkisi üzerinde yoğunlaştığı ve ayrıca turizm ile ilişkilendirildiği (Kim ve Baek 2015; Dimitrovski Crespi-Vallbona 2017; Baah, Bondzi- Simpson ve Ayeh 2019) görülmektedir. Yeni yiyeceklere olan isteklilik ile neofili ilişkisi üzerine yapılan çalışma sonuçları incelendiğinde neofilik bireylerin olmayanlara göre yeni yiyecekleri denemeye daha istekli olduğu ve yaşam tarzlarında daha yenilikçi ve maceraperest oldukları ve farklı kültürleri deneyimleyen bireylerin neofili düzeylerinin daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Söz gelimi Ozgen (2014) tarafından yapılan çalışmada uluslararası düzeyde seyahat eden akademisyenlerin yeni gıdalara olan tutumu ölçülmüştür. Çalışma Ankara’da 722 akademisyen üzerinde yapılmıştır. Akademisyenlerin yeni yiyeceklere olan tutumu ‘*yeni lezzetlere açık*’ ‘*yeni lezzetler hakkında meraklı*’ ve ‘*yeni lezzetler hakkında şüpheci*’ olarak, kişisel yenilik ölçeği ise ‘*yenilikçiler*’, ‘*kuşkucular*’ ve ‘*gelenekçiler*’ olarak gruplandırılmıştır. Çalışma sonucunda uzun süre yurtdışında kalmış akademisyenlerin yeni lezzetlere açık ve yeni lezzetler hakkında meraklı olduğu bildirilmiştir. Ayrıca farklı kültürleri deneyimlemenin gıda neofobisini azalttığı belirlenmiştir. Latimer, Pope ve Wansink’in (2015) yapmış oldukları çalışmada yeni/alışılmadık yiyecekler için maceracı bir yeme tarzına sahip olan neofilik bireylerin vücut kitle indeksi ve diğer yeme ilgili davranışlarla ilgili ilişkisini incelemişlerdir. Çalışma Amerika’da yaşayan 501 kadın katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların neofili düzeyleri, yeme macerası, yeni yiyeceklerle ilgili algıları, boy/kilo endeksi, yaşam tarzı ve psikolojik özellikleri ölçülmüştür. Çalışmada katılımcılar maceracı (n=135) ve maceracı olmayanlar (n=366) olarak iki gruba ayrılmıştır. Çalışma sonucunda maceracı bireylerin yani neofiliklerin daha düşük vücut kitle indeksine sahip olduğu ve neofilik bireylerin, neofilik olmayanlara göre yeni yiyecek algıları, yaşam tarzı ve psikolojik açıdan farklılık gösterdiği saptanmıştır. Bu bağlamda neofilik bireylerin yeni yiyecekleri denemekten zevk aldığı ve akşam yemeklerinde arkadaşlarını ağırlamaktan hoşnut oldukları ve arkadaşlarının önerdiği yiyecekleri deneme konusunda daha istekli oldukları ifade edilmiştir. Yine benzer şekilde Tuncdoğan ve Akdeniz Ar (2018) tarafından yapılan araştırmada gıda kişiliğinin bir boyutunun yani gıda neofilisinin,

uzak ve yakın belirleyicileri (psikolojik özellikler ve diğer bireysel farklılıklar) üzerine keşifsel bir çalışma yapılmış ve çalışma sonucunda, bireylerdeki deneyime açık olmanın gıda neofilisi üzerinde olumlu etkisinin olduğu saptanmıştır.

Neofili ve turizm ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde ise neofilinin, turistler ile ilgili olarak onların yeni deneyimlerindeki, memnuniyet ve motivasyonlarında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin; Kim ve Baek'in 2015 yılında yapmış olduğu bir çalışmaya göre etnik bir restoranı ziyaret eden misafirlerin neofili eğilimlerinin genel memnuniyet ve müşteri sadakati üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu bildirilmiştir. Benzer şekilde Dimitrovski ve Crespi-Vallbona (2017) çalışmalarında turistik cazibe merkezlerini ziyaret eden turistlerin motivasyonu ve memnuniyeti arasındaki ilişki hakkındaki temel sorunları belirlemek için yerel gıda pazarlarını incelemişlerdir. İspanya, Barselona'da ki bir pazarda yapılan çalışmada rutinden kaçış, kültürel deneyim, prestij ve gıda pazarı katılımının memnuniyet üzerindeki doğrudan etkisi ve bu ilişkideki gıda neofilisinin rolü test edilmiştir. Araştırma, İspanya'daki La Boqueria'nın ziyaretçileri olan 200 katılımcıdan oluşan bir örneklem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, gıda pazarlarını ziyaret eden turistlerin esas olarak kültürel deneyimlerden ve yerel üreticilerle etkileşimden motive olduklarını, gıda neofilisinin ise önemli bir moderatör rol oynadığı belirlenmiştir. Sonuçlar, gıda neofilisi ile memnuniyet arasında pozitif bir bağlantı olduğunu saptayarak turistlerin “yeni”, “*tuhaf*” veya “*alışılmadık*” deneyimler (neofilik angajman) yaşamaya istekli oldukları ve ayrıca, bir gıda pazarı ziyareti gibi yerel yiyeceklerle etkileşim, gıda neofilisi gibi gıdayla ilgili kişilik özelliklerinden kaynaklanabileceği ifade edilmiştir.

Diğer taraftan Baah, Bondzi- Simpson ve Ayeh (2019) çalışmalarında ‘*Üç Bileşenli Tutum Modeli*’ni kullanarak turistlerin yemekle ilgili kişilik özelliklerinden tutumlarının nasıl etkilendiğinin araştırmışlardır. Çalışma verileri Gana’ yı ziyaret eden 396 yabancı turistten elde edilmiştir. Çalışma sonuçları, uluslararası turistlerin destinasyon bağlamlarında yerli yiyeceklerle karşı tutumlarını açıklamada neofilinin kritik rolünü vurgulamaktadır. Bu durum neofilik turistlerin yabancı destinasyonlara diğer turistlerden daha kolay adapte olmasını sağlamaktadır. Ayrıca gıda neofili eğiliminin, turistlerin yerel mutfağa yönelik tutumlarının (algı, duygusal tepki ve tüketim sonrası niyet) kritik bir belirleyicisi olduğu da bildirilmiştir.

Diğer çalışmalardan farklı olarak Okumuş, Dedeoğlu ve Shi (2021) yapmış oldukları çalışmada gıda neofilisini cinsiyet ve kuşaklar arasındaki farka göre incelemişlerdir. Çalışma verileri 417 Çinli yerel turistten elde edilmiştir. Çalışmada katılımcıların demografik özellikleri ve gıda neofobi ve neofili düzeyleri belirlenmiştir. Çalışma sonucunda, turistlerin gıda neofili eğilimleri cinsiyet ve kuşak arasında farklılık göstermiştir. Y kuşağı erkeklerin gıda neofilisi, Y kuşağı kadınlara göre daha yüksek çıkarken, Z kuşağının gıda neofilisi Y kuşağından daha düşük çıkmıştır.



İKİNCİ BÖLÜM

SOKAK LEZZETLERİ

1. SOKAK LEZZETLERİ KAVRAMI

Yeme içme kültürü, insanlık tarihinin her aşamasında önemli olmakla beraber bulunduğu bölge ve şartlara göre değişerek günümüze kadar gelmiştir (Gürsoy, 2004; Bektarım vd., 2019: 678). Özellikle endüstri toplumuna geçişle beraber ev dışında geçirilen zamanın artması, kadınların iş hayatında daha fazla yer almasıyla birlikte yemek yapmaya ayrılan zamanın azalması ve bireylerin yiyecek içecek ihtiyaçlarını dışarıda karşılayabilecekleri işletme sayısının artması insanlarda dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının oluşmasına neden olmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinin sayısının çoğalmasıyla birlikte ürünlerin sayısı da artmış ve çeşitlenmiştir. Yaşanan bu çeşitlenmede bölgenin coğrafi konumu, ekonomik durumu sahip olunan yemek kültürü, alışkanlar ve tarım ürünleri önemli rol oynamıştır (Bektarım vd., 2019: 678). Şehir hayatında, iş hayatında ve yiyecek içecek sektöründe yaşanan bu değişimler insanları ev dışı tüketime dolayısıyla sokak lezzetlerine yönlendirmiştir (Eren, 2020: 25) Diğer taraftan gıdayla ilgili turizm faaliyetlerinin de artmasıyla birlikte hem yerel halkın hem de turistlerin sokak lezzetlerine olan ilgisi artmaya başlamıştır (Lee vd., 2020: 1).

Sokak yemekleri, günün herhangi bir saatinde cadde, sokak ve pazarlarda kolaylıkla bulunabilen yemeye hazır gıdalardır (İrigüler ve Öztürk, 2016: 49). Yemek kültürünün ayrılmaz bir parçası olan sokak lezzetleri, ülkelerin sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerinin birer aynası durumundadır. Bu bağlamda her ülkedeki sokak lezzetleri, ülkelerin kendine has özelliklerini taşımaktadır. Bölgelerin yeme alışkanlıkları, damak tadı ve tarım ürünlerine göre şekillenen sokak lezzetleri aynı zamanda gastronomi bilimi için de önemli bir rol oynamaktadır (Şeker, 2018: 392).

Ayaküstü atıştırmak veya sokak lezzetlerini tüketme alışkanlığı birçok ülkenin yeme içme kültürünün bir parçasıdır. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki halkın yeme içme alışkanlıklarında önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’de de yaygın bir şekilde tüketilen sokak lezzetleri, ülkenin hemen hemen her şehrinde kendine özgü yiyecekleri ve sunum şekilleriyle karşımıza çıkmaktadır.

Diğer taraftan sokak lezzetleri, kentte ve kırsalda bulunan kişiler için erişimi kolay, ucuz ve besleyici bir besin kaynağı iken turistler için de ekonomik açıdan avantajlı, çekici ve lezzetli yiyecek kaynağı olma özelliği taşımaktadır. Bunun yanında

sokak lezzetleri, özellikle kadınlar için önemli bir gelir kaynağı oluştururken diğer bireylere de az sermaye ile iş becerileri geliştirme imkânı sağlamaktadır (Kargiglioğlu, 2019: 25).

1.1. SOKAK LEZZETLERİNİN TANIMI

Bir ülkenin yemek kültürü o bölgeye ait yerel ve yöresel yiyecek-içecekler ve beslenme alışkanlıklarından oluşmaktadır. Bu bağlamda sokak lezzetleri az gelişmiş, gelişmekte olan ve hatta gelişmiş ülkelerin yeme içme kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır (Omemu ve Aderoju, 2008: 401). Sokak lezzetlerinin ilk resmi tanımı 1986 yılında Birleşmiş Milletler Gıda Tarım Örgütü tarafından Endonezya’da düzenlenen ‘Asya Sokak Gıdaları Bölgesel Çalıştayı’nda yapılmıştır. Yapılan bu tanıma göre ‘*Sokak gıdaları, özellikle sokaklarda ve kamuya açık alanlarda sabit veya seyyar satıcılar tarafından hazırlanan ve/veya satılan gıdalar, yiyecekler ve içeceklerdir*’ (FAO, 1986). Dünya sağlık örgütü ise sokak lezzetlerini, sokaklar ve halkın yoğun olduğu kamusal alanlarda ön hazırlık işlemleri yapılmış ya da satıcı tarafından tamamıyla o anda hazırlanan, tüketici tarafından ek bir hazırlık işlemi gerektirmeyen yiyecekler ve içecekler şeklinde tanımlamaktadır (WHO, 1996). Tinker (1997: 15) sokak lezzetlerini, hemen tüketilmek üzere sokakta satılan minimal düzeyde işlem görmüş gıdalar olarak tanımlarken, Ekenam (1998: 211) sokak lezzetlerini, halka açık yerlerde satılan, tüketmek için hazırlık gerektirmeyen ya da basit hazırlık gerektiren gıdalar olarak ifade etmektedir. Yine benzer şekilde Calloni (2013: 3406) ise sokak lezzetlerini, bir sokak satıcısı tarafından arabada veya sabit bir tezgâhta hazırlanan ve satılan yiyecekler olarak tanımlamaktadır. Bir diğer tanıma göre ise sokak lezzetleri, günün herhangi bir saatinde her yerde kolaylıkla bulunabilen yemeye hazır gıdalar şeklinde ifade edilmektedir (İrigüler ve Öztürk, 2016: 49). Kraig ve Sen’e (2013) göre ise sokak lezzetleri, bir satıcı tarafından hazırlanan, insanlar tarafından genellikle sunulan yerde ya da yürürken tüketilen yiyecek-içecek ve atıştırmalıklardır. Benzer şekilde Eşitlik Politikası Merkezi de (EPOC, 1990: 3) sokak lezzetlerini satın alma noktasında tüketilebilecek tüm gıdalar şeklinde ifade etmektedir. Diğer taraftan sokak lezzetleri, seyyar yiyecek-içecek hizmetleri olarak da tanımlanmaktadır (Choi vd., 2013: 223). Ayrıca sokak lezzetleri insanların iş ve eğlence için toplandığı her yerde satılabilen gıdalardır. Bu nedenle sokak lezzetlerinin sunulduğu yerler sadece sokakları değil bazen kapalı pazarlar ve Avm’leri de içerebilmektedir (Kraig ve Sen, 2013).

Diğer taraftan Chakravarty ve Chanet (1996) yapmış oldukları çalışmalarında Hindistan’da sokak lezzetlerinin üç ayırt edici özelliğini ortaya koymuşlardır. Bunlardan ilki; küçük ölçekli işletmelerde hazırlanan ve satış için sokakta sunulan gıdalar, ikincisi; satıcı tarafında evde hazırlanan ve sokakta satılan gıdalar ve üçüncüsü ise direkt sokak satıcısı tarafından satış yapılan yerde (tezgahta) hazırlanıp satılan gıdalar şeklinde ifade edilmektedir. Hindistan’da yapılan bu çalışmadaki sokak lezzetlerinin ayırt edici özelliklerini dünya geneline yaymak mümkün olabilmektedir.

Sokak lezzetleri atıştırmalıklar veya tüketime hazır gıdalar olarak tüm öğünlerde insanların besin ihtiyacını karşılayabilen yiyecek ve içeceklerdir. Sokak lezzetlerinin servisinde çok basit tek kullanımlık kaseler, tabaklar, bardaklar kullanıldığı gibi servis edilen ürünün özelliğine göre kağıda sarılmış ekmek arası (dürüm) olarak da servis edilmektedir. Bu şekliyle kolay tüketilebilir ve taşınabilir olan sokak lezzetleri hızlı ve ekonomik tüketim için ideal bir beslenme şeklidir (Tinker ve Fruge, 1982’den akt. Şeker, 2018: 394; Von Bargen, 2016: 4). Diğer taraftan tüketiciler çoğu zaman sokak lezzetlerini abur cubur ile birleştirmektedirler. Fakat paketlenmiş çerezlerin ve gıdaların sokak lezzetleri ile karıştırılmaması gerekmektedir (Privitera ve Nesci, 2014: 719).

Sokak lezzetleri ile ilgili yapılan tanımlar incelendiğinde en temel nokta konumları yani ‘sokakta’ olmalarıdır. Sokak yiyeceklerinin satıldığı yerler motorlu/motorsuz araçlar, el arabaları veya tablalar, seyyar (mobil) ya da sabit tezgahlar veya basit portatif direklerle etrafı çevrilmiş alanlar olabilmektedir (Tinker, 1987’den akt. Kargiglioğlu, 2019: 25).

Sokak lezzetleri, hızlı ve düşük fiyatlı bir tüketim seçeneği oluşturan yiyecek ve içeceklerdir. Fast food gibi sokak lezzetlerinin de nihai hazırlığı müşteriden sipariş alınması ile gerçekleşmektedir. Fakat sokak lezzetleri, hızlı yemek hizmeti sunan fast food işletmelerinden temel olarak sahiplik yapısı, çeşitlilik, çevre, pazarlama teknikleri ve mülkiyet bakımından farklılaşmaktadır. Sokak lezzetleri, hızlı bir şekilde sunulmasına rağmen endüstrileşmiş bir yapıya sahip olmamakla birlikte büyük bir oranda yerel ürünlerle ve geleneksel pişirme teknikleriyle hazırlanmakta ve etnik çeşitliliği yansıtmaktadır (FAO, 1986; Calloni, 2013). Dolayısıyla sokak yiyecekleri fast food yiyeceklerin geleneksel bir parçası durumundadır (Şeker, 2018: 393) Ayrıca fast food’dan farklı olarak sokak lezzetlerinde yerel, taze ve mevsime uygun ürünler ile minimum düzeyde işlenmiş malzemeler kullanılmaktadır (Von Bargen, 2016: 4). Bu nedenle sokak lezzetleri, fast food’un aksine yavaş yemek hareketinin (slow food)

prensiplerine uyum sağlayan yerel mutfak kültürünün bir parçasıdır (Karsavuran, 2018: 248).

Diğer taraftan sokak lezzetlerinin çeşit ve içerik bakımından zengin ve lezzetli menüler sunması, kolay bulunabilirliği, hızlı olması, yerel damak tadına uygunluğu ve ucuz olması satın alınmasındaki en önemli tercih sebepleridir. Bu nedenle sokak lezzetleri her sınıftan ve her meslekten bireyler için tercih edilen yiyecek ve içeceklerdir (Tinker, 1999: 327). Sokak lezzetleri, en basit şekliyle yerel yemek sahnesinin bir parçasını oluşturarak yerel halkın gerçekte ne yediğini tanıma ve tatma fırsatı sunmaktadır (İrigüler ve ztrk: 49). Sokak lezzetleri aynı zamanda ev yapımı yiyeceklerle alternatif olup restoranlarda tüketilen yiyeceklerle göre ise daha ekonomiktir (Sezgin ve şanlıer, 2016: 4072).

Sokak lezzetleri gelişmekte olan ülkelerin şehir merkezlerinin önemli bir parçasıdır. Sokak lezzetleri ülkelerin farklı coğrafi özelliklerine bağlı olarak tarımsal ürünlerin farklılığına ve aynı bölgedeki üretilen mevsimsel ürünlere göre farklılık göstermektedir. Sokak lezzetleri bulundukları ülkenin ya da bölgenin yerel mutfağına özgü özellikler taşımaktadırlar. Bu bağlamda sokak lezzetlerinin birçoğu geleneksel ev yapımı ürünler olmakla birlikte tüketici tercihine ve beslenme alışkanlıklarına bağlı olarak alkolsüz içecekler, ekmek, bitkisel yağ ve soslar ile minimal düzeyde farklı işlenmiş ürünlerle de hazırlanmaktadır (Solunoğlu, 2018: 23).

1.2. SOKAK LEZZETLERİNİN TARİHÇESİ

Tarih boyunca yeme içme kültürün bir parçası olan sokak lezzetleri (Akşit, 2019: 48) antik dönemden günümüze kadar süregelmektedir. Gladyatör savaşlarını izlemeye giden Romalıların Colosseum’da müsabakaları izlerken tuzlu bezelye atıştırdıkları, sosyalleşme alanı olarak kullandıkları hamamlarda arınma sonrasında ise sokak yemeklerini (sosis ve kızarmış balık) tükettikleri bilinmektedir (Thelocal, 2015; İrigüler vd., 2016: 219). Antik Çin’de ise sokak yemekleri genellikle fakir halkın tercihi olmakla birlikte, zenginler tarafından nadiren tüketilmekteydi. Bu durumun sebebi ise zenginlerin evlerinde mutfak ve ocağa sahip olmaları ve sokağa çıkıp yemek almanın kendilerinde prestij kaybı yaşatacağı düşüncesiydi (Higman, 2012’den akt. Kargiglioğlu, 2019: 26). Eski uygarlıklardaki yerleşim yerlerinde bulunan evlerin çoğunda mutfak bulunmadığı için halka açık yerlerde, çoğu önceden hazırlanmış

yiyeceklerin satıldığı bilinmektedir. Roma döneminde pazarlarda peynir, taze et, şarap ve hazır yemek satan dükkanlar bulunmaktaydı (Von Barga, 2016: 5.)

Benzer durum Orta çağda Asya ve Ortadoğu şehirlerinde de görülmektedir. Orta çağda sokak yemekleri fuarlarda, turnuvalarda yerleşim yerleri ve şehirlerdeki pazarlarda satılmaktaydı. Sokak satıcılarının, el arabalarında sattığı bu yiyecekler genellikle yulaf lapası, güveç ve ekmekten oluşmaktaydı (Von Barga, 2016: 5). Sokak lezzetleri, özellikle restoranların olmadığı dönemlerde şehirde yaşayan insanların bir araya gelmesi, sosyalleşmesi ve ayaküstü hızlı bir şekilde karınlarını doyurması açısından önemli bir yere sahipti (Altunbağ, 2020: 12). 18. yüzyılda restoranların ortaya çıkmasıyla birlikte sokak lezzetleri yine zengin kesim tarafından daha az tercih edilmiştir. Zira zengin sınıf sokakta yemek yemek yerine daha iyi hizmet ve imaj için restoranlarda masa servisini tercih ederken, sokak yemekleri yoksul halkın vazgeçilmezi haline gelmiştir (İrigüler ve Öztürk, 2016: 51). Buna ek olarak 19. yüzyılda Sanayi devrimi döneminde, Avrupa’da düşük ücretle çalışan işçilerin de evde yemek pişirmek için yeterli alanlarının ve zamanlarının olmadığı gerekçesiyle sokak yemeklerini sıklıkla tükettikleri bilinmektedir (Calloni, 2013: 3407).

Diğer taraftan sokak yemekleri, tarih boyunca Türk toplumunda tercih edilen bir beslenme alışkanlığı olmuştur (Şeker, 2018: 393). Türkiye, çok sayıda bölgesel çeşitliliğe sahip sokak lezzetleri ile bu konuda en zengin ülkelerden biri olarak sayılmaktadır. Türkiye’nin eşsiz konumu, kültürel tarihi ve diğer kültürlerle olan etkileşimi sokak yemeklerinde de çeşitlilik yaratmaktadır. Ayrıca Anadolu’nun ticaret yolları üzerinde bulunması nedeniyle çarşı ve pazar kültürü oldukça yaygındır (İrigüler ve Öztürk, 2016: 53). Bu nedenle çarşı ve pazarlarda bulunan sokak satıcıları da bu geniş kültürün bir parçası olarak bilinmektedir.

Günümüze gelindiğinde ise kentsel nüfus artışı, kırsaldan kente göç, çalışan sayısının artmasıyla birlikte ev dışı tüketime yönelik ihtiyaç sokak lezzetlerine olan talebi artırmaktadır. Buna bağlı olarak dünyanın birçok yerinde sokak satıcılarının sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Asya, Latin Amerika, Afrika, Avrupa ve Kuzey Amerika’nın bazı bölgelerinde sokak lezzetleri yerel yemek kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Winarvo ve Allain, 1991; Kargiglioğlu, 2019: 26). Diğer yandan son dönemlerde gastronomi turizminin artması, sokak lezzetleri festivallerinin düzenlenmesi ve televizyon programlarıyla sokak lezzetleri daha da popüler hale gelmiştir (Karsavuran, 2018: 247). Bu bağlamda eski dönemlerde ucuz olması sebebiyle

genellikle fakir halk tarafından tercih edilen sokak lezzetleri, artık sosyal ve canlı bir atmosferde yeni lezzetler denemek isteyen herkes için bir fırsat olarak görülmektedir (İrigüler ve Öztürk, 2016: 49).

Genel anlamda sokak lezzetlerinin tarihsel gelişimi ele alındığında; Antik dönem ve Orta Çağda evlerinde mutfak bulunmayan yoksul halkın bu yiyecekleri tükettiği, ilerleyen dönemlerde ise sokak lezzetlerinin özellikle düşük ve orta gelire sahip çalışanlar için ucuz, kolay bulunabilen, yüksek besin değerine sahip vazgeçilmez bir beslenme alışkanlığı haline geldiği görülmektedir. Diğer taraftan son dönemlerde gastronomiye olan ilginin artması ve özellikle gastro turistler için çekici bir imaj oluşturan sokak lezzetleri, tüm dünyada trend haline gelmekte ve gastronomi turizminin bir parçasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda modern restoranların menülerinde dahi sokak lezzetlerinin yer aldığı, rekabetçi bir ortamın oluştuğu ve sokak satıcıları ile şeflerin bu lezzetleri daha çekici hale getirmeye çalıştıkları görülmektedir. Ayrıca bulundukları bölgenin yemek kültürünü yansıtan sokak lezzetleri günümüzde ülkelerin mutfak kültürlerini tanıtmaları için de ayrıca bir fırsat yaratmaktadır.

1.3. SOKAK LEZZETLERİNİN GELİŞİMİ VE ÖNEMİ

Günümüzde yaşanan şehirlerdeki hızlı nüfus artışı, çalışan kesimin ve okul çağındaki çocukların sayısının artması insanların beslenme alışkanlıklarının değişmesine; evde daha az yemek pişirilmesine dolayısıyla dışarda beslenme alışkanlıklarının çoğalmasına neden olmuştur. Bu durum insanlarda ucuz, kolay bulunabilir ve hızlı yemek yeme ihtiyacını oluşturmuş, bunun sonucunda ise sokak lezzetlerine olan talep artmıştır (Winarno ve Allain, 1991: 1; Tinker, 2003: 332; İrigüler vd., 2016: 234). Günümüzde bireyler ev dışı beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için sokak lezzetlerine sıklıkla yönelmekte ve sokakta beslenme başlı başına bir endüstri haline gelmektedir (Demir vd., 2018: 592). Tüm bunlara rağmen insanların beslenmesinde önemli bir yere sahip olan sokak lezzetlerine gerek gayri resmi sektör olmasından gerekse modernleşmeyi engelleyici bir unsur olarak görülmesinden ve gıda güvenliği ile çevre kirliliği gibi bazı konularda soru işareti oluşturmasından dolayı gereken önemin verilmediği görülmektedir (Bektrırım, 2019: 678). Yine benzer şekilde sokak lezzetlerine olan talebin artmasına karşılık hükümetlerin ve uluslararası kuruluşların bu konuyla ilgili ilk politikaları, sokakta satılan gıdaların sağlıksız olduğu ve sokak satıcılarının sorun teşkil ettiği gerekçesi ile sektörü ortadan kaldırılmaya yönelik olmuştur (Tinker, 2003: 332). Örneğin; 1700'lerin ilk çeyreğinde New

York'taki sokak satıcılarının çalışma saatlerine kısıtlama getirilmiş ve hatta seyyar satıcıların yiyecek içecek satışı tamamen yasaklanmıştır. Alınan bu kararda, sokak satıcılarının hem trafiği aksattıkları hem de mağaza ve restoranların önlerini işgal ettikleri gerekçesiyle işletme sahiplerinin şikayetlerinin etkili olduğu bilinmektedir. İleriki yıllarda ise çıkarılan yeni yönetmelik ile sokak satıcılarının aynı konumda 15 dakikadan fazla beklemesi yasaklanmıştır (Taylor vd, 2000: 26).

Sokak lezzetlerine olan talep gün geçtikçe artarken diğer taraftan da gıda tüketimine bağlı olarak bazı hijyenik problemler de ortaya çıkmaktadır. Sokak lezzetleri birçok ülkede henüz sektör olarak tanınmadığından denetim ve kontroller yerel yönetimler tarafından yapılmaktadır. (Omumu ve Aderroju 2008: 39; İrigüler vd., 2016: 235; Güzeler, 2017: 147). Bazı ülkelerde sokak gıda ticareti daha düzenli ve ticarileştirilmiş durumdayken bazılarında ise gayri resmi sektör olarak devam etmektedir. Japonya, ABD ve Singapur gibi ülkelerde hükümetler sokak gıda ticaretinin standartlarını ve uygulamalarını düzenlemekte ve denetlemektedir. Örneğin; Singapur'da sokak satıcıları kentsel yenileme planının bir parçası olarak kendilerine özel tahsis edilmiş alanda faaliyetlerini devam ettirmektedir. New York'ta ise sokak satıcılarının ruhsata ve gıda güvenliği sertifikasına sahip olması gerekmektedir (Choi vd., 2013: 223). Diğer taraftan bu uygulamalar bazı ülkeler de ise yetersiz düzeydedir. Söz gelimi Çin, Hindistan, Endonezya, Pakistan, Filipinler, Güney Kore gibi ülkelerde sokak gıda ticareti yasa dışı gerçekleştirilmekte, sağlık ve hijyen sertifikaları göz ardı edilmektedir (FAO, 2012). Hijyen ve gıda güvenliği konusunda iyileştirilmelerin yapılması, sektörün standartlarının belirlenmesi ve sokak satıcılarına gerekli eğitimlerin verilerek sertifikalandırılması gıda kaynaklı hastalıkların önlenmesi için önemli bir rol oynamaktadır.

Diğer taraftan sokak lezzetlerinin ülkelerin ekonomisine sağladığı katkı ve istihdam önemli düzeydedir. Sokak satıcıları ekonomiye hem doğrudan hem de dolaylı olarak önemli istihdam sağlamaktadır (Tinker, 1999: 328). Basit şekilde sokakta hareket halindeyken tüketilen yiyecek ve içecekleri ifade eden sokak lezzetleri, aslında çok geniş bir yapıyı içerisinde barındırmaktadır. Sokak lezzetleri ticari boyutu ile dünya gıda ekonomisinde önemli bir payı oluşturmaktadır (İrigüler vd., 2015: 218). Sokak lezzetleri sunan işletmeler mikro işletmeciler tarafından ve daha çok kayıt dışı (informal) olarak işletilen işletmelerdir. Bu işletmelerde genellikle kurulumu kolay az sermaye gerektiren küçük ölçekte üretim sağlayan geleneksek işlem teknolojileri

kullanılmaktadır (Tinker ve Fruge, 1982'den akt. Şeker, 2018: 394). Sokak lezzetleri işletmeleri, genellikle yerli kaynaklara bağımlı, emek yoğun, çok fazla eğitilmiş veya kalifiye iş gücü gerektirmeyen genellikle yerel ve aile işletmelerinden oluşmaktadır (Timothy ve Wall, 1997: 323). Yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasında ve sunulmasında sokak satıcısının yanı sıra kadınlar ve diğer aile bireyleri de direkt olarak rol alabilmektedir. Bu nedenle sokak lezzetleri, ülkeler için ekonominin güçlenmesi, yerel yemek kültürlerinin korunması ve girişimcilerin için de fırsat yaratması açısından önemli bir rol oynamaktadır (Tinker, 2003: 331) Ayrıca yiyecek içecek ve mutfak kültürü konusu özellikle gastro turistler için her zaman turistik deneyimlerin bir parçası durumundadır. Bu deneyimlerde yerel yiyecek ve içecekler turistlerin deneyimlerine katkı sağlamak ve tekrar ziyaret etme motivasyonlarına etki etmektedir (Dönmez Polat ve Gezen 2017: 119). Bu bağlamda yerel mutfağın bir parçası olan sokak lezzetleri, bir destinasyonun somut olmayan mirasının temel bir tezahürünü temsil ederek yerli ve yabancı turistler için kültürel ve gastronomik bir deneyim yaşatmaktadır (Okumus vd., 2007: 253; Von Bargen, 2016: 5). Seyahat kavramı bazı turistleri yeni olan şeylerden hoşlanma ve yeniyeye karşı ilgi, duyma ve heyecan anlamına gelen neofili eğilimine teşvik etmektedir. Özellikle yeni yiyeceklerde keşifçi olmayı tercih eden gastro turistler için sokak lezzetleri, otantik bir deneyim fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle sokak lezzetleri ülkelerin gastronomi turizmini geliştirilmesi için de önemli bir fırsat yaratmaktadır. Aynı zamanda sokak lezzetleri bakımından zengin olan ülkeler gastronomi turizmi kapsamında rekabet avantajı sağlayabilmektedirler. Bu bağlamda uluslararası yapılan değerlendirmeler sonucunda en iyi sokak lezzetlerine sahip 10 şehir tablo 1. 'de verilmiştir.

Tablo 1. En İyi Sokak Lezzetlerine Sahip 10 Şehir

Dey, 2020	Morelli, 2019	Shea, 2018	Forbes, 2017	Fisher, 2016	Heelen, 2014	Karig ve Sen, 2013
Mumbai	Meksiko Ctiy	Bankok	Bankok	Chicago	Bankok	Bankok
Tokyo	Seoul	Tokyo,	Singapur	İstanbul	Tel Aviv	Singapur
Rio de Janerio	Rio de Janerio	Honolulu	Penang	Mexico City	İstanbul	Penang
Seul	Portland	Durban	Marakeş	Marakeş	Paris	Marekeş
İstanbul	Berlin	New Orleans,	Palermo	New York	Meksika	Palermo
Honolulu	İstanbul	İstanbul,	Ho Chi Min	Meksika	Hon Kong	Ho Chi Min
Marakeş	Beijing	Hon Kong	İstanbul	Bankok	Kuala Lumpur	İstanbul
Bankok	Bankok	Paris	San Pedro	Berlin	Mumbai	Meksiko City
Cairo	Honolulu	Meksiko City	Brüksel	Los Angeles	Tokyo	Brüksel
Cartagene	Cartagena	Cairo	Meksiko City	Ho Chi Min	Singapur	San Pedro

Kaynak: Kraig ve Sen, 2013; Heleen, 2014; Fisher, 2016; Forbes, 2017; Shea, 2018; Morelli, 2019; Dey, 2020.

Tabloda görüldüğü gibi İstanbul, sokak lezzetleri bakımından dünyada ilk on şehir arasında yer almaktadır. İstanbul, özellikle yabancı turistler için Türk mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçası olan sokak lezzetlerini deneyimlemenin önemli merkezlerinden biridir. Aynı zamanda, İstanbul'un Türkiye'nin en çok turist alan şehirlerinden birisi olması sebebiyle burada sokak lezzetlerinin ön plana çıkartılması, tanıtım ve pazarlama için gerekli yatırımların yapılması, daha kaliteli bir hizmet verilmesi için eğitim ve denetim faaliyetlerinin düzenlenmesi sokak lezzetlerine olan talebi artıracak bununla birlikte uluslararası düzeyde bilinirlik için fayda sağlayacaktır.

Yakın zamana kadar düşük gelirli ve az eğitilmiş bireylerin gelir elde etmek için çoğu zaman kayıt dışı olarak icra ettiği bu meslek günümüzde gelişmiş ülkelerde genç ve eğitilmiş şeflerin de bu sektöre dahil olmasıyla birlikte yeni pişirme teknikleri, sağlıklı seçenekler ve sunum şekilleri ile trend mesleklerden birine dönüşmüştür. Sokak lezzetleri sunan bu tür şef restoranları basit organizasyon yapısıyla düşük maliyetli yiyecek ve içecek hizmeti sağlamaktadır. Yaşanan bu gelişmeler uluslararası kuruluşların sokak yemekleri konusunda daha çok inceleme ve detaylı araştırma yapmasına, hükümetin ve yerel yönetimlerin ise sektöre yönelik düzenlemeler getirmesine neden olmuştur (Cohen, 1990: 3; İrigüler vd., 2016: 235). Yine son on yılda gastronominin gelişmesiyle birlikte tanıtım ve reklam faaliyetlerinin sıklıkla yapıldığı sosyal medya araçlarında sokak lezzetlerinin yer alması diğer taraftan sokak lezzetleri ile ilgili festivallerin düzenlenmesi sokak lezzetlerini daha fenomen bir hale getirmiştir. Ayrıca uluslararası gastronomi ve seyahat kuruluşlarının, dünyanın en iyi sokak lezzetlerine sahip destinasyonlarını belirlemesi ve tanıtımını yapması potansiyel gastro turistler için motivasyon kaynağı oluşturmakta ve sokak lezzetlerine olan talebi artırmaktadır. Diğer taraftan özellikle son yıllarda, turistlerin ve diğer bireylerin gastronomik deneyimlerinde geleneksellik, sadelik, doğallık ve otantikliği hem yemek yenilen atmosferde hem de yiyecek ve içeceklerde tercih etmeleri sokak lezzetlerini bir trend haline getirmiştir.

Son olarak yaşanan bu gelişmeler incelendiğinde sokak gıda ticaretinin günümüzde çok önemli bir yere geldiği görülmektedir. Bu nedenle bazı ülkelerde halk sağlığına ve çevreye zarar verdiği gerekçesiyle, sokak satıcılarını engelleyici ve hatta ortadan kaldırmaya yönelik uygulamaların çözüm olmayacağı bilinmeli tam aksine hükümetlerin ve yerel yönetimlerin benimseyeceği uygun politikalar ile (gerekli

eğitimler, denetimler, ruhsatlandırmalar) ekonomiye, istihdama ve gastronomi turizmine önemli katkıları olan bu sektörün geliştirilmesi önem arz etmektedir.

1.4. SOKAK LEZZETLERİNİN ÇEŞİTLERİ HAZIRLIK VE SUNUM AŞAMALARI

Sokak lezzetleri; yemekler, içecekler ve atıştırmalıkları içeren son derece heterojen bir gıda kategorisidir. Aynı zamanda farklı besin grupları, içerikleri, hazırlanması, pişirilmesi, sunulması ve tüketilmesiyle zenginlik göstermektedir (Draper, 1996: 3) Diğer taraftan sokak lezzetleri farklı coğrafi şartlara, tarımsal ürünlere ve hatta aynı bölgede mevsimsel olarak ürün bulunabilirliğine göre bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir (FAO; 2012). Bu bakımdan sokak lezzetleri araştırmacılar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Örneğin; Draper (1996) sokak lezzetlerini yemekler, içecekler atıştırmalıklar meyve ve sebzeler olarak sınıflandırırken Demir vd. (2018) deniz ürünleri, hayvansal kaynaklı ürünler, hamur işleri, içecekler, tatlılar ve meyveler olarak sınıflandırmıştır. Yine benzer şekilde Bektarım (2019) çalışmasında sokak lezzetlerini yemekler, yemişler, atıştırmalıklar, içecekler ve tatlılar olarak sınıflandırmıştır. Diğer taraftan Von Bargen (2016) farklı olarak sokak lezzetlerini kâsede sunulan yiyecekler (çorba, güveç, kızarmış sebzeler vb.) şiş veya çubukta pişirilen yiyecekler, ekmekler, doldurulmuş gıdalar, sandviçler, atıştırmalıklar (snack) tatlılar ve içecekler olarak sınıflandırmıştır. Kraig ve Sen (2013) ise sokak lezzetlerini tek bileşenli yiyecekler (et, tavuk, balık, mısır), çok bileşenli yiyecekler (hamburger, taco, sosis), dondurulmuş yiyecekler, dürümler, çorbalar, güveçler ve içecekler olarak sınıflandırmaktadır. Bu bakımdan sokak satıcılarının tezgâhları et ürünleri, tahıllar, kuruyemişler, deniz ürünleri, meyveler, dondurulmuş gıdalar, sandviçler, tatlılar ve içecekler gibi birçok üründen oluşmaktadır (Ekanem, 1998: 211; FAO, 2012).

Sokak lezzetleri neredeyse insanoğlunu bildiği hemen her şekilde hazırlanmaktadır. Bununla birlikte çalışma ortamındaki sınırlı kaynaklar, güvenlik uygulamaları ve ekipmanların taşınabilirlik endişesi menülerin çeşitliliğini sınırlandırmaktadır. Pişirme için kullanılan ekipmanlar doğrudan yiyeceklerin pişirilmesi yöntemine göre tasarlanmaktadır. Örneğin; kızartılarak hazırlanan bir sokak lezzeti için derin bir kızartma tavası kullanılabileceği gibi endüstriyel olarak fritöz de kullanılabilmektedir. Sokak satıcılarının kullanmış oldukları ısı kaynakları incelendiğinde ise farklı bölgelere göre değişebildiği görülmekle birlikte odunun ateşinin tarihin ilk zamanlarından beri kullanılan ortak yakıt olduğu görülmektedir. Aynı zamanda odun kömürü gaz yağı veya parafin de kullanılan diğer ısı kaynakları

arasındandır. Diğer taraftan günümüzde elektrik enerjisi, kömür, tüp gazları, doğalgaz ya da petrolün yan ürünleri (kerosen, parafin) gibi çeşitli ısı kaynakları da sokak satıcıları tarafından tercih edilmektedir. Elektrik aynı zamanda sokak lezzetlerinin hazırlandığı cihazlar, soğutucular ısıtıcılar ve aydınlatma için kullanılmaktadır (Kraig ve Sen, 2013: 24). Elektriğin sınırlı olduğu veya hiç olmadığı ortamlarda ürünlerin soğukta muhafazası taşınabilir soğutucular, dondurulabilir jeller ve buz ile yapılırken sıcak muhafaza için ise gazlı ocaklar ya da bain mariler tercih edilmektedir. Diğer taraftan birçok ülkede sokak gıda satışları için gerekli izinler ve lisanslar yerel yönetimler ile eyalet düzenlemelerine bağlıdır. Buna bağlı olarak gıdaların hazırlık aşamaları ve depolanması için onaylanmış denetlenebilir ticari bir hazırlık alanı ya da mutfak gerekmektedir (Von Bargen, 2016: 7).

Bazı sokak lezzetleri çiğ olarak tüketilirken bazıları ise pişirilerek tüketilmektedir. Sokak lezzetlerinin hazırlanmasında kullanılan pişirme teknikleri ise şöyledir (Ohiokpehai, 2003: 76; Kraig ve Sen 2013);

Kızartma/Frying: Kızarmış sokak lezzetleri dünya çapında en popüler sokak yiyecekleri olarak bilinmektedir. Kızartma işlemi, bir yiyeceği kaplama yapılmış (panelenmiş) ya da yapılmamış haliyle 165-185 ° C aralığında dışı gevrek içi sulu kalacak şekilde pişirme tekniğidir. Kızartma işlemi genellikle deep fry (derin yağda) ve shallow fry (sığ yağda) olmak üzere iki teknikle yapılmaktadır. Tavuk, sosis, şekerlemeler, dondurmalar, hamur işleri, tatlılar kızartılarak hazırlanan sokak lezzetlerine örnek olarak verilebilmektedir.

Izgara/Grilling: Izgara da pişirilen sokak yemekleri başta Tayland ve diğer Güneydoğu Asya ülkeleri olmak üzere dünya çapında yaygın olarak kullanılmaktadır. Sebzeler, etler, balıklar, sosisler vb. ürünler bu yöntemle hazırlanıp servis edilmektedir. Türkiye’de balık ekmek, köfte ekmek, kokoreç gibi sokak lezzetleri bu teknikle hazırlanmaktadır.

Haşlama-Kaynatma /Boiling: Bu yöntem sıvıların kaynatılması ve bazen de ürünlerin içerisinde sıcak bekletilmesi için kullanılmaktadır. Dünya genelinde yaygın bir uygulama olarak bilinmektedir. Çorbalar, güveçler, fasulye ve bazı sebzeler bu şekilde hazırlanmaktadır. Türkiye’de suda haşlanmış mısır bu teknikle hazırlanan sokak lezzetine örnek olarak verilebilir.

Fırında Pişirme/Roasting: Genellikle ürünlerin kapalı bir ortamda (fırında) kuru ısıda pişirilmesi (roasting) işlemidir. Bu işlem geleneksel şekilde açık alanda yakılan ateş ile de yapılabilmekte ve ‘*roti*’ tekniği olarak adlandırılmaktadır. Teknik, ürünün kuru ısı etrafında döndürülerek pişirilmesi esasına dayanmaktadır. Türk sokak lezzetlerinden birisi olan döner ve kokoreç bu tekniğe örnek olarak verilebilmektedir. Yine benzer şekilde bu teknikle pişirilmiş et, tavuk vb. ürünlerin dürüm şeklinde hazırlanıp sunulması Orta Doğu ve Türk sokak lezzetlerini yansıtmaktadır.

Fırında Pişirme/Baking: Bu teknik ‘*roasting*’den farklı olarak genellikle hamur işlerinde ve pastane ürünlerinde kullanılmaktadır. Sokakta satılan bazı pizza çeşitleri için bu teknik kullanılmaktadır. Yine Latin Amerika sokak lezzetlerinin vazgeçilmezi mısır ve buğday unundan yapılan yassı ekmekler (tortilla), Türkiye’de ise gözlemeler bu tekniğe örnek olarak verilebilmektedir.

Buharda Pişirme/Steaming: Teknik, delikli tencere, tava veya çelik gastronom üzerinde ürünlerin kaynayan suyun buharı ile pişirilmesi esasına dayanmaktadır. Bazı ülkelerde köfte, sosis bu şekilde hazırlanmaktadır.

Sokak lezzetlerinin sunumu ise farklı bölgelerde farklı şekillerde yapılmaktadır. Sokak lezzetleri kağıda sarılmış şekilde ya da basit şekilde plastik veya kağıt bir tabağa konularak servis edilmektedir. Bu şekilde hazırlanmış ürünler çatal, bıçak ya da herhangi bir işlem gerektirmeden insanlar tarafından yürürken bile tüketilebilmektedir. Diğer taraftan bazı sokak satıcıları ise tüketicilere tabureler, plastik sandalyeler veya katlanır masalar gibi sınırlı oturma olanakları da sağlayabilmektedirler (Matalas ve Yannakoulia, 200: 14).

1.5. SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN EKONOMİK BOYUT

Büyüyen kentleşme ve sanayileşme gelişmekte olan ülkelerde sokak gıda satışlarında önemli bir artışa neden olmaktadır (Ekanem, 1998: 213). Sokak satıcıları, yüzlerce yıldır dünya çapında kentsel ekonomilerin hayati bir bileşenini oluşturmakta ve aynı zamanda uygun bulunabilirlik ve makul fiyatlar nedeniyle ülkelerdeki kentsel nüfusun önemli bir ihtiyacını karşılamaktadır. Bu nedenle sokak lezzetleri; ofis çalışanları, öğrenciler, işçiler ve diğer şehir sakinleri gibi birçok insan tarafından günlük temel besin ihtiyacı için tercih edilmektedir (Khuluse, 2015: 17; Alimi ve Workneh, 2016: 243). Sokak yemekleri üreten ve satan kişiler sözde kayıt dışı sektörün bir parçasını oluşturan küçük ölçekli işletmeler veya mikro girişimciler olarak kabul

edilmektedir (Draper, 1996: 4). Gelişmekte olan ülkelerdeki kentsel gıda arzı büyük ölçüde kayıt dışı sektör tarafından yönlendirilmektedir. Sokak gıda satışları, gelişmekte olan ülkelerdeki toplam gıda tedarikinin yaklaşık %74'ünü oluşturmaktadır (Ekanem, 1998: 215). Ayrıca sokak lezzetlerinin birçok bileşeni yerel olarak satın alındığı için tarım faaliyetleri de desteklenmektedir (Van't Riet, 2002: 12).

Sokak gıda satışları gelişmekte olan ülke ekonomilerine önemli bir katkıda bulunmaktadır. Gıda ve Tarım Örgütüne (FAO, 2012) göre her gün yaklaşık 2,5 milyar insan sokak lezzetlerini tüketmektedir. Özellikle Uzakdoğu mutfak kültüründe sokak lezzetlerinin üretimi ve satışı sosyal hayatın bir parçası durumundadır. Gelişmekte olan ülkelerdeki insanlar bütçelerinin önemli bir kısmını dışarıda yemek yemek için harcadıklarından dolayı sokak lezzetleri alternatif bir yeme trendi haline gelmektedir. Latin Amerika insanlar bütçelerinin yaklaşık %30'unu sokak lezzetleri için harcamaktadır. Bangkok'ta ise 20 bin sokak gıda satıcısı şehir nüfusunun toplam gıda talebinin yaklaşık %40'ını karşılamaktadır. Brezilya ve Meksika gibi ülkelerde ise yaklaşık 1 milyon kişinin direkt sokak lezzetleri ile beslendiği, Hindistan'da ise bu sayının 3 milyondan fazla olduğu tahmin edilmektedir (FAO, 2012; Şanlıer ve Sezgin, 2016: 4072; Solunoğlu, 2018: 31). Diğer taraftan Bangkok'ta yoksul hane halkı ile yapılan bir araştırmada, hanelerin %67'sinin sokak lezzetlerinden bir ya da iki öğün hazır yemek aldıkları ifade edilmiştir. Yine çalışmada hane halkı, sokak yemeklerinin ev yemeklerinden daha ekonomik olduğunu, kolaylıkla sokak satıcılarına ulaşılabildiklerini ve yemek pişirmek için az zamanlarının olduğunu bu yüzden çoğunlukla sokak lezzetlerini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir (FAO, 2012).

Sokak gıda ticareti illegal bir sektör olarak görüldüğü için sektör ile ilgili resmi veriler yetersiz düzeydedir. Diğer taraftan işletmelerin kayıt dışı olması sebebiyle sokak gıda satışlarının gelişmekte olan ülkelerin ekonomisine yaptığı katkılar yeterince fark edilememektedir. Oysaki sokak gıda ticareti, milyonlarca insana istihdam ve gelir kaynağı sağlayan büyük hacimli faaliyetleri içermektedir. Örneğin; Malezya'da yaklaşık yüz bin satıcının, kolektif yıllık satış hacminin 2 milyar doların üzerinde olduğu ifade edilmektedir (Alimi, 2016: 243). Yine benzer şekilde 250 bin nüfuslu Bogor şehrinde yıllık ticaret hacminin yaklaşık 67 milyon dolar, 38 bin nüfuslu küçük bir ilçe olan Manikganj'da ise 2 milyon dolar olduğu bildirilmektedir (Tinker, 1997: 213). Gana'da yapılan bir araştırmada ise sokak gıda ticareti gelirlerinin yaklaşık 100 milyon dolar olduğu ve 60 binden fazla kişiye istihdam sağladığı ifade edilmiştir (Khuluse, 2015:

17). Diğer taraftan Von Holy ve Makhoane (2006) tarafından, Güney Afrika'da sokak gıda satışının iyileştirilmesi üzerine yapılan bir çalışmada da sokak gıda satışının ülke ekonomisine önemli katkılarının olduğu bulgulanmıştır. Guliwe (2013) ise yapmış olduğu çalışmada Gauteng eyaletinde yaşayan insanların sokak lezzetleri için yaklaşık 44,7 milyon rand harcadığını ifade etmektedir. Reid ve diğerleri (2010) ise çalışmalarında New York'ta restoran satışlarının cirosunun 11 milyar dolar olduğunu ve bunun 107 milyar dolarının sokak gıda satışlarından elde edildiği ifade etmişlerdir.

Sokak gıda ticareti tüketicilere ucuz ve hızlı bir gıda kaynağı sağlarken aynı zamanda birçok insana istihdam ve gelir sağlamaktadır. (Tinker, 1999: 327; FAO, 2009; Şanlıer ve Sezgin, 2016: 4072). Sokak gıda ticareti gelişmekte olan birçok ülkede kârlı bir faaliyet ve özellikle şehirdeki yoksul insanlar için büyük bir gelir kaynağı yaratmaktadır (Tinker, 1997; Khuluse, 2015: 16). Sokak gıda ticareti çok az bir eğitim, nispeten basit beceriler ve az miktarda sermaye gerektiren bir sektördür. Bu yüzden özellikle sınırlı kaynakları olan bireyler için bu sektör sıklıkla tercih edilmektedir (Alfiero vd., 2017: 2463). Tinker (1999) sokak lezzetlerini ele aldığı kitabında her bir sokak gıda ticareti yapan işletmede ortalama çalışan sayısının Endonezya ve Bangladeş'te 1.5 ile 2 arasında Filipinler'de ise 2.9 olduğunu saptarken Endonezya'daki toplam iş gücünün %26'sını sokak gıda ticaretinin oluşturduğunu ifade etmektedir. Yine benzer şekilde Uluslararası Çalışma Örgütü, sokak satıcılarının Orta Amerika'daki aktif kentsel iş gücünün %29'unu oluşturduğunu vurgulamaktadır (Winarno ve Allain, 1991: 2). Diğer taraftan Malezya'da 100 bin sokak satıcısının olduğu, Gana'da ise 60 binden fazla kişinin bu sektörde istihdam edildiği ifade edilmektedir (FAO, 2012). Guliwe (2013) ise çalışmasında kayıt dışı sektör olan sokak gıda ticaretinin Güney Afrika ekonomisine 3 milyondan fazla istihdam sağladığını ifade etmektedir. Diğer taraftan sokak gıda satıcılarının gelirinin genellikle resmi asgari ücretten daha yüksek olduğu hatta birçok satıcının okul öğretmenleri veya devlet memurları kadar kazandığı bilinmektedir (Tinker, 1997: 149). Bu bağlamda Nasinyama (1992) tarafından Uganda'da yapılan bir araştırma sonucunda; sokak gıda satıcılarının iyi bir ücret elde ettiği, çoğunluğunun ise asgari ücretten daha fazla kazandığı (%87'si günde 5-20 dolar) bildirilmiştir. Yine benzer şekilde Cohen (1990) araştırmasında, sokak gıda ticaretinden elde edilen kârın alternatif gelir sağlayan istihdam kaynaklarından elde edilen kazançtan daha fazla olduğunu bu bağlamda; Filipinler'de günlük asgari vasıfsız sektör ücreti 35 peso iken sokak satıcılarının günlük ortalama kazançlarının 54 peso olduğu ve

Endonezya'daki sokak satıcılarının birçoğunun günlük kazancının inşaat işçilerinin kazancından yaklaşık iki kat daha fazla olduğunu ifade etmektedir.

Diğer taraftan sokak gıda ticaretinde kadınların payı çok büyüktür. Çoğu ülkede sokak gıda satıcıları kadındır ve erkeklerin satış işini yüklediği durumlarda bile kadınlar sokak lezzetlerinin tedarikinde ve hazırlanmasında yer almaktadır. Kadınların sokak gıda ticaretinde bulunmaları kültürel nedenlere bağlı olarak ülkeden ülkeye değişse de aslında sokak gıda işletmeleri genellikle tüm aile bireylerinin hammadde tedarikinde, ürünlerin hazırlanmasında, pişirilmesinde ve satılmasında rol almasını sağlamaktadır (FAO, 1990; Winarno ve Allain, 1991: 2; Tinker, 1997: 153). Kadınların sokak gıda ticaretinde yer almasında sosyal ve ekonomik faktörlerin etkisi büyüktür. Dolayısıyla sokak gıda ticaretinden elde edilen gelirin aile ekonomisine sağladığı katkı kadınları bu sektöre yönelten unsurlar arasındadır (Gözgeç ve Aydemir 2019). Diğer taraftan kırsal alanlardaki kadınların geleneksel ekonomik rolü gıda mahsullerinin üreticisi ve işleyicisi olmasıdır. Kadınların birincil hedefleri hane halkının geçim ihtiyaçlarını karşılamak olduğu için üretilen, işlenen veya işlenmeyen her türlü ihtiyaç fazlası ürün nakde çevrilmektedir. Bu durum hane halkının birincil gelir kaynağı olarak bilinmektedir. Bu bağlamda kırsal alanlarda gıda işlemeye olan ilgi ve bu ürünlerin satışından elde edilen gelir kadınları sokak gıda ticaretinde önemli bir noktaya getirmektedir (Cohen, 1990: 4).

Sokak gıda ticareti kadınlar için iyi bir iş fırsatı ve istihdam yaratmaktadır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar sokak gıda ticaretinde kadınların önemini ortaya koymaktadır. Örneğin; FAO (212) tarafından yapılan araştırmada, Bangkok'ta sokak gıda ticaretinin %82'sinin kadınlar tarafından yapıldığı ve istihdam olanaklarının iyi durumda olduğu ifade edilmektedir. Yine benzer şekilde Tinker ve Cohen (1985) tarafından yapılan çalışmada kadınların, Filipinler'deki sokak gıda işletmelerin %90'ında, Senegal'de %53'ünde ve Endonezya'da %40'ında yer aldığı görülmektedir. Bu oran benzer şekilde Nijerya'da da %90'lar civarındadır. Ayrıca Nijerya'da çoğu kadın tek başına çalıştığı gibi Filipinler'de de işletmelerin %63'ü yalnızca kadınlar tarafından işletilmektedir (Tinker, 19917: 153). Yine Nijerya ve Gana'da kadınlar üzerine yapılan bir başka çalışma (Otoo vd., 2011: 236) ise araştırmaya katılanların çoğunluğunun hiç eğitim almadıkları halde ülkelerindeki asgari ücretin 4 ile 16 kat daha fazlasını kazandıkları ve elde edilen bu gelirle hane halkının geçimine büyük katkı

sağladıkları görülmüştür. Bu yönüyle kadınların başarılı bir girişimcilik faaliyeti sergiledikleri ifade edilebilmektedir.

İlgili literatür ve yapılan çalışmalar incelendiğinde kadınların dünya genelinde sokak gıda sektöründe önemli bir rol oynadığı ve bu durumun özellikle gelişmekte olan ülkelerde kadınlar için sürekli bir istihdam yaratırken hane halkı için de önemli bir gelir kaynağı oluşturduğu görülmektedir.

1.6. SOKAK LEZZETLERİNİN SAĞLIK HİJYEN VE BESLENME BOYUTU

Sokak gıda ticareti, gelişmekte olan birçok ülkenin şehir merkezlerinde kent sakinlerinin besin ihtiyacının karşılanmasında önemli bir role sahiptir. Son yıllarda yaşanan kentleşme ve çoğalan nüfus artışı, sokak gıda ticaretinin gayri resmi bir sektör olarak gelişmesinde önemli bir etkiye sahiptir (Ok ve Kuira, 2005: 1; Omemnu ve Aderaju, 2008: 396). Yaşanan bu gelişmelerle birlikte sokak lezzetleri dünyada milyonlarca insan tarafından tüketilmekte ve dolayısıyla bu gıdaların insan tüketimine uygun olması gerekmektedir. Sokak lezzetlerinde yaşanan artan taleple birlikte düzensiz bir şekilde gelişen sokak gıda sektörü, bazı sağlık sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Özellikle Güney Afrika ülkeleri ve Latin Amerika’da sokak gıda satıcılarının sayısının kontrol edilemeyecek bir şekilde artış göstermesi ve buna bağlı olarak göz ardı edilen gıda güvenliği, sokak gıda ticaretini önemli bir halk sağlığı sorunu haline getirmektedir (Arambulo vd., 1994: 344; Ok ve Kuira, 2005: 1; Rane , 2011: 100). Bu bakımdan sokakta satılan yiyeceklerin gıda güvenliği, gelişmekte olan ülkelerin çoğunu zorlayan en kritik sağlık ve güvenlik konularından biridir (Khuluse, 2015: 1). Dolayısıyla sokak gıda satıcılarının ve ilgili kurumların (hükümet, yerel yönetimler) gıda hijyeninin önemini ve halk sağlığı konusundaki sorumluluklarını tam olarak kavramaları gerekmektedir (FAO, 2012).

Sokakta satılan yiyecek ve içecekler, tüketicilerin zevklerine, tercihlerine ve aynı zamanda satın alınabilirliklerine bağlı olarak yüksek çeşitliliği ile birçok biçimde kolayca temin edilebilmektedir. Bu nedenle bu gıdalar doğrudan ya da dolaylı şekilde insanların beslenmesini ve gıda güvenliğini büyük ölçüde etkileyebilmektedir. Bazı ülkelerde uygun olmayan koşullarda sunulan sokak lezzetleri gıda güvenliği açısından tüketiciler için potansiyel risklere sahip olabilmektedir. Örneğin; gelişmekte olan bazı ülkelerde sokak lezzetleri gıda güvenliğine çok az önem verilerek ya da hiç önem verilmeden hazırlanıp sunulmakta ve bu durum tüketicileri mikrobiyolojik ve kimyasal

tehlikelere maruz bırakmaktadır. Bu bağlamda Dünya sağlık Örgütü'nün 1993 yılında sokakta satılan yiyeceklerin durumunu değerlendirmek için yüzden fazla ülkede yapmış olduğu araştırmada; ülkelerin çoğunda görülen gıda kontaminasyonunun (çiğ gıdalardan, enfekte kişilerden ve yetersiz temizlenmiş ekipmanlardan) ve zaman-sıcaklık kombinasyonunun yanlış kullanımının gıda kaynaklı hastalıklara katkıda bulunan ana faktörler olduğunu bildirmiştir. Bu nedenle tüketici sağlığının korunduğundan emin olmak için özellikle hijyen standartlarının az uygulandığı gelişmekte olan ülkelerde, sokakta satılan gıdalar için gıda güvenliği uygulamalarının teşvik edilmesi gerekmektedir (İmathu, 2017: 55).

Günümüzde milyonlarca insan besin kaynaklı hastalıklar sebebiyle hayatını kaybetmektedir. Gıda güvenliği ve hijyenik üretim koşullarının sağlanıp sağlanmadığı konusunda duyulan endişeler sokak lezzetlerinin tüketimi ile ilgili en çok tartışılan konudur. Halka açık yerlerde yapılan yiyecek satışı sağlık ve gıda güvenliği bakımından tüketiciler üzerinde endişe yaratabilmektedir (İrigüler vd., 2016: 233). Bu nedenle Dünya Sağlık Örgütü, Birleşmiş Milletler ve Gıda tarım örgütü sokak gıda ticaretinin gelişimi için uluslararası eğitimler düzenlemektedir. Gıda kaynaklı hastalıkların artmasında gıdaların yanlış işlenmesi, uygunsuz depolanması ve çapraz bulaşma önemli etkiye sahiptir. Bu bağlamda sokak lezzetlerinin hazırlandığı, satıldığı ve tüketildiği yerlerin bulaşma için uygun koşulları sağladığı bilinmektedir (Rane, 2011: 104). Özellikle hamur, pirinç, yulaf lapası, çiğ sebze gibi düşük asitli gıdaların yetersiz sıcaklıkta pişirilmesi ya da uygunsuz ortamda bekletilmesi (teşhir edilmesi) gıda zehirlenmeleri açısından yüksek riskler taşımaktadır. Benzer şekilde tehlikeli besin grubunda yer alan et, tavuk ve balık gibi protein ürünleri de uygunsuz ortamlarda hızlı bir şekilde bozulup zehirlenmelere yol açabilmektedir (İrigüler vd., 2016: 233). Konuyla ilgili olarak sokak gıdalarının önemli sayıda gıda zehirlenmesine katkıda bulunduğunu öne süren epidemiyolojik çalışmalar yetersiz olmakla birlikte sokak lezzetlerine bağlı olarak belgelenmiş birkaç gıda zehirlenmesi vakası mevcuttur. Örneğin; 1983 ve 1992 yılları arasında Çin'de 692 sokak lezzetleri kaynaklı zehirlenme vakası ve 49 ölüm gerçekleşmiştir. Yine benzer şekilde Hon Kong'da sokak yemeği tüketen 300 kişinin zehirlendiği Malezya'da ise 14 ölüm vakası yaşandığı görülmektedir (FAO, 1990).

Sokak lezzetleri temel alt yapı ve hizmetlerin eksikliği, çeşitliliği, doğası gereği hareketliliği ve sokak gıda satış operasyonunu kontrol etmede yaşanan güçlükler gibi

nedenlerden dolayı kentsel nüfus için bir sağlık tehlikesi olarak görülmektedir (Winaorno ve Allain, 1991; Ekanem, 1998; Ghos vd., 2007; Rane, 2011). Bununla birlikte ticaret özellikleri, sağlık denetiminin olmaması ve sokak satıcılarının çoğunlukla ruhsatsız olması gıda güvenliği konusunda endişeleri artırmaktadır (Omemnu ve Aderoju, 2008: 397). Diğer yandan sokak lezzetlerinin en çok eleştirildiği ve sağlık açısından tehlikeli görüldüğü alanlar üretildiği ve satıldığı yerlerin kirlenmeye müsait olması (açık alanlar) ve sokak satıcıları tarafından benimsenen hijyen tutumu ve uygulamalarıdır (Sezgin ve Şanlıer, 2016: 4072). Sokakta satılan yiyeceklerin epidemiyolojik önemi hakkında olgusal bilgi eksikliği, sokak satıcılarının temel hijyen ve gıda güvenliği konusundaki yetersiz bilgisi ve belirli yiyeceklerin (kontamine) neden olduğu tehlikeler konusunda yetersiz halk bilinci ciddi halk sağlığı ve gıda güvenliği sorunu artırmaktadır (Rane, 2011: 100). Diğer yandan çiğ gıdaların yetersiz kalitesi, gıdaların uygunsuz ortamda işlenmesi ve muhafaza edilmesi ve yine sağlıksız uygulamalar ile pişmiş ve pişmemiş gıdaların teması sonucu oluşan çapraz bulaşma ciddi gıda güvenliği tehdidi oluşturmaktadır (Alimi ve Workneh, 2016: 243).

Dünya genelinde sokak yemeklerinin yaygın tüketimi gıda güvenliği ve sağlık konularının önemini artırmaktadır. Sokak gıdaları güvenli olmayıp birçok ülkede besin kaynaklarından kaynaklanan hastalıkları taşımaktadır (Sezgin ve Şanlıer, 2016: 4072). Sokak lezzetleri ile ilgili ana sağlık tehlikesini mikrobiyal kontaminasyon oluştururken diğer taraftan pestisit kalıntıları, parazitlerin gıdalara bulaşması, izin verilmeyen kimyasal katkı maddelerinin kullanımı ve çevresel kontaminasyonlar da önemli gıda güvenliği sorunu oluşturmaktadır. Bulaşma riski sokak gıdalarının türüne ve nasıl hazırlandığına göre değişmekle birlikte yanlış gıda işleme, yetersiz transfer ve depolama işlemleri, yetersiz sıcaklıklarda bekletme, sokak satıcılarının kişisel hijyeni, kullanılan su ve çevresel eksiklikler önemli ölçüde gıda güvenliği riski oluşturmaktadır (Abdussalam ve Kaferstein, 1993: 195, FAO, 2012). Bununla birlikte açıkta satılan sokak lezzetleri böceklerin, kemirgenlerin ve evcil hayvanların temasına ve olumsuz hava koşullarına maruz kalabilmektedir. Ayrıca sokak gıda satışı yapılan yerlerin çöp toplama alanlarına yakın olması da gıda güvenliği açısından tehdit oluşturabilmektedir.

Konuyla ilgili bazı ülkelerde yapılan araştırmalar; hijyen ve sanitasyon uygulamaları, gıda hazırlama, gıda güvenliği kuralları ve sokak gıda satıcılarının hijyen bilgilerine ilişkin yetersizlikleri tespit etmiştir. Örneğin; Bryan vd., (1988) tarafından Dominik Cumhuriyeti'nde yapılan bir çalışmada sokak satış stantlarında tehlike analizi

yapılmış yiyeceklerin sıcaklıkları pişirme, ısıtma ve bekletme sırasında ölçülmüştür. Pişirme ve yeniden ısıtma sırasında yeterli ısının kullanıldığı ancak yiyeceklerin bekletme aşamasında tehlikeli ısı aralığında (5-63) tutulduğu ve artan gıdaların ertesi gün kullanılması için gece boyunca ortam ısısında bekletildiği saptanmıştır. Buna bağlı olarak gece bekletme esnasında gıdalarda bulunan mezofilik bakterilerin sayısında artış gözlemlenmiştir. Ok ve Kuria (2005) tarafından Kenya, Nairobi’de yapılan bir başka çalışmada sokak satıcılarının hijyenik ve sıhhi uygulamalarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmadan elde edilen verilen analiz edilmesi sonucu; satıcıların yiyecek içecek hazırlama konusunda herhangi bir eğitim almadıkları, yiyecek hazırlama alanlarının düzenli olarak yıkanmadığı, pişmiş gıdaların ortam sıcaklığında ve açıkta bekletildiği ifade edilmiştir. Ayrıca yemek servisi yapılan yerlerin %85’inin çöp ve çöp kutularının yanında olduğu, satıcıların maske, bone gibi ekipmanlar kullanmadığı, para ile yiyecekleri aynı elle tuttukları ve genel olarak hijyenik ve sıhhi uygulamalar konusunda bilgisiz oldukları bildirilmiştir. Yine benzer şekilde Uganda’da Muyanja vd., (2011) ‘nin yapmış olduğu çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada sokak satıcılarının eğitim düzeyi seviyelerinin düşük olduğu bildirilirken satıcıların tek kullanımlık olmayan tabak ve bardaklar kullandıkları ve bu ekipmanları soğuk su ve sabunla aynı suyun içerisinde yıkandığı, suyun uzun süre değiştirilmediği gözlemlenmiştir. Ayrıca gıdaların açıkta bırakıldığı ve bu nedenle haşerelere maruz kaldığı ifade edilirken hiçbir hijyen önleminin alınmadığı da çalışmanın diğer sonuçları arasındadır. Omemnu ve Aderoju (2008) tarafından 87 sokak satıcısı ile yapılan bir diğer çalışmada ise çok az satıcının resmi eğitimle (%12) gıda hazırlama konusunda eğitim aldığı bildirilirken çalışmaya katılan sokak satıcılarından yalnızca %31’nin gerekli sağlık kontrollerini yaptırdığı ve tıbbi sağlık sertifikasına sahip olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca sokak satıcılarının hammadde temin ederken ucuzluk ve tazeliğe temizlikten daha çok önem verdiği görülmüştür. Lui vd., (2013) tarafından Çin’de yapılan bir başka çalışmada; artan gıda güvenliği tehdidinin tüketicilerin gıda kalitesi ve gıda güvenilirliği ile ilgili endişelerini artırdığını görülmüştür. Ayrıca tüketicilerin gıda güvenliği ve hijyenin farkında olmalarına rağmen sınırlı bilgiye sahip oldukları anlaşılmıştır. Bununla birlikte tüketicilerin güvenli gıda için daha yüksek fiyatlar ödemeye razı oldukları çalışmanın diğer sonuçları arasındadır.

Diğer yandan Hilda Van’t Riet (2002) satıcıların güvenli gıda uygulamalarından alıkoyan sebebin hijyen bilgisi eksikliği değil, gıda üretimi ve satışı için elverişli bir

ortamın olmaması, satıcıların ve alıcıların düşük ekonomik gelirleri (ucuzluğun ön planda olması) ve tüketicilerin gıda hijyenine yönelik tutumu olarak ifade etmektedir. Vann't Riet (2002) sokak satıcılarının temel hijyen bilgilerine sahip olmalarına rağmen pratikte bu bilgileri kullanmadıklarını vurgulamaktadır. Yapılan bazı çalışmalar bu konuyu destekler niteliktedir. Söz gelimi Omemnu ve Aderoju (2008) çalışmalarında, satış yapılan alanda su ve tuvalet gibi temel tesislerin olmamasının hijyen bilgilerinin uygulamaya dönüştürülmesinde önemli bir engel olduğunu bildirmişlerdir. Yine benzer şekilde Rheinlander vd., (2008) yapmış olduğu çalışma sonuçlarına göre; sokak satıcılarının ve tüketicilerinin gıda güvenliği konusunda temel bilgi düzeyine sahip olmasına rağmen pratikte buna gerekli önemi vermediklerini bunun yerine satış yapılan stantların estetik görünümü ve kişiler arası güvenin daha öncelikli olduğunu ifade etmektedir. İsmail vd. (2015)'nin yürütmüş olduğu çalışma da benzer sonuçları ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmada sokak satıcılarının kişisel hijyen ihtiyacının ve gıda güvenliğinin öneminin farkında olmalarına rağmen pratikte bu uygulamalara dikkat edilmediği ortaya çıkmıştır.

Ayrıca sokak gıda satışı yapılan alanlarda içme suyu temin etmede yaşanan zorluk ve atıkların giderilememesi gibi benzer çevre sorunları da gıda güvenliği açısından endişe verici durumdadır (Rane, 2011: 103). Suyun mikrobiyolojik kalitesi satıcıların içecekleri hazırlamak için kullanabilecekleri suyun kalitesiyle doğrudan ilgilidir. Asya, Afrika ve Güney Amerika'nın bazı bölgelerinde yürütülen bazı çalışmalar; satış yapılan alanlarda içme suyunun bulunmamasının endişe yarattığını ve temiz içme suyu sıkıntısı nedeniyle birçok satıcının yiyecek hazırlamada kullanılan ekipmanların temizliği için kirli suları kullanıldığını saptamıştır. Örneğin; sokak satıcılarının kullanmış olduğu suyun bakteriyolojik kalitesi için yapılan bazı çalışma (Chakravarty ve Canet 1996; Agard vd., 2002; Bhat ve Ragrav, 200) sonuçlarında gıdaların, kullanılan kirli su nedeniyle E. Coli ile kontamine olduğu, satıcılar tarafından diğer amaçla (temizlik vb.) kullanılan suların ise %57.5'inin koliform bakterilerle kontamine olduğu görülmüştür. Yine benzer şekilde Hindistan'ın Pune şehrinde faaliyet gösteren farklı sokak satıcılarının kullandığı su tanklarından alınan numunelerde suların %29.6'sının Dünya Sağlık Örgütü'nün belirlemiş olduğu içilebilir su standartlarına uymadığı tespit edilmiştir. Ayrıca kullanılan bazı sularda Salmonelle ve Shigella vb. patojenlere rastlanmıştır. Arambulo vd., (1994) ise çalışmalarında Latin Amerika'daki sokak satışlarında kullanılan suyun, artan Kolera riskiyle olan ilişkisine dikkat

çekmektedir. Sokak gıda satışında kullanılan bu kirli sular tüketiciler için ishalleri hastalıkların birincil kaynağıdır. Gelişmekte olan ülkelerde yılda yaklaşık 2.2 milyon insan kirli su ve gıda kaynaklı ishalleri hastalıklardan dolayı hayatını kaybetmektedir (WHO, 2002). Bu sebeple sokak gıda satışında güvenli su kaynağına erişim gıda güvenliği ve halk sağlığı için büyük önem arz etmektedir.

Diğer taraftan sokak lezzetlerinin oluşturduğu sağlık riski diğer yiyecek-içecek hizmetleri sunan işletmelerden çokta yüksek seviyelerde değildir (Abdussalam ve Kaferstein, 1993). Bazı sokak lezzetlerinin diğer yiyecek-içecek işletmelerinin sunduğu gıda ile eşdeğer hatta daha iyi kalitede olduğu ifade edilmektedir. İlgili alan yazın ve çalışmalar incelendiğinde yukarıdaki çalışmaların aksine sokak lezzetlerinin yeterli kalite üretilip sunulduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur. Örneğin; Hindistan'da Chakravarty (1994) tarafından yürütülen çalışmada sokak lezzetlerinin mikrobiyal kalitesinin otel ve restoranlardan satın alınan gıdalar ile aynı seviyede olduğu saptanmıştır. Yine benzer şekilde EPOC (1985) tarafından yapılan araştırmalarda sokak lezzetlerinin hijyenik kalitesinin özellikle yoksul hanelerde hazırlanan gıdalardan daha kötü seviyede olmadığı eşdeğer ve hatta daha iyi düzeyde olduğu bildirilmektedir. Yine yürütülen benzer çalışmalar da sokak lezzetlerindeki bu gıda güvenliği kalitesini destekler niteliktedir. Söz gelimi; Martins (2006) tarafından Güney Afrika'nın Gauteng şehrinde yürütülen çalışmada birçok sokak satıcısının gıda hazırlarken ve servis ederken yüksek hijyen standartlarını gözettiği ve yapılan mikrobiyolojik testlerin de düşük mikrobiyal değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Fr Lues vd., (2007) de çalışmalarında benzer sonuçlara ulaşmış, yapılan testler sonucunda gıdalardaki mikrobiyal değerlerin kabul edilebilir güvenlik sınırları içerisinde olduğu saptanmıştır. Yine benzer şekilde Holy ve Makhoane (2006) yürüttükleri çalışma sonucunda, Güney Afrika'daki sokak satıcılarının yeterli altyapıya sahip olmamalarına rağmen güvenli gıda ürettiklerini ifade etmektedir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde sokak gıda satıcılarının temel gıda güvenliği konusunda yetersiz bilgi düzeyine sahip olduğu, gıda işleme konusunda eğitim almadıkları ve uygunsuz ortam ve yetersiz alt yapı koşullarında gıda satışı gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu bağlamda gerek hükümet gerekse yerel yönetimler tarafından sokak gıda ticareti illegal bir sektör olarak görülmek yerine hızla büyüyen ekonomiye ve istihdama büyük katkı sağlayan bu sektörün resmi olarak tanınması ve gerekli denetim ve kontrol uygulamaları ile sokak gıda ticaretinin iyileştirilmesi önem

arz etmektedir. Ayrıca sokak gıda satıcılarına gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon, gıda işleme gibi gerekli konularda temel eğitimlerin verilmesi ve satıcıların gerekli sağlık raporlarına sahip olması oldukça önemlidir.

Dünya genelinde bu sebeple Hindistan, Tayland gibi bazı ülkelerde sokak satıcılarını eğitmek ve onlara güvenli bir şekilde satış yapabilmeleri için tesisler sağlanarak sokak gıda satışının önemi kabul edilmiş ve bu doğrultuda programlar geliştirilmiştir (Tinker, 1997). Asya ülkelerinde yapılan incelemelerde ise sokak gıda ticaretini kontrol etmek için geliştirilen yasal araçlar arasında büyük farklılıklar gözlemlenmiştir. Bazı ülkelerde herhangi bir düzenlenme yokken bazılarında ise sokak gıda ticaretini etkileyen sağlık ve çevresel sorunlar ile tescil ve belgelendirme gibi konular çeşitli yönetmelik ve mevzuatlarla kontrol altına alındığı görülmektedir. Örneğin; Malezya ve Singapur sokak gıda ticaretini resmi olarak tanıyarak şehir planlaması ve turist geliştirme programlarına dahil etmiştir. Bu bağlamda 20 binden fazla sokak satıcısına lisans verilmiş ve tifo aşısı gibi belirli sağlık kontrolleri takip altına alınmıştır (Draper, 1996: 18).

Diğer taraftan sokak lezzetlerinin beslenme boyutu da önemli başlıklardan birisidir. Sokak lezzetleri hem sağlıklı hem de geleneksel olduğu sürece özellikle gelişmekte olan ülkelerde, insanların beslenmesinde temel ihtiyaç olan makro ve mikro besin öğelerinin karşılanmasında önemli katkısı sağladığı bilinmektedir (FAO, 1997; Alfiero vd., 2017: 2463; Imathu, 2017: 56; Van't Riet, 2002; 23). Öyle ki bazı sokak lezzetlerinin uygun koşullarda hazırlanıp satılmamasına rağmen insanlar bu lezzetleri tüketmekten vazgeçmemektedirler. Örneğin; Van't Riet vd., (2002) tarafından Kenya, Nairobi' de yapılan çalışmada çalışmaya katılan bazı kişilerin sokak yemeklerini sağlıksız olarak gördükleri halde tüketmeye devam ettiklerini ifade etmişlerdir. Yine benzer şekilde Sert ve Kapusuz (2010) yürüttükleri çalışmada, öğrencilerin açıkta satılan gıdaların sağlıksız olduklarını bilmelerine rağmen tüketmekten vazgeçmedikleri ortaya koymuşlardır. Benzer sonuçlar yürütülen bazı çalışmalarda da (Şanlıer vd., 2018; Sünnetçioğlu ve Yıldırım, 2019) bulgulanmıştır. Bu bağlamda sokak lezzetleri dünyanın her yerinde çeşit çeşit besinler sağlayarak insanların beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasında yardımcı olmaktadır. Kolay erişilebilirliği, lezzet çeşitliliği ve ucuz olması gibi sokak lezzetlerinin arzu edilen özellikleri insanlar tarafından her öğünde tercih edilmesine neden olmaktadır (Imathu, 2017: 56).

Sokak lezzetlerinin uzun yıllar tüketilmesine rağmen tüketicilerin diyetinin besin değerine doğrudan katkılarına ilişkin çok az veri bulunmaktadır (Draper, 1996; Imathu, 2017) Sokakta satılan gıdaların beslenme üzerinde oynadığı rol önemli ve gerekli olmasına rağmen gereken ilgiyi görmemiştir. Araştırmacılar tarafından sokak lezzetlerinin farklı nitelikleri nedeniyle bugüne kadar yapılan birkaç çalışma ile besin bileşimlerini genellemenin zor olduğu ifade edilmektedir. Çünkü sokakta satılan gıdalar, kullanılan farklı hammadde türüne ve miktarına bağlı olarak büyük ölçüde değişiklik gösteren besin içeriğine sahip yiyecek ve içeceklerdir. Özellikle ev yapımı geleneksel tekniklerle hazırlanan sokak lezzetleri ile ticari olarak işlenmiş sokak lezzetleri besin içeriği bakımından büyük farklılıklar göstermektedir. Konuyla ilgili olarak FAO'nun yapmış olduğu bazı araştırmalarda sokak gıdalarının, paketlenmiş ve işlenmiş gıdalardan daha düşük maliyetle elde edilebilen iyi enerji ve protein kaynakları olduğunu göstermektedir (Imathu, 2017: 58).

Sokak gıdalarındaki mevcut gelişmelerde en büyük önemi, beslenme yetersizliğinden kaynaklanan hastalıkları önlemek amacıyla mikro besin takviyesi için olası gıdalar olarak belirlenmiş olmalarıdır. Mikrobesein eksiklikleri gelişmekte olan ülkeler de hem kırsal hem de kentsel yerleşim alanlarında önemli halk sağlığı sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; A vitamini, demir ve iyot eksiklikleri yaygın olarak görülmektedir. Bu sorunu azaltmak için gerekli stratejik çalışmalar yapılmakla birlikte hazırlanması kolay ve ucuz olan sokak gıdalarının da hafifletici etkisi bulunmaktadır (Imathu, 2017: 59).

EPOC araştırmalarına göre çoğu ülkede sokak lezzetlerinin ana tüketicilerinin geçici işçiler, öğrenciler, çocuklar, ofis çalışanları ve ev kadınlarının olduğu görülmektedir. Ayrıca tüm gelir gruplarındaki bireylerin günlük beslenmesinde sokak lezzetlerinin yer aldığı ifade edilmektedir (Cohen, 1985; Tinker, 1987). Bazı ülkelerde çocuklar sokak lezzetlerinin önemli tüketicileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; FAO araştırmalarında Tanzanya'daki ilkökul öğrencilerinin %67'sinin, Nijerya'da ise öğrencilerin %97'sinin kahvaltı ve akşam yemeği için günde iki kez sokak lezzetlerinden satın aldığını ortaya konulmuştur. Benzer şekilde Senegal ve Malide yapılan çalışmalarda da çocukların sokak lezzetlerini önemli ölçüde tükettiği ortaya çıkmaktadır (Posner, 1983; Chauliac vd., 1994). Yine Bogor'da yapılan bir çalışmada öğrencilerin beslenme şekilleri araştırılmış ve çalışma sonuçlarında öğrencilerin enerji alımlarının %78'inin, protein alımlarının %82'sinin ve demir alımlarının %78'inin

sokak lezzetlerinden karşılandığı saptanmıştır (Draper, 1996: 14). Webb ve Hyatt (1988) ise çalışmalarında Haitili çocukların, her gün sokak lezzetleri tükettiği ve çocukların günlük kalori ihtiyaçlarının yaklaşık 400 Kcal'sini sokak lezzetlerinden karşıladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Sokak yemekleri neredeyse tüm nüfus grupları tarafından günlük beslenmede tüketilmektedir. Yine Tropikal Sağlık Örgütü (TNO, 1992) tarafından Bogor'da yapılan bir araştırmada hane halkının günlük gıda tüketimi araştırılmıştır, çalışmada yetişkin bireylerin günlük enerji ihtiyaçlarının %30'unu, protein ihtiyacının %26'sını, demir ihtiyaçlarının %44'ünü ve A vitamini ihtiyaçlarının %5 'ini sokak lezzetlerinden karşıladıkları ortaya çıkmıştır.

Sokak lezzetleri geçmişte sadece yoksul insanların beslenmesinde yer alırken günümüzde tüm nüfus ve gelir grubunda yer alan bireyler tarafından tüketilmektedir. Düşük gelirli işçiler ve öğrencilerin günlük beslenmesi için iyi bir enerji kaynağı olan sokak lezzetleri diğer statüdeki bireyler ve turistler için ise otantik ve geleneksel gastronomik bir deneyimin parçasıdır. Ayrıca sokak lezzetlerinin tüketime hazır, ucuz, kolay bulunabilir ve lezzetli olması bu gıdaları insanların günlük diyetinde önemli beslenme tercihi haline getirmektedir.

1.7. TÜRKİYEDE SOKAK LEZZETLERİ

Türkiye kendine özgü dokusu, tarihi geçmişi, eşsiz coğrafi konumu, mevsimsel özellikleri ile geçmişten günümüze zenginleşen ve değişen sokak lezzetlerine ve aynı zamanda sokakta beslenme kültürüne sahip bir ülkedir. Geçmişten günümüze pek çok toplumun iç içe yaşadığı Anadolu coğrafyası, sokak lezzetleri bakımından zengin bir mirasa sahiptir (Güzeler ve Özbek, 2017: 147; Solunoğlu, 2018: 45 Demir vd., 2018: 591; Yıldırım ve Albayrak, 2019; 1080). Orta Asya'dan göç eden Türklerin Bizanslar, Romalılar ve Anadolu'da hüküm süren Selçuklu ve Osmanlılar gibi çok sayıda medeniyetin etkisiyle şekillenen bir sokak lezzetleri geçmişi bulunmaktadır. Ayrıca bu lezzetler Ortadoğu, Orta Asya, Akdeniz ve Balkanlar mutfakları ile harmanlanmış ve Anadolu sınırlarını aşmıştır (Kraig ve Sen, 2013: 358). Aynı zamanda ticaretin kesişme noktasında bulunan Anadolu coğrafyası, zengin çarşı ve pazar kültürüyle çeşitli sokak gıda ticaretine ev sahipliği yapmış dolayısıyla sokak lezzetleri Türk mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Sokak lezzetleri tüketme alışkanlığı Osmanlı'dan günümüze kadar Türk mutfak kültürünün önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Ballı, 2016: 8). Osmanlı

İmparatorluğu döneminde sokaklar, çarşı pazarlar ve şehir meydanları gibi halkın yoğun olduğu alanlarda sokak satıcıları denilen esnaflar, günlük hayatın vazgeçilmezleri arasında yer almaktaydı. Bu sokak satıcıları ve gezici esnaflar, renkli görüntüleri ve bağırıışları ile sokakların önemli simgelerini oluşturmaktaydılar (Altunbağ, 2020: 12). Osmanlı döneminde yaygın olarak tüketilen bazı sokak lezzetlerine ise şeker macunu, turşu, balık, şerbet, ciğer, pilavlar, yoğurt, muhallebi, salep, boza, börek simit, lokma, kahve, döner, şeker ve helvalar örnek verilebilmektedir (Koloğlu, 2012'den akt. İrigüler ve Öztürk, 2016: 53; Demir vd., 2018: 596; Yelsalı, 2017).

Diğer taraftan Türkiye, sokaklarda ve küçük lokantalarda satılan yiyecekleri düzenleyen yazılı standartlara sahip ilk ülke konumundadır. Sultan II. Beyazıd döneminde 1502 yılında ferman olarak hazırlatılan '*Kanunname-i İhtisab-ı Bursa*' ile sokak ticaretinde kalite, boyut, fiyat ambalaj gibi konularda standartların oluşturulması sağlamıştır (Kraig ve Sen, 2013: 358). Orijinal hali Topkapı Sarayında bulunan bu kanunname tedarikçiler, üreticiler ve tüketiciler için fiyat ve ürünlerin uyulması gereken asgari niteliklerine ilişkin ayrıntılı bir liste içermektedir (Solunoğlu, 2018: 45).

Sokak lezzetleri Türk toplumunda tarih boyunca süregelen önemli beslenme şekillerinden biridir. Restoranların az bulunduğu ve dışarda yemek yeme alışkanlığının yaygınlaşmadığı dönemlerde halkın öncelikli tercihinin sokak lezzetleri olduğu görülmektedir. Sokak lezzetlerinin satıldığı yerlerin ekonomik oluşu ve insanları sosyal anlamda bir araya getirmesi bu mekanları buluşma noktalarına haline getirmiştir (Özden, 2015).

Türkiye kendine özgü mevsimleri ve iklimi ile zenginleşen ve değişen sokak lezzetlerine sahiptir. Türk sokak lezzetlerindeki bu zenginlik sahip olunan geniş mutfak yapısı, bölgeler arasındaki yemek kültürü ve lezzet farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Neredeyse her bölgenin kendine özgü sokak lezzetleri bulunmaktadır. Bu lezzetler geçmişte doğmuş ve kültürel değişimlerin etkisiyle günümüze kadar ulaşmıştır. Türkiye'deki şehirlerin birçok noktasında sokak lezzetlerine ulaşmak mümkündür. Pek çok sokak lezzeti türü bulunmakla birlikte bunların çoğu ülke çapında yaygındır. Ancak farklı bölgeler için de bazı özel sokak lezzetleri mevcuttur. Örneğin; şırdan, bici bici, şalgam Çukurova yöresine özgü bazı özel lezzetlerdir. Bunun yanı sıra İstanbul da kendine özgü sokak lezzetleri ve atmosferiyle Türkiye'de ayrı bir yere sahiptir. İstanbul'da gündelik hayatın önemli parçalarından birini oluşturan sokak lezzetleri insanlar için vazgeçilmezdir. İstanbul'da yaşayan bireylerin gündelik besin ihtiyacını

karşılayan sokak lezzetleri, farklı lezzetler arayan yabancı turistler için de cazip ve lezzetli yiyecek alternatifi sunmaktadır. Avrupa'dan Anadolu'ya uzanan geniş bir mutfak kültüründe İstanbul ile bütünleşmiş lezzetlerin her biri kendine has şekillerde ve kendine has tezgahlarda sunulmaktadır. İstanbul'un sokak lezzetlerinin en önemlileri arasında yer alan ve şehrin turizm imajına ve ekonomisine katkı sağlayan lezzetlere, Eminönü'nde balık ekmek, Unkapanı'nda nohutlu-tavuklu pilav, istiklal caddesinde Sabırtası içli köfte, Taksim Talimhane'de Arnavut ciğeri, Sarıyer böreği ve Kanlıca yoğurdu örnek olarak verilebilir (Demir vd., 2018: 595). Aynı zamanda bu eşsiz sokak lezzetleri ile İstanbul dünyanın en iyi sokak lezzetlerine sahip on şehri arasında yer almaktadır. Bunların dışında Türkiye'nin her bölgesinde sokaklarda satılan simit, çeşitli börekler, çörekler motorlu motorsuz araçlarda satılan hamur tatlıları, nohutlu pilav, içli köfte, döner kokoreç, balık ekmek, çeşitli kebaplar, köfte ekmek, boza, turşu suyu, şerbet, ayran gibi bazı yiyecek ve içecekler Türk sokak lezzetlerinden sadece birkaçıdır (Ballı, 2016: 5; Güzeler ve Özbek, 2017: 147; Bektarım vd., 2019: 678).

Zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Türk mutfağının çeşitliliğini sokak lezzetlerinde de görmek mümkündür. Farklı pişirme teknikleri ve malzemeler ile hazırlanıp sunulan sokak lezzetleri günlük beslenme alışkanlıklarının önemli bir parçasıdır. Bu bağlamda yapılan alan yazın taraması sonucunda Türkiye'ye özgü bazı sokak lezzetleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Türkiye'de Sunulan Bazı Sokak Lezzetleri

Döner	Sokak sandviçleri
Köfte ekmek	Yengen
Balık ekmek	Kâğıt helva
Tantuni	Arnavut ciğeri
Kokoreç	Pişi
Midye dolma	İçli köfte
Simit	Pamuk şeker/ Elma Şeker
Gözleme/tost/poğaç/boyoz	Osmanlı macunu
Börek	Lokma tatlısı
Pide/kır pidesi	Halka tatlısı
Çiğköfte	Dondurma
Sokak lahmacunu	Şalgam
Süt Mısır	Boza
Nohutlu/Tavuklu Pilav	Bici bici
Kestane	Ayran
Şırdan	Şerbetler
Mumbar	Sıkma meyve suları
Kumru	Turşu/Turşu suyu
Çibörek	Kuruyemişler (fındık, ceviz, yer fıstığı, leblebi vb.)
Kelle söğüş	Buzlu badem
Islak hamburger	Yoğurt

Kaynak: Ballı, 2016; İrigüler vd., 2016; Von Barga, 2016; Güzeler ve Özbek, 2017; Dönmez Polat ve Gezen, 2017; Şeker, 2018; Akşit, 2019; Demir vd., 2018; Solunoğlu, 2018; Bektarım vd., 2019; GoTürkiye, 2020.

Türkiye’de sokak satıcıları mobil ve sabit olmak üzere iki kategoride hizmet vermektedirler. Mobil olan sokak lezzetleri satıcıları; tepsilerde veya cam muhafazalı itmeli arabalarda hizmet sunmaktadırlar. Sabit olanlar ise genellikle önceden belirlenen satış noktalarında hizmet vermektedirler. Çoğu sokak satıcısı hareket edebilen seyyar bir tezgâh veya dükkân gibi çalışmaktadırlar. Bu durum bazen birkaç sokak satıcısının şehrin önemli merkezlerinde bir araya gelerek bir pazar oluşturulmasını sağlayabilmektedir (Kraig ve Sen 2013 ‘den akt. Solunoğlu, 2018: 46).

Diğer taraftan kolaylıkla bulunabilen sokak lezzetleri bireyler için hem fizyolojik ihtiyaçları gidermekte hem de gevşeme imkânı sunan zevkli anlar yaşatmaktadır (Samancı, 2010). Özellikle yabancı turistler için sokak yemeklerini unutulmaz ve farklı kılan şey daha önce tadılmamış yiyecek ve içeceklerin, görülmemiş yemek manzaralarıyla deneyimlenmesiyle ortaya çıkan hazdır. Sokak yemekleri manzaranın bir parçası olarak yerel ve yöresel lezzetleri keşfetmeye olanak sağlar ve temsil ettikleri kültürlerin tanıtılmasına da yardımcı olarak akılda kalıcılığı artırmaktadır (İrigüler vd., 2016: 228). Bu bağlamda Türkiye’de geleneksel kıyafetler ile renkli tezgahlarda satış yapan sokak satıcıları ve eşsiz atmosfer ve otantik ortamlarda sunulan sokak lezzetleri Türk mutfak kültürünün baş yapıtlarından birisidir.

1.8. SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN ALAN YAZIN

Sokak lezzetleri ile ilgili alan yazın incelendiğinde konunun gıda güvenliği, beslenme, sağlık, ekonomi, sokak satıcıları (kadınlar), tüketici tutum ve davranışları ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Abrahale, Sousa, Albuquerque, Padro ve Lunet (2019) tarafından dünya çapındaki sokak lezzetlerinin incelendiği kapsamlı bir çalışmada 411 adet çalışma incelenmiş ve 2017 yılına kadar yapılan çalışmaların %85,5’inin gıda güvenliğini %30,3’nün ise sokak lezzetleri tüketimi ve bulunabilirliğini ele aldığı bildirilmiştir. Ayrıca, sokak lezzetleri ile ilgili yapılan çalışmaların 2007 yılından sonra hızla artış gösterdiği ve çalışmaların büyük çoğunluğunun Asya ve Afrika’da yürütüldüğü saptanmıştır.

Sokakta satılan bu lezzetlerin günlük milyonlarca insan tarafından tüketilmesi beraberinde gıda güvenliği ile ilgili kaygıları beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, sokak lezzetleri ile ilgili yapılan ilk çalışmalar; toplum sağlığı, gıda güvenliği ve hijyen uygulamaları ile ilgilidir. Yürütülen bu çalışmaların bazılarında (Bryan vd., 1988; Abdussalam ve Kaferstein, 1993; Arambulo vd., 1994; Ekanem, 1998; Van Kanpfen

vd., 1998; OK ve Kuira, 2005; Omemu ve Aderoju 2008; Rheinlander vd., 2008; Rane, 2011; Da silva vd., 2014; Ismail vd., 2015; Alimi, 2016; Şanhier ve Sezgin, 2016; Kharel; 2016; Imathu; 2017; Aydın, 2020) sokak gıda ticaretinin gıda güvenliği riski oluşturduğu sonucuna varılırken, bazı çalışmalarda ise (EPOC, 1984; Chakravarty, 1994; Holly ve Makhoane, 2006; Fr Lues, 2007; Martins, 2016) sokak gıda satışında uygun gıda güvenliği koşulların sağlandığı sonucuna varılmıştır.

Genellikle gıda mikrobiyolojisi üzerine yürütülen ve risk faktörünü ifade eden çalışmalar incelendiğinde; özellikle az gelişmiş ülkelerde sokak lezzetlerinin ciddi halk sağlığı sorunu oluşturduğu görülmüştür. Yine yürütülen çalışmaların büyük çoğunluğunda gıda satışı yapılan alanların yetersiz koşullara (kirli su, çöp atıkları, haşereler) sahip olduğu, sokak satıcılarının gıdaları uygun olmayan ortamlarda işledikleri ve satışa sundukları ve gıdaların yanlış ısı aralıklarında muhafaza edildiği saptanmıştır. Ayrıca sokak satıcılarının kişisel hijyene önem vermedikleri ve yetersiz düzeyde gıda güvenliği ve sanitasyon bilgisine sahip oldukları çalışmaların ortak sonuçları arasındadır. Sözelimi; Bryan (1988) tarafından yapılan çalışmada sokak satıcılarının gıdaları tehlikeli ısı aralığında muhafaza ettikleri belirlenmiştir. Van Kanpfen vd., (1998) Cakarta'daki sokak lezzetlerinin mikrobiyolojik düzeyini ölçmek için yürüttükleri çalışma sonucunda; sokak satıcılarının sınırlı hijyen bilgisine sahip olduğu, pişmiş gıdaların uygun olmayan ortamlarda bekletildiği ve bu yüzden yüksek kontaminasyon riski oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Yine benzer şekilde Ok ve Kuira (2005) tarafından Nairobi'de yürütülen çalışmada, sokak satıcılarının kullanılan ekipmanlı yeterli düzeyde yıkamadığı, gıda satışı yapılan alanların çöp toplama alanlarına yakın olduğu ve sokak satıcılarının hijyen ve sanitasyon konusunda bilgisiz olduğu ifade edilmektedir. Ismail vd., (2015) 'nin yapmış olduğu araştırmada ise sokak satıcılarının olması gereken hijyen uygulamalarının farkında olmalarına rağmen pratikte bu uygulamaları yapmadıkları tespit edilmiştir. Da Silva vd., (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada gıdaları muhafaza yöntemlerinin yetersiz olduğu ve kişisel hijyen kurallarına yeteri kadar önem verilmediği görülmüştür. Ayrıca çalışmada sokak gıda ticaretini yasaklamanın çözüm olmayacağı aksine uygun politikalarla geliştirilmesi vurgulanmıştır. Aydın (2020) tarafından gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise sokak lezzetleri tüketiminden kaynaklanabilecek gıda güvenliği riskleri değerlendirilmiştir. Sokak lezzetlerinden alınan örnekler ile yapılan mikrobiyolojik analizler sonucunda; 20 adet yiyecek

numunesinin 13 adedinde *Staphylococcus* bakterisine, 19 adedinde ise *Mezofilik Aerobik* bakterilere rastlanmıştır. Diğer taraftan satıcıların hijyen bilgi düzeyleri ve pratikte uygulanan hijyen ölçülmüş yapılan değerlendirmeler sonucunda sokak gıda satıcılarının hijyen bilgi düzeylerinin ve hijyen uygulamalarının yetersiz düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda gıda güvenliği riski açısından ana kaynağın, satıcılar ve satış alanı çevresinin olduğu ifade edilmiştir.

Diğer taraftan sokak gıda ticaretinde yeterli gıda güvenliği koşullarının sağlandığı sonucun ulaşan çalışmalar incelendiğinde EPOC (1984) tarafından az gelişmiş ülkelerde yürütülen çalışmalarda sokak lezzetlerinin özellikle yoksul ailelerin evlerinde üretilen gıdalardan daha güvenli düzeyde olduğu belirtilmiştir. Chakravarty (1994) tarafından Hindistan’da yürütülen çalışmada ise sokak lezzetlerinin mikrobiyal kalitesinin otel ve restoranlarda satılan gıdalar ile aynı seviyede olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde Holly ve Makhoane (2006) çalışmalarında, sokak gıda satıcılarının yeterli altyapı koşullarına sahip olmamalarına rağmen güvenli gıda ürettikleri sonucuna ulaşırken, Fr Lues vd., (2007) de Güney Afrika’da yürütülen çalışmada yapılan testler sonucu; gıdalardaki mikrobiyal değerlerin kabul edilebilir güvenlik sınırları içerisinde olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

İlgili alan yazında sokak gıda ticaretini ekonomik yönden ve sokak satıcıları üzerinden ele alan çalışmalarda (Tinker ve Cohen, 1985; Cohen, 1990; Draper, 1996; Tinker, 1997; Timoty ve Wall, 1997, Tinker, 1999; Tinker, 2003; Nirathron, 2005; Khan, 2017; Alfiero vd., 2017; Gözgeç ve Aydemir, 2019; Bayraktar ve Zencir, 2019; Eren 2020) bulunmaktadır. Söz gelimi; Tinker ve Cohen (1985) tarafından gerçekleştirilen ‘*Sokak Gıdaları Projesi*’ geliştirmekte olan dört ülkede (Senegal, Bangladeş, Filipinler, Endonezya) sokak gıda ticaretini ve bu ticarettaki kadının rolünü araştırmayı amaçlamıştır. Proje, ‘*Kadınlar Gelişim Ofisi*’ (AID) tarafından desteklenmiş, EPOC tarafından finansa edilmiştir. Sokak satıcıları ile yapılan görüşmelerde kadınların sokak ticaretindeki yeri ve önemi, sokak satışından elde edilen bireysel gelir, mevsimsellik ve ürün tedariki hakkındaki sorulara cevap aranmıştır. Çalışma sonucunda; iki yüz elli bin nüfuslu Bogor’da (Endonezya) yıllık satış hacminin 67 milyon dolar olduğu, Filipinler’deki toplam sokak satıcısının %90’ının, Senegal’de %53’ünün Endonezya’da ise %40’ının kadınlardan oluştuğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada kadınların hem sokak gıdalarının hazırlanmasında hem de satışında büyük öneme sahip olduğu ve hane halkının bütçesine katkı sağladıkları ifade edilmiştir.

Benzer şekilde Cohen (1990) sokak gıda ticaretinin Bogor'da az sermaye yaklaşık 18 bin kişiye istihdam sağladığını belirlemiştir. Tinker (1997) sokak gıda ticareti üzerine yazmış olduğu kitabında gelişmekte olan yedi ülkenin (Endonezya, Filipinler, Malezya, Bangladeş, Mısır, Senegal, Nijerya) sokak gıda ticaretini ele almış; sokak yemeklerinin kolaylıkla her yerde bulunabileceği, ülkelerde gelişen bir fenomen haline geldiğini buna rağmen sokak gıda ticaretinin engelinin sermaye değil yetkililerin olduğu ve sokak satıcılarının ortalama gelirlerinin resmi asgari ücretten daha yüksek olduğu devlet memurları kadar kazandıkları ifade edilmiştir. Nirathron (2005) tarafından yürütülen bir başka sonuçta Bankog'daki sokak gıda ticaretinde yakalanan ticari başarının yoksulluğun azaltılmasına önemli katkı sağladığı saptanmıştır. Konuyu sokak satıcılarının pazarlama yetenekleri bağlamında ele alan Khan (2017) Tayland'da yürüttüğü çalışmada gayri resmi olarak bilinen sokak gıda satışlarının resmi restoranlara kıyasla benzersiz stratejilere sahip olduğunu saptamıştır. Daha ucuz fiyatlandırma ve daha hızlı gıda hizmeti en büyük farklı oluşturmakla birlikte öte yandan esnek çalışma saatleri, elverişli konumları ve yemek şovları ile de satış hacmini büyüttükleri belirlenmiştir. Alfiero (2017) ise çalışmada '*Food Truck*' olarak adlandırılan sokak yemekleri araçlarını odak noktasına almıştır. Çalışma sonucunda yemek kamyonlarının fenomen haline geldiğini ve rekabet için avantaj sağladığını belirtmiştir.

Ulusal alan yazında ise Gözgeç ve Aydemir (2019) çalışmalarında kadın sokak gıda satıcılarını ele almış ve bu doğrultuda ile örnek olay incelemesi uygulanmış ve 3 kadın satıcı ile mülakat yapılmıştır. Araştırma sonucunda kadınların motivasyon kaynaklarında sosyal ve ekonomik nedenlerin etkili olduğu ve elde edilen gelirin aile ekonomisine destek sağladığı vurgulanmıştır. Yine benzer şekilde Bayraktar ve Zencir (2019) nitel araştırma tekniği ile İzmir'de sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetlerini incelemişlerdir. Elde edilen bulgular 'sağlık ve hijyen boyutu', 'ekonomik boyut', 'tüketici boyutu', 'mesleki görüşler' ve 'kadınları rolü' başlıkları altında değerlendirilmeye alınmıştır. Sonuç olarak sokak satıcılarının çalışma koşullarının yeterince iyi olmadığı belirlenmiş ayrıca sokak satıcılarının sundukları gıdaları sağlıklı ve hijyenik olarak değerlendirdikleri ifade edilmiştir. Sokak satıcılarının formal ve informal eğitim düzeylerini belirlemeye yönelik çalışma yürüten Eren (2020) ise çalışma sonucunda; sokak satıcılarının yoğun çalışma saatleri nedeniyle informal eğitime yeteri kadar önem veremediklerini belirlenmiştir.

Sokak gıda ticareti ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; sokak gıda ticaretinin gayri resmi sektör olarak görüldüğü, hükümet yetkilileri tarafından kısıtlanmaya çalışıldığı, buna rağmen bu sektörün ülke gelirlerine ve istihdama büyük katkılar sağladığı görülmektedir. Ayrıca kadınların sokak gıda ticaretinde yoğun bir şekilde yer aldığı ve aile bütçesine destek sağladığı ortaya çıkmaktadır. Çalışma saatlerinin uzun şartlarının ise zor olmasına rağmen birçok kişi tarafından az sermaye bu sektöre girildiği ve asgari ücretten daha fazla gelir elde edilebildiği anlaşılmaktadır.

İlerleyen zamanlarda sokak lezzetlerinin milyonlarca insan tarafından tüketilmesi ve gastronomi turizmi açısından çekicilik yaratması araştırmacıları sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tutumları, tüketim sıklığı ve tüketim sebeplerini belirlemeye yönelik araştırmalara (Sert ve Kapusuz, 2010; Choi vd., 2013; Şanlıer vd., 2018; Solunoğlu ve Nazik, 2018; Bektarım vd., 2019; Sünnetçioğlu ve Yıldırım, 2019) yönlendirmiştir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; tüketiciler tarafından algılanan riskin (sağlıksız, hijyenik olmayan, besin değeri düşük) sokak lezzetlerini tüketmeye engel olmadığı, sokak lezzetlerinin tüketilme nedenlerinin ise ucuz, lezzetli, kolay ulaşılabilir olmalarına bağlı olduğu söylenebilmektedir. Ayrıca en çok tüketilen sokak lezzetlerinin bölgeye ve kişilere göre değişebildiği ve tüketim sıklığının cinsiyet hariç diğer demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği de görülmektedir. Örneğin; Sert ve Kapusuz (2010) tarafından yürütülen çalışmada öğrencilerin, sokak açıkta satılan yiyeceklerle ilgili görüşleri ve tercih etme nedenleri incelenmiş, öğrencilerin açıkta satılan yiyecekleri sağlıksız buldukları halde tüketmeye devam ettiklerini bulgulamışlardır. Ayrıca öğrencilerin sokak lezzetlerini tüketme nedenleri arasında ekonomik oluşu ve hızlı ulaşılabilmesi olduğu ifade edilmiştir. Choi vd., (2013) ise çalışmalarında sokak lezzetlerine yönelik risk ve fayda algısının boyutlarını incelemişler ve bu boyutların sokak lezzetlerine yönelik tutum ve davranışsal niyet üzerindeki etkisi araştırmışlardır. Çalışma sonucunda; algılanan riskin (sağlık, hijyen, çevre) tüketicilerin sokak yemeklerine yönelik tutumlarını olumsuz etkilediği, algılanan faydanın (değer, kolay bulunabilme) ise olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Diğer taraftan risk algısının davranışsal niyeti olumsuz etkilediği görülmüştür. Ayrıca çalışmada, sokak lezzetlerine yönelik tutumun, fayda algısı ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiği ve risk algısı ile davranışsal niyet arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği bulunmuştur. Şanlıer vd., (2018) tarafından yürütülen bir başka çalışmada lise ve üniversite öğrencilerinin sokak lezzetlerine yönelik tercihlerini belirlemek için

847 öğrenciye anket uygulanmıştır. Çalışma verilerinin analiz edilmesi sonucunda; öğrencilerin %40.1'inin haftada 2-3 kez, %23.3 'ünün ise her gün sokak lezzetleri tükettiği saptanmıştır. Yine çalışma sonucuna göre Simit, döner, haşlanmış bardak mısır ve tostun en çok tüketilen sokak lezzeti olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin sokak lezzetlerinin gıda zehirlenmesine yol açabileceğini, sokak satıcılarının hijyene dikkat etmediğini bilseler bile ucuzluk, lezzet, çeşitlilik ve hızlı servisten gibi nedenlerden dolayı sokak lezzetlerini tüketmekten vazgeçemedikleri de çalışmanın diğer sonuçları arasındadır. Yine benzer çalışma ile Solunoğlu ve Nazik (2018) Gaziantep'de yürütmüş olduğu çalışma sonuçlarında, tüketicilerin sokak lezzetlerine ilişkin tercihlerinin olumlu olduğu görülmüştür. Demografik özelliklere göre yapılan analiz sonuçlarında ise, sokak lezzetleri tüketim sıklığı ile cinsiyet arasında bir fark olmadığı, ancak eğitim, gelir ve meslek gruplarına göre farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Buna göre, eğitim seviyesi ön lisans, lisans ve lisansüstü seviyesinde olan katılımcıların tüketim sıklığının, ilköğretim seviyesinde olanlara göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin sokak lezzetlerini %33.5'inin sabah öğününde, %28.5'inin ise öğlen öğününde tükettiği ve gelir seviyesi yüksek olanların tüketim sıklıkları ve aylık harcama oranlarının, düşük seviyede olanlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Yine benzer şekilde Bektarım vd., (2019) Mersin ilinde yürütmüş oldukları çalışmada tüketicilerin tüketim sıklığı ölçülmüştür. Araştırma sonuçlarında ise, sokak lezzetlerini genellikle bekar, gençler, düşük gelirli ve üniversite mezunlarının tükettiği ifade edilmiştir. Diğer taraftan Solunoğlu ve Nazik (2018)'in tüketim sıklığı sonucunun aksine Gaziantep'de, yüksek gelire ve lisansüstü eğitime sahip kişilerin sokak lezzetleri tüketim sıklığı daha düşük oranlarda saptanmıştır. Ayrıca Mersin'de en çok tüketilen sokak lezzetlerinin sırasıyla tantuni, tavuk döner ve tost olduğu ifade edilmiştir. Sünnetçioğlu ve Yıldırım, (2019) tarafından yürütülen bir diğer çalışmada ise tüketicilerin sokak yiyeceklerini tercih etmede satıcıya olan güvenin algılanan risk ve fayda üzerine etkisi ve algılanan risk ve faydanın ise tutum ve davranışın üzerindeki etkileri incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda satıcıya olan güvenin algılanan fayda üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışma sonuçlarına göre bireylerin sokak yiyeceklerinden bazı riskleri algılamalarına rağmen tüketmekten vazgeçmediği belirlenmiştir.

Günümüzde ise ilgili alan yazında, sokak lezzetlerinin gastronomi turizmi açısından ele alındığı çalışmalara da rastlamak mümkündür. Ülkeler için gastronomik

bir çekicilik yaratan sokak lezzetleri, son zamanlarda önemli bir kavram haline gelmiştir. Bu bağlamda sokak lezzetleri ve gastronomi turizmini kavramsal çerçevede inceleyen çalışmalar (Ballı, 2016; Karsavuran, 2018) olduğu gibi yerli ve yabancı turistlerin ülkelerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarını ve tercihlerini belirlemeye yönelik çalışmalar (Chavarria ve Phakdee-auksorn, 2017; Gupta vd., 2019; Yıldırım ve Albayrak, 2019; Akşit, 2019; Bayram, 2020) da bulunmaktadır. Söz gelimi Ballı (2016) çalışmasında gastronomi turizminde sokak lezzetlerinin öneminde değinerek Adana sokak lezzetlerinin önemini vurgularken, Karsavuran (2018) ise sokak lezzetlerini farklı disiplinlerin yaklaşımı (gıda güvenliği, beslenme, girişimcilik) ve gastronomi turizmi bağlamında incelemiştir.

Diğer taraftan Chavarria ve Phakdee-auksorn, (2017) çalışmalarında uluslararası turistlerin Phuket'teki (Tayland) sokak lezzetlerine karşı genel tutumlarını incelemek ve davranışsal niyetlerine etki eden en önemli boyutları belirlemek amaçlanmıştır. Çalışmaya 294 uluslararası turist ile yürütülmüş ve çoklu regresyon modeli kullanılarak hijyen, gıda kalitesi, memnuniyet, hizmet kalitesi, duygu ve değer ile alt boyutları üzerinde değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, turistlerin Phuket'teki sokak lezzetlerine yönelik davranışsal niyetinin en belirleyici al boyutunun 'duygu' olduğu saptanmıştır. Ayrıca tüketicilerin tutumlarına yönelik en düşük ortalamaya sahip hijyen faktörünün tüketiciler açısından endişe uyandırdığı ifade edilmektedir. Yine benzer şekilde Gupta vd., (2019) tarafından Hindistan'ın Delhi bölgesinde yapılan çalışmada, turistlerin sokak lezzetleri tercihleri değerlendirilmiş ve bu lezzetlerin tüketilme nedenleri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda en çok tüketilen 17 sokak lezzeti belirlenmiş; 'tikka masala' en çok tercih edilen 'paddu' ise en az tercih edilen olarak bulunmuştur. Ayrıca turistlerin genellikle tadı daha hafif olan ve daha hijyenik olan gıdaları tercih ettikleri ifade edilmiştir. Yıldırım ve Albayrak (2019) ise yabancı turistlerin İstanbul sokak lezzetlerine ilişkin görüşlerini belirlemek üzere yapmış oldukları çalışmada 21 yabancı turist ile görüşme yapılmış ve çalışma sonucunda, İstanbul'a gelen turistlerin genel olarak sokak lezzetlerinden memnun oldukları ancak sokak satıcılarının kıyafetleri ve satış yapılan alanların temizliğinden endişe duydukları belirlenmiştir. Diğer taraftan turistlerden sokak lezzetlerine ilişkin verilen değişkenlere 1-5 arasında puan vermeleri istenmiş, 4.7 puanla fiyat ilk sırada yer alırken diğer değerler sırasıyla lezzet 4.6, otantiklik 4.4, görüntü 4.3, çekicilik 4.1, temizlik 3.7 ve tazelik 3.4 puan olarak sıralanmıştır. Ayrıca turistlerin İstanbul'da en çok mısır (21)

simit (20) ve kestaneyi (20) denedikleri görülmüştür. Diğer yandan Balıkesir’i ziyaret eden yerli turistlerin sokak lezzetlerine yönelik tutumlarını ölçen Akşit (2019) ise turistlerin sokak yiyeceklerine yönelik tutumlarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirlemeye yönelik faktör analizi sonucunda; gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma duygusu, hijyen, parasal değer ve memnuniyet olmak üzere altı alt boyut belirlenmiştir. Araştırma sonucunda en çok tercih edilen sokak lezzetinin balık ekmek, döner, sucuk, tost, börek gözleme ve simit olduğu görülmüştür. Diğer taraftan sokak lezzetlerine yönelik tutumun olumlu olduğu ve en yüksek tutum ortalamasının hizmet kalitesine en düşük tutum ortalamasının ise hijyen faktörüne ait olduğu saptanmıştır. Ayrıca turistlerin tutumlarına ilişkin demografik özelliklere göre farklılıklar tespit edilmiş buna göre; cinsiyet ve medeni durum açısından erkek ve bakar tüketicilerin sokak yiyeceklerine yönelik tutum ortalamalarının daha yüksek olduğu ifade edilmiştir. Diğer taraftan Şahin ve Solunoğlu (2019) çalışmalarında planlı davranış teorisi kapsamında sokak lezzetlerini tüketme niyetini ölçmüşlerdir. Çalışma kapsamında Mersin sokak lezzetlerini tüketen 642 kişiye anket uygulanmış, çalışma sonucunda sokak lezzetlerini tüketme niyetine yönelik algılanan davranışsal kontrol ve sübjektif anlamlı ve pozitif yönde etkisinin olduğu saptanmıştır.

İncelenen çalışmalarda tüketicilerin tutum ve davranışlarını etkileyen hijyen boyutunun neredeyse her ülkede önemli bir sorun olduğu görülmektedir. Sokak lezzetlerinin imajını olumsuz yönde etkileyen hijyen boyutu, sokak satıcılarının bilinçlendirilmesi, gerekli eğitime tâbi tutulması ve pratikte hijyen uygulamaların denetlenmesi sorunu hafifletmeye yönelik çözümler arasında görülmektedir.

Diğer taraftan araştırma konusuyla ilişkili olarak ilgili ulusal ve uluslararası alan yazında gıda neofobisi ile sokak lezzetleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar (Ha Heonsu, 2016; Demir vd, 2018; Lee vd., 2019; Tracy vd., 2020) da mevcuttur. Çalışmalarda gıda neofobisinin sokak lezzetlerini tüketmeye yönelik istekliliği azalttığı görülmektedir. Söz gelimi Ha Heonsu (2016) çalışmasında Koreli turistlerin Çin sokak yemeklerine ilişkin gıda riski algısının Çin sokak yemeklerini tatma niyeti üzerine etkisini ve ilişkideki gıda neofobisinin aracı etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu doğrultuda toplanan verilerin analiz edilmesi sonucu, gıda riski algılamalarında hijyen riskinin en yüksek düzeyde olduğu bunu sırasıyla fiziksel risk ve sosyo-psikolojik algılamaların takip ettiği görülmüştür. Ayrıca gıda neofobisinin, hijyen risk algısı ile Çin sokak yemeklerini tatma niyeti arasında önemli bir negatif modüle edici etkiye sahip

olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle gıda neofobi düzeyi yüksek olan grubun düşük olan gruba göre hijyen riski algısının tatma niyetini olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir. Demir vd., (2018) tarafından yürütülen çalışmada ise, İstanbul Eminönü'nde balık ekmek tüketen bireylerin deneyim öncesi, deneyim sırasında ve deneyim sonrasında davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla tüketicilere yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanarak çalışma verileri toplanmıştır. Araştırma X, Y ve Z kuşağından katılımcılar ile gerçekleştirilmiştir ve çalışmada balık ekmek tüketen katılımcıların yeni yiyecekleri tüketimine ilişkin tutumları kuşak farkına göre incelenmiştir. Çalışma sonucunda; X kuşağını temsil eden katılımcıların yeni ve alışılmadık yiyeceklere karşı mesafeli oldukları (neofobik), Y ve Z kuşağını temsil eden katılımcıların yine lezzetleri denemeye istekli oldukları (neofilik) belirlenmiştir. Başka bir çalışmada ise Lee vd., (2019) Güney Kore'de turistler tarafından algılanan sokak lezzetleri kalitesi deneyimlerinin destinasyon imajı, yaşam memnuniyeti ve ağızdan ağza iletilmesiyle nasıl ilişkili olduğu ve bu ilişkide gıda neofobisinin aracı rolü incelemiştir. Çalışma Kore'deki gece pazarlarını ziyaret eden ve sokak lezzetlerini deneyimleyen 325 yabancı turist ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, sokak yemeklerine ilişkin neofobi algısı yüksek ve neofobi algısı düşük olan katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Düşük neofobi düzeyine sahip katılımcılar, sokak lezzetleri kalitesinin, olumlu bir destinasyonun imajına sahip olmada önemli bir faktör olarak görürken yüksek neofobi düzeyine sahip kişilerde bu algı görülmemiştir. Yine benzer şekilde Tracy vd., (2020) tarafından yürütülen çalışmada neofobi ve neofili kişilik özelliğine sahip kişilerin sokak lezzetleri tatmini üzerindeki etki incelenmiştir. Çalışma Malezyanın Kota Kinabolu şehrinde 200 turist üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcıların tercihleri, satın alma sebepleri, sokak lezzetlerinin satıldığı lokasyon ve toplam harcamaları puanlarına göre; katılımcılardan neofilik olanlar (%69.5) Kinabolu sokak lezzetlerini tüketmeye daha istekli iken neofobik olanların (%30.5) daha mesafeli oldukları belirlenmiştir. Diğer taraftan neofobik ve neofilik turistlerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumları hijyen, gıda kalitesi, servis kalitesi ve duygu alt boyutuna göre incelendiğinde ise çok yakın puanlara sahip oldukları belirlenmiştir. Buna göre bireylerin sokak lezzetleri tutumuna ilişkin en düşük puanı hijyen değeri (neofilik=3.21/neofobik=3.19) en yüksek puanı (neofilik=4.00/neofobik=4.07) ise servis kalitesinin aldığı saptanmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI VE AŞÇILIK ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN GIDA NEOFOBİ VE NEOFİLİ EĞİLİMLERİNİN SOKAK LEZZETLERİNE İLİŞKİN TUTUMLARINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın temel amacı gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ile aşçılık programlarında öğrenim gören öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarına etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Bu doğrultuda neofobi eğilimi sergileyen geleceğin şef adayı öğrencilere, mesleki gelişimleri için yeni yiyeceklere olan korkularını yenmeleri amacıyla doğru adımları atmaları konusunda yardımcı olmak hedeflenmektedir.

Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık eğitimi alan öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin belirlenmesi ve bu eğilimlerin demografik özelliklere, bölüm/programa (gastronomi/aşçılık) göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi çalışmanın alt amaçları arasındadır. Benzer şekilde öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarının belirlenmesi ve yine demografik özellikler ve bölüm/programa göre farklılıkların değerlendirilmesi de çalışmanın bir diğer alt amaçları arasındadır. Aynı zamanda öğrenciler tarafından en çok tüketilen sokak lezzetlerinin belirlenmesi ve sokak lezzetleri tüketim sıklığının ölçülmesi de çalışmanın diğer alt amaçları arasındadır.

Gıda neofobisi ve neofilisi insanların günlük gıda seçiminde ve beslenme alışkanlıklarında etkili olan kişisel bir davranıştır. Bu davranış yeni ve/veya aşına olunmayan gıdalara karşı gelişmektedir. Gıda neofobi ve neofili eğilimi bireylerin yeni yiyeceklere karşı olan tutumunu etkileyebilmektedir. Sokak lezzetleri genellikle bulundukları bölgede var olan yöresel ürünler ile hazırlanan ve o bölgenin mutfak kültürünü yansıtan yiyecek ve içeceklerdir. Sokak lezzetleri bölgeden bölgeye ve hatta aynı bölgenin farklı coğrafi konumu ve mevsimsellik özelliklerine göre değişiklik gösterebilen yiyecek ve içeceklerdir. Bu nedenle farklı yöreye (şırdan, bicibici vb.) ait

daha önce hiç tüketilmemiş sokak lezzetleri, kişi için yeni bir yiyecek veya içecek olabilmektedir. Aynı zamanda her yerde kolayca bulunabilen sokak lezzetleri (midye dolma, kokoreç vb.) de onu daha önce hiç tüketmemiş bir kişi için yeni bir gıda ürünü olabilmektedir. Ayrıca araştırmanın yürütüldüğü illerin büyük şehirler olması ve buna bağlı olarak sokak lezzetlerinde çeşitlilik ve yöresellik görülebilmektedir. Bu anlamda bazı sokak lezzetleri öğrenciler için yeni/alışılmadık gıdalar olarak görülebilmektedir. Bireylerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumu gıda kalitesi, hijyen, memnuniyet, hizmet kalitesi, duygu ve değer gibi konular ile ilgilidir. Sokak lezzetleri bir ülke için vazgeçilmez gastronomik bir değerdir. Son zamanlarda dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de sokak lezzetlerine şefler tarafından özel ilgi gösterilmektedir. Bu nedenle şef adayı öğrencilerin de sokak lezzetlerine ilişkin tutumları önemli bir husustur. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrencilerinin neofobi ve neofili eğilimleri mesleki gelişimlerinde etkili bir davranıştır. Yiyecekte yenilik korkusu şef adayı öğrencilerin için mesleki gelişimleri açısından büyük bir dezavantaj sağlamaktadır. Gıda neofobi veya neofili eğiliminin, ürün çeşitliliği fazla olan ve yöresel özellik gösteren sokak lezzetlerine ilişkin tutum üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

İlgili alan yazın incelendiğinde gıda neofobi ve neofili eğilimi üzerine çok sayıda çalışmaya ulaşılrken gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık eğitimi alan öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimi üzerine yapılan çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Benzer şekilde sokak lezzetleri ile ilgili çalışmalar da sınırlı sayıdadır. Ayrıca alan yazında gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimleri ile sokak lezzetlerine ilişkin tutumunu birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma bu yönü itibari ile özgünlüğü yansıtmaktadır. Gastronomi mutfak sanatları ve aşçılık bölümlerinde eğitim alan öğrenciler geleceğin şef adaylarıdır. Aşçılığı kendisine meslek edinmiş olan bireylerin yeni ve alışık olunmayan gıdalara yönelik olumlu tutumları mesleğin getirmiş olduğu bir gerekliliktir. İyi bir şef sürekli yeni tatlar ve yeni ürünler deneyerek kendini geliştirebilir. Bundan dolayı şef adayı öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin belirlenmesi önemli konudur. Bu noktada çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışma, sokak lezzetlerinin gastronomik bir değer olarak ele alınması ve öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarının gıda neofobi ve neofili eğilimi çerçevesinde incelenmesi açısından oldukça önemlidir.

2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Bireylerde kişilik özelliği olarak karşımıza çıkan neofobi ve neofili eğilimi günlük gıda seçiminde önemli bir belirleyicidir (Pliner ve Hobden, 1992: 107; Flight vd., 2003: 51; Schnettler vd., 2013: 71). İnsanlar yeni ve bilinmeyen/aşına olunmayan yiyecekleri sevmeme, bu yiyeceklerden şüphe duyma ya da onlardan haz alma gibi doğal tavırlar sergileyebilmektedir. Neofobik bireyler yeni/aşına olunmayan gıdalara karşı daha isteksiz davranırken, neofilik kişilerde görülen çeşitlilik arayışı onları daha fazla yeni ve aşına olunmadık lezzetleri aramaya teşvik etmektedir. Bu manada neofobi ve neofili eğiliminin insanların gıdalara olan tutumunda farklılıklar yaratabileceği düşünülmektedir. Bu kişilik özelliklerinin özellikle bölgeden bölgeye farklılık gösteren içerisinde yerel ve yöresel gıdalar bulunan, çeşitliliği ve zenginliği sebebiyle birçok insan için yeni/aşına olunmayan yiyecek-içecekleri içinde barındıran sokak lezzetlerine ilişkin tutumu etkileyip etkilemediği çalışmanın temel soruları arasındadır. Bu sebeple araştırmada test edilmek üzere aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H1: Öğrencilerin neofobi eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin genel tutumlarına etkisi vardır.

H2: Öğrencilerin neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin genel tutumlarına etkisi vardır.

Gıda neofobisi ve neofilisi etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Gıdaların duysal özellikleri, hijyen durumu, gıdalar hakkında edinilen bilgi, kişilerin psikolojik ve çevresel durumları bunlardan bazılarıdır (Pliner ve Salvy, 2006: 75; Wadolowska vd., 2008: 123; Schnettler vd., 2013: 71; Mak vd., 2017: 5; Giordano vd., 2018: 1). Diğer taraftan ilgili literatür incelendiğinde ve yapılan analizler sonucu sokak lezzetlerine ilişkin alt boyutlar gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma, hijyen, parasal değer ve memnuniyet olarak belirlenmiştir. Özellikle gıdaların duysal özelliklerini etkileyen gıda kalitesinin ve haz alma duygusunun neofobi eğilimini azaltıcı (neofilik), hijyen durumunun ise neofobiye artırıcı bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Ayrıca gıda neofilisinin memnuniyetle pozitif bağlantısı olduğu ifade edilmektedir (Dimitrovski vd., 2017: 480). Bu anlamda bireylerde gelişen neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin bu alt boyutlar üzerine etkisinin olup olmadığını test edebilmek için aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H3: Öğrencilerin neofobi eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin alt boyutlara etkisi vardır.

H4: Öğrencilerin neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin alt boyutlara etkisi vardır.

Sosyo- demografik faktörlerin (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, gelir seviyesi, yaşanılan bölge, aile ikamet yerleri, din, kültür) yeni gıdaları tüketme istekliliği üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006: 78; Stocia ve Alexe, 2016). Örneğin; kırsal kesimde ikamet eden bireylerin yeni gıdalarda karşılaşma olasılıkları daha düşük olması sebebiyle, bu kişilerin neofobi düzeyinin kentsel kesimde ikamet edenlere göre daha yüksek olduğu ifade edilmektedir edilmektedir (Tuorila vd, 2001: 29; Ozgen, 2014: 259). Flight vd., (2003: 51). Bu anlamda öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmek istenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğun aynı yaş grubunda olması ve medeni durumunun bekâr olması nedeniyle bu verilerle ilgili farklılıklar değerlendirilmemiştir. Neofobi ve neofili eğiliminin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için aşağıdaki hipotez kurulmuştur.

H5: Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimleri demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

Sokak lezzetlerine ilişkin tutum ve tüketici tercihleri ilgili yapılan bazı çalışmalarda (Solunoğlu ve Nazik, 2018, Akşit, 2019), tutumun demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği ifade edilmektedir. Mevcut çalışmada diğer demografik farklılıklarla birlikte özellikle öğrencilerin öğrenim gördüğü ildeki sokak lezzetleri kültürünün, tutuma ilişkin farklılıklar oluşturabileceği düşünülmektedir. Bu anlamda demografik özelliklerin sokak lezzetlerine ilişkin genel tutuma etkisi incelemek için aşağıdaki hipotez kurulmuştur.

H6: Öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin genel tutumları demografik özelliklere göre farklılık gösterir.

3. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Araştırma, Afyonkarahisar, Kütahya, Eskişehir, Ankara ve Uşak illerini içerisinde bulunduran Frigya bölgesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma bu illerde bulunan üniversitelerde gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ve aşçılık programlarında öğrenim gören öğrencileri kapsamaktadır. Uşak üniversitesinde gastronomi bölümü ve aşçılık programı olmadığı için kapsam dışında tutulmuştur. Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Uluslararası yaşanan salgın sebebiyle birçok okul uzaktan eğitim modelini uygulamaya başlamıştır. Uygulanan bu eğitim modeli sebebiyle öğrencilerle yüz yüze anket uygulanamaması araştırmanın en büyük

sınırlılığını oluşturmaktadır. Bundan dolayı anket online ortamda hazırlanıp katılımcılara ulaştırılmıştır. Diğer taraftan ankette kullanılan sorular da araştırmanın diğer sınırlılıkları arasındadır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın gerçekleştirilmesinde nicel yaklaşım benimsenmiştir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında, araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama süreci ve araçları ve verilerin analiz teknikleri ile ilgilere yer verilecektir.

4.1. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Bir araştırma için evren, soruları cevaplamak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği canlı ya da cansız varlıklardan oluşan büyük bir grubu ifade etmektedir (Büyüköztürk vd., 2016: 80). Bu bağlamda çalışmanın evrenini Frigya bölgesinde bulunan üniversitelerdeki gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrenimi gören öğrenciler oluşturmaktadır. Frigya bölgesi Ankara, Eskişehir, Afyonkarahisar, Kütahya ve Uşak illerini kapsamaktadır (Kültür Turizm Bakanlığı Faaliyet Raporu, 2008: 116). Araştırma evreninin Frigya bölgesi olarak seçilmesinin nedenleri ise bu bölgede bulunan illerin zengin mutfak kültürüne sahip olmaları hatta Afyonkarahisarın UNESCO tarafından tescillenmiş gastronomi şehri olmasıdır. Yine bu şehirlerde farklı yörelere ait sokak lezzetlerinin de içerisinde olduğu lezzetlerinin kolaylıkla bulunabilmesi ve gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ile aşçılık programını bünyesinde bulunduran çok sayıda üniversitenin bulunması diğer nedenler arasındadır. Bu bağlamda çalışmanın verileri bu iller kapsamında gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrenimi gören ön lisans ve lisans öğrencilerinden elde edilmiştir. Araştırmanın evreni kapsamında bulunan illerdeki bölümler ve programlardaki öğrenci sayıları Öğrenci Seçme ve Yerleştirme (ÖSYM, 2021) kılavuzundan ve okullardaki ilgili birimlerden elde edilmiş, detaylı şekilde tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Çalışma Evrenini (N) Oluşturan Öğrenci Sayıları

Frigya Bölgesinde Öğrenim Gören Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Aşçılık Öğrencileri Mevcut Sayıları			
Ankara			
Üniversite	Fakülte/Uygulamalı Bilimler/MYO	Bölüm/Program	Öğrenci Sayısı
Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gast. Mut. San.	380
Ankara Üniversitesi	Beypazarı MYO	Aşçılık	80
Başkent Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gast. Mut. San.	209
Başkent Üniversitesi	Sosyal Bilimler MYO	Aşçılık	80
Ankara Medipol Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gast. Mut. San.	240
Eskişehir			
Üniversite	Fakülte/Uygulamalı Bilimler/MYO	Bölüm/Program	Öğrenci Sayısı
Anadolu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gast. Mut. San.	240
Anadolu Üniversitesi	Eskişehir MYO	Aşçılık	120
Osmangazi Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gast. Mut. San.	200
Afyonkarahisar			
Üniversite	Fakülte/Uygulamalı Bilimler/MYO	Bölüm/Program	Öğrenci Sayısı
Afyon Kocatepe Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gast. Mut. San.	480
Afyon Kocatepe Üniversitesi	Afyon MYO	Aşçılık	230
Afyon Kocatepe Üniversitesi	Emirdağ MYO	Aşçılık	140
Kütahya			
Üniversite	Fakülte/Uygulamalı Bilimler/MYO	Bölüm/Program	Öğrenci Sayısı
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi	Gast. Mut. San.	120
Toplam			2519

*Uşak ilinde ilgili bölüm veya program bulunmamaktadır.

Belirli bir evrenden belirli kurallara göre seçilmiş olan, çalışma evrenine göre daha az sayıda elemandan oluşan küçük topluluklar örneklem olarak ifade edilmektedir (Arlı ve Nazik, 2010: 73). Bu çalışmada zaman, maliyet ve pandemi sebebiyle ulaşılabilirlikteki güçlükler ve sınırlılıktan dolayı evrenin tamamına ulaşabilmenin mümkün olmayacağı göz önünde bulundurarak örneklem alınması yoluna gidilmiştir. Bu nedenle öncelikle evreni oluşturan okullardaki öğrenci sayıları (N) 2519 olarak tespit edilmiştir. Saldamlı ve Can (2019: 76)'a göre evren büyüklüğü 2500-3000 arasında olan çalışmalarda örneklem büyüklüğü en az 333 olmalıdır. Bu kapsamda araştırma evreni 2519 olan Frigya bölgesindeki illerde öğrenim gören öğrencilerden en

az 333 kişiye anket uygulanması gerektiği saptanmıştır. Çalışmanın verileri olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle elde edilmiştir.

4.2. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Verileri toplamak için hazırlanan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, eğitim durumu vb.) belirlemeye ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların neofobi ve neofili eğilimini ölçmeye yönelik Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen “Gıda Neofobi Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçekte toplamda on ifade yer almaktadır. Bu ölçeğin ulusal alan yazında farklı araştırmacılar (Kabaran, 2011; Rızaoğlu, Ayazlar ve Gencer, 2013; Yiğit ve Doğdubay, 2017; Üzülmüş, 2018) tarafından kullanıldığı belirlenmiş ve Türk kültürüne uygun olması nedeniyle tercih edilmiştir. Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla Chavarria ve Phakdee-auksorn (2017) tarafından geliştirilen ve Türkçede Solunoğlu (2018) ve Akşit (2019) tarafından kullanılan 25 maddeden oluşan tutum ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan tutum ölçeği gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma, hijyen, parasal değer ve memnuniyet olmak üzere toplam altı alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler beşli likert tipi ölçek kullanılarak derecelendirilmiştir.

Ayrıca anket formunda öğrencilerin sokak lezzetleri tüketim sıklığını ve en çok tükettikleri sokak lezzetlerini belirlemek amacıyla iki ayrı soruya da yer verilmiştir. Sokak lezzetleri ile ilgili alan yazın incelendikten sonra elde edilen bilgilerle Türkiye’de tüketilen bazı sokak lezzetleri belirlenmiş ve bunlar arasından öğrencilerin en çok tükettiği üç sokak lezzetini işaretlemesi istenmiştir.

Araştırmaya ilişkin anket oluşturulduktan sonra verilerin toplanma aşamasına geçilmiştir. Online ortamda oluşturulan anket 5 Mayıs 2021 tarihinde katılımcılara ulaştırılmaya başlanmıştır. 15 Temmuz 2021 tarihine kadar devam eden veri toplama sürecinde ilgili bölümlerde görev yapan öğretim elemanlarından aracı olmaları istenerek, anket linkinin öğrencilere iletilmesi sağlanmıştır. Diğer taraftan oluşturulan anket, sosyal medya ve iletişim uygulamaları aracılığı ile (Instagram/Facebook/Whatsapp) öğrenciler tarafından kurulan aşçılık ve gastronomi sayfalarında paylaşılmış ve doldurmaları istenmiştir. Online ortamda oluşturulmuş olan anketin eksiksiz olarak doldurulması için tüm maddelerde cevaplama zorunlu

tutulmuştur. Bundan dolayı toplanan verilerde eksik veri bulunmamaktadır. Ancak incelemeler neticesinde hatalı doldurulan iki anket veri setinden çıkartılmıştır. Sonuç olarak toplanan 354 anket veri analizinde kullanılmıştır.

4.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ

Çalışmada elde edilen veriler SPSS ve AMOS istatistik programları ile analiz edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde yüzde ve frekans analizi, aritmetik ortalama, standart sapma tekniklerinden yararlanılmıştır. Geçerlilik ve güvenirliliği ölçmek amacıyla faktör analizi yapılmış olup Cronbach's Alpha değerine bakılmıştır. Aynı zamanda Normallik testleri kapsamında çarpıklık basıklık değerlerine bakılmıştır. Yapılan analiz sonucunda verilerin normal dağıldığı belirlenmiştir. Farklılık testleri için t testi ve One Way Anova analizinden yararlanılmış olup ilişki ve etki için ise korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

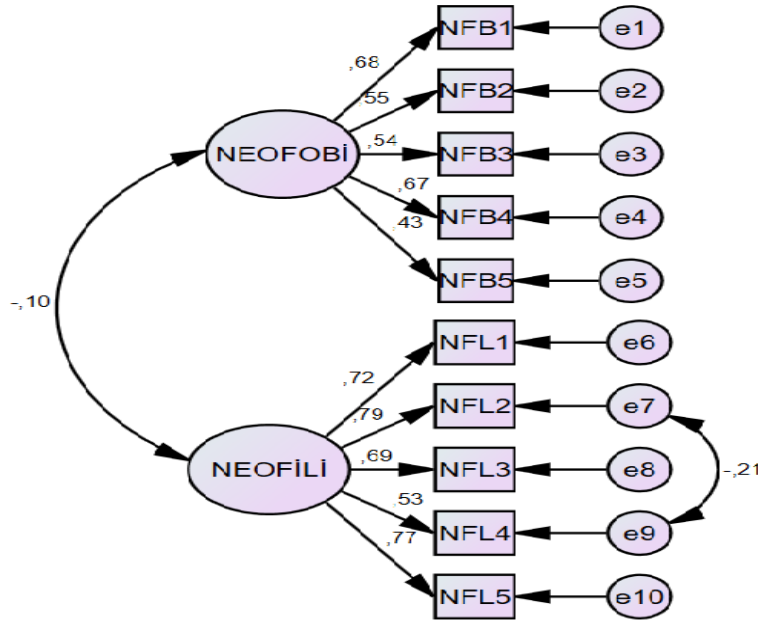
5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE TARTIŞMA

5.1. ARAŞTIRMANIN GEÇERLİLİĞİ

Bilimsel çalışmalarda kullanılan ölçeklerin geçerliliği ve güvenirliği önemli bir husustur. Genel anlamıyla geçerlilik, ölçme aracının ölçülmek istenen özelliği diğer özelliklerle karıştırmadan ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir (Büyüköztürk vd., 2016: 116; Gürbüz ve Şahin, 2018: 331). Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda geçerliliği test etmek için araştırmacılar tarafından temel olarak 'Keşfedici Faktör Analiz, (KFA)' ve 'Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)' kullanılmaktadır. KFA genellikle ifadelerin hangi faktör altında toplanacağını keşfetmek için kullanılırken, DFA ise genellikle daha önce başka araştırmalarda kullanılmış ölçeklerin özgün yapısının toplanan veri ile doğrulanıp doğrulanmadığını tespit etmek için kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 331). Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin DFA sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

5.1.1. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan 'Neofobi ve Neofili' ölçeklerine ilişkin geçerliliği tespit etmek amacıyla AMOS programı kullanılarak birinci düzey 'Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)' yapılmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi sebebiyle Maksimum Likelihood hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Neofobi ve Neofili ölçeğine ilişkin DFA modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 4. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Değerler	Sonuç
(χ^2/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	3.061	Kabul Edilebilir Uyum
NFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,900	Kabul Edilebilir Uyum
NNFI(TLI)	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,901	Kabul Edilebilir Uyum
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,928	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,927	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,076	Kabul Edilebilir Uyum
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,945	İyi Uyum
AGFI	$\geq 0,90$	0,89-0,80	0,909	İyi Uyum

Kaynak: Anderson ve Gerbing,, 1984; Cole, 1987; Marsh ve Hocevar, 1988; Sümer, 2000; Tabachnick ve Fidell, 2013.

DFA sonucunda faktör yapılarına ilişkin elde edilen uyum indeks değerlerine Tablo 4.'de yer verilmiştir. DFA sonucunda, değişkenler arası ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. DFA ile ilgili yapılan analiz sonrasında model uyum indeksleri kontrol edilmiş ve uyum indeks değerlerinin daha uygun bir düzeye getirilebilmesi için Modification Indices (MI) değerleri incelenmiştir. Bu kapsamda aynı faktör altında yer alan e7-e9 hata terimleri arasında kovaryans çizilmiştir. Çizilen kovaryans sonrası yeniden yapılan analiz sonuçlarına göre model uyum indeks değerlerinin yükseldiği tespit edilmiştir. DFA'ya göre, yapısal eşitlik model sonucu Neofobi ve Neofili ölçeğini oluşturan 10 madde ve 2 alt boyutun ölçek yapısıyla ilişkili

olduğu tespit edilmiştir. Birincil seviye DFA sonuçlarına göre uyum indeks değerleri ($\chi^2/df=3.061$, NFI=0.900, NNFI(TLI)=0.901, IFI=0.928, CFI=0.927, RMSEA=0.076, GFI=0.945, AGFI=0.909) önerilen iki faktörlü modelin veri ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, Neofobi ve Neofili ölçeğine ilişkin ön görülen kuramsal yapının doğrulandığını belirtmektedir.

DFA’ da genel olarak faktör yüklerinin 0.32 üzerinde olması gerekmektedir. Faktör yükünün yüksek çıkması faktörün daha net ölçmesini ifade etmektedir. Comrey Lee (1992)’e göre faktör yüklerinin 0.71 ve üzeri mükemmel, 0.63 çok iyi, 0.55 iyi, 0.45 güzel/kabul edilebilir 0.32’i ise zayıf olarak kabul edilmektedir (Akt. Tabachnick ve Fidell, 2013).

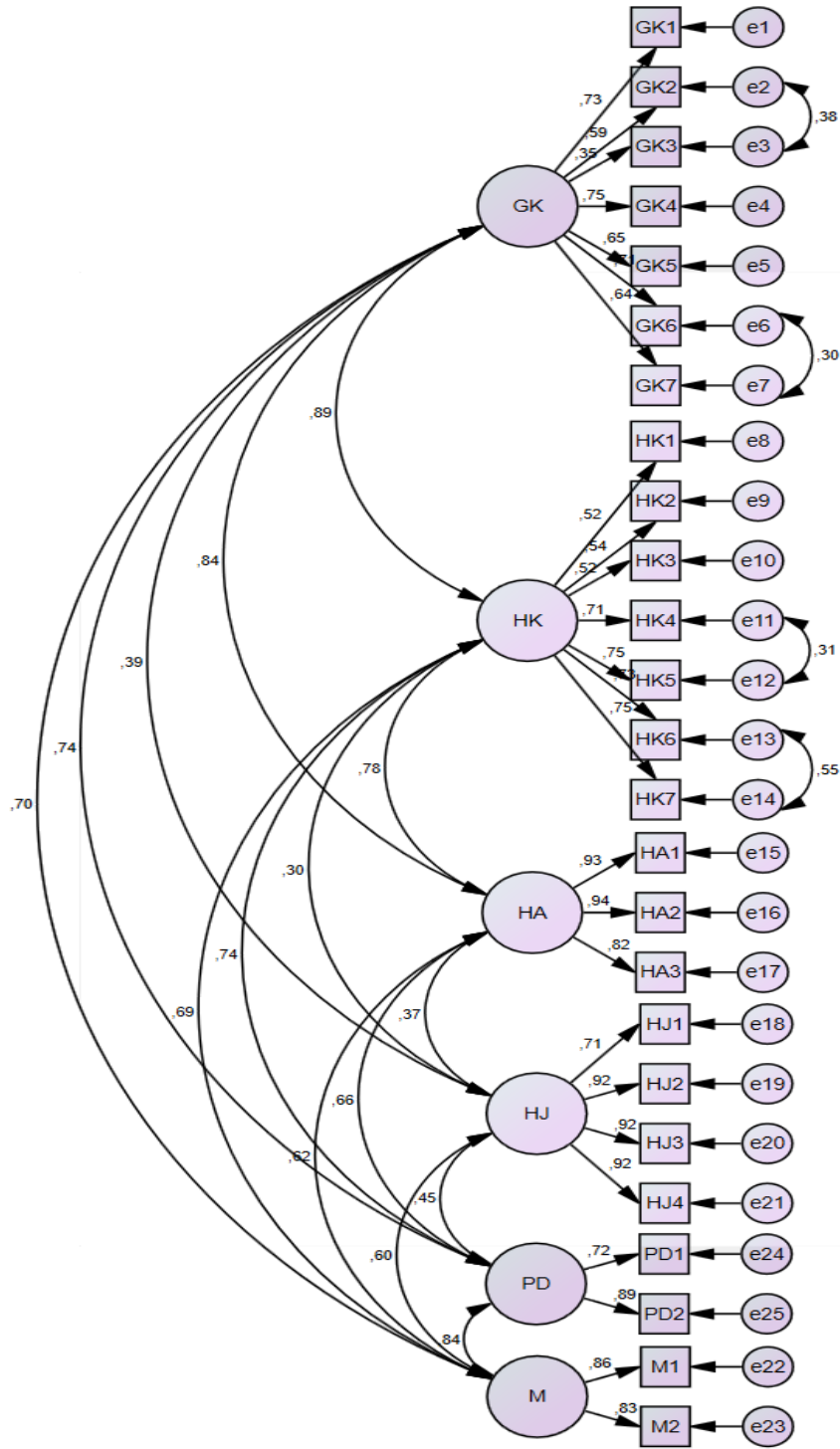
Tablo 5. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Faktör Yükleri ve C.R. Değerleri

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükleri	C.R.
Neofobi	NFB1	0.675	-a
	NFB2	0.548	7.783***
	NFB3	0.539	7.694***
	NFB4	0.673	8.727***
	NFB5	0.431	6.432***
Neofili	NFL1	0.722	-a
	NFL2	0.786	12.861***
	NFL3	0.686	11.732***
	NFL4	0.529	8.705***
	NFL5	0.773	13.059

Neofobi ve neofili ölçeğine ilişkin yapılan DFA analizi sonucunda elde edilen faktör yükleri Tablo 5’de verilmiştir. İlgili tablo incelendiğinde faktör yüklerinin 0.431 ile 0.786 arasında değiştiği dolayısıyla kabul edilebilir değer aralığında oldukları görülmektedir.

5.1.2. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yine benzer şekilde araştırmada kullanılan ‘Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeği’ ne ilişkin geçerliliği tespit etmek amacıyla AMOS programı kullanılarak birinci düzey ‘Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)’ yapılmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi sebebiyle Maksimum Likelihood hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Sokak lezzetleri tutum ölçeğine ilişkin DFA modeli Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2: Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Birincil Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 6. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Birincil Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İndeksleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Değerler	Sonuç
(χ^2/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	2,693	İyi Uyum
NFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,900	Kabul Edilebilir Uyum
NNFI(TLI)	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,915	Kabul Edilebilir Uyum
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,928	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,927	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,069	Kabul Edilebilir Uyum
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,850	Kabul Edilebilir Uyum
AGFI	$\geq 0,90$	0,89-0,80	0,807	Kabul Edilebilir Uyum

DFA sonucunda faktör yapılarına ilişkin elde edilen uyum indeks değerlerine Tablo 6’da yer verilmiştir. DFA sonucunda, değişkenler arası ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. DFA ile ilgili yapılan analiz sonrasında model uyum indeksleri kontrol edilmiş ve uyum indeks değerlerinin daha uygun bir düzeye getirilebilmesi için Modification Indices (MI) değerleri incelenmiştir. Bu kapsamda aynı faktör altında yer alan e6-e7, e11-e12 ve e13-e14 hata terimleri arasında kovaryans çizilmiştir. Çizilen kovaryans sonrası yeniden yapılan analiz sonuçlarına göre model uyum indeks değerlerinin yükseldiği tespit edilmiştir. DFA’ya göre yapısal eşitlik model sonucu sokak lezzetleri tutum ölçeğini oluşturan 25 madde ve 6 alt boyutun ölçek yapısıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Birincil seviye DFA sonuçlarına göre uyum indeks değerleri ($\chi^2/df=2.693$, NFI=0.900, NNFI(TLI)=0.915, IFI=0.928, CFI=0.927, RMSEA=0.069, GFI=0.850, AGFI=0.807) önerilen iki faktörlü modelin veri ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, sokak lezzetleri tutum ölçeğine ilişkin ön görülen kuramsal yapının doğrulandığını belirtmektedir.

Tablo 7. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri ve C.R. Değerleri

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükleri	C.R.
Gıda Kalitesi	GK1	0.733	-a
	GK2	0.593	10.736***
	GK3	0.352	6.289***
	GK4	0.753	13.739***
	GK5	0.651	11.827***
	GK6	0.709	12.896***
	GK7	0.639	11.547***
Hizmet Kalitesi	HK1	0.524	-a
	HK2	0.535	7.747***
	HK3	0.521	7.603***
	HK4	0.713	9.173***
	HK5	0.746	9.400***
	HK6	0.729	9.292***
	HK7	0.752	9.445***
Haz Alma	HA1	0.930	-a

Tablo 8. (Devam) Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri ve C.R. Değerleri

	HA2	0.944	31.738***
	HA3	0.820	22.386***
Hijyen	HJ1	0.714	-a
	HJ2	0.920	16.977***
	HJ3	0.921	16.982***
	HJ4	0.922	17.011
Parasal Değer	PD1	0.721	-a
	PD2	0.891	14.376***
Memnuniyet	M1	0.861	-a
	M2	0.830	17.780***

Sokak lezzetleri tutum ölçeğine ilişkin yapılan DFA analizi sonucunda elde edilen faktör yükleri Tablo 7’de verilmiştir. İlgili tablo incelendiğinde faktör yüklerinin 0.521 ile 0.944 arasında değiştiği dolayısıyla kabul edilebilir değer aralığında oldukları görülmektedir.

5.2. ARAŞTIRMANIN GÜVENİRLİLİĞİ

Araştırmalarda kullanılan ölçeklerde olması beklenen bir diğer özellik ise ölçeğin güvenilir olmasıdır. Güvenirlik, bir ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçme derecesidir. Ölçeğin güvenilirliği ile ilgili olarak en temel konulardan biri ölçeğin iç tutarlılığıdır. İç tutarlılık güvenilirliği, ölçme aracında bulunan ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek için kullanılmaktadır. İç tutarlılığın tespiti için yaygın olarak Cronbach Alfa kat sayısı kullanılmaktadır. Cronbach Alfa kat sayısının 0.70’in üzerinde olması beklenmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 331).

Buna göre araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik analizi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 9. Ölçeklerin Güvenirlik Katsayıları

Değişkenler/Boyutlar	Cronbach’s Alpha	İfade Sayısı (N)
Neofobi	0.70	5
Neofili	0.81	5
Sokak Lezzetleri Tutumu	0.94	25
Gıda Kalitesi	0.83	7
Hizmet Kalitesi	0.83	7
Haz Alma	0.92	3
Hijyen	0.92	4
Parasal Değer	0.78	2
Memnuniyet	0.83	2

Yapılan güvenirlik analizi sonucunda, neofobi ölçeğinin güvenirlik katsayısı Alpha (α)=0.70 ve neofili ölçeğinin güvenirlik katsayısı Alpha (α)=0.81 olarak

belirlenmiştir. Ayrıca gıda kalitesi alt boyutunun güvenilirlik katsayısı Alpha (α)=0.83, hizmet kalitesi alt boyutunun güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.83, hizmet kalitesi alt boyutunun güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.83, haz alma alt boyutunun güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.92, hijyen alt boyutunun güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.92, parasal değer alt boyutunun güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.78, memnuniyet alt boyutunun güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.83 olarak belirlenmiştir. Sokak lezzetleri tutumu ölçeğinin ise güvenilirlik kat sayısı Alpha (α)=0.94 olarak belirlenmiştir. Ölçeklere ait güvenilirlik kat sayıları kabul edilebilir değer olan 0.70'ten yüksek olduğu için, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

5.3. ÖLÇEKLERE İLİŞKİN NORMALLİK ANALİZİ

Araştırma kapsamında kullanılacak gerekli analiz tekniklerine karar verebilmek için verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Bu amaçla değişkenlere ilişkin çarpıklık (Skewness) basıklık (Kurtosis) kat sayılarına bakılmış olup, ilgili katsayılara Tablo 9'da yer verilmiştir.

Tablo 10. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

	Çarpıklık		Basıklık	
	İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Neofobi	0.159	0.130	0.625	0.259
Neofili	-0.970	0.130	-0.703	0.259
Gıda Kalitesi	-0.892	0.130	1.093	0.259
Hizmet Kalitesi	-1.049	0.130	1.567	0.259
Haz Alma	-1.064	0.130	0.838	0.259
Hijyen	0.235	0.130	-0.088	0.259
Parasal Değer	-1.044	0.130	0.749	0.259
Memnuniyet	-0.482	0.130	-0.080	0.259

Verilerin normal dağılım değer aralıklarına ilişkin farklı görüşler bulunmaktadır. Bu konuda Hair vd. (2013) çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olduğu durumlarda verilerin normallik varsayımını karşıladığını ifade ederken, George ve Mallery (2016) ise çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olduğu durumlarda verilerin normal dağılım gösterdiğini ifade etmektedir. Tablo 9'de yer alan normallik değerleri incelendiğinde en yüksek çıkan değer, hizmet kalitesinin basıklık değeri ($\alpha=1.567$) olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin kabul edilebilir değer olan ± 2 değer aralığında olduğu ve veri dağılımının normallik varsayımını karşıladığı görülmektedir.

5.4. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmanın evreni ve örneklem büyüklüğü kısmında belirtildiği gibi bu araştırma gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrencileri üzerinde yürütülmüştür. Çalışmaya dahil olan katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde analizi teknikleriyle değerlendirilmiş ve *Tablo 10.*'da detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	104	29.4
	Kadın	250	70.6
Yaş	18-20 Yaş	196	55.4
	21-23 Yaş	121	34.2
	24-26 Yaş	16	4.5
	27 ve üzeri Yaş	21	5.9
Medeni Durum	Evli	9	2.5
	Bekar	345	97.5
Okunulan İl	Ankara	116	32.8
	Eskişehir	106	29.9
	Afyonkarahisar	121	34.2
	Kütahya	11	3.1
Ailenin İkamet Ettiği Yerleşim Yeri	İl Merkezi	174	49.4
	İlçe Merkezi	120	33.9
	Köy/Kasaba	59	16.7
Bölüm/Program	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	161	45.5
	Aşçılık	193	54.5
Sınıf	Birinci Sınıf	187	52.8
	İkinci Sınıf	101	28.5
	Üçüncü Sınıf	39	11
	Dördüncü Sınıf	27	7.6
Staj Yapma Durumu	Evet	81	22.9
	Hayır	273	77.1
Toplam Katılımcı Sayısı (n)=354			

Araştırma kapsamında değerlendirilmeye alınan 354 öğrencinin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde toplam 354 öğrencinin 250'sinin (%70.6) kadın, 104'ünün (%29.4) ise erkek olduğu tespit edilmiştir. Bu veriler incelendiğinde ilgili evrende gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık programına olan ilginin kadınlar tarafından daha yoğun olduğu söylenebilmektedir. Öğrencilerin yaş ve medeni duruma göre dağılımı incelendiğinde 196'sının (%55.4) 18-20 yaş aralığında 121'inin (%34.2) ise 21-23 yaş aralığında olduğu görülmekte olup medeni durumun ise %97'lik bir oranla neredeyse tamamının bekar olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri okulları ele alındığında ise 116'sının (32.8) Ankara'da, 106'sının (29.9), Eskişehir'de, 121'inin (34.2) Afyonkarahisar'da ve 11'inin (3.1) ise Kütahya'da öğrenim gördüğü belirlenmiştir.

Öğrencilerin ailelerinin ikamet ettiği yerler incelediğinde yarıya yakın oranla (%49.4) il merkezinde ikamet ettikleri, öğrenim görülen bölüm/programa göre ise Aşçılık öğrencilerinin sayısı (n=193) ile gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin sayılarının (n=161) birbirine yakın olduğu, dolayısıyla bölüm/program bazında homojene yakın veriler elde edildiği söylenebilmektedir. Aynı zamanda öğrenciler okuduğu sınıf bazında ele alındığında ise yarısından fazlasının (52.8) birinci sınıfta öğrenim gördüğü ve büyük çoğunluğunun (77.1) staj yapmadığı görülmektedir.

5.5. DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma hipotezlerine konu olan neofobi, neofili ve sokak lezzetleri tutumu değişkenlerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ortaya koyulmuş ve bu değerlere ilişkin yorumlara yer verilmiştir. Bu bağlamda araştırmaya katılan öğrencilerin neofobi ve neofili düzeylerini ölçmek amacıyla kullanılan neofobi ve neofili ölçeğine yönelik genel ortalama ve standart sapma değerleri *Tablo 11.*'de sunulmuştur.

Tablo 12. Neofobi ve Neofili Ölçeklerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Genel Ortalama	Standart Sapma
2. Yeni besinlere güvenmem.	2.37	1.09
3. Yemeğin içinde ne olduğunu bilmiyorsa o besini tüketmem.	3.21	1.39
5. Etnik besinler, yemek için fazla garip görünüyorlar.	2.57	1.12
7. Daha önce yemediğim şeyleri yemeye korkuyorum.	2.31	1.33
8. Tüketeceğim besinler konusunda çok titizim.	3.43	1.37
Genel Neofobi Eğilimi	2.77	0.85
1. Sürekli yeni ve farklı besinler seçerim/denerim.	4.01	1.04
4. Farklı ülkelere özgü yemekleri severim.	4.06	1.13
6. Yemek davetlerinde yeni besinler denerim.	4.01	1.16
9. Neredeyse her şeyi yerim.	3.22	1.40
10. Yeni etnik restoranları denemekten hoşlanırım.	4.05	1.14
Genel Neofili Eğilimi	3.87	0.89
1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4: Katılıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum		

Araştırmada bağımsız değişken olarak ele alınan neofobi değişkenine ilişkin, katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar incelendiğinde ortalama=3.43 ile '*Tüketeceğim besinler konusunda çok titizimdir*' ifadesi en yüksek ortalamaya sahiptir. Benzer şekilde Yiğit ve Doğdubay (2017) tarafından yapılan çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Neofili değişkeni incelendiğinde ise ortalama=4.06 ile '*Farklı ülkelere özgü yemekleri severim*' ifadesi en yüksek ortalamaya sahipken ortalama=3.22 ile '*Neredeyse her şeyi yerim*' ifadesi en düşük ortalamaya sahiptir. Bu anlamda öğrencilerin neofili eğilimleri yüksek olsa bile her şeyi yeme konusunda ihtiyatlı

davrandıkları söylenebilmektedir. Benzer sonuç Olabi vd., (2008) tarafından yürütülen çalışma ile benzerlik göstermektedir. Bireylerin farklı kültürlerin gıda ürünlerini tatması ve yeni gıda ürünlerine açık olması neofobi eğilimini azaltmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında öğrencilerin farklı kültürlere ait yiyecek ve içecekleri denemeye yönelik istekliliklerinin yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Diğer taraftan genel neofobi ve neofili ortalamaları incelendiğinde ise araştırmaya katılan öğrencilerin neofili ortalamalarının ($ort=3.87$), neofobi ortalamalarından $ort= (2.77)$ daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle çalışmaya katılan öğrencilerin neofilik olduğu ifade edilebilmektedir. Araştırmanın bu sonucu Yiğit ve Doğdubay (2018) tarafından gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen çalışma sonucu ile farklılık göstermektedir. Farklılığın sebebi olarak mevcut bu çalışmanın verilerinin toplandığı öğrencilerinin büyük bir kısmının büyük şehirlerde öğrenim görmesi ve öğrencilerin aile ikamet yerlerinin de il merkezlerinde yoğunlaşması yeni yiyeceklerle daha çok maruz kalma durumunu artırmaktadır. Bu nedenle öğrencilerin neofili eğilimlerinin daha yüksek olduğu tahmin edilmektedir.

Öğrencilerin yeni ve/veya aşına olmadıkları gıda ürünlerini denemede istekli olmaları kariyerleri açısından olumlu etki sağlayabilmektedir (Yiğit ve Doğdubay, 2018: 166). Neofilik eğilime sahip bu öğrencilerin meslek hayatlarında oluşturdukları menülerde yeni/aşına olunmayan ürünleri kullanmalarıyla daha yaratıcı olacakları, bu yeni ürünlerle birlikte sürekli el becerilerini ve pişirme tekniklerini geliştirebilecekleri buna bağlı olarak yeni ürünlerde tadım yaparak damak kalitesini artırabilecekleri söylenebilmektedir. Aynı zamanda farklı kültürdeki ürünleri deneyimlemeye sürekli açık olan öğrencilerin füzyon mutfak gibi bazı uzmanlık alanlarında daha başarılı olacağı tahmin edilmektedir. Bu bağlamda elde edilen sonucun geleceğin şef adayları olan öğrencilerin mesleki gelişimlerinde olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

5.5.1. Sokak Lezzetleri Tutumuna İlişkin Genel Ortalamalar

Araştırma kapsamında öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumunu ölçmek için kullanılan sokak lezzetleri ölçeğine yönelik genel ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 12. 'de sunulmuştur.

Tablo 13. Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Genel Ortalama	Standart Sapma
1. Sokak lezzetleri çok lezzetlidir.	4.17	0.93
2. Sokak lezzetlerinde yerel ve taze malzemeler kullanılır.	3.29	0.97
3. Sokak lezzetleri doğaldır ve katkı maddesi içermez.	2.74	1.17
4. Sokak lezzetlerinin kokusu çekicidir.	4.29	1.02
5. Sokak lezzetleri doyurucu ve besleyicidir.	3.71	1.13
6. Sokak lezzetleri görsel olarak çekicidir.	3.84	1.12
7. Sokak lezzetleri çeşitli ve farklı tatlar sunar.	4.01	1.08
Genel Gıda Kalitesi Tutumu	3.72	0.75
8. Sokak lezzetleri her zaman ve her yerde tüketilebilir.	3.65	1.33
9. Sokak lezzetleri doğru sıcaklıkta servis edilir.	3.31	1.16
10. Sokak lezzetlerinin hazırlanma teknikleri farklıdır	3.47	1.14
11. Sokak satıcıları samimi ve dost canlısıdır.	4.06	1.00
12. Sokak satıcıları hızlı hizmet sunar.	4.25	0.91
13. Sokak lezzetlerini sipariş etmek kolaydır.	4.37	0.87
14. Sokak lezzetleri kolay ulaşılabilir konumdadır.	4.35	0.90
Genel Hizmet Kalitesi Tutumu	3.92	0.74
15. Sokak lezzetleri kendimi iyi hissettiriyor.	3.94	1.01
16. Sokak lezzetleri beni mutlu ediyor.	4.04	1.00
17. Sokak lezzetlerini tatmak eğlenceli bir deneyimdir.	4.25	0.97
Genel Haz Alma Duygusu Tutumu	4.08	0.92
18. Sokak lezzetleri sağlığıma zarar vermez.	2.61	1.10
19. Sokak satıcıları bakımlı ve temizdir.	2.62	0.94
20. Sokak lezzetleri temiz ve hijyeniktir.	2.61	0.93
21. Sokak lezzetleri stantları ve arabaları temiz hijyeniktir.	2.63	0.95
Genel Hijyen Tutumu	2.61	0.88
22. Sokak lezzetleri daha ucuzdur.	4.10	1.07
23. Sokak lezzetleri için verilen paraya değer	3.89	1.01
Genel Parasal Değer Tutumu	3.99	0.94
24. Sokak lezzetlerinin kalitesinden memnunum	3.62	1.00
25. Sokak lezzetleri servisinden her zaman memnun kalırım	3.42	1.04
Genel Memnuniyet Tutumu	3.51	0.94
Genel Sokak Lezzetleri Tutumu	3.65	0.66
1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4: Katılıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum		

Araştırma kapsamında bağımlı değişken olarak ele alınan sokak lezzetleri tutum değişkeninin gıda kalitesi alt boyutuna ilişkin ortalamalar incelendiğinde ‘Sokak lezzetlerinin kokusu çekicidir’ ifadesi 4.29 ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Benzer şekilde diğer yüksek ortalamaya sahip ifadelerin ise ortalama 4.17 ile ‘Sokak lezzetleri çok lezzetlidir’ ve 4.01 ortalama ile ‘Sokak lezzetleri çeşitli ve farklı tatlar sunar’ ifadesi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda öğrencilerin sokak lezzetleri gıda kalitesine ilişkin tutumlarının olumlu yönde olduğu söylenebilmektedir. Çalışma bu sonucu ile Yazıcıoğlu vd., (2013) ve Şanlıer vd., (2018) tarafından öğrenciler üzerinde yürütülen çalışma sonuçlarını ve Akşit (2019) ve Tracy, (2020) tarafından turistler üzerinde yürütülen çalışma sonuçlarını destekler niteliktedir. Elde edilen bu sonuçların Türkiye’nin, yiyecek içecek kültürünün ayrılmaz bir parçası olan sokak lezzetleri

konusunda sahip olduğu zenginlik, çeşitlilik ve yüksek lezzet kalitesinden dolayı kaynaklandığı söylenebilmektedir.

Genel hizmet kalitesi alt boyutu incelendiğinde ise katılım düzeyi en yüksek olan ifadenin ortalama 4.37 ile '*Sokak lezzetlerini sipariş etmek kolaydır*' olduğu ona en yakın ifadenin ise ortalama 4.35 ile '*Sokak lezzetleri kolay ulaşılabilir konumdadır*' ve 4. 25 ortalama ile '*Sokak satıcıları hızlı hizmet sunar*' ifadesinin olduğu görülmektedir. Çalışma bu sonucu ile Yazıcıoğlu vd., (2013) ve Şanlıer vd., (2018) tarafından yürütülen çalışma sonucu ile benzerlik göstermektedir. Sokak lezzetlerinin kolay bulunabilirliği, hızlı olması, satın alınmasındaki en önemli tercih sebepleridir (Tinker, 1999: 327). Araştırmaya katılan öğrencilerin hizmet kalitesi alt boyutuna yönelik genel olarak olumlu bir tutum sergiledikleri söylenebilmektedir. Günümüz yaşam şeklinde insanların uzun saatler çalışması, yemek yemek için ayırdıkları zamanın az olması ve sokak satıcılarının insanların yoğun olarak bulunduğu kamusal alanlarda hızlı bir şekilde hizmet vererek bireylere kolaylık sağlaması elde edilen bu olumlu tutumun nedeni olarak ifade edilebilmektedir.

Haz alma alt boyutuna ilişkin ortalamalar ele alındığında genel itibariyle yüksek ortalamalar ile karşılaşılmaktadır. Bu alt boyut incelendiğinde en yüksek ortalama sırasıyla '*Sokak lezzetlerini tatmak eğlenceli bir deneyimdir*' (ort=4.25), '*Sokak lezzetleri beni mutlu ediyor*' (4.04), '*Sokak lezzetleri kendimi iyi hissettiriyor*' (ort=3.94) ifadelerinin sahip olduğu görülmektedir. Genel haz alma ortalamasına (ort=4.08) bakıldığında ise öğrencilerin haz almaya yönelik tutumunun olumlu yönde olduğu söylenebilmektedir. Çalışma bu sonucu ile Chavarria ve Phakdee-auksorn, (2017) ve Akşit, (2019) tarafından yürütülen çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Sokak lezzetlerinin açık alanlarda satılmasıyla birlikte atmosferin iyi olması ve hizmet sunulan ortamın genel itibariyle otantik ve satıcıların ise eğlenceli olması gibi nedenler ve aynı zamanda sokak lezzetlerindeki ürün çeşitliliği ve kalitesinin insanlar üzerinde olumlu yönde bir haz alma duygusu oluşturduğu söylenebilmektedir.

Hijyen alt boyutu incelendiğinde ise öğrenciler tarafından genel olarak düşük düzeyde bir katılım sağlandığı görülmektedir. Bu alt boyutta ifade ortalamalarının birbirine çok yakın olduğu görülürken, ortalama 2.63 ile '*Sokak lezzetleri stantları ve arabaları temiz hijyeniktir*' ifadesinin en yüksek ortalama sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bir sonraki en yüksek ortalama (ort=2.62) ise '*Sokak satıcıları bakımlı ve temizdir*' ifadesine aittir. En düşük ortak ortalama (ort=2.61) '*Sokak lezzetleri*

sağlığıma zarar vermez’ ile *‘Sokak lezzetleri temiz ve hijyeniktir’* ifadesine aittir. Genel hijyen tutumu ortalaması (ort=2.61) ele alındığında ise öğrencilerin sokak lezzetlerinin hijyenik olmadığına dair bir tutum sergiledikleri söylenebilmektedir. Hijyen alt boyutuna ilişkin elde edilen bu sonuç Sert ve Kapusuz (2010), Ha Heonsu (2016), Şanlıer ve Sezgin (2018), Akşit, (2019) ve Tracy vd., (2020) tarafından yürütülen çalışma sonuçlarını destekler niteliktedir. Halka açık yerlerde yapılan yiyecek satışı sağlık ve gıda güvenliği bakımından tüketiciler üzerinde endişe yaratabilmektedir (İrigüler vd., 2016: 233). İlgili alan yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde sokak satıcılarının hijyen ve gıda güvenliği konusunda yetersiz bilgiye sahip oldukları, çalışma alanlarının gerekli şartları sağlamadıkları ve kişisel bakıma önem göstermedikleri bulgulanmıştır. Yine Türkiye’de de benzer çalışmalarda (Cumhur, 2019; Aydın, 2020) sokak satıcılarının hijyen konusunda yetersiz bilgi düzeyine sahip olduklarını ifade edilmektedir. Bu nedenlerden dolayı öğrencilerin hijyene yönelik tutumunun olumsuz yönde olduğu söylenebilmektedir.

Parasal değer alt boyutunun ortalaması incelendiğinde ise en yüksek ortalamanın 4.10 ile *‘Sokak lezzetleri daha ucuzdur’* ifadesine ait olduğu görülmektedir. Bu alt boyutta yer alan *‘Sokak lezzetleri için verilen paraya değer’* ifadesi ise 3.89 ortalama sahiptir. Bu bağlamda genel parasal değer tutum ortalaması da (ort=3.99) göz önüne alındığında araştırmaya katılan öğrencilerin sokak lezzetlerinin parasal alt boyutuna olan tutumunun olumlu yönde olduğu söylenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle öğrenciler sokak lezzetlerinin fiyatının diğer yiyeceklere göre uygun olduğunu ve verilen ücretin karşılığını aldıklarını düşünmektedirler. Araştırmadan elde edilen bu sonuç Sert ve Kapusuz, (2010), Yazıcıoğlu vd., (2013), Şanlıer vd., (2018) ve Akşit, (2019) tarafından elde edilen çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Sokak lezzetlerinin kolay erişilebilirliği ve ucuz olması gibi arzu edilen özellikleri, insanlar tarafından her öğünde tercih edilmesine neden olmaktadır (İmathu, 2017: 56). Bu sebeple genellikle öğrencilerin düşük bütçeye sahip oldukları göz önünde bulundurulursa öğrenciler için sokak lezzetlerinin diğer yiyecek gruplarına göre daha çekici bir alternatif olduğu söylenebilmektedir.

Son olarak genel memnuniyet alt boyutu ele alınıp *‘Sokak lezzetlerinin kalitesinden memnunum’* (3.62), ve *‘Sokak lezzetleri servisinden her zaman memnun kalırım’* (ort=3.42) ifadelerinin ortalamaları dikkate alındığında ise araştırmaya katılan öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin hizmet kalitesi ve servis kalitesine olan

memnuniyetlerin orta düzeyin üzerinde olduğu bu bakımdan olumlu bir tutum sergiledikleri söylenebilmektedir.

Genel olarak sokak lezzetlerine ilişkin genel tutum incelendiğinde ise ortalamanın 3.65 olduğu ve orta düzeyin üzerinde bir katılımın olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin olumlu bir genel tutum sergiledikleri söylenebilmektedir. Yazıcıoğlu vd., (2013), Şanlıer vd., (2018) ve Akşit, (2019) tarafından yürütülen çalışmalarda da benzer sonuçlar olduğu görülmektedir. Sokak lezzetlerine yönelik tutum ortalaması sırasıyla haz alma alt boyutu (ort=4.08), parasal değer (ort=3.99), hizmet kalitesi (ort=3.92), gıda kalitesi (ort=3.72), genel memnuniyet (ort=3.51) ve hijyen boyutudur (ort=2.61). Bununla birlikte hijyen boyutuna ait ortalamanın (ort=2.61) oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuç ilgili alan yazında yer alan çalışmaların (Sert ve Kapusuz, 2010; Şanlıer vd., 2018) sonucuyla benzerlik göstermektedir. Bu sonuç mevcut çalışma çerçevesinde ele alındığında, öğrencilerin sokak lezzetlerinin hijyen kalitesi konusunda endişelerinin olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda sokak satıcılarına hijyen sanitasyon konusunda gerekli eğitimlerin verilmesi ve çalışma ortamlarının yetkili makamlar tarafından uygun denetim ve düzenleme faaliyetleri ile iyileştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

5.5.2. Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketim Sıklığı

Yürütülen araştırma kapsamında öğrencilerin sokak lezzetleri tüketim sıklığı ölçülmüştür. Bu kapsamda öğrencilere haftada ne sıklıkta sokak lezzetleri tükettikleri sorulmuştur. Bu anlamda öğrencilerin sokak lezzetleri tüketim sıklığına ilişkin elde edilen veriler Tablo 13’de verilmiştir

Tablo 14. Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketim Sıklığı

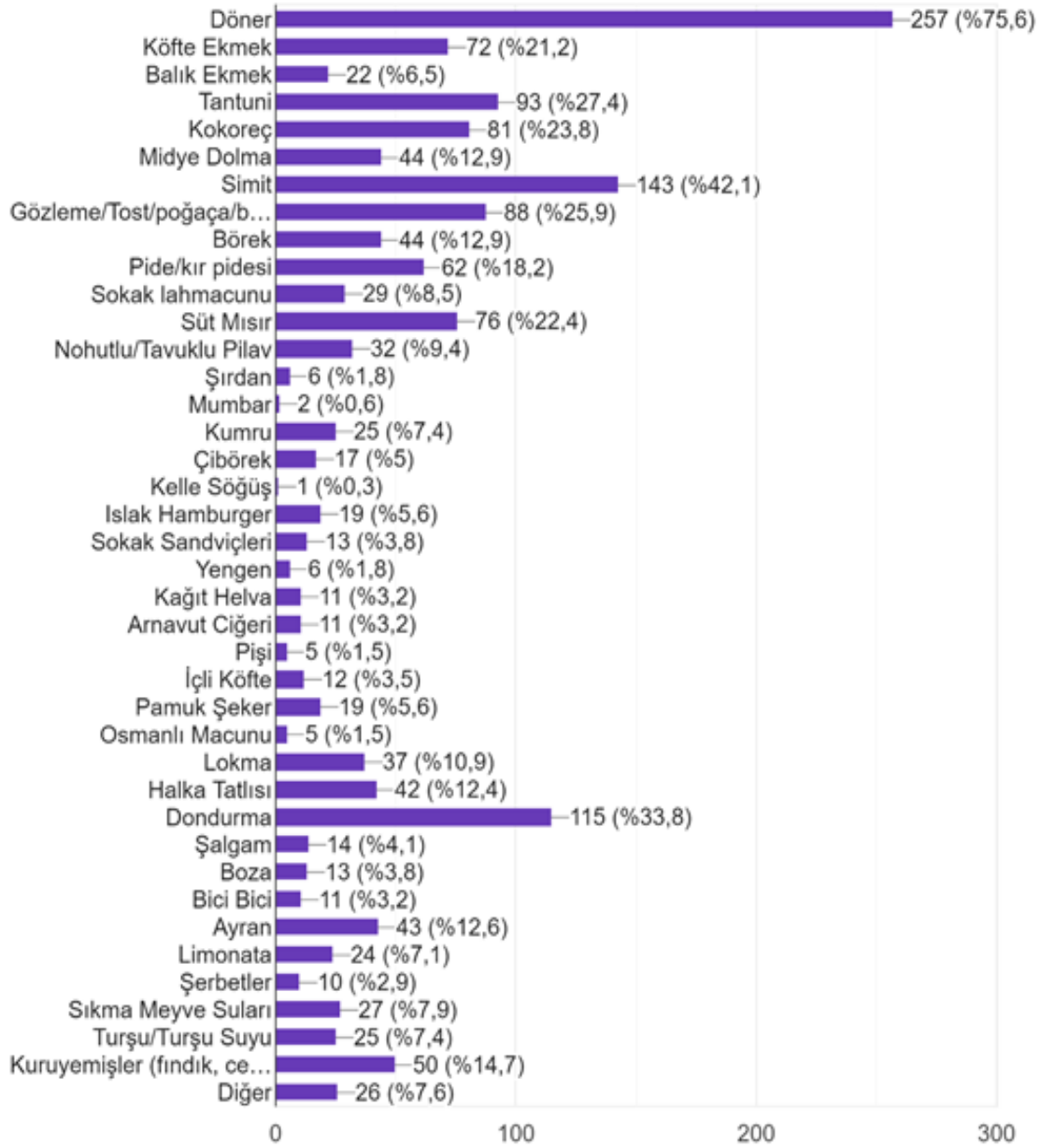
	Frekans	Yüzde
Hiç Tüketmem	11	3.1
Haftada Bir Kez	219	61.9
Haftada İki-Üç Kez	103	29.1
Haftada Dört-Beş Kez	17	4.8
Her Gün	4	1.1
Toplam	354	%100

Öğrencilerin sokak lezzetleri tüketim sıklığı ile ilgili tablo incelendiğinde %61’nin haftada bir kez tükettiği, %29’unun haftada iki-üç kez tükettiği, %4.8’inin haftada dört-beş kez tükettiği ve %1.1’inin her gün tükettiği görülmektedir. Öğrencilerin %3.1’inin ise sokak lezzetlerini hiç tüketmediği anlaşılmaktadır.

Çalışmanın bu sonuçları haftalık bazda ele alındığında Sert ve Kapusuz, (2010) ve Şanlıer vd., (2018) tarafından öğrenciler üzerinde yapılan çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Genel olarak elde edilen sonuç incelendiğinde öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin hijyen alt boyutuna olumsuz tutum sergilemelerine rağmen çoğunluğunun sokak lezzetlerini tüketmeye devam ettikleri söylenebilmektedir. Yine elde edilen bu sonuç da Sert ve Kapusuz, (2010), Şanlıer vd., (2018) ve Sünnetçioğlu ve Yıldırım (2019) tarafından yürütülen çalışma sonuçlarını desteklerken, Ha Heonsu (2016) tarafından yürütülen çalışma sonucuyla farklılık göstermektedir.

5.5.3. Öğrenciler Tarafından En Çok Tüketilen Sokak Lezzetleri Grafiği

Araştırma kapsamında öğrencilere en çok tükettikleri sokak lezzetleri sorulmuştur. Bu kapsamda ilgili alan yazın taranarak Türkiye’de tüketilen sokak lezzetleri tablo halinde öğrencilere sunulmuş ve en çok tükettikleri üç sokak lezzetini işaretlemeleri istenmiştir. Elde edilen sonuç Grafik 1.’de gösterilmiştir.



Grafik 1. En Çok Tüketilen Sokak Lezzetleri

İlgili grafik incelendiğinde öğrencilerin sırasıyla en çok döner (%75), simit (%42.1) ve dondurma (%33.8) tükettikleri saptanmıştır. Diğer en çok tüketilen sokak lezzetleri ise tantuni (%27.4), gözleme/tost/poğaç vb. (%25.9), kokoreç (%23.8), süt mısır (%22.4), köfte ekmek (%21.2) olduğu görülmektedir. Veriler genel olarak incelendiğinde öğrenciler tarafından, en yaygın olarak satılan ve diğerlerine göre nispeten daha ucuz olan sokak lezzetlerinin daha fazla tüketildiği söylenebilmektedir. Diğer taraftan şırdan (%1.8), mumbar (%0.6), kelle söğüş (%0.3), bici bici (%3.6) gibi sokak lezzetleri ise öğrenciler tarafından en az tüketilenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonucun sebebi olarak; bu sokak lezzetlerinin diğerlerine göre daha çok

yöresellik/yerelik özelliği taşımasından dolayı çalışmanın yürütüldüğü illerde satışının çok sınırlı sayıda olduğundan kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Benzer sonuçlar Sert ve Kapusuz (2010), Şanlıer vd., (2018) ve Sünnetçioğlu ve Yıldırım (2019)'ın çalışmalarında da karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca öğrencilerin neofili eğilimlerinin yüksek olmasına karşın her şeyi yemedikleri görülmektedir. Nitekim yapılan analizlerde 'Neredeyse her şeyi yerim' ifadesinin ortalamasının (3.22) diğer ifadelere göre daha düşük seviyede olduğu saptanmıştır. Örneğin; Eskişehir'de yoğun bir şekilde satışı yapılan ve sıklıkla tüketilen çiböreğin öğrenciler tarafından çok az seviyede tercih edildiği görülmüştür. Bu sonuç özellikle Eskişehirde öğrenim gören öğrenciler (n=106) için dikkat çekici bir sonuçtur. Bu durumun sebebinin en çok tüketilen sokak lezzetlerinden olan döner ve simitin çiböreğe göre daha uygun fiyatlı olduğundan kaynaklandığı söylenebilmektedir.

5.6. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLERE YÖNELİK KORELASYON ANALİZİ SONUÇLARI

Korelasyon analizi; iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analizdir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 259). Araştırma kapsamında ikiden fazla değişken arasındaki ilişki incelendiğinden dolayı çoklu korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca araştırmada parametrik testlerden biri olan pearson korelasyonu kullanılmıştır. Gastronomi ve mutfak sanatları ile aşçılık öğrencilerinin neofobi ve neofili eğilimleri ile sokak lezzetlerine ilişkin tutumları (gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma, hijyen, parasal değer, memnuniyet) arasındaki ilişkinin şiddetini ve yönünü ortaya koyan korelasyon analizi sonuçları Tablo 14'de verilmiştir.

Tablo 15. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Korelasyon Katsayıları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Neofobi (1)	1								
Neofili (2)	-0.039	1							
Gıda Kalitesi (3)	0.125*	0.400**	1						
Hizmet Kalitesi (4)	0.139**	0.401**	0.719**	1					
Haz Alma (5)	0.069	0.453**	0.739**	0.715**	1				
Hijyen (6)	0.098	0.154**	0.432**	0.313**	0.353**	1			
Parasal Değer (7)	0.053	0.272**	0.554**	0.597**	0.582**	0.387**	1		
Memnuniyet (8)	0.103	0.241**	0.599**	0.584**	0.551**	0.544**	0.674**	1	
Sokak Lezzetleri Genel Tutum Ortalaması (9)	0.134*	0.421**	0.892**	0.865**	0.833**	0.616**	0.736**	0.774**	1

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı (2 uçlu) N=354

*Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı (2 uçlu)

Yapılan korelasyon analizi sonucunda hem neofobi ($r=0.134$, $p=,000<0,05$) hem de neofili ($r=0.421$, $p=,000<0,01$) ile sokak lezzetlerine ilişkin tutum arasında pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin neofibi ve neofili eğilimleri artıkça sokak lezzetlerine ilişkin genel tutum da artmaktadır. Neofobi ile sokak lezzetleri genel tutumu arasında zayıf bir ilişki saptanırken, neofili ile sokak lezzetleri genel tutumu arasında orta düzey bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca neofobi ile gıda kalitesi ($r=0.125$, $p=,000<0,05$), hizmet kalitesi ($r=0.139$, $p=,000<0,01$) üzerinde pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Diğer taraftan neofili ile gıda kalitesi ($r=0.400$, $p=,000<0,01$), hizmet kalitesi ($r=0.401$, $p=,000<0,01$), haz alma ($r=0.453$, $p=,000<0,01$), hijyen ($r=0.154$, $p=,000<0,01$), parasal değer ($r=0.272$, $p=,000<0,01$), memnuniyet ($r=0.599$, $p=,000<0,01$) arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişki düzeyleri hijyen, memnuniyet ve parasal değer boyutunda zayıf iken diğer alt boyutlarda orta düzeydedir. Elde edilen bu sonuçlar genel olarak incelendiğinde Ha Heonsu (2016), Lee vd., (2019) ve Tracy vd., (2020) tarafından yürütülen çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

5.7. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLERE YÖNELİK REGRESYON ANALİZİ SONUÇLARI

Regresyon analizi; bir ya da birden fazla bağımsız değişkenin değerlerine dayanarak, bağımlı değişkenin ortalama değerlerini tahmin etmek için kullanılan analiz türüdür. Diğer bir ifadeyle regresyon analizinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi araştırılmaktadır (Karagöz, 2019: 777).

Araştırmanın bu aşamasında, korelasyon analizi sonucu elde edilen bulguları desteklemek ve araştırma dahilinde daha önce belirlenen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırmada birden fazla bağımsız değişken kullanıldığı için çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında, belirlenen hipotezlerin ne ölçüde desteklendiği ortaya konulmaktadır.

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi için öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetleri tutumuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 15’de neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetleri tutumuna etkisine yönelik çoklu regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 16. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Sokak Lezzetleri Genel Tutumuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.150	3.147	.002**	0.998	1.002
Neofili	0.427	8.936	.000**	0.998	1.002
F	43.845				
R	0.447				
Adjusted R ²	0.195				
Durbin-Watson	1.944				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %19.5 'ini (R^2) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, sokak lezzetlerine ilişkin tutumun %19.5'ini açıklamaktadır. İlgili tablo incelendiğinde neofobi ve neofilin sokak lezzetlerine ilişkin tutuma olan etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Neofobi puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin tutum puanının 0.150 artacağını söylemek mümkündür. Bununla birlikte neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin tutum puanının 0.427 artacağını söylemek mümkündür. Bu bağlamda öğrencilerdeki hem neofobik hem de neofilik eğilimin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarına olumlu yönde etkisi olduğu görülmektedir. İki değer karşılaştırıldığında ise neofili eğiliminin, neofobi eğilimine göre daha fazla bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilmektedir. Ayrıca birden fazla değişken olması durumunda değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olup olmadığını anlamak için Tolerance ve VIF değerleri incelenmelidir (Keskin, Solunoğlu ve Aktaş, 2020: 1232). Tolerance değerinin 0.10'un üzerinde VIF değerinin ise 5'in altında olması gerekmektedir (Hair, 2005). Tablo incelendiğinde çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan bağımsız değişkenler arasındaki otokorelasyon varlığını ifade eden değer ise Durbin-Watson değeridir. Bu değer 1.5 ile 2.5 arasında olması gerekmektedir (Kalaycı, 2006: 264). İlgili değer incelendiğinde otokorelasyon probleminin olmadığı görülmektedir.

Analiz sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde neofilin sokak lezzetleri genel tutumuna ilişkin olumlu etkisi beklenen bir sonuç iken, neofobinin sokak lezzetleri tutumuna ilişkin olumlu etkisi beklenmeyen dikkat çekici bir sonuçtur. Bununla birlikte elde edilen bu sonuçlar bu yönüyle, neofobi ve neofilin sokak lezzetlerine ilişkin algı ve tutuma olan etkisinin ölçüldüğü benzer çalışma (Ha Heonsu 2016; Lee vd., 2019;) sonuçlarıyla olumlu neofili etkisi anlamında örtüşürken, olumlu neofobi etkisi anlamında örtüşmemektedir. Bu durumda H_1 ve H_2 hipotezi kabul

edilmiştir. Öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarına etkisinin olduğu ifade edilebilmektedir. Bu sonucun; Türkiye’de sunulan sokak lezzetlerinin bölgeden bölgeye farklılık göstermesi ve bu anlamda zenginlik ve lezzet kalitesinin yüksek olması, aynı zamanda gıdaların tüketildiği alanların sokaklar olması sebebiyle güzel bir atmosfere sahip olması, ucuz ve kolay ulaşılabilir/tüketilebilir olması ve son olarak sokak satıcılarının kendilerine has sunumları her iki eğilime (neofobi/neofili) de sahip öğrenciler için çekicilik yaratmasından dolayı kaynaklandığı düşünülmektedir.

Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin haz alma alt boyutuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analiz sonuçları Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 17. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Gıda Kalitesi Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.141	2.914	.004**	0.998	1.002
Neofili	0.406	8.382	.000**	0.998	1.002
F	38.478				
R	0.424				
Adjusted R ²	0.175				
Durbin-Watson	1.887				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Tablo incelendiğinde model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %17.5 ‘ini (R^2) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, gıda kalitesi alt boyutuna olan ilişkin tutumun %17.5’ini açıklamaktadır. Veriler ele alındığında gıda neofobi ve neofili eğiliminin gıda kalitesine yönelik etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Neofobi puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesi tutum puanının 0.141 artacağını söylemek mümkündür. Bununla birlikte neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesi tutum puanının 0.406 artacağını söylemek mümkündür. Yine genel tutumda olduğu gibi iki değer karşılaştırıldığında neofili eğiliminin, neofobi eğilimine göre daha fazla bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilmektedir. Genel olarak öğrencilerdeki hem neofobik hem de neofilik eğilimin sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesine olumlu yönde etkisi olduğu görülmektedir. Öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesi tutumlarına etkisinin olduğu ifade edilebilmektedir.

Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin hizmet kalitesi alt boyutuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analiz sonuçları Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 18. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Hizmet Kalitesi Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.155	3.205	.001**	0.998	1.002
Neofili	0.407	8.444	.000**	0.998	1.002
F	39.786				
R	0.430				
Adjusted R ²	0.180				
Durbin-Watson	2.002				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Tablo incelendiğinde model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %18 ‘ini (R²) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, hizmet kalitesi alt boyutuna olan ilişkin tutumun %18.’ini açıklamaktadır. Veriler ele alındığında gıda neofobi ve neofili eğiliminin hizmet kalitesine yönelik etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Neofobi puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin hizmet kalitesi tutum puanının 0.155 artacağını söylemek mümkündür. Bununla birlikte neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin hizmet kalitesi tutum puanının 0.407 artacağını söylemek mümkündür. Yine genel tutumda olduğu gibi iki değer karşılaştırıldığında neofili eğiliminin, neofobi eğilimine göre daha fazla bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Genel olarak öğrencilerdeki hem neofobik hem de neofilik eğilimin sokak lezzetlerine ilişkin hizmet kalitesine olumlu yönde etkisi olduğu görülmektedir. Bu sonuç, Tracy (2020)’nin sonuçlarıyla örtüşmektedir. Öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesi tutumlarına etkisinin olduğu ifade edilebilmektedir. Sokak lezzetlerinin genellikle hızlı bir şekilde farklı şekillerde sunulmasının, ucuz olmasının ve sokak satıcılarının samimi/eğlenceli tavırlar sergilemesinin bir bu sonuca etki edebileceği düşünülmektedir.

Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin haz alma alt boyutuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analiz sonuçları Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 19. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Haz Alma Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.087	1.834	.068	0.998	1.002
Neofili	0.456	9.624	.000**	0.998	1.002
F	47.370				
R	0.461				
Adjusted R ²	0.208				
Durbin-Watson	1.961				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Tablo incelendiğinde model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %20.8 ‘ini (R^2) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, hizmet kalitesi alt boyutuna olan ilişkin tutumun %20.8.’ini açıklamaktadır. Veriler ele alındığında gıda neofili eğiliminin hizmet kalitesine yönelik etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Bununla birlikte neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin haz alma tutum puanının 0.456 artacağını söylemek mümkündür. Diğer taraftan neofobinin haz alma alt boyutuna ilişkin anlamlı bir etkisi (sig. .680> 0.005) bulunamamıştır.

Yeniliklere karşı hoşnutluk olan neofili eğilimi hem sosyal hem de bireysel özellik olarak tanımlanabilmektedir. Neofilik olan bireyler, yeni yiyecekleri denemeyi heyecan, çeşitlilik ve karmaşıklıkla ilişkilendirmektedirler. Yeni yiyeceklerle karşılaşmak, neofilik bireyler için sosyal hayatın, dışarıda yemek yemenin ve seyahatin ‘maceracı’ bir parçası olarak ifade edilmektedir (Veeck 2010: 247). Bu bağlamda sokak lezzetlerinin genellikle eğlenceli bir atmosferde sunulmasının ve bireyler için sosyal anlamda farklılık yaratmasının elde edilen bu sonuca etki edebileceği düşünülmektedir.

Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin hizmet kalitesi alt boyutuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analiz sonuçları Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 20. Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Hijyen Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.104	1.881	.048*	0.998	1.002
Neofili	0.159	3.020	.003**	0.998	1.002
F	6.299				
R	0.186				
Adjusted R ²	0.029				
Durbin-Watson	2.013				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Tablo incelendiğinde model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %029 ‘ini (R^2) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, hizmet kalitesi alt boyutuna olan ilişkin tutumun %029.’ini açıklamaktadır. Veriler ele alındığında gıda neofobi ve neofili eğiliminin hijyen alt boyutuna yönelik etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Neofobi puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin hizmet kalitesi tutum puanının 0.104 artacağını söylemek mümkündür. Bununla birlikte neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin hijyen alt boyutuna yönelik tutum puanının 0.159 artacağını söylemek mümkündür. Genel olarak

öğrencilerdeki hem neofobik hem de neofilik eğilimin sokak lezzetlerine ilişkin hijyen alt boyutuna olumlu yönde etkisi olduğu görülmektedir.

Neofobinin artması ile birlikte hijyen boyutuna olan tutumun da olumlu yönde artması dikkat çekici bir sonuçtur. Öğrencilerin hijyen alt boyutuna yönelik olumsuz bir tutum sergilemelerine rağmen sokak lezzetlerini tüketmeye devam etmeleri bu sonucu destekler niteliktedir.

Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin parasal değer alt boyutuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analiz sonuçları Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 21. *Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Parasal Değer Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi*

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.064	1.239	.216	0.998	1.002
Neofili	0.275	5.355	.000**	0.998	1.002
F	14.869				
R	0.279				
Adjusted R ²	0.073				
Durbin-Watson	1.944				
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır					

Tablo incelendiğinde model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %073’ünü (R²) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, parasal değer alt boyutuna olan ilişkin tutumun %073’ünü açıklamaktadır. Veriler ele alındığında gıda neofili eğiliminin parasal değer alt boyutuna yönelik etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin parasal değer tutum puanının 0.275 artacağını söylemek mümkündür. Neofobi eğilimine ilişkin ise anlamlı bir etki (sig. .216> 0.005) bulunamamıştır. Neofilik bireylerin yeni lezzetleri tüketmeye yönelik daha istekli olmaları ve buna bağlı olarak sokak lezzetlerinin çeşitlilik lezzet ve ürün kalitesi bakımından beklenen memnuniyeti sağlamanın sonuca etki ettiği düşünülmektedir.

Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin memnuniyet alt boyutuna olan etkisine yönelik çoklu regresyon analiz sonuçları Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 22. *Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Memnuniyet Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi*

BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER	BETA	T	SİG. (P)	TOLERANCE	VIF
Neofobi	0.113	2.197	.029*	0.998	1.002
Neofili	0.246	4.768	.000**	0.998	1.002
F	13.390				
R	0.266				

Tablo 23. (Devam) *Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Memnuniyet Alt Boyutuna Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon*

Adjusted R²	0.066		
Durbin-Watson	2.042		
* Değer 0,05 düzeyinde anlamlıdır ** Değer 0,01 düzeyinde anlamlıdır			

Tablo incelendiğinde model sokak lezzetleri tutumundaki değişimin %066'sını (R^2) açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle neofobi ve neofili eğilimi, parasal değer alt boyutuna olan ilişkin tutumun %088'sini açıklamaktadır. Veriler ele alındığında gıda neofobi ve neofili eğiliminin memnuniyet alt boyutuna yönelik etkisinin doğrusal ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Neofobi puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin memnuniyet tutum puanının 0.113 artacağını söylemek mümkündür. Bununla birlikte neofili puanı bir birim arttığında sokak lezzetlerine ilişkin memnuniyet alt boyutuna yönelik tutum puanının 0.246 artacağını söylemek mümkündür. Genel olarak incelendiğinde öğrencilerdeki hem neofobi hem de neofili eğiliminin sokak lezzetleri memnuniyetine yönelik tutuma olumlu bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Elde edilen bu sonucun Türkiye’de satılan sokak lezzetlerinin gıda kalitesi ve hizmet kalitesinin istenilen olumlu seviyede olmasından dolayı kaynaklandığı düşünülmektedir.

Yapılan analizlerin genel anlamda sonuçları incelendiğinde **H3** hipotezi kısmen kabul edilirken **H4** hipotezi tamamen kabul edilmiştir.

5.8. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE NEOFOBİ, NEOFİLİ EĞİLİMİ VE SOKAK LEZZETLERİ TUTUMUNA YÖNELİK FARKLILIK ANALİZİ SONUÇLARI

Araştırmanın bu kısmında öğrencilerin demografik özelliklerine göre neofobi ile neofili eğilimleri ve sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarına yönelik anlamlı bir fark olup olmadığı belirlenmiştir. Bu bağlamda parametrik testlerden olan One Way Anova ve t testinden yararlanılmıştır.

Katılımcıların aile ikamet yerleri ile sokak lezzetlerine ilişkin tutuma (gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma, hijyen, parasal değer, memnuniyet) yönelik farklılığı ortaya koymak amacıyla One Way Anova yapılmıştır. Analiz sonuçları **Tablo 22’de** verilmiştir.

Tablo 24. *Aile İkamet Yerleşim Yerinin Sokak Lezzetleri Tutumuna İlişkin Farklılık Analizi (One Way Anova)*

Sok. Lez. Tutum Boyutları	Aile İkamet Yerleri	N	Ortalama	Std. Sapma	F	Sig. (p)	Farklılık (Tukey)
Gıda Kalitesi	İl Merkezi ^a	175	3.72	0.080	3.211	.042*	b-c
	İlçe Merkezi ^b	120	3.82	0.56			

Tablo 25.(Devam) Aile İkamet Yerleşim Yerinin Sokak Lezzetleri Tutumuna İlişkin Farklılık Analizi (One Way Anova)

	Köy/Kasaba ^c	59	3.52	0.89			
Hizmet Kalitesi	İl Merkezi ^a	175	3.95	0.72	4.824	.009*	c-a c-b
	İlçe Merkezi ^b	120	4.00	0.64			
	Köy/Kasaba ^c	59	3.65	0.91			
Haz Alma	İl Merkezi ^a	175	4.15	0.86	3.830	.023*	c-a c-b
	İlçe Merkezi ^b	120	4.13	0.88			
	Köy/Kasaba ^c	59	3.78	1.12			
Hijyen	İl Merkezi ^a	175	2.59	0.90	0.388	.679	-
	İlçe Merkezi ^b	120	2.60	0.82			
	Köy/Kasaba ^c	59	2.70	0.94			
Parasal Değer	İl Merkezi ^a	175	4.02	0.93	0.698	.498	-
	İlçe Merkezi ^b	120	4.01	0.89			
	Köy/Kasaba ^c	59	3.86	1.08			
Memnuniyet	İl Merkezi ^a	175	3.57	0.95	0.767	.465	-
	İlçe Merkezi ^b	120	3.48	0.86			
	Köy/Kasaba ^c	59	3.41	1.07			
Genel Sok. Lez. Tutumu	İl Merkezi ^a	175	3.67	0.67	2.487	.085	-
	İlçe Merkezi ^b	120	3.70	0.56			
	Köy/Kasaba ^c	59	3.48	0.77			

*p<0.05

Katılım Düzeyleri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum,..., 5: Tamamen Katılıyorum

Analiz sonucunda katılımcıların aile ikamet yerlerine göre gıda kalitesi düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p<0,05$). Farklılığın kaynağına ilişkin ortalamalar incelendiğinde ailesi köy/kasabada (ort=3.52) ikamet edenlerin gıda kalitesi düzeyleri ilçe merkezinde (ort=3.82) ikamet edenlere göre daha düşük düzeydedir. Diğer bir ifadeyle ailesi il merkezinde yaşayan öğrencilerin sokak lezzetleri gıda kalitesine yönelik tutumu, ailesi köy/kasabada ikamet eden öğrencilerin tutumuna göre daha yüksek düzeydedir.

Katılımcıların aile ikamet yerlerine göre hizmet kalitesi düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p<0,05$). İlgili ortalamalar incelendiğinde ise ailesi köy/kasabada (ort=3.65) ikamet edenlerin hizmet kalitesi düzeyleri, ailesi il merkezinde (ort=3.95) ikamet edenlere göre daha düşük düzeydedir. Yine benzer şekilde ailesi köy/kasabada (ort=3.65) ikamet edenlerin hizmet kalitesi düzeyleri, ailesi ilçe merkezinde (ort=4.00) ikamet edenlere göre daha düşük düzeydedir. Diğer bir ifadeyle ailesi köy/kasabada ikamet eden öğrencilerin sokak lezzetleri hizmet boyutuna yönelik tutumu hem il merkezi hem de ilçe merkezinde ikamet edenlere göre daha düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan katılımcıların aile ikamet yerlerine göre haz alma düzeylerinde de istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p<0,05$). Tablo incelendiğinde ailesi köy/kasabada (ort=3.78) ikamet edenlerin haz alma düzeylerinin, ailesi il merkezinde

(ort=4.15) ve ilçe merkezinde (ort=4.13) ikamet edenlere göre daha düşük ortalama sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda ailesi köy/kasaba ikamet edenlerin sokak lezzetleri haz alma boyutuna yönelik tutumu, ailesi il merkezi ve ilçe merkezinde ikamet edenlere göre daha yüksek düzeydedir.

Öğrencilerin demografik özelliklerine göre sokak lezzetleri tutumuna yönelik yapılan farklılık analizleri sonucu **H6** hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Solunoğlu, (2018) tarafından yürütülen çalışma sonucunda da katılımcıların sokak lezzetlerine ilişkin tutumları demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir. Elde edilen sonuç bu yönüyle Solunoğlu (2018)'nin çalışmasıyla kısmen benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların bölümüne göre neofobi, neofili ve sokak lezzetlerine ilişkin tutuma (gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma, hijyen, parasal değer, memnuniyet) yönelik farklılığı ortaya koymak amacıyla t testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 23'de verilmiştir.

Tablo 26. Öğrencilerin Bölüm/Programına Göre Farklılık Analizi (t Testi)

Değişkenler	Bölüm	N	Ortalama	Std. Sapma	t	Sig. (p)
Neofobi	Aşçılık	193	2.84	0.89	1.651	.100
	Gastronomi	161	2.69	0.81		
Neofili	Aşçılık	193	3.74	0.99	-3.113	.002*
	Gastronomi	161	4.02	0.72		
Gıda Kalitesi	Aşçılık	193	3.64	0.80	-2.144	.033*
	Gastronomi	161	3.81	0.67		
Hizmet Kalitesi	Aşçılık	193	3.86	0.79	-0.596	.111
	Gastronomi	161	3.99	0.66		
Haz Alma	Aşçılık	193	3.96	1.03	-2.770	.006*
	Gastronomi	161	4.23	0.76		
Hijyen	Aşçılık	193	2.66	0.93	1.101	.271
	Gastronomi	161	2.56	0.81		
Parasal Değer	Aşçılık	193	3.95	1.04	-0.895	.371
	Gastronomi	161	4.04	0.82		
Memnuniyet	Aşçılık	193	3.49	1.00	-0.517	.605
	Gastronomi	161	3.54	0.87		
Genel Sok. Lez. Tutumu	Aşçılık	193	3.60	0.72	-1.547	.114
	Gastronomi	161	3.71	0.56		

*p<0.05

Katılım Düzeyleri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum,..., 5: Tamamen Katılıyorum

Araştırma kapsamda öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm/programa yönelik yapılan t testi sonucuna göre neofili, gıda kalitesi ve haz alma duygusuna ilişkin istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur (p<0,05). Bu çerçevede elde edilen sonuçlara göre aşçılık bölümü öğrencilerinin neofili eğilimleri (ort=3.74), gıda kalitesi (ort=3.64) ve haz alma duygusuna (ort=3.96) yönelik tutumları gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerine göre daha düşük tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle

gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin neofili eğilimi, aşçılık öğrencilerine göre daha yüksektir. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin sokak lezzetlerine yönelik gıda kalitesi ve haz alma tutumları, aşçılık öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir. Bu durumda oluşturulan **H5** hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan genel çalışma kapsamında ankette yer alan katılımcıların diğer demografik özelliklerine ilişkin veriler de incelenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğun aynı yaş grubunda olması ve medeni durumunun bekar olması nedeniyle bu verilerle ilgili farklılıklar değerlendirilmemiştir. Yapılan farklılık analizi sonucunda öğrencilerin neofobi/neofili eğilimlerinin ve sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarının cinsiyete, okunulan sınıfa ve staj yapma durumuna göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Neofobi ve neofili ile ilgili yürütülen bazı çalışmalar (Flight vd., 2003; Bäckström vd., 2004; Muhammad vd., 2015) incelendiğinde, özellikle öğrencilerin yerleşim alanları (kırsal/kentsel) ile ilgili neofobi ve neofili eğilimlerine ilişkin farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur. Bu anlamda mevcut çalışmada farklılık çıkmamasının sebebi olarak öğrencilerin çoğunluğunun kentsel yerleşim yerlerinde ikamet ediyor olması gösterilebilmektedir. Ayrıca diğer taraftan neofobi ve neofili anlamında gıda tercihleri üzerine yapılan çalışmalarda cinsiyet farklılıkları bulunsa da cinsiyetin gıda neofobisi üzerindeki etkisinin net olmadığı ifade edilmektedir (Meiselman vd., 2010: 894). Öğrencilerin büyük çoğunluğunun staj yapmaması sebebiyle staj durumuna göre farklılık çıkmaması ise beklenen bir sonuçtur. Diğer taraftan sokak lezzetlerine ilişkin tutumum ise bazı çalışmalarda (Solunoğlu, 2018; Şanlıer vd., 2018; Akşit, 2019) yaşa, cinsiyete, eğitim durumuna ve gelir düzeyine göre farklılaştırdığı bildirilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gıda neofobisi ve neofilisi insanların günlük gıda seçimini etkileyen önemli bir kişilik özelliğidir. Bu kişilik özelliğinin beslenme alışkanlıklarını etkilemesi dışında şef adayı öğrenciler için de mesleki gelişimlerini etkileyebileceği konusunda önemli bir yere sahiptir. Yiyecek-içecek sektörünün sürekli kendisini yenilemesinden dolayı bu sektörde çalışan personelin de kendisini yenilemesi ve yeniliklere açık olması kaçınılmazdır. Özellikle mutfak personelinin yeni ve farklı mutfak kültürlerine, mutfak trendlerine ve ürünlere karşı açık olması beklenmektedir. Bu anlamda yeni ve alışık olmadık yiyecekleri denemeye yönelik isteklilikleri mesleki kariyerleri için avantaj sağlayacaktır. Diğer taraftan mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçası olan sokak lezzetleri, birçok insan tarafından tercih edilmektedir. Sokak lezzetlerinin bölgeden bölgeye hatta ilden ile değişiklik göstermesi ve bazı nedenler (gıda kalitesi, hijyen vb.) bireylerin bu lezzetlere olan tutumunu etkileyebilmektedir. Kişilerdeki gıdaya yönelik tutumu etkileyen faktörlerden biriside neofobi ve neofili eğilimidir. Bu nedenle çalışmada gastronomi ve aşçılık öğrencilerinin neofobi ve neofili düzeyleri ölçülmüş ve bu eğilimlerin sokak lezzetlerine olan etkisi incelenmiş, bu doğrultuda elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında ilk olarak neofobi, neofili ve sokak lezzetlerine ilişkin geniş kapsamlı literatür taraması yapılmıştır. Daha sonra Frigya bölgesinde eğitim gören gastronomi ve mutfakları ve aşçılık öğrencilerinden elde edilen 354 veri analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %29'u erkek, %70.6'sı kadın, %45'i gastronomi ve mutfak sanatları, %54.5'i aşçılık öğrencisidir. Öğrencilerin %43.2'si Afyonkarahisar, %32.8'i Ankara, %29.9'u Eskişehir, %3.1'i Kütahya olmakla birlikte yaşları birbirine çok yakındır. Ayrıca öğrencilerin %97.5'i bekarken, sadece % 22.9'u staj yapmıştır. Öğrencilerin yarsısından fazlası (%52.8) birinci sınıf öğrencisidir.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenirlik analizlerine ilişkin bulguları incelendiğinde sokak lezzetlerinin literatürde olduğu gibi altı alt boyuttan oluştuğu görülmektedir. Neofobi ve neofili eğilimi ise ayrı ayrı iki boyut olarak ele alınmıştır. Ölçeklerin güvenirlik kat sayıları ise olması gereken değerler arasındadır. Diğer taraftan öğrencilerin genel neofobi/neofili ortalaması incelendiğinde öğrencilerin neofili eğilimlerinin (ort=3.87) neofobi eğilimlerinden (ort=2.77) daha yüksek olduğu saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle öğrenciler neofilik bir eğilime sahiptir. Sokak lezzetleri

tutumuna ilişkin ortalamalar incelendiğinde ise genel ortalamanın 3.65 olduğu dolayısıyla öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin genel tutumlarının olumlu düzeyde olduğu belirlenmiştir. Sokak lezzetine ilişkin alt boyutlar incelendiğinde ise ortalamaların sırasıyla haz alma boyutu 4.08, parasal değer 3.99, hizmet kalitesi 3.92, gıda kalitesi 3.72, genel memnuniyet 3.51 ve hijyen boyutunun 2.61 ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır. Haz alma boyutu en yüksek ortalamaya sahipken, hijyen boyutu ise dikkat çekici şekilde en düşük ortalamaya sahiptir. Bu sonuç, öğrencilerin sokak lezzetlerinin hijyen ve gıda güvenliği durumu hakkında kaygı ve endişe duyduklarını ortaya koymaktadır. Ancak bu sonuca rağmen öğrencilerin sokak lezzetlerini tüketmekten vazgeçmediği görülmüştür. Bu doğrultuda sokak lezzetleri tüketiminde yaşanan haz duygusu, gıda ve hizmet kalitesinin hijyen faktörünü gölgede bıraktığı söylenebilmektedir.

Sokak lezzetleri tüketim sıklığı incelendiğinde ise öğrencilerin %61.9'nun hafta bir kez, %29'nun haftada iki-üç kez, %4.8'inin haftada dört-beş kez, %1.1'inin her gün sokak lezzetleri tükettiği %3.1'inin ise sokak lezzetlerini hiç tüketmediği sonucuna varılmıştır. Elde edilen bu verilere göre; öğrencilerin sokak lezzetlerini hijyenik bulmadıkları halde tüketmeye devam ettikleri çalışmanın dikkat çekici bir başka sonucudur. Bu sonuç ilgili alan yazındaki sonuçları destekler niteliktedir.

Araştırmanın ortaya koyduğu önemli bir diğer sonuç ise öğrenciler tarafından en çok tüketilen sokak lezzetleridir. İlgili veriler incelendiğinde araştırmaya katılan öğrenciler tarafından en çok tüketilen üç sokak lezzetinin sırasıyla döner (%75.6), simit (%42.1), dondurma (%33.8), olduğu saptanmıştır. Diğer en çok tüketilen sokak lezzetlerinin ise sırasıyla tantuni (%27.4), gözleme/tost/poğaç/ vb. (%25.9), kokoreç (%23.8), süt mısır (%22.4), köfte ekmek (21.2), pide/kır pidesi (18.2) olduğu sonucuna varılmıştır. Öğrenciler tarafından en az tüketilen başlıca sokak lezzetleri ise kelle söğüş (%0.3), mumbar (%0.6), Osmanlı macunu (%1.5), pişi (%1.5) şırdan (%1.8), yengen (%1.8), şerbetler (%2.9), bici bici (%3.2), kağıt helva (%3.2), Arnavut ciğeri (%3.2), çibörek (%5) ıslak hamburger (%5.6), kumru (%7.4), lokma (%10.9), halka tatısı (%12.4)'dır. Öğrencilerin genel olarak daha ucuz, kolay bulunabilen ve hızlı tüketilebilen sokak lezzetlerini en çok tercih ettikleri görülmektedir. Elde edilen bu sonuç ilgili literatür ile benzerlik göstermektedir. En az tüketilen sokak lezzetleri ise genellikle öğrencilerin bulundukları illerde satışı çok az olan, yöresel özellik taşıyan sokak lezzetleridir. Diğer taraftan öğrencilerin neofilik oldukları halde herşeyi

tüketmedikleri çalışmanın bir diğer sonucudur. Söz gelimi; çibörek araştırmanın evrenini oluşturan illerden birisi olan Eskişehir'in önemli sokak lezzetlerinden biri olmasına rağmen öğrenciler tarafından düşük oranda tercih edilmektedir. Yine benzer şekilde ulaşılabilirliği kolay ve diğerlerine göre nispeten çok pahalı olmayan olan lokma, halka tatlısı, ıslak hamburger, kumru gibi sokak lezzetlerinin öğrenciler tarafından az tercih edildiği görülmektedir.

Neofobi, neofili ve sokak lezzetleri arasındaki ilişki irdelendiğinde ise hem neofobi ($r=0.134$, $p=.000<0.05$) hem de neofili ($r=0.421$, $p=.000<0.01$) ile sokak lezzetlerine ilişkin genel tutum arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin neofobi ve neofili seviyeleri arttıkça sokak lezzetlerine ilişkin genel tutumları da artmaktadır. Tespit edilen bu ilişki neofobi ve sokak lezzetleri genel tutumu arasında zayıfken, neofili ile sokak lezzetleri genel tutumu arasında orta düzeydedir. Ayrıca neofobi ile sokak lezzetleri tutum alt boyutu olan gıda kalitesi ($r=0.125$, $p=.000<0.05$) ve hizmet kalitesi ($r=0.139$, $p=.000<0.01$) arasında pozitif yönlü bir ilişki saptanırken, neofili ile gıda kalitesi ($r=0.400$, $p=.000<0.01$), hizmet kalitesi ($r=0.401$, $p=.000<0.01$), haz alma ($r=0.453$, $p=.000<0.01$), hijyen ($r=0.154$, $p=.000<0.01$), parasal değer ($r=0.272$, $p=.000<0.01$), memnuniyet ($r=0.599$, $p=.000<0.01$) arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Diğer taraftan çalışma neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetleri tutumuna olan etkisini ortaya koymaktadır. Bu anlamda yapılan regresyon analizi sonucunda; neofobi (0.150) ve neofili (0.427) eğiliminin, sokak lezzetlerine ilişkin genel tutuma doğrusal ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Model sokak lezzetlerindeki değişimin %19.5'ini açıklamaktadır. Bu bağlamda öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin tutumu olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Araştırma bu sonucuyla ilgili literatürdeki benzer çalışma (Ha Heonsu 2016; Lee vd., 2019; Tracy, 2020) sonuçlarını destekler niteliktedir Neofobinin sokak lezzetlerine ilişkin tutumunu olumlu yönde etkilemesi beklenmeyen dikkat çekici bir sonuçtur. İki eğilim karşılaştırıldığında ise neofili eğiliminin, neofobi eğilimine göre daha fazla bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilmektedir. Öğrencilerin neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin alt boyutlara ilişkin etkisi incelendiğinde ise neofobi eğiliminin gıda kalitesi, hizmet kalitesi, hijyen ve memnuniyet alt boyutu arasında doğrusal ve pozitif yönlü bir etki olduğu saptanmıştır. Neofili ile gıda kalitesi, hizmet kalitesi, haz alma, hijyen, parasal değer ve memnuniyet arasında

doğrusal pozitif yönlü bir etki olduğu saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle neofili eğilimi ile sokak lezzetlerine ilişkin tutumun tüm alt boyutları arasında pozitif yönlü bir etki bulunmaktadır. Neofilik bireylerin, neofobik bireylere göre sokak lezzetlerine ilişkin tutumları daha olumlu ve pozitif düzeydedir. Elde edilen sonuçlar neofobi/neofili eğiliminin sokak lezzetlerine ilişkin tutumuna etkisi anlamında literatüre katkı sağlamakla birlikte benzer çalışma sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir.

Araştırmada ayrıca öğrencilerin neofobi/neofili ve sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiş ve farklılığın, öğrencilerin aile ikamet yerine göre ve öğrenim görülen bölüm/programa göre olduğu tespit edilmiştir. Sokak lezzetlerine ilişkin tutum ele alındığında gıda kalitesi, hizmet kalitesi ve haz alma duygusunun aile ikamet yerine göre farklılaştığı saptanmıştır. Farklılığın kaynağına ilişkin ortalamalar genel anlamda incelendiğinde ise ailesi köy/kasabada ikamet eden öğrencilerin sokak lezzetleri alt boyutlarına ilişkin tutumlarının, ilçe merkezi ya da il merkezinde ikamet edenlerin tutumuna göre daha düşük seviyededir. Bu sonucun kentsel yerleşim alanlarda ikamet edenlerin kırsalda ikamet edenlere göre sokak lezzetlerine daha çok maruz kalmasından dolayı olduğu ifade edilebilmektedir. Diğer taraftan neofili eğilimimim, sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesi ve haz alma duygusunun öğrenim görülen bölüm/programa göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Gastronomi ve mutfak sanatları öğrenimi gören öğrencilerin neofili eğiliminin (ort=4.02) aşçılık öğrenimi gören öğrencilere (ort=3.74) göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun sebebi olarak; gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin daha yoğun ve uzun süreli eğitim alması dolayısıyla yeni/aşına olunmayan gıdalara daha çok maruz kalması gösterilebilmektedir. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları öğrenimi gören öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin gıda kalitesi (ort=3.81>ort=3.64) ve hazma duygusuna (ort=4.23>ort=3.96) yönelik tutumları aşçılık öğrenimi gören öğrencilere göre daha yüksek düzeydedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar genel olarak ele alındığında gıda neofobi ve neofili eğiliminin geleceğin şef adayları öğrenciler için önemli bir konu olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin neofili eğilimlerinin neofobi eğiliminden yüksek olması mesleki gelişimleri için avantaj sağlayan bir husustur. Sürekli değişen ve gelişen yiyecek-içecek sektöründe çalışan aşçı ve şeflerin yeni ve farklı ürünlere, farklı mutfak kültürlerine ve yeni pişirme tekniklerine açık olması beklenmektedir. Neofilik olan şeflerin neofobik olanlara göre çok daha fazla yeni gıdaları denemeye istekli

olacağından daha yaratıcı ayrıca dünya mutfakları ve füzyon mutfak gibi gastronomi trendlerinde de daha başarılı olacakları düşünülmektedir. Yeni ve/veya aşına olunmayan gıdaları denemeye istekli olmayan (neofobik) şeflerin oluşturdukları menü ve reçetelerde ise sürekli aynılık yaşanacağı düşünülmektedir. Bu nedenle öğrencilerin almış oldukları gastronomi ve aşçılık eğitiminin, onların geleceğini şekillendirmesi ve gıda kişilik özelliklerinin (neofobi/neofili) belirginleşmesi anlamında mesleki kariyerleri için önem arz etmektedir. Bu anlamda çalışma sonuçları ışığında aşağıda bazı önerilerde bulunulmuştur:

Öğrencilerin, öğrenim hayatlarının başlamasıyla birlikte yeni/aşına olunmayan ürünleri tüketmeye istekli olmalı bunun için çaba sarf etmelidirler. Bu anlamda farklı mutfak kültürlerini içerisinde bulunduran restoranlarda olabildiğince yemek yemeleri neofili eğilimlerinin artması ve damak tadlarının gelişmesi için fayda sağlayacaktır.

Öğrenim gördükleri süre boyunca staj ya da yaz dönemlerinde vakit kaybeden sektörde çalışmaya başlamaları, onları yeni ürünlerle karşılaştıracak ve bu ürünleri deneme fırsatı yakalayacaklardır. Bu durum öğrencilerin neofobi eğilimini düşürerek neofili eğiliminin artmasına yardımcı olacaktır.

Öğrencilerin yurtdışı deneyimlerinin, farklı mutfak kültürleriyle olan etkileşimi artıracığından dolayı neofobi eğilimlerini azaltacaktır. Bu anlamda öğrenci değişim programları ya da yurtdışında staj imkânı öğrencilerin mesleki gelişmelerini olumlu yönde etkileyecektir.

Öğrencilerin eğitim aldıkları kurumlarda farklı mutfak kültürlerine ait derslere katılım sağlamaları, üniversitelerin ise yabancı şefleri konuk olarak derslere davet etmesi, daha yoğun uygulama eğitimi vermeleri, yeni ürünler, tendler hakkında bilgilendirici ve eğitici seminerlerin düzenlenmesi gıda neofobisi azaltarak neofili eğilimini yükseltebilecektir. Bu anlamda öğrencilerin farklı mutfak kültürlerine ve yeni ürünlere karşı bakış açıları değiştirilebilir ve olumlu anlamda katkı sağlanabilir. Ayrıca öğrencilerin ulusal ve uluslararası gastronomi festivallerine, yarışmalarına ve organizasyonlarına katılmaları dolayısıyla yeni mutfak kültürlerini keşfetmeleri mesleki açıdan fayda sağlayacaktır.

Diğer taraftan şef adayı öğrencilerdeki bu gıda kişilik özelliklerinin gıdalara karşı tutumunu da etkilediği görülmektedir. Özellikle neofili eğilimine sahip bireylerin gıdalara karşı daha olumlu tutum sergilediği görülmektedir. Araştırma bulguları

öğrencilerin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarının olumlu düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Öğrenciler açısından sokak lezzetlerinin gıda kalitesi, hizmet kalitesi ve parasal değer, memnuniyet haz alma duygusunun sokak lezzetlerini tercih etme üzerinde önemli çekicilik yarattığı söylenebilmektedir. Ancak sokak lezzetlerine ilişkin hijyen durumunun öğrenciler için endişe yarattığı görülmektedir. Öğrenciler sokak lezzetlerine ilişkin hijyen durumuna olumsuz tutum sergilemektedir. Bu anlamda sokak satıcılarının hijyen sanitasyon ve gıda güvenliği konusunda gerekli koşulları sağlamadıklarını ortaya koymaktadır. İlgili alanyazında dikkat çekici bir başka nokta ise bazı sokak satıcılarının hijyen konusunda yeterli bilgiye sahip oldukları ancak pratikte bunu göz ardı ettikleridir. Bu gıda güvenliği sorunu çevresel koşullar, satıcının kendisinden veya kamu kurumları kaynaklı ortaya çıkabilmektedir. Bu sonuçlar ışığında bazı öneriler şu şekilde sunulmaktadır;

Sokak satıcılarının hizmet sundukları alanlardaki koşulların iyileştirilmesi gerektiği görülmüştür. Söz gelimi; özellikle sabit faaliyet gösteren sokak satıcılarının temiz su kaynaklarına, atıkları düzenli şekilde bırakabilecekleri konteynırlara ve gıdaları muhafaza edebilecekleri kapalı alanlara olan ihtiyaçları karşılanmalıdır.

Kamu kuruluşları tarafından sokak satıcılarına gerekli hijyen sanitasyon, gıda güvenliği, gıda muhafaza teknikleri ve gıda pişirme teknikleri eğitimleri verilmeli ve denetime tabii tutulmalıdır. Sokak satıcılarının bu konularda aldığı eğitimlerin gıda güvenliği riskini minimuma düşeceği düşünülmektedir.

Birçok sokak satıcısı illegal şekilde faaliyetlerini sürdürmektedir. Sokak satıcıları için ruhsatlandırma gibi çeşitli standartların ve yasal zorunlulukların getirilmesi gıda kalitesini artıracak gibi gıda güvenliği riskini de azaltacaktır. Ayrıca sektörde kontrollü şekilde büyümesi sağlanmış olacaktır.

Sokak lezzetleri özellikle gastronomi turizmi için önemli çekicilik unsurlarından birisidir. Dolayısıyla sokak satıcılarını sektörden uzaklaştırmak yerine onları iyileştirici teşvik edici imkânlar sunulmalıdır. Bu anlamda sokak satıcıları için gerekli imkânlar (altyapı/üstyapı) sağlanmış özel alanlar oluşturulmalıdır. Bu özel sokak lezzetleri yerleşkelerinin turistler için de cazibe merkezi haline getirilmesi için çaba gösterilmelidir. Ayrıca sokak lezzetleri için pazarlama ve tanıtım faaliyetleri de göz ardı edilmemelidir.

Yapılan alanyazın taraması sonusunca gıda neofobi ve neofili eğilimini gastronomi mutfak sanatları ve aşçılık öğrencileri üzerinde inceleyen bir başka çalışmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda çalışma özgün, ilgili literatürde yer alan ilk çalışmadır. Literatüre katkı sağlamak ve konunun önemini daha da artırmak için benzer çalışmaların yapılması gerekmektedir. Özellikle deneysel ve uygulamalı çalışmalar yapılabilir veya farklı evrende çalışmalar yürütülebilir.

Diğer taraftan gastronomiye olan ilginin artmasıyla birlikte sokak lezzetleri son yıllarda daha da önemli hale gelmiş ve yapılan çalışmalarda artış gözlemlenmiştir. Sokak lezzetleri ile ilgili yapılan çalışmaların genel olarak gıda güvenliği, sokak lezzetlerine ilişkin tutum ve tüketici tercihleri, kadın sokak satıcıları ve istihdam gibi konular etrafında toplandığı görülmektedir. Konunun genişletilmesi ve önemine dikkat çekilmesi amacıyla Türkiye'nin Sokak lezzetlerinin belirlenmesi ve sınıflandırılması ile ilgili çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu konuda farklı çalışmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Abdussalam, M. And Kaferstein, F. K. (1993). "Safety Of Street Foods". *World Health Forum*, 14(2), 191-195
- Abrahale, K., Sousa, S., Albuquerque, G., Padrão, P. And Lunet, N. (2019). Street Food Research Worldwide: A Scoping Review. *Journal Of Human Nutrition And Dietetics*, 32(2), 152-174.
- Addessi, E., Galloway, A. T., Visalberghi, E., & Birch, L. L. (2005). Specific Social Influences On The Acceptance Of Novel Foods In 2–5-Year- Old Children. *Appetite*, 45, 264–271.
- Agard, L., Alexander, C., Green, S., Jackson, M., Patel, S., & Adesiyun, A. (2002). Microbial Quality Of Water Supply To An Urban Community In Trinidad. *Journal Of Food Protection*, 65(8), 1297–1303.
- Akar Şahingöz, S., & Ceylan, V. (2019). Yetişkin Bireylerde Gıda Neofobi Düzeyinin Belirlenmesi (Determination Of Food Neophobia Level In Adult Individuals). *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(2), 772–784.
- Akbaba A. Ve Çetinkaya N. (Edt.) (2018). *Gastronomi Ve Yiyecek Tarihi*. Ankara: Detay Yayınları.
- Akşit, N. A. (2019) Yerli Turistlerin Sokak Yiyeceklerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 47- 61.
- Alfiero, S., Lo Giudice, A. And Bonadonna, A. (2017), "Street Food And İnnovation: The Food Truck Phenomenon". *British Food Journal*, 119 (11), 2462-2476.
- Alimi, B. A. And Workneh, T. S. (2016). "Consumer Awareness And Willingness To Pay For Safety Of Street Foods In Developing Countries: A Review". *International Journal Of Consumer Studies*, 40(2), 242-248
- Alimi, B. A. And Workneh, T. S. (2016). "Consumer Awareness And Willingness To Pay For Safety Of Street Foods In Developing Countries: A Review". *International Journal Of Consumer Studies*, 40(2), 242-248
- Altunbağ, E. (2020). Türkiye'de Yazılı Medyada Sokak Lezzetleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Eskişehir.
- Alves Da Silva, S., Cardoso, R.D.C.V., Góes, J.T.W., Santos, J.N., Ramos, F.P., Bispo De Jesus, R., Sabá Do Vale, R. And Teles Da Silva, P.S. (2014), "Street Food On The Coast Of Salvador, Bahia, Brazil: A Study From The Socioeconomic And Food Safety Perspectives", *Food Control*, 40 (1,), 78-84
- Arambulo, P., Almeida R. C., Cuellar, S. J Ve Belotto, A. J. (1994). Street Food Vending In Latin America. *Bulletin Of Paho* 28(4), 2994
- Asperin, A. E., Phillips, W. J., & Wolfe, K. (2011). Exploring Food Neophobia And Perceptions Of Ethnic Foods: The Case Of Chinese And Thai Cuisines. *International Chrie Cinferece*, 222(2016),1–9.
- Aydın. B. (2020). Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Baah, N. G., Bondzi-Simpson, A., & Ayeh, J. K. (2020). How Neophilia Drives İnternational Tourists' Acceptance Of Local Cuisine. *Current Issues In Tourism*, 23(18), 2302–2318.
- Bäckström, A., Pirttilä-Backman, A. M., & Tuorila, H. (2004). Willingness To Try New Foods As Predicted By Social Representation And Attitude And Trait Scales. *Appetite*, 43, 75–83.

- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17
- Bayraktar, G. & Zencir, E. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7 (2), 1367-1382
- Barrena, R., & Sánchez, M. (2012). Neophobia, Personal Consumer Values And Novel Food Acceptance. *Food Quality And Preference*, 27(1), 72–84.
- Bell, D., & Valentine, G. (1997). Consuming Geographies: We Are Where We Eat. *London: Routledge*.
- Bektarım, N., Çakıcı, A. C. Ve Ballı, Ö. Ü. E. (2019) Sokak Lezzetleri Tüketim Sıklığı. 3. Uluslararası Turizmin Geleceği Konferansı: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2019) Bildirler Kitabı, 26-28 Eylül 2019, Mersin, Türkiye.
- Birch, L. L. (1979) Dimensions Of Preschool Children's Food Preferences. *Journal Of Nutrition Education*, 11, 77–80.
- Birch, L. L. (1980). Effects Of Peer Model's Food Choices And Eating Behaviours On Preschooler's Food Preferences. *Child Development*, 51, 489–496
- Birch, L. L., & Marlin, D. W. (1982). I Don't Like It; I Never Tried It: Effects Of Exposure On Two-Year-Old Children's Food Preferences. *Appetite*, 3(4), 353–360
- Birch, L. L., Mcphee, L., Shoba, B. C., Pirok, E. & Steinberg, L. (1987) What Kind Of Exposure Reduces Children's Food Neophobia? Looking Vs. Tasting. *Appetite*, 9, 171–178.
- Birch, L.L., Gunder, L., Grimm-Thomas, K. And Laing, D.G. (1998) Infants' Consumption Of A New Food Enhances Acceptance Of Similar Foods. *Appetite* 30, 283–295.
- Birdir S. S., İflazoğlu N. ve Birdir K. (2020). Turizm Öğrencileri Arasında Yeni Yiyecek Deneme Korkusu. Çukurova Üniversitesi İBF Dergisi, 2 (2), 349-362.
- Bhat, R. V., & Waghray, K. (2000). Profile Of Street Foods Sold In Asian Countries. *World Review Of Nutrition And Dietetics*, 86, 53–99
- Bryan, F. L., Michanie, S. C., Alvarez, P., And Paniagua, A. (1988). "Critical Control Points Of Street-Vended Foods In The Dominican Republic". *Journal Of Food Protection*, 51(5), 373-383
- Capiola A. And B. Raudenbush. (2012)."The Effects Of Food Neophobia And Food Neophilia On Diet And Metabolic Processing". *Food And Nutrition Sciences*, 3 (10), 1397-1403.
- Calloni, M. (2013). "Street Food On The Move: A Socio-Philosophical Approach". *Journal Of The Science Of Food And Agriculture*, 93(14), 3406-3413.
- Ceylan V., Muştu Ç. Ve Sarıışık M. (2020). Associations Between Food Neophobia And Culinary Creativity: A Study With A Sample Of Chefs And Bartenders In Turkey. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2020, 8 (4), 2402-2416.
- Cohen, M. (1990). Women And Urban Street Food Trade: Some Implications For Policy. *Epoc*.
- Cox, D. N., Evans, G., & Lease, H. J. (2007). The Influence Of Information And Beliefs About Technology On The Acceptance Of Novel Food Technologies. A Conjoint Study Of Farmed Prawn Concepts. *Food Quality And Preference*, 18, 813–823.
- Cooke, L. J., & Wardle, J. (2005). Age And Gender Differences In Children's Food Preferences. *British Journal Of Nutrition*, 93, 741–746
- Cooke, L. J., Haworth, C. M., & Wardle, J. (2007). Genetic And Environmental Influences On Children's Food Neophobia. *The American Journal Of Clinical*

- Nutrition*, 86(2), 428–433.
- Cooke, L. (2018). Genetic And Environmental Influences On Food Neophobia. In Food Neophobia . *Woodhead Publishing*.
- Chakravarty, I. 1994. Ensuring The Safety Of Street Foods In Calcutta. Proceedings Of The Second Asian Conference On Food Safety. Bangkok, Thailand, Sep. 19-23, 1994.
- Chakravarty, I. And Canet, C. (1996) Street Foods In Calcutta. Food. *Nutrition And Agriculture*, Publication No17/ 18, 30-37.
- Chavarria, L. C. T. And Phakdee-Auksorn, P. (2017). “Understanding International Tourists' Attitudes Towards Street Food In Phuket, Thailand”. *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73.
- Chauliac, M., T. Monnier, And M. A. Bendeck. 1994. Bamako School Age Children And Their Diet From Street Vendors (In French). *Santé* 4, 413- 423
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food Prefer- Ences Of Chinese Tourists. *Annals Of Tourism Research*, 37(4), 989–1011.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J. And Mak, A. H. N. (2011), “Attributes That Influence The Evaluation Of Travel Dining Experience: When East Meets West”. *Tourism Management*, 32(2): 307-316
- Choe, J. Y., & Cho, M. S. (2011). Food Neophobia And Willingness To Try Non-Traditional Foods For Koreans. *Food Quality And Preference*, 22(7), 671–677.
- Choi, J., Lee, A., And Ok, C. (2013). “The Effects Of Consumers’ Perceived Risk And Benefit On Attitude And Behavioral Intention: A Study Of Street Food”. *Journal Of Travel And Tourism Marketing*, 30, 222–237.
- Da Costa, M. C., Deliza, R., Rosenthal, A., Hedderley, D., & Frewer, L. (2000). Non Conventional Technologies And Impact On Consumer Behavior. *Trends In Food Science & Technology*, 11, 188–193.
- D’antuono, L. F., & Bignami, C. (2012). Perception Of Typical Ukrainian Foods Among An Italian Population. *Food Quality And Preference*, 25, 1–8.
- Da Silva, S.A., Vieira Cardoso, R.C., Góes, J.A.W., Santos, J.N., Ramos, F.P. Jesus, R.B., Vale, R.S., & Silva, P.S.T. (2014). Street Food On The Coast Of Salvador, Bahia, Brazil: A Study From The Socioeconomic And Food Safety Perspectives. *Food Control*, 40, 78-84.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.
- Demir. Ö., Acvıkurt, C. Ve Güleç, E. (2019). Eminönü'nde (İstanbul) Balık Ekmek Deneyimleri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (Özel Sayı), 201-2018.
- Dey, P. (2020). World's Top 10 Cities For Cheap Street Food. <https://Timesofindia.Indiatimes.Com/Travel/Web-Stories/Worlds-Top-10-Cities-For-Cheap-Street-Food/Photostory/78768562.Cms> (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Domjan, M. (2018). The Essentials Of Conditioning And Learning (4th Ed.). *American Psychological Association*.
- Dovey, T. M., Staples, P. A., Gibson, E. L. & Halford, J. C. G. (2008). Food Neophobia And ‘Picky/Fussy’ Eating In Children: A Review. *Appetite*, 50, 181-193.
- Dovey, T. M., Aldridge, V. K., Dignan, W., Staples, P. A., Gibson, E. L., & Halford, J. C. (2012). Developmental Differences In Sensory Secision Making Involved In Deciding To Try A Novel Fruit. *British Journal Of Health Psychology*, 17(2), 258–272.
- Dönmez Polat, D. Ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları:

- Teorik Bir Çalışma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 5(2), 117-124.
- Dünya Sağlık Örgütü (Who) (2002). Food-Borne Diseases, Emerging, Who Factsheets
- Dünya Sağlık Örgütü (Who) (1996) Essential Safety Requirements For Street-Vended Foods. Revised Edition, Who/Fnu/Fos/96.7. World Health Organization, Geneva.
- Draper, A. (1996). Street Foods In Developing Countries: The Potential For Micronutrient Fortification. John Snow, Incorporated, Omni Project.
- Eertmans, A., Baeyens, F., & Bergh, O.V. (2001). Food Likes And Their Relative Importance In Human Eating Behavior: Review And Preliminary suggestions For Health Promotion. *Health Education Research*, 16 (4), 443-56 .
- Ekanem, E. O. (1998). "The Street Food Trade In Africa: Safety And Socio-Environmental Issues". *Food Control*, 9(4), 211-215
- Epoc. 1984. Street Foods Progress Report #2. End Of Project Seminars: Senegal, Philippines, And Bangladesh. Washington, D.C.: *Equity Policy Center*.
- Epoc. 1985. Utilizing The Street Food Trade In Development Programmes: Final Report. Washington, D.C.: *Equity Policy Center*.
- Ekanem, E. O. (1998). The Street Food Trade In Africa: Safety And Socio-Environmental Issues. *Food Control*, 9(4), 211-215.
- Eren, K. A. (2020) Sokak Lezzetleri Girişimcilerinin Formal Ve İnfomal Eğitim Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Çalışma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisan Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir
- Fao (1986). Regional Workshop On Street Foods In Asia. Jakarta, Indonesia.
- Fao (2009). Good Hygienic Practices In The Preparation And Sale Of Street Food In Africa: Tools For Training,
- Fao (2012). Selling Street And Snack Foods. Fao Diversification Booklet.
- Fernández-Ruiz, V., Claret, A., & Chaya, C. (2013). Testing A Spanish-Version Of The Food Neophobia Scale. *Food Quality And Preference*, 28(1), 222–225.
- Fisher C., (2016). The World's Best Cities For Street Food, [Http://Www.Foodandwine.Com/Slideshows/Worlds-Best-Cities-For-Street-Food](http://www.foodandwine.com/slideshows/worlds-best-cities-for-street-food) (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Fischler, C. (1988). Food, Self And Identify. *Antropology Of Food*, 27(2): 275-292.
- Forbes, (2017) The World's Top 10 Cities For Street Food. Web: [Https://Www.Forbes.Com/Pictures/Ehlk45fiii/The-Worlds-Top-10-Cities-For-Street-Food 3/#2417524133ef](https://www.forbes.com/pictures/ehlk45fiii/the-worlds-top-10-cities-for-street-food-3/#2417524133ef) (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, A. C., Sobal, J. Ve Falk, W., L. (1996). Food Choice: A Conceptual Model Of The Process, *Appetite* (26), 247-266.
- Flight, I., Leppard, P., & Cox, D. N. (2003). Food Neophobia And Associations With Cultural Diversity And Socio-Economic Status Amongst Rural And Urban Australian Adolescents. *Appetite*, 41(1), 51–59.
- George D, Mallery P (2016). *Ibm Spss Statistics 23 Step By Step A Simple Guide And Reference* Routledge, New York.
- Ghosh M, Wahi S, Kumar M, Ganguli A. Prevalence Of Enterotoxigenic *Staphylococcus Aureus* And *Shigella* Spp. In Some Raw Street Vended Indian Foods. *Int J Environ Health Res*. 2007;17(2):151–157
- Giordano, S., Clodoveo, M. L., Gennaro, B. D., Ve Corbo, F. (2018). Factors Determining Neophobia And Neophilia With Regard To New Technologies Applied To The Food Sector: A Systematic Review. *International Journal Of Gastronomy And Food Science* 11 (2018) 1–19.

- Guliwe, T. 2013. Informal Traders Get A Leg Up In Gauteng. Business Report (Online), May 6: 1. Available: [Http://Www.İol.Co.Za/Business/News/İnformal/-Traders-Get-A-Leg-Up-İn-Gauteng](http://www.iol.co.za/Business/News/Informal-Traders-Get-A-Leg-Up-In-Gauteng) (Accessed 2 September 2013).
- Grace Falciglia, Stephanie Pabst, Sarah Couch & Cynthia Goody (2004) Impact Of Parental Food Choices On Child Food Neophobia. *Children's Health Care*, 33(3) 217-225.
- Gözgeç, H. Ve Aydemir, B. (2019). “Gastronomide Kadın Sokak Gıda Satıcıları: Bir Örnek Olay Çalışması”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4): 3854-3870.
- Gürsoy, D. (2013). Tarihin Süzgecinde Mutfak Kültürümüz. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Güzeler, N. Ve Çağla, Ö. (2017). Conceptual Analysis Of Street Flavors Of Turkey. *Annals Of The University Of Craiova-Agriculture, Montanology, Cadastre Series*, 47(2), 147- 155.
- Ghosh, M., Wahi, S., Kumar, M., And Ganguli, A. (2007). Prevalence Of Enterotoxigenic Staphylococcus Aureus And Shigella Spp. In Some Raw Street Vended Indian Foods. *International Journal Of Environmental Health Research*, 17(2), 151-156.
- Ha, Heonsu (2016). Effect Of Perceived Risk On Chinese Street Foods Of Korean Tourists On Eating Intention: Focusing On Moderator Effect Of Food Neophobia. *Culinary Science & Hospitality Research*, 22(7):253-266.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2005). *Multivariate Data Analysis* (6th Ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Hair Jf, Black Wc, Babin Bj, Anderson Re (2013) *Multivariate Data Analysis* (Pearson Education Limited, Harlow).
- Harper, L. V., & Sanders, K. M. (1975). The Effects Of Adults' Eating On Young Children's Acceptance Of Unfamiliar Foods. *Journal Of Experimental Child Psychology*, 20(2), 206–214.
- Heelan Ch. A., (2014) The World's Best Street Food: 12 Top Cities, Web: [Http://Www.Frommers.Com/Slideshows/818551-The-World-S-Best-Street-Food-12- Topcities#Slide837005](http://www.frommers.com/slideshows/818551-the-world-s-best-street-food-12-topcities#slide837005) Erişim Tarihi: 25.02.2021)
- Hsu, F. C., Robinson, R. N. S., & Scott, N. (2018). Traditional Food Consumption Behaviour: The Case Of Taiwan. *Tourism Recreation Research*, 1–14.
- Imathu, S. (2017). Street Vended Foods: Potential For Improving Food And Nutrition Security Or A Risk Factor For Foodborne Diseases In Developing Countries? *Current Research In Nutrition And Food Science*, 5 (2), 55-65
- Ismail, F. H., Chik, C. T., Muhammad, R., And Yusoff, N. M. (2015). “Food Safety Knowledge And Personal Hygiene Practices Amongst Mobile Food Handlers İn Shah Alam, Selangor”. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 222, 290-298.
- İrigüler, F. Ve Öztürk, B. (2016). Street Food As A Gastronomic Tool İn Turkey. *İ. International Gastronomic Tourism Congress Proceedings*, İzmir.
- Jang, S. Ve Kim, D. (2015). Enhancing Ethnic Food Acceptance And Reducing Perceived Risk: The Effects Of Personality Traits, Cultural Familiarity, And Menu Framing. *International Journal Of Hospitality Management*. 47: 85–95.
- Kabaran, S. (2011). Ailelerin Besin Seçiminin Çocukların Besin Seçimi ve Yeni Besin Deneme Fobisi Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara
- Kalaycı, Ş. (2006). Faktör Analizi. Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaplan, A. (2018). *Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi ve Neofili Etkisi*. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın.

- Kargiglioğlu, Ş. (2019). Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Destinasyon Seçimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: İstanbul İli Örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265
- Keskin, E., & Sezen, N. (2020). Restoranları Deneyimleyen Misafirlerin Neofobi Ve Neofili Düzeylerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1592–1606.
- Keskin, E. Solunoğlu, A. Ve Aktaş, F. (2020). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Memnuniyetin Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisinde Atmosfer Ve Sadakatin Aracı Ve Düzenleyici Rolü; Kapadokya Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8 (2), 1222-1246.
- Kim, Y-S. & Baek, S-H. (2015). Effect Of Food Neophobia On Restaurant Image, Customer Satisfaction, And Loyalty İn Ethnic Restaurant. *The Korean Journal Of Food And Nutrition*, 28(6), 1082-1089.
- Koivisto, U. K., & Sjö`De`N, P. O. (1996). Food And General Neophobia İn Swedish Families: Parent-Child Comparisons And Relationships With Serving Specific Foods. *Appetite*, 26, 107–118
- Koivisto-Hursti, U.-K., & Sjöden, P. (1997). Food And General Neophobia And Their Relationship With Self-Reported Food Choice: Familial Resemblance İn Swedish Families With Children Of Ages 7–17 Years. *Appetite*, 29, 89–103.
- Közleme, O. (2012). *Türk Mutfak Kültürü Ve Din*. Rağbet Yayınları: İstanbul
- Kültür ve Turizm Bakanlığı [https://Sgb.Ktb.Gov.Tr/Eklenti/1527, Faaliyetraporupdf.Pdf0](https://Sgb.Ktb.Gov.Tr/Eklenti/1527,Faaliyetraporupdf.Pdf0) Erişim Tarihi: 16.06.2021
- Kharel, N., Palni, U., Prakash Tamang, J. (2016). Microbiological Assessment Of Ethnic Street Food Of The Himalayas. *Journal Of Ethnic Foods*, 3 (3): 235-241
- Khuluse Sihle, D. (2015). Food Hygiene And Safety Practices Of Food Vendors. *University Of Technology In Durban*. Durban. South Africa
- Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., Et Al. (2007). Food Neophobia Shows Heritable Variation İn Humans. *Physiology And Behavior*, 91(5), 573–578.
- Knaapila, A., Sandell, M., Vaarno, J., Hoppu, U., Puolimatka, T., Kaljonen, A., & Lagström, H. (2015). Food Neophobia Ssociates With Lower Dietary Quality And Higher Bmi İn Finnish Adults. *Public Health Nutrition*, 18(12), 2161-2171.
- Kraig, B. And Sen, C. T. (2013). Street Food Around The World: An Encyclopedia Of Food And Culture. *Abc-Chlo, Llc*. Ca, Usa.
- Laureati, M., Bergamaschi, V., & Pagliarini, E. (2015). Assessing Childhood Food Neophobia: Validation Of A Scale İn Italian Primary School Children. *Food Quality And Preference*, 40, 8–15.
- Latimer, L. A., Pope, L. Ve & Wansink, B. (2015). Food Neophiles: Profiling The Adventurous Eater. *Obesity Journal*, 23(8), 1577-1581.
- Lee, S., Park, H., & Ahn, Y. (2019). The Influence Of Tourists' Experience Of Quality Of Street Foods On Destination's Image, Life Satisfaction, And Word Of Mouth: The Moderating Impact Of Food Neophobia. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 17(1), 163.
- Liu, R., Pieniak, Z., & Verbeke, W. (2013). Consumers' Attitudes And Behaviour Towards Safe Food İn China, A Review. *Food Control*, 33: 93-104
- Lusk, J. L., Roosen, J., & Fox, J. A. (2003). Demand For Beef From Cattle

- Administered Growth Hormones Or Fed Genetically Modified Cord; A Comparison Of Consumers In France, Germany, The United Kingdom And The United States. *American Journal Of Agricultural Economics*, 85, 16–29.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2018). The Effects Of Food-Related Personality Traits On Tourist Food Consumption Motivations. *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, 22(1), 1-20.
- Martins, Y., Pliner, P., 2005. Human Food Choices: An Examination Of The Factors Underlying Acceptance/Rejection Of Novel And Familiar Animal And Nonanimal Foods. *Appetite* 45, 214–224
- Matalas, A. L., Yannakoulia, M. (2000). Greek Street Food Vending: An Old Habit Turned New, (Pp 1-24). In Simopoulos A. P., Bhat, R. V. (Eds.), *Street Foods, World Review Of Nutrition And Dietetics*, 86. Karger Publishers
- Meiselman, H.L., Mastroianni, G., Buller, M. And Edwards, J. (1999) Longitudinal Measurement Of Three Eating Behavior Scales During A Period Of Change. *Food Quality And Preference* 10, 1–8.
- Meiselman, H.L., King, S.C., And Gillette, M. (2010). The Demographics Of Neophobia In A Large Commercial Us Sample. *Food Quality And Preference* 27(7), 893-897.
- Morelli, O. (2019). 10 The Best Cities In The World For Street Food. <https://Suitcasemag.Com/Articles/Best-Cities-World-Street-Food> (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Mcfarlane, T., & Pliner, P. (1997). Increasing Willingness To Taste Novel Foods: Effects Of Nutrition And Taste Information. *Appetite*, 28(3), 227–238.
- Mcmahan, E., & Estes, D. (2012). Age-Related Differences In Lay Conceptions Of Well-Being And Experienced Well-Being. *Journal Of Happiness Studies*, 13, 79– 101.
- Muhammed, R., Abdullah, K. M., Zahari, M. S. M. & Sharif, S. M. (2015). Revealing The Scenario Of Food Neophobia Among Higher Learning Institution Students From Klang Valley, Malaysia. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 170, 292-299.
- Muhammad, R., Ibrahim, M. A., Ahmad, R., & Hanan, F. (2016). Psychological Factors On Food Neophobia Among The Young Culinarian In Malaysia: Novel Food Preferences. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 222(216), 358–366.
- Muyanja, C., Nayiga, L., Brenda, N., And Nasinyama, G. (2011). “Practices, Knowledge And Risk Factors Of Street Food Vendors In Uganda”. *Food Control*, 22(10): 1551-1558.
- Nasinyama, G. W. 1992. Study On Street Foods In Kampala, Uganda. Rome And Kampala: Fao And Makerere University.
- Nestle, M., Wing, R., Birch, L., Disogra, L. Drewnowski, A. Et Al. (1998). Behavioral And Social Influences On Food Choice. *Nutrition Reviews*, 56(5), 50-64.
- Nebioğlu, O. (2018). Turistlerin Yemek Tüketim Davranışları Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Turizm Akademik Dergisi*, 01(5), 124–136.
- Nordin, S., Broman, D.A., Garvill, J., And Nyroos, M. (2004). Gender Differences In Factors Affecting Rejection For Food In Healthy Young Swedish Adults. *Appetite*, 43(3), 295-301.
- Ok, M Ve Kuira, E. (2005) Hygienic And Sanitary Practices Of Vendors Of Street Food In Nairobi, Kenya. *African Journal Of Food Agriculture And Nutritional Development (Ajfand)*, 5 (1), 2005.
- Okumus, B. Okumus, F. And Mckercher, B. (2007). Incorporating Local And International Cuisines In The Marketing Of Tourism Destinations: The Cases Of

- Hong Kong And Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Okumus, B., Chaulagain, S., & Giritlioglu, I. (2019). Examining The Impacts Of Job Stress And Job Satisfaction On Hotel Employees' Eating Behavior. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 1–18.
- Olabi, A., Najm, N. E. O., Baghdadi, O. K., & Morton, J. M. (2009). Food Neophobia Levels Of Lebanese And American College Students. *Food Quality And Preference*, 20(5), 353–362.
- Omemu, A. M. And Aderoju, S. T. (2008). “Food Safety Knowledge And Practices Of Street Food Vendors In The City Of Abeokuta, Nigeria”. *Food Control*, 19(4), 396-402.
- Otis, L. (1984) Factors Influencing The Willingness To Taste Unusual Foods. *Psychological Reports*, 54, 739–745.
- Otoo, M., Fulton, J., Ibro, G., & Lowenberg-Deboer, J. (2011). Women Entrepreneurship In West Africa: The Cowpea Street Food Sector In Niger And Ghana. *Journal Of Developmental Entrepreneurship*, 16 (1), 37–63
- Ozgen, L. (2014). Academicians' Attitude Towards “New Foods.” *Food And Public Health*, 4(6), 259–265.
- Özden, B. (2015). “İstanbul Sokak Satıcılarının Kullandıkları Seyyar Araçlar”. [Http://Foodinlife.Com.Tr/Makale/670](http://Foodinlife.Com.Tr/Makale/670) (Erişim Tarihi: 15.04 2023).
- Özdoğan, N. O. (2016) Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler Iı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Park, Bo-Kyung, & Cho, M.-S. (2016). Taste Education Reduces Food Neophobia And Increases Willingness To Try Novel Foods In School Children. *Nutrition Research And Practice*, 10(2), 221–228.
- Park, Bo -Kyung, & Choe, M. S. (2015). Taste Education Reduces Food Neophobia And Increases Willingness To Try Novel Foods In School Children. *Nutrition Research And Practice*, 10(2), 221–228.
- Posner, J. 1983. Street Foods In Senegal. Chevy Chase, Md: *Equity Policy Center*.
- Pliner P. (1982). The Effects Of Mere Exposure On Liking For Edible Substances. *Appetite*, 3(3), 283–290.
- Pliner, P. Ve Hobden, K. (1992). Development Of A Scale To Measure The Trait Of Food Neophobia In Humans. *Appetite*, 19(2), 105–120. [Https://Doi.Org/10.1016/0195-6663\(92\)90014-W](https://doi.org/10.1016/0195-6663(92)90014-W)
- Pliner, P., & Pelchat, M. L. (1991). Neophobia In Humans And The Special Status Of Foods Of Animal Origin. *Appetite*, 16, 205-218.
- Pliner, P., Pelchat, M. And Grabski, M. (1993) Reduction Of Neophobia In Humans By Exposure To Novel Foods. *Appetite*, 20 (2), 111–123.
- Pliner, P. (1994) Development Of Measures Of Food Neophobia In Children. *Appetite* 23, 147–163.
- Pliner, P., Eng, A. And Krishnan, K. (1995) The Effects Of Fear And Hunger On Food Neophobia In Humans. *Appetite* 25, 77–87.
- Pliner, P. & Loewen, E. R. (1997). Temperament And Food Neophobia In Children And Their Mothers. *Appetite*, 28(3), 239-254.
- Pliner, P., & Loewen, R. (2002). The Effects Of Manipulated Arousal On Children's Willingness To Taste Novel Foods. *Physiology & Behavior*, 76(4-5), 551–558.
- Pliner, P. And Melo, N. (1997) Food Neophobia In Humans: Eeffects Of Manipulated Arousal And Individual Differences In Sensation Seeking. *Physiology & Behavior*, 61, 331–335.
- Pliner, P., & Salvy, J. S. (2006). Food Neophobia In Humans. *The Psychology Of Food*

- Choice*, 3, 75–106.
- Privitera, D. And Nesci, F. S. (2015). “Globalization Vs. Local. The Role Of Street Food In The Urban Food System”. *Procedia Economics And Finance*, 22, 716-722.
- Pliner, P. & Stallberg-White, C. (1999). “Pass The Ketchup, Please”: Flavor Principles Increase Children’s Willingness To Taste Novel Foods. *Unpublished Manuscript*.
- Rane, S. (2011). Street Vended Food In Developing World: Hazard Analyses. *Indian J Microbiol* 51, 100–106.
- Reid, D. M., Fram, E. H., And Guotai, C. (2010). “A Study Of Chinese Street Vendors: How They Operate”. *Journal Of Asia-Pacific Business*, 11(4), 244-257.
- Rızaoğlu, B., Ayazlar A., R., & Gencer, K. (2013). Yiyecek Deneyimiyle İlgili Bireysel Eğilimlerin Sosyo- Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi: Kuşadası’na Gelen Yabancı Turistler Örneği. 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık, Kayseri, 669-687.
- Rheinländer, T. , Olsen, M., Bakang, J.A. , Takyi, H. , Konradsen, F., And Samuelsen, H. (2008), “Keeping Up Appearances: Perceptions Of Street Food Safety In Urban Kumasi, Ghana”, *Journal Of Urban Health*, 85(6), 952-964
- Ribeiro De Andrade Previato, H. D., & Herman Behrens, J. (2015). Translation And Validation Of The Food Neophobia Scale (Fns) To The Brazilian Portuguese. *Nutricion Hospitalaria*, 32(2), 925–930.
- Ritchey, P. N., Frank, R. A., Hursti, U. K. & Tuorila, H. (2003). Validation And Cross-National Comparison Of The Food Neophobia Scale (Fns) Using Confirmatory Factor Analysis. *Appetite*, 40(2), 163-173.
- Rozin, P., & Fallon, A. (1980). The Psychological Categorization Of Foods And Non-Foods: A Preliminary Taxonomy Of Food Rejections. *Appetite*, 1(3), 193-201
- Rozin, P. (1988) Cultural Approaches To Human Food Preferences. In: Morley, J.E., Serman, M.B. And Walsh, J.T. (Edt.) *Nutritional Modulation Of Neural Function*. Academic Press, New York, 137–153.
- Rozin, P. (2006). The Integration Of Biological, Social, Cultural And Psychological Influences On Food Choice. *The Psychology Of Food Choice*, 3, 19–39.
- Samancı, Ö. (2010). “19. Yüzyıl Sonlarında İstanbul Sokak Lezzetleri”. *Yemek Ve Kültür, Çiya Yayınları*, 21, 1-6.
- Sanjuán-López, A., Philippidis, G., & Resano-Ezcaray, H. (2011). How Useful Is Acceptability To Explain Economic Value? An Application On The Introduction Of Innovative Saffron Products Into Commercial Markets. *Food Quality And Preference*, 22, 255–263.
- Sobal, J. (1998) Cultural Comparison Research Designs In Food, Eating, And Nutrition. *Food Quality And Preference*, 9, 385–392.
- Sobal J. Bisogni, C.A., Devine C M., And Jastran M. A Conceptual Model Of The Food Choice Process Over The Life Course. *The Psychology Of Food Choice*, 3 , 1-18.
- Solunoğlu, A. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep Ve İstanbul Örnekleri. (Yayımlanmamış. Doktora Tezi). Ankara. Gazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solunoğlu, A. Ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 40, 59.
- Sünnetçioğlu, S. Ve Yıldırım, H. M. (2019). “Sokak Yiyeceklerinin Tüketiminde Satıcıya Olan Güven, Algılanan Risk, Algılanan Fayda, Tutum Ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*,

- Schickenberg, B., Van Assema, P., Burg, J., & De Vries, N. (2006). Level Of Food Neophobia In Dutch Adults And Association With Familiarity With And Willingness To Try New Healthful Food Products. *Appetite*, 47, 276.
- Schnettler, B., Crisóstomo, G., Sepúlveda, J., Mora, M., Lobos, G., Miranda, H., & Grunert, K. G. (2013). Food Neophobia, Nanotechnology And Satisfaction With Life. *Appetite*, 69(2013), 71–79.
- Shea, G. (2017). Best 23 Cities For Street Food From Miami To Tokyo. Web: <https://edition.cnn.com/travel/article/best-cities-street-food/index.html> (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Shepherd, R., & Dennison, C. M. (1996). Influences On Adolescent Food Choice. *Proceedings Of The Nutrition Society*, 55, 345–357
- Siegrist, M.; Hartmann, C.; Keller, C. (2013). Antecedents Of Food Neophobia And Its Association With Eating Behavior And Food Choices. *Food Quality Prefer*, 30, 293–298.
- Stallberg-White, C. And Pliner, P. (1999). Effect Of Flavor Principles On Willingness To Taste Unfamiliar Foods. *Appetite* 33, 209-221.
- Stoica, M., & Alexe, P. (2016). Factors Influencing Food Neophobia. A Brief Review. *Journal Of Research On Trade, Management And Economic Development*, 3(2), 35–41.
- Stratton, L. M., Vella, M. N., Sheeshka, J. & Duncan, A. M. (2015). Food Neophobia Is Related To Factors Associated With Functional Food Consumption In Older Adults. *Food Quality And Preference*, 41, 133-140.
- Şahin Ve Solunoğlu (2019). Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Sokak Yemeği Yeme Niyetinin Ölçülmesi: Mersin Örneği. *Journal Of Travel And Hospitality Management* 16 (3), 2019, 383-397.
- Şanlıer, N., Sezgin, A. C., Sahin, G., & Yassibas, E. (2018). A Study About The Young Consumers' Consumption Behaviors Of Street Foods. *Ciencia & Saude Coletiva*, 23(5), 1647–1656.
- Sezgin, Ceyhan A. And Şanlıer, N. (2016). “Street Food Consumption In Terms Of The Food Safety And Health”. *Journal Of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Şengel, T., Karagöz, A., Çetin, G., İstanbullu Dinçer, F., Ertuğral, S. M., Ve Balık, M. (2015). Tourists' Approach To Local Food. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 195, 429-437.
- Tanska, M., Babicz Zielinska, E. & Chaillot, A. (2017). Attitudes Of Elderly People Towards New And Unfamiliar Food. *Handel Wewnętrzny*, 1(366), 368-376.
- Taylor, D. S., Fishell, V. K., Derstine, J. L., Hargrove, R. L., Patterson, N. R., Moriarty, K. W., And Kris-Etherton, P. M. (2000). Street Foods In America-A True Melting Pot. In *Street Foods*. 86, 25-44. *Karger Publishers*
- Timothy, D. J. And Wall, G. (1997). Selling To Tourists: Indonesian Street Vendors. *Annals Of Tourism Research*, 24(2), 322–340.
- Tinker, I., And Cohen, M. (1986). *Street Foods As Income And Food For The Poor. Washington, D.C.: Equity Policy Center.*
- Tinker, I. (1997). *Street Foods: Urban Food And Employment In Developing Countries.* Cary, Nc: *Oxford University Press.*
- Tinker, I. (1999). “Street Foods Into The 21st Century”. *Agriculture And Human Values*, 16 (3), 327–333.
- Tinker, I. (2003). “Street Foods: Traditional Microenterprise In A Modernizing World”. *International Journal Of Politics, Culture, And Society*, 16 (3), 331–349.
- Tuncdogan, A., & Ar, A. A. (2018). Distal And Proximal Predictors Of Food

- Personality: An Exploratory Study On Food Peophilia. *Personality And Individual Differences*, 129, 171-174.
- Tuorila, H., Lähtenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food Neophobia Among The Finns And Related Responses To Familiar And Unfamiliar Foods. *Food Quality And Preference*, 12(1), 29–37.
- Tabachnick Bg, Fidell Ls (2013) Using Multivariate Statistics (Pearson Education Limited, Boston).
- The Local (2015). <https://www.thelocal.it/20150803/thank-the-ancient-romans-for-street-food>, Erişim Tarihi: 15.02.2021.
- Tracy Pawan, M., Langgant, J., Marzuki Mızal, K. Ve Abdullah Shakanı A. (2020). Neophilia-Neophobia: Food Personality On Street Food Experience. University Malaysia Sabah.
- Tno, Ipb, And Vu. 1992a. Production And Distribution Street Foods: A Socio-Economic Survey İn Bogor, West Java. Streetfood Project Working Report No. 5. Jakarta And The Hague: Bppt And Dgis.
- Üzülmez, Meral. 2018. *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi Ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Van Kampen, J., Gross, R., Schultink, W., And Usfar, A. (1998). "The Microbiological Quality Of Street Foods İn Jakarta As Compared To Home-Prepared Foods And Foods From Tourist Hotels". *International Journal Of Food Sciences And Nutrition*, 49(1), 17-26
- Van 'T Riet, H., Den Hartog, A. P., Mwangi, A. M., Mwadime, R. K., Foeken, D. W., & Van Staveren, W. A. (2001). The Role Of Street Foods İn The Dietary Pattern Of Two Low-Income Groups İn Nairobi. *European Journal Of Clinical Nutrition*, 55(7), 562–570.
- Van Trijp, H. C. M. Ve Van Kleef, E. (2008). Newness, Value And New Product Performance. *Trends İn Food Science & Technology*, 19, 562-573.
- Veeck, A. (2010). Encounters With Extreme Foods: Neophilic/Neophobic Tendencies And Novel Foods. *Journal Of Food Products Marketing*, 16(2), 246–260
- Verbeke, W., & Ward, R.W. (2006). Consumer Interest İn Information Cues Denoting Quality, Traceability And Origin: An Application Of Ordered Probit Models To Beef Labels. *Food Quality And Preference*, 17, 453-467.
- Von Barga, H. (2016) Street Foods: Hoboken: The Culinary Institute Of America.
- Von Holy, A. And Makhoane, F.M. 2006. Improving Street Vending İn South Africa: Achievements And Lessons Learned. *International Journal Of Food Microbiology*, 111(2):89-92.
- Wadolowska, Lidia & Babicz-Zielinska, Ewa & Czarnocinska, Jolanta, 2008. "Food Choice Models And Their Relation With Food Preferences And Eating Frequency İn The Polish Population: Pofpres Study," *Food Policy*, 33(2), 122-134.
- Webb, R. E., And S. A. Hyatt. 1988. Haitian Street Foods And Their Nutritional Contribution To Dietary İntake. *Ecology Of Food And Nutrition* 21:199-209.
- Winarno, F. G. And Allain, A. (1991). Street Foods İn Developing Countries: Lessons From Asia. Alimentation, Nutrition Et Agriculture (Fao). Alimentacion, Nutricion Agricultura (Fao).
- Yelsalı, R. (2017). Osmanlı Zamanından "Keşke Hala Olsa" Dedirten 16 Seyyar Satıcı, <https://yemek.com/osmanli-seyyar-saticilar/>, (Erişim Tarihi: 13.04.2021)
- Yıldırım, Ö. & Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal Of Tourism And Gastronomy*

- Studies*, 7 (2), 1077-1092.
- Yiğit, S., & Doğdubay, M. (2017). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 5(2), 162–168.
- Yiğit, S. (2018). *Etnik Mutfak Ürünlerinin Tercihinde Neofobinin Etkisi (Karşılaştırılmalı Bir Uygulama)*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal Effects Of Mere Exposure. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 9(2), 1–27.



Ekler

Ek1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu ‘Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Aşçılık Öğrenimi Gören Öğrencilerin Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Sokak Lezzetlerine İlişkin Tutumlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma’ konulu araştırma için hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevaplar tamamen bilimsel amaçlara uygun olarak değerlendirilecek ve gizli tutulacaktır. Bu nedenle cevaplarınızda samimi davranmanız çalışmanın güvenilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Vakit ayırdığınız ve ilgi gösterdiğiniz için teşekkür ederiz.

I.Bölüm: Kişisel Bilgiler

Cinsiyetiniz: ☐ Erkek ☐ Kadın

Yaşınız: (Lütfen Belirtiniz)

Yaşadığınız İl: (Lütfen Belirtiniz)

Ailenizin İkamet Ettiği Yerleşim Yeri: ☐ İl Merkezi ☐ İlçe Merkezi ☐ İlçe
☐ Kasaba/Köy

Medeni Durum: ☐ Evli ☐ Bekâr

Bölümünüz/Programınız: ☐ Gastronomi Ve Mutfak Sanatları ☐ Aşçılık

Kaçıncı Sınıftasınız: ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

Staj Yaptınız mı?: ☐ Evet ☐ Hayır

II.Bölüm: Gıda Neofobi Ölçeği

Lütfen Anketin Bu Bölümünde Bulunan İfadeleri Katılma Derecenize Göre İşaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Sürekli Yeni Ve Farklı Besinler Seçerim/Denerim.	1	2	3	4	5
2. Yeni Besinlere Güvenmem.	1	2	3	4	5
3. Yemeğin İçinde Ne Olduğunu Bilmiyorsa O Besini Tüketmem.	1	2	3	4	5
4. Farklı Ülkelere Özgü Yemekleri Severim.	1	2	3	4	5
5. Etnik Besinler, Yemek İçin Fazla Garip Görünüyorlar.	1	2	3	4	5

6. Yemek Davetlerinde Yeni Besinler Denerim.	1	2	3	4	5
7. Daha Önce Yemediğim Şeyleri Yemeye Korkuyorum.	1	2	3	4	5
8. Tüketeceğim Besinler Konusunda Çok Titizim.	1	2	3	4	5
9. Neredeyse Her Şeyi Yerim.	1	2	3	4	5
10. Yeni Etnik Restoranları Denemekten Hoşlanırım.	1	2	3	4	5

III.Bölüm: Sokak Lezzetleri Tüketimine İlişkin Sorular ve Sokak Lezzetleri Tutum Ölçeği

Sokak Lezzetleri Tüketim Sıklığınız: ☐ Hiç Tüketmem ☐ Haftada Bir Kez ☐ Haftada İki/Üç Kez ☐ Haftada Dört/Beş Kez ☐ Her Gün

Lütfen En Çok Tükettiğiniz Üç Sokak Lezzetini Tabloda İşaretleyiniz

Döner		Sokak Sandviçleri	
Köfte Ekmek		Yengen	
Balık Ekmek		Kağıt Helva	
Tantuni		Arnavut Ciğeri	
Kokoreç		Pişi	
Midye Dolma		İçli Köfte	
Simit		Pamuk Şeker	
Gözleme/Tost/Poğaç/Boyoz		Osmanlı Macunu	
Börek		Lokma Tatlısı	
Pide/Kır Pidesi		Halka Tatlısı	
Çiğköfte		Dondurma	
Sokak Lahmacunu		Şalgam	
Süt Mısır		Boza	
Nohutlu/Tavuklu Pilav		Bici Bici	
Kestane		Ayran	
Şırdan		Şerbetler	
Mumbar		Sıkma Meyve Suları	
Kumru		Turşu/Turşu Suyu	
Çibörek		Kuruyemişler (Fındık, Ceviz, Yer Fıstığı, Leblebi vb.)	
Kelle Söğüş		Diğer	
Islak Hamburger			

Lütfen Anketin Bu Bölümünde Bulunan İfadeleri Katılma Derecenize Göre İşaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Sokak Lezzetleri Çok Lezzetlidir.	1	2	3	4	5
2. Sokak Lezzetlerinde Yerel ve Taze Malzemeler Kullanılır.	1	2	3	4	5
3. Sokak Lezzetleri Doğaldır ve Katkı Maddesi İçermez.	1	2	3	4	5
4. Sokak Lezzetlerinin Kokusu Çekicidir.	1	2	3	4	5
5. Sokak Lezzetleri Doyurucu ve Besleyicidir.	1	2	3	4	5
6. Sokak Lezzetleri Görsel Olarak Çekicidir.	1	2	3	4	5
7. Sokak Lezzetleri Çeşitli ve Farklı Tatlar Sunar.	1	2	3	4	5
8. Sokak Lezzetleri Her Zaman ve Her Yerde Tüketilebilir.	1	2	3	4	5
9. Sokak Lezzetleri Doğru Sıcaklıkta Servis Edilir.	1	2	3	4	5
10. Sokak Lezzetlerinin Hazırlanma Teknikleri Farklıdır	1	2	3	4	5
11. Sokak Satıcıları Samimi ve Dost Canlısıdır.	1	2	3	4	5
12. Sokak Satıcıları Hızlı Hizmet Sunar.	1	2	3	4	5
13. Sokak Lezzetlerini Sipariş Etmek Kolaydır.	1	2	3	4	5
14. Sokak Lezzetleri Kolay Ulaşılabilir Konumdadır.	1	2	3	4	5
15. Sokak Lezzetleri Kendimi İyi Hissettiriyor.	1	2	3	4	5
16. Sokak Lezzetleri Beni Mutlu Ediyor.	1	2	3	4	5
17. Sokak Lezzetlerini Tatmak Eğlenceli Bir Deneyimdir.	1	2	3	4	5
18. Sokak Lezzetleri Sağlığıma Zarar Vermez.	1	2	3	4	5
19. Sokak Satıcıları Bakımlı ve Temizdir.	1	2	3	4	5
20. Sokak Lezzetleri Temiz ve Hijyeniktir.	1	2	3	4	5
21. Sokak Lezzetleri Stantları ve Arabaları Temiz Hijyeniktir.	1	2	3	4	5
22. Sokak Lezzetleri Daha Ucuzdur.	1	2	3	4	5
23. Sokak Lezzetleri İçin Verilen Paraya Değer	1	2	3	4	5
24. Sokak Lezzetlerinin Kalitesinden Memnunum	1	2	3	4	5
25. Sokak Lezzetleri Servisinden Her Zaman Memnun Kalırım	1	2	3	4	5