

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**UZAK DOĞU MUTFAĞINA YÖNELİK TUTUM İLE
GIDA NEOFOBİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

İREM DEMİRYÜREK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:

DOÇ. DR. AYŞE BÜŞRA MADENCİ

KONYA-2024



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	İrem DEMİRYÜREK		
	Numarası	21810201009		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ		
Tezin Adı	Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum ile Gıda Neofobisi Arasındaki İlişki			

“Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum ile Gıda Neofobisi Arasındaki İlişki” adlı tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

İrem DEMİRYÜREK



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	İrem DEMİRYÜREK		
	Numarası	21810201009		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ		
Tezin Adı	Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum ile Gıda Neofobisi Arasındaki İlişki			

Gıdalarla ilgili olarak yenilikten korkma, yeni gıdalara güvenememe, yiyeceklerin içerikleri bilinmediği takdirde tüketmeme ve çeşitli kültürlerin yiyecek ve içeceklerini tuhaf bulma durumu gıda neofobisi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu çalışmada gıda neofobisi ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Çalışma Konya’da faaliyet gösteren Uzak Doğu mutfağı restoranlarının müşterileriyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya 400 kişi katılmıştır. Verilerin elde edilmesi için anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 5 soru, ikinci bölümünde katılımcıların gıda neofobisi durumlarını belirlemeye yönelik 10 soru ve üçüncü bölümünde Uzak Doğu mutfağına karşı tutumu belirlemeye yönelik 22 soru yer almıştır. Elde edilen veriler tanımlayıcı analizler, faktör analizi, t-testi, Anova ve korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların cinsiyetleri gıda neofobisi ölçeğinin “yenilik arayışı” boyutunda anlamlı bir değişikliğe neden olurken “yenilik korkusu” boyutunda etkili olmamıştır. Yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumu “yenilik korkusu” ve “yenilik arayışı” üzerinde etkili olmamıştır. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutlarının tümü cinsiyet ve yaşa bağlı olarak anlamlı farklılık göstermiştir. “Olumlu tutum” ve “duyusal tutum”un eğitim düzeyine bağlı olarak önemli şekilde farklılaştığı, “olumsuz tutum”un ise eğitim düzeyiyle arasında anlamlı ilişki olmadığı görülmüştür. Katılımcıların gelir düzeyinin “olumlu tutum” ve “olumsuz tutum” üzerinde anlamlı farklılık oluşturduğu gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda gıda neofobisi ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum arasında negatif yönlü anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Uzak Doğu mutfağı yemeklerinin reklamının yapılmasıyla hem bu yemeklerin bilinirliği artırılırken hem de bu yemeklere karşı oluşan önyargının kırılmasıyla gıda neofobisinin önüne geçilebilir.

Anahtar Kelimeler: Gıda Neofobisi, Gıda Neofilisi, Etnik Mutfaklar, Uzak Doğu Mutfağı.

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü Müdürlüğü,
Ahmet Keleşoğlu İlahiyat Fakültesi, A Blok Zemin Kat,
Meram Yeni Yol 42090-Meram /KONYA

Tel : 0 332 201 00 60 e-posta : sosbil@erbakan.edu.tr
web: www.erbakan.edu.tr/sosyalbilimler/enstitusu



ABSTRACT

Author's	Name and Surname	İrem DEMİRYÜREK		
	Student Number	21810201009		
		Gastronomy and Culinary Arts		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Assoc. Prof. Ayşe Büşra MADENCİ		
Title of the Thesis/Dissertation	The Relationship Between Attitude Towards Far Eastern Cuisine and Food Neophobia			

Food neophobia is defined as the fear and reluctance of trying new food; feeling insecure against the innovation regarding food, not consuming foods unless their ingredients are known, and finding foods and beverages of various cultures strange. In this study, it is aimed to reveal the relationship between the food neophobia and the attitude towards Far Eastern cuisine. The study was carried out with the customers of Far Eastern cuisine restaurants operating in Konya. 400 people participated in the study. Survey method was used to obtain the data. The first part of the survey included 5 questions to determine the demographic characteristics of the participants, the second part included 10 questions to determine the food neophobia position of the participants, and the third part included 22 questions to determine their attitude towards Far Eastern cuisine. The obtained data were evaluated by descriptive analysis, factor analysis, t-test, ANOVA and correlation analysis. While the gender of the participants caused a significant change in the "novelty seeking" dimension of the food neophobia scale, it did not affect the "fear of innovation" dimension. Age, education level and income level did not affect "fear of innovation" and "search for innovation". All sub-dimensions of the attitude scale towards Far Eastern cuisine showed significant differences depending on gender and age. It was observed that "positive attitude" and "emotional attitude" differ significantly depending on the level of education, while "negative attitude" has no significant relationship with the level of education. It was observed that the income level of the participants created a significant difference on "positive attitude" and "negative attitude". As a result of the correlation analysis, it was seen that there was a significant negative relationship between food neophobia and attitude towards Far Eastern cuisine. By advertising Far Eastern cuisine dishes, food neophobia can be prevented by increasing the awareness of these dishes and breaking the prejudice against these dishes.

Keywords: Food Neophobia, Food Neophilia, Ethnic Cuisines, Far Eastern Cuisine.

TEŞEKKÜRLER

Lisans ve lisansüstü eğitimim sürecinde her konuda desteğiyle yanımda olan, anlayışla ve sabırla her sorunumun çözümünde yardımcı olan, gelişmem için elinden gelen her türlü imkanı sağlayan, kendime idol olarak gördüğüm, tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ'ye çok teşekkür ederim.

Lisansüstü eğitimim boyunca desteğini hissettiğim hocam Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN' e teşekkür ederim.

Tez çalışmam süresinde benden desteklerini esirgemeyen, her zorlukta bana cesaret veren Güldane ERDOĞAN başta olmak üzere tüm arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Hayatım boyunca beni maddi manevi her konuda destekleyen, her şartta arkamda olan, bana olan inancını hiçbir zaman kaybetmeyen; annem Ayşe DEMİRYÜREK, babam Naci DEMİRYÜREK, ablalarım Gülsüm DEMİRYÜREK KOYUNCU ve Elif DEMİRYÜREK ve abim Salih DEMİRYÜREK başta olmak üzere tüm aileme teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
TEŞEKKÜRLER	iv
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1.Gıda Neofobisi	3
1.1.2.Gıda Neofobisini Etkileyen Faktörler	5
1.1.3.Gıda Neofobisini Azaltma Yolları	11
1.1.4.Gıda Neofobisiyle İlgili Yapılan Çalışmalar	12
1.2.Uzak Doğu Mutfağı	16
1.2.1. Çin Mutfağı	16
1.2.2. Japon Mutfağı	19
1.2.3. Kore Mutfağı	21
1.2.4. Tayland Mutfağı	22
İKİNCİ BÖLÜM	24
MATERYAL VE METOT	24
2.1. Araştırmanın Amacı	24
2.2. Araştırmanın Önemi	24
2.3. Araştırmanın Hipotezleri	24
2.4. Araştırmanın Yöntemi	27
2.5. Araştırmada Veri Toplanması	27
2.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	27
2.7. Veri Analizi	27
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	29
BULGULAR	29
3.1. Güvenirlilik Analizi	29
3.2. Normallik Testi	32
3.3. Demografik Veriler	34
3.4.Faktör Analizi	37

3.5.Gıda Neofobisi Ölçeğine Yönelik Bulgular	41
3.6. Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğine Yönelik Bulgular	42
3.7. Gıda Neofobisi Ölçeğindeki İfadelerin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması	44
3.7.1. Cinsiyet	44
3.7.2. Yaş	45
3.7.3. Eğitim Düzeyi	46
3.7.4. Gelir Durumu	47
3.8.Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğindeki İfadelerin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması	47
3.8.1. Cinsiyet	48
3.8.2. Yaş	48
3.8.3. Eğitim Düzeyi	49
3.8.4. Gelir Durumu	50
3.9.Korelasyon Analizi	51
SONUÇ VE ÖNERİLER	55
KAYNAKÇA	58
EKLER	64

TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1. Ölçeklerin Cronbach's Alpha katsayısına göre güvenilirlik değerleri	29
Tablo 3.2. Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel Cronbach's Alpha katsayıları.....	29
Tablo 3.3. Araştırmada kullanılan gıda neofobisi ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları	30
Tablo 3.4. Araştırmada kullanılan Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları	30
Tablo 3.5. Araştırmada kullanılan gıda neofobisi ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları	33
Tablo 3.6. Araştırmada kullanılan Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları	33
Tablo 3.7. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı	35
Tablo 3.8. Katılımcıların yaş aralıklarına göre dağılımı	35
Tablo 3.9. Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımı	35
Tablo 3.10. Katılımcıların gelir durumuna göre dağılımı	36
Tablo 3.11. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı	36
Tablo 3.12. Gıda neofobisi ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları	38
Tablo 3.13. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları ...	39
Tablo 3.14. Gıda neofobisi ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri .	42
Tablo 3.15. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri.....	43
Tablo 3.16. Gıda neofobisi ölçeğinin cinsiyetlere göre karşılaştırılması	45
Tablo 3.17. Gıda neofobisi ölçeğinin yaşa göre karşılaştırılması	46
Tablo 3.18. Gıda neofobisi ölçeğinin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması	46
Tablo 3.19. Gıda neofobisi ölçeğinin gelir durumuna göre karşılaştırılması	47
Tablo 3.20. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin cinsiyete göre karşılaştırılması.	48
Tablo 3.21. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin yaşa göre karşılaştırılması.....	49
Tablo 3.22. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması.....	50
Tablo 3.23. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin gelir durumuna göre karşılaştırılması.....	51
Tablo 3.24. Gıda neofobisi ölçeği ve Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeği arasındaki korelasyona ilişkin bulgular.....	52

Giriş

İnsanoğlunun en temel ihtiyaçlarından biri beslenmedir. İnsanların yiyecek ve içecek tercihleri beslenme alışkanlıklarını oluşturmaktadır ve insanlar genellikle yeni ya da bilinmeyen gıdalara karşı hoşnut olmamaktadır (Pliner ve Hobden, 1992). Dolayısıyla insanlar yeni gıdalara karşı şüphe duyma gibi doğal bir tavır sergileyebilmektedir. Ancak bazı insanlar gıdalarda yenilik ve çeşitlilik arama eğilimine sahiptir. Başka bir ifadeyle insanoğlu gıdalarla ilgili tercihlerinde yenilikten korkabilmekte ya da yenilik arayışında olabilmektedir. Gıda neofobisi ve gıda neofilisi olarak adlandırılan bu iki eğilim davranışsal birer kişilik özelliği olarak kabul edilmektedir.

Gıda neofobisi, gıdalar ile ilgili olarak yenilikten korkma, yeni gıdalara güvenememe, yiyeceklerin içerikleri bilinmediği takdirde tüketmeme ve çeşitli kültürlerin yiyeceklerini ve içeceklerini tuhaf bulma olarak tanımlanabilmektedir. Gıda neofilisi ise gıdalarda yenilik arama, alışkın olunmayan gıdaları deneyimleme ve çeşitli mutfak kültürlerini merak ederek egzotik yiyecekleri tüketme noktasında istekli olmaya işaret etmektedir (Aksoy, 2007). İnsanların tüketmeyi tercih ettikleri yiyeceklere alışma durumu ile yeni ya da alışkın olmadıkları yiyeceklere karşı takındıkları tutum farklılık göstermektedir. Alışkın olunan yiyecekleri tercih etmek günlük beslenme ihtiyacını giderme bakımından kolaylık ve güven sağlamasına karşın zaman içerisinde beslenme alışkanlıklarında bir sıradanlığa neden olmaktadır. Beslenme alışkanlıklarında yaşanan bu kolaylık ve güven sağlayan eğilim yeni yiyeceklerin denemesinde ya da tüketilmesinde yaşanan istekliliği azaltmaktadır.

Gıda neofobisi etnik mutfaklara karşı sıklıkla görülmektedir. Etnik gıdalar, ait olduğu toplumda yer almayan tüketiciler tarafından o ülkenin kültürel ve sosyal özelliklerini yansıtan yiyeceklerdir. Kendi ülkeleri dışında etnik gıda olarak kabul edilen yemeklerin başında Yunan mutfağı, Kore mutfağı, Hint mutfağı, Tayland mutfağı ve Çin mutfağı gibi ülkelerin mutfakları yer almaktadır. Bir başka ifadeyle etnik gıdalar tüketicilerin sürekli olarak yemedikleri ve diğer ülkelere gelen gıdalardır (Ceylan ve Akar Şahingöz, 2019).

Küresel gıda pazarlarında etnik mutfaklar her geçen gün daha da popüler bir hale gelmektedir. Günümüzde tüketicilerin uluslararası mutfaklara alışması daha çok sayıda etnik restoranın açılması ile sağlanmaktadır. Uzak Doğu mutfakları etnik mutfaklar arasında yer almaktadır. Bu çalışma gıda neofobisi ile etnik bir mutfak olarak kabul edilen Uzak Doğu mutfağı üzerine gerçekleştirilmiştir. Literatür taramasında Uzak Doğu mutfağına yönelik az sayıda kaynağı rastlanmış olup günümüzde sayısı hızla artan bu etnik mutfağına yönelik tutum ile gıda neofobisi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Gıda Neofobisi

İnsanoğlu, vazgeçilmez bir fizyolojik gereklilik olan yemek yeme eylemini zaman içerisinde psikolojik, ekonomik ve sosyal olarak farklı nedenler ile gerçekleştirmeye başlamıştır. Gündelik hayatta beslenme olgusu içerisinde yer alan gıdalar yaşamın devam ettirilebilmesi için gerekli besinleri ifade etmektedir. Dolayısıyla gıda seçimi insanlar için önemli bir faktör olmakta ve insanların yiyecekleri tüketme durumu, direkt olarak gıda tercihleriyle ilgili bir eylem olarak kabul edilmektedir (Nebioğlu, 2018).

Bireylerin tüketmeyi seçtiği gıdalar vücuda giren besinsel bileşikleri belirlemekte aynı zamanda bu gıda seçimleri uzun vadeli beslenme alışkanlıklarının temelini oluşturmaktadır. İnsanların gıda seçimlerinde sosyal ve ekonomik faktörler önemlidir. Bununla beraber yiyecek seçimleri beslenme alışkanlıklarını oluşturmakta ve bireylerin duyuşsal beğenilerine, sosyal statülerine, ekonomik ve sağık durumlarına, yemek yeme alışkanlıklarına, psikolojik durumlarına ve çevresel birçok faktöre göre değışmektedir (Ozgen, 2014).

Bireylerde oluşan alışkanlıklar beslenme şekilleri üzerinde de etkili olmaktadır. Gıdalara yönelik alışkanlık insanların beslenme tercihlerinde önemli bir faktördür ve bireyler gereksinim duydukları herhangi bir şeyi alışkanlıklarına dayanarak kabul ya da reddedebilmektedir (Yiğit, 2018).

İnsan doğasında karşılaşılan yeni şeyleri deneyimleme noktasında isteksiz bir tutumda bulunabilmektedir. Neofobi, yeniliğe karşı duyulan korku, bireylerin bilmedikleri şeylerden çekinmesi ve yeni olan her şeye tedbirli olma durumu ile değışim karşısında dirençli olma gibi unsurlarla ifade edilmiştir. Neofobi, bireylerin yaşamlarını ciddi boyutta etkilemektedir. Bireyler yeni bir olay, olgu ve durum karşısında kendilerini savunma ihtiyacı hissetmektedir. İnsanlar, yeni bir yaşam alanına dahil olma noktasında, yeni eşyaların ya da yeni yiyeceklerin denenmesi karşısında isteksiz davranabilmektedirler. Genellikle insanların doğasında aynı eşyaları aynı biçimde kullanmak, aynı saat aralığında aynı işi gerçekleştirmek ve

alışkın oldukları gıdaları tercih etmek gibi devamlılık gösteren davranışların sürdürülmesi neofobi ile ilişkili olabilmektedir (Öztürk, 2019).

Bireyler kendilerine zararlı olabileceklerini düşündükleri yiyecekleri tüketmekten genellikle kaçınmaktadır. Dolayısıyla gıda neofobisi de biyolojik bir duruma işaret etmektedir. Gıda neofobisi içerisinde yer alan gıda kavramı “*doğal ya da işlem ile elde edilmiş olan, bedene alınarak dokuları oluşturan, besleyen ya da onararak aynı zamanda ise bedene enerji sağlayan yenebilen her şey*” olarak tanımlanabilmektedir (Aksoy, 2007). İnsanlar karşılaştıkları yeni gıdalara da benzer bir isteksizlik sergileyebilmektedir (Muhammad, Abdullah, Zahari ve Sharif, 2014).

Tarihsel süreç içerisinde gıda neofobisi, insanların gıdaların zehirli ya da zararlı olduklarını bilememe durumu ile bağdaştırılmıştır. Günümüz modern toplumunda ise gıdaların güvenliği genel anlamda garanti altına alınmış olduğundan gıda neofobisinin anlamı değişmekle birlikte yeni ve bilinmeyen besinleri reddetme olarak tanımlanan gıda neofobisi, insanları ve hayvanları zararlı besinlerden koruyan fizyolojik bir terim olarak açıklanmaktadır (Cho ve Park, 2016). Alışkın olunmayan ve toksik içerikli gıdaların zehirlenme olasılığını düşüren gıda neofobisi aynı zamanda beslenme çeşitliliğini azaltmaktadır (Rozin, 2006).

Gıda neofobisi, geleneksel ve alışıldık olmayan, farklı bölgelere ve ülkelere ait yemekleri tüketmekten korkma anlamına gelmesinin yanı sıra insanların, yirminci yüzyılın son yarısından itibaren ortaya çıkan mutfak akımları sayesinde ortaya çıkan yiyeceklere de temkinli yaklaşma durumu olarak açıklanabilmektedir (Ceylan ve Akar Şahingöz, 2019).

Gıda tüketimleri konusunda neofobi olgusu, etkili bir korku olarak kendini göstermektedir. Bireyler yeni yiyecekleri tecrübe etmeleri ve kabullenmeleri noktasında zorluklar yaşamaktadır. Ancak alışkın oldukları ve tadını bildikleri yiyecekleri tüketme eğilimleri ise oldukça üst düzeydedir (Pliner ve Hobden, 1992).

Gıda sektörü sürekli olarak yeni pişirme ve tüketim teknikleri ile yeni reçeteler geliştirmektedir. Bu durum gıda neofobisi eğilimlerinde etkili olabilmektedir. Doğal,

katıksız ve sağlıklı bir imaj yaratma görüşü gıda sektörünün bu alana yönelmesine yol açmıştır (Fenko, Leufkens ve Hoof, 2015).

Yeni gıdaların tadılması ve denenme isteğinin az olması şeklinde ifade edilen gıda neofobisi gibi bir kişilik özelliği olarak kabul edilen gıda neofilisi ise yeni gıdaların denenmesi yönünde isteğin fazla olduğunu göstermektedir. Neofili olgusu yeni ve alışkın olunmayan gıdalara duyulan ilgi olarak tanımlanabilmektedir. Ayrıca gıda neofilisi, bireylerin yeni gıda eğilimlerine ve gıda tercihlerindeki çeşitlilik arayışlarına işaret etmektedir (Pliner ve Hobden, 1992). Gıda neofilisi, tüketicilerin yeni gıdalara karşı heyecan duyması, merak etmesi ve denemek istemesi olarak açıklanabilmektedir (Keskin ve Sezen, 2020).

Neofobik ve neofilik eylemler, tüketicilerin zihinlerinde oluşan ve hal ve hareketlerine yansıttıkları durumlardır. Yeni ve bilinmeyen gıdalara karşı tüketicilerin hissettikleri onların yeni gıdaları deneyimlemelerini ya da yeni gıdadan kaçınmalarını sağlamaktadır (Keskin ve Sezen, 2020).

1.1.2. Gıda Neofobisini Etkileyen Faktörler

Gıda seçimi, tüketicilerin gıdaları düşündükleri, hissettikleri ve tükettikleri bir süreçtir. Gıda seçimi bireylerin sadece sağlığını etkilemekle kalmaz, bölgesel, ulusal ve küresel düzeylerde de etki göstermektedir. İnsanlar psikolojik, sosyolojik, kültürel geçmişlerine göre seçimler yapmakta ve bu etkenler arasında denge kurmaya çalışmaktadır (Roudsari vd., 2017).

Gıda neofobisi, tercihlerde ve ürünlerin kabul edilebilirliğinde ciddi bir etkiye sahiptir. Neofobi eğilimine sahip tüketiciler yeni ve alışılmadık gıda ürünlerine yönelik olumsuz tavırlar sergilemekte ve daha az haz almaktadır. Psikolojik faktörler zihin ve duygularla bağlantılıdır ve bireylerin geçmişlerine, yaşamlarına göre farklılıklar gösterir. İnançlar, alışkanlıklar, değerler, deneyimler gibi etkenler, yemek seçiminde etkili olmakta bunların yanı sıra duygular, benlik kavramı ve tutumların sonucunda yapılan seçimlerde değişimler meydana gelebilmektedir (Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan, 2016).

Bireylerdeki neofobi eğilimi bir durumdan kaynaklanacağı gibi göreceli tercihlerden de kaynaklanabilen kişisel bir özellik olarak görülebilmektedir. Neofobi, belli bir zaman için geçerli olabileceği gibi kalıcı bir davranışa da dönüşebilmektedir (Fenko, Leufkens ve Hoof, 2015).

Neofobi düzeylerinin belirlenmesinde sosyal etkiler, bireysel tecrübeler ve durumsal çeşitlilikler ile bireylerin yiyecekleri tercih etme durumları etkilidir. Yeni gıdaların bireyler tarafından reddedilmesi veya bireylerin yeni gıdalara karşı direnç göstermesi noktasında üç temel faktör bulunmaktadır. Bunlardan ilki yiyeceğin renk, koku, görünüm gibi duyuşal özelliklerinden hoşlanmama iken ikincisi gıdanın tüketilmesi durumunda yaşanabilecek olumsuz sonuçlardan çekinme ya da korku duyma durumudur. Son olarak üçüncü neden gıdanın doğası ve yapısından kaynaklanan bir tiksintidir. Bu üç ana neden bireysel deneyimin gıda seçiminde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Gıdanın tüketilmesinin ardından yaşanan olumsuz biyolojik bir sonuç gıdanın reddine ya da gıdaya karşı isteksizliğe neden olabilmektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler, 2014; Stocia ve Alexe, 2016). İğrenme, fikir olarak gıdanın bireyler tarafından reddedilmesidir. Bir başka deyişle, gıdaların içeriği, anavatanı, kim tarafından üretildiği gibi kaygılarla reddedilmesidir. Örneğin yılan balığı, yılan benzemesi sebebiyle yemek istenilmeyebilir. Duygusal açıdan bakıldığında zaman sevimli bir hayvan olarak görülen tavşanlara duyulan sempatiden dolayı tüketme isteği bulunmayabilmektedir (Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan, 2016).

Stocia ve Alexe (2016)' ye göre gıda neofobisine etki eden faktörler eğitim seviyesi ve yaşam tarzı gibi unsurları barındıran sosyodemografik özellikler, uyarılma, gıdalara aşinalık ve maruz kalmayı barındıran kişisel deneyimler ve alışkanlıklar, reklamlar, yeme içme modaları ve diğer insanların tavsiyeleridir. Daha geniş bir yönden ele alındığında bireylerde gıda neofobisini etkileyen faktörler aşağıdaki gibidir;

- Davranışsal ve psikolojik etkiler (endişe, öfke, korku)
- Sosyodemografik özellikler (yaş, din, kültür, cinsiyet, eğitim seviyesi)
- Sosyal etkiler

- Genetik ve çevresel etkiler (aile, yetiştirme şekli)
- Gıda sektöründe uygulanmakta olan yeni teknolojik uygulamalar (nanoteknoloji, genetik modifikasyon, fonksiyonel ürün)
- Uyarılma (korku, açlık)
- Durumsal etkiler (yiyeceğin duyuşsal özellikleri; koku, tat, görüntü ve besin değeri).

İnsanların yiyecek seçimlerindeki zenginlik ve karmaşıklık biyoloji, psikoloji, sosyoloji ve tıp gibi pek çok disiplin ile etkileşim halinde olmasına neden olmaktadır. Yiyecek seçimleri bireylerin neyi, ne şekilde, hangi zaman diliminde, hangi konumda ve kiminle yedikleriyle; gıda ve yemek yeme davranışları içerisinde bulunan diğeri bütün faktörleri de içinde bulundurmaktadır (Rozin, 2006). Gıda neofobisine yeme baskısı, psikolojik faktörler, kişilik faktörleri, ebeveyn yönlendirmeleri, dini inançlar, sosyal çevre, yaş ve kültür gibi farklı faktörler etki etmektedir (İstanbullu Dinçer, Bayram ve Ak, 2019). Gıda neofobisi ayrıca yetişkinlerde düşük diyet kalitesiyle ilişkilendirilmektedir (Jezewska-Zychowic, Plichth, Drywien ve Hamulka, 2021). Bireylerin yeni ve alışkın olmadıkları yiyecekleri reddetmesinde ve gıda neofobisi tutumlarını oluşturmaları noktasında durumsal farklılıklar bulunmaktadır. Durumsal farklılıklar arasında yiyecek hakkında edinilen bilgi, sosyal etki, uyarılma, yenilik durumundaki miktar ve duyuşsal özellikler yer almaktadır (Pliner ve Salvy, 2006).

Gıdaların koku, doku, renk, tat ve sıcaklık gibi çeşitli özelliklere sahip olmasından kaynaklı olarak bireylerin gıda seçimlerinde ve beslenme alışkanlıklarında bu özelliklere karşı gösterdikleri tepki önemlidir (Domjan, 2018). İnsanların doğumlarından önce başlayan kokulara ve tatlara alışkın olma durumları doğumları sonrası yaşama geçiş ve erken dönem içerisinde gıda tercihlerinin oluşmasını sağlamaktadır. Gıdaların duyuşsal özellikleri yeni ve alışkın olunmayan yiyeceklerin kabul edilmesi ya da reddedilmesi noktasından temel belirleyicidir. Yeme davranışı dokunma, görme ve koku gibi duyuşsal yöntemlerin entegrasyonunu içermekle beraber en çok ise tat alma ile ilişkilendirilebilmektedir. Ayrıca bir yiyeceğin denenmesi noktasında öncelikli olarak görme, dokunma, koku ve doku etkili olmakta sonrasında

ise bu yiyeceğin tadına bakılıp bakılmaması konusunda karar verilmektedir (Martins ve Pliner, 2005).

Bireyler, kendilerine yeni ve yabancı olan gıdaların denenmesi ve tadılması noktasında olumsuz bir tutum takındıkları için gıda neofobisi kişilik özelliği olarak nitelendirilmektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler, 2014). Gıda neofobisine sahip bireyler davranışsal bu durumda sosyalleşme, yeni insanlar ile tanışma ya da yeni ortamlarda yer alma gibi alanlarda isteksiz bir tutum sergilemektedir. Aynı biçimde yiyeceklere karşı da isteksiz bir tutum takınan neofobikler, genellikle alışkın oldukları yiyecekleri tercih etmektedir. Öğrenilmiş bir güvenlik davranışı olarak nitelendirilen bir yiyeceğe tekrar maruz kalma durumu, o yiyeceğin beğenilmesini ve tercih edilmesini sağlamakta aynı zamanda da tüketimini artırmaktadır. Öğrenilmiş güvenlik olarak nitelendirilen bu durum yiyeceğin beğenilmesine ya da beğenilmemesine dayanan süreci ifade etmektedir. Bu doğrultuda alışkın olunmayan yeni gıdanın olumsuz sonuçlarının olmaması o gıdanın tekrar tüketilmesine yol açmakta ve böylece gıda daha çok kabul görmektedir (Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan, 2016).

Gıda neofobisi eğilimi yüksek olan bireylerde, psikolojik faktörlerin zihin ve duygular ile ilişkilendirilebileceği ileri sürülmektedir. Bireylerin geçmişlerine ve yaşam tarzlarına göre değişen psikolojik faktörler, alışkanlıklar, inançlar, değerler ve gıda ile ilgili geçmiş yaşantılar yiyecek seçiminde sürekli bir etkiye sahiptir. Bunun yanı sıra benlik kavramı ve tutumlar ise her geçen gün değişiklik göstermektedir. Motivasyon, kişilik, yiyeceklere dair tutumlar psikolojik faktörler arasında yer almakta ve gıda neofobisi ile beslenme davranışı üzerinde etkili olmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992). Psikolojik olarak ele alındığında insanlar, yaşamlarının büyük bir çoğunluğunda uyum ve denge arayışındadır. Dolayısıyla planlanmayan her şeye karşı bir tedbir ve savunma geliştirme durumunda olan bireyler, kendileri dışında oluşan yeniliklerden, belirsizliklerden ve değişikliklerden rahatsız olmaktadır. Buna bağlı olarak bireyler, yenilikten ve belirsizlikten meydana gelen psikolojik gerilimlerden kaçınma eğilimi göstermektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler, 2014).

Bireylerin neofobi eğilimlerine etki eden bir diğer faktör ise yaşadıkları yerlerdir. Gıdaların bulunabilirliği noktasında belli bir bölgenin daha avantajlı olması

neofobi eğilimini belirleyebilmektedir. Örneğin kentsel alanda yaşamakta olan bireyler yeni yiyecekleri tatma noktasında daha istekli ve kırsal alanda yaşamakta olan bireylere göre yeni yiyeceklerle karşılaşma noktasında daha avantajlıdır. Kırsal kesimlerde ikamet eden bireylerin alışılmadık ve yeni gıdalarla daha az karşılaşmalarından kaynaklı olarak neofobi eğilimlerinin daha yüksek seviyelerde olduğu belirtilmektedir (Pliner ve Salvy, 2006). Amerika gibi çok sayıda ırk ve kültürden birey barındıran ülkelerin gıda neofobisi düzeyi düşüktür. Farklı kültürlerle bir arada yaşamak ve bulunmak yeniliğe ve çeşitliliğe daha açık olmayı da beraberinde getirmektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençer, 2014). Yeni ve farklı mutfak deneyimlerinin ön planda olduğu turizm faaliyetlerine katılan turistlerden bazıları değişimden çekinerek farklı gıdalara karşı neofobi eğilimi gösterebilmektedir (Türker ve Akmanoğlu, 2022). Turistlerin, farklı ülkelerin mutfak kültürlerine önyargılı yaklaşması beklenen bir durumken, kendi mutfak kültürlerine benzer destinasyonlara yapılan ziyaretlerde de lokal gıdalardan kaçma eğilimi gösterdiği görülebilmektedir (Algül ve Konaklıoğlu, 2020).

Gıda seçimlerinde dini yasakların da etkili olduğu ortaya koyulmuştur. Helal kavramının tüketicilerin gıda seçiminde önemli bir rolü olduğu belirtilmiştir (Roudsari vd., 2017).

Bireylerin tat ve gıda seçimleri ile yiyeceklere yönelik isteksizlik gibi unsurlar üzerinde erkekler ve kadınlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Konu ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalarda gıda seçimlerinde cinsiyetin etkisi net olarak belirtilmektedir. Bazı çalışmalar neofobi eğilimlerinin kadınlarda erkeklere kıyasla daha yüksek olduğunu bildirmektedir. Sivrikaya (2019), yapmış olduğu çalışmada kadınların gıda neofobisi düzeyinin erkeklere kıyasla daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Aynı şekilde Soylu, Taştan, Eban ve Aslantürk (2021), yaptıkları çalışmada kadınların yeni gıdalara karşı duyduğu korkunun erkeklerin yeni gıdalara karşı duydukları korkuya göre daha yüksek oranda olduğunu bulmuştur. Kadınların yetiştirilme tarzının erkeklere göre daha kısıtlayıcı olması sebebiyle kadınlar hayatlarının her alanında güven arayışı içindedir ve bu durum gıdalara güvenmemelerine sebebiyet verebilmektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençer, 2014).

Ayrıca geleneksel ve alternatif tıbbın gıda seçimine etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Geleneksel ve alternatif tıp, sağlık için olumlu etki yaratmış olup insanların huzur ve rahatlarına katkıda bulunmuştur (Roudsari vd., 2017).

Eğitim seviyesi ve gelir seviyesi gıda neofobisini etkileyen diğer faktörler arasında yer almaktadır. Bireylerin eğitim ve gelir seviyeleri arttıkça neofobi düzeylerinin azaldığı görülmektedir. Eğitim durumu bireylerin kültürler arası daha çok bilgiye sahip olmasına yol açmakta ve bireylerin meslekleri nedeniyle ülkeleri dışında ikamet etmeleri sonucu çeşitli mutfak kültürlerini tanımaları gıda neofobisini azaltmaktadır (Ozgen, 2014).

İş ve çalışma saatleri yiyecek seçiminde oldukça etkilidir. Sosyal etkinlikler gıda seçimi konusunda önemli rol oynamaktadır. Partiler, toplantılar, bayramlar ve özel günlerde yemek türleri çok daha çeşitlidir ve yeni yiyecekler sıklıkla denenir. Reklamların gıda seçiminde büyük etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Televizyon ve radyo dahil olmak üzere kitle iletişim araçlarının reklamını yaptığı gıdaların sağlıklı, güvenli ve tüketilebilir olduğuna inanılmaktadır. Bunların yanında internette gıda ve gıdanın sağlık üzerine etkisine dair bilgiler edinilmesi gıda seçimine büyük etki etmektedir. Gıda seçiminde etkili en önemli etkenlerden biri de hane halkının sosyoekonomik durumudur. Sosyoekonomik durum ne kadar kötüleşirse, seçilen ve tüketilen gıdaların kalitesi, miktarı, çeşitliliği de aynı oranda düşmektedir (Roudsari vd., 2017).

Alışkın olunmayan bir gıda hakkında bilgi sağlama noktasında bireylerin kendi deneyimleri yani gıdaya maruz kalma durumları önemlidir. Bireyler genel itibarıyla yeni yiyeceklerin tatsız olduğunu düşünerek denemekte çekimser davranabilmektedir. Ancak alışkın olunmayan lezzetli yiyeceklere maruz kalan bireyler olumsuz beklentilerini değiştirebilmektedir. Bunun yanı sıra diğer bir durumsal faktör olan sosyal etki ise bireyin çevresindeki insanlardan etkilenmesi ve o insanların tüketmiş oldukları benzer yiyecekleri tüketmeye istekli olmasıdır (Ozgen, 2014). Neofobi eğilimi gösteren bireyler, bilmedikleri yiyecekleri deneyimleyerek güvenli olduklarına inanabilmektedir. Böylece bireyler neofobi eğilimlerini tecrübe ederek aşabilmektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler, 2014).

1.1.3.Gıda Neofobisini Azaltma Yolları

Bireylerde gıda neofobisi düzeyini azaltan faktörlerin başında maruz kalma gelmektedir. Sürekli olarak maruz kalınan yiyeceklere karşı bireyler olumlu deneyimleriyle kabullerini arttırmaktadır. Yeni ve alışılmadık yiyeceklere karşı zorla maruz kalma neofobi düzeyinde olumlu etkide bulunmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006).

Gıda neofobisi çeşitli faktörler ile azaltılarak, bireylerin yeni ve alışkın olmadıkları yiyeceklerden kaçınmaları noktasında tam tersi bir etki oluşturularak yiyeceklere daha istekli yaklaşma olanağı sağlanabilmektedir. Örneğin korku ve açlık gibi uyarılmanın azalması, yeni yiyecekler hakkında edinilen bilgiler, şehirleşme ve farklı kültürlerin deneyimlenmesi, eğitim ve gelir seviyesinin artması, olumlu deneyimler ve alışılmadık yiyeceklere maruz kalma gibi davranışlar ile bireylerin neofobi eğilimleri azaltılabilir (Çıtak, 2021).

Yiyeceklerin kabul edilmesinin sağlanması ve sürdürülmesi noktasında duygusal, kültürel, kişisel ve durumsal pek çok faktör etkili olmaktadır. Önceki yıllarda gerçekleştirilen araştırmalar kapsamında gıda neofobisi üzerindeki etkiler belirlenerek ilgili faktörler ortaya çıkarılmıştır. Bu faktörlerden en etkili olanı yeni ve alışılmadık gıdalara maruz kalmaktır. Çalışmalar kabul edilebilir bir lezzeti olan yeni yiyeceği denemenin, gıda neofobisine olumlu etki ettiğini göstermektedir. Dolayısıyla yeni ve alışılmadık yiyeceğe maruz kalmak o yiyeceğe karşı geliştirilen neofobi düzeyini azaltmaktadır (Gençel, 2021).

Ülkelerin kendilerine özgü çeşitli ürünleri, baharatlar ve soslardan oluşan lezzet ilkeleri bulunmaktadır. Geleneksel ürünler ile baharatlar pek çok yemekte yer almaktadır. Geleneksel ürünlerin kültüre dahil olacak yeni bir yiyecek ile sunulması bireylerin yeni gıdayı kabul etmesi noktasında olumlu bir etkide bulunabilmektedir. Dolayısıyla bireylere güvenli bir tat algısının yaratılması sağlanmakta ve neofobi düzeyi azaltılmaktadır. Neofobik bireyler yeni gıdalara yaklaşma noktasında yaşadıkları isteksizliğe karşın tanıdık lezzet ilkesinin eklenmesi ile alışılmadık gıdalara maruz kalmakta böylece neofobi düzeyi azaltılmaktadır (Rozin, 2006).

Neofobi düzeyinin azaltılmasının bir diğer yolu klinik ortamda çocukların ve yetişkinlerin gıda neofobisinin tedavisi ile sağlanmaktadır. Gıda neofobisi tedavisinde gevşeme eğitimi, sistematik duyarsızlaşma diğer bir adıyla maruz bırakma, yiyecek ile ilgili tat ve koku gibi kötü düşüncelerin değiştirilmesini ifade eden bilişsel yeniden yapılandırma, korkulan yiyecekler hiyerarşisinin geliştirilmesi, beslenme danışmanlığı ve korkulan gıdalar ile ilgili eğitimler yer almaktadır. Gerçekleştirilen tedavinin uygulanmasında ana nokta bireylerin uygun yemek davranışını modellemeleri ve gıdalar ile ilgili olumsuz bilişsel ve duyuşsal durumlarda kaçınmaları engellenerek yeni gıdalara maruz bırakılmasıdır (Çıtak, 2021).

1.1.4.Gıda Neofobisiyle İlgili Yapılan Çalışmalar

Gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası boyuttaki çalışmalar, gıda tercihlerini etkilemekte olan değişkenlerin daha iyi anlaşılabilmesine yardımcı olmaktadır.

Pliner ve Hobden (1992), tarafından gerçekleştirilen çalışmada gıda neofobi ölçeği ile genel neofobi ölçeği kullanılmış ve yöntem olarak çoklu regresyon analizi, korelasyon analizi ve psikometrik analiz tercih edilmiştir. Çalışma sonucunda gıda neofobisinin yeni gıdalara alışkanlık ile negatif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmış ve gıdaya dair bilinen özelliklerin ve gıdayı deneyimin alışıldık olmayan yiyecekleri denemeye olan merakı etkilediği gözlemlenmiştir.

Cooke, Hawort ve Wardle (2007), yapmış oldukları çalışmada genetik ve çevrenin, 8-11 yaş arası çocukların gıda neofobisine etkilerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonuçları neofobinin yüksek oranda kalıtsal yolla ortaya çıktığını göstermektedir. Ayrıca neofobinin çevresel faktörlerden de etkilendiği görülmüştür. Gıda neofobisini azaltmak için, gıdaya maruz kalma yönteminin denenebileceğini ortaya koymuşlardır. Beslenmeyle ilgili eğitimler verilmesinin ve çevresel faktörlerin azaltılmasının çocukların neofobi eğilimlerini azaltmasına yardımcı olabilmektedir.

Van Trijp ve Van Kleef (2008), ise gıda neofobisinin, tüketicinin sağlığına etkisini bilmediği bir gıdaya karşın kendisini güvenceye almasını sağlayan psikolojik ve davranışsal bir eğilim olduğunu ortaya koymuşlardır.

Kabaran (2011), ise yapmış olduğu çalışmada, insanların yeni ve bilinmeyen gıdaların sağlığa zarar vermesinden çekindiği için bu gıdalara karşı tedbirli davranma eğilimi gösterdiğini vurgulamaktadır. Çalışmada insanların sağlığını düşünerek bildiği ve güvenli olduğunu düşündüğü gıdayı yeni ve bilinmeyen gıdaya tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Barrena ve Sanchez (2012), çalışmalarında erken yaşlarda yeni ve alışılmadık gıdalara maruz kalmaya dayanan davranışsal pek çok müdahalenin bu davranışları azaltabileceği ve böylece çocuklarda gıda neofobisinin engellenebileceğini ileri sürmüşlerdir. Çocuklarda bulunan neofobinin 2 ile 6 yaş arasında zirve noktasına ulaştığı ifade edilmektedir. Bununla beraber çocukların yaşlarının artması durumunda daha fazla gıda deneyimleri yaşamaları sonucu zaman içerisinde neofobi eğilimlerinin azalmaya başladığı söylenebilir.

Rızaoğlu vd. (2014), yaptıkları araştırmada gelişmiş ülkelerden gelen turistlerin gıdalarla ilgili bireysel eğilimlerini ölçmüşlerdir. Araştırma sonucunda, kadın turistlerde gıda neofobisi erkek turistlere göre daha yüksek bulunmuştur. Aynı şekilde kadınlarda gıdalarda çeşitlilik önemli değilken, erkeklerin gıdada çeşitlilik aradığı gözlemlenmiştir. Amerika'dan gelen turistlerin diğer ülkelerden gelen turistlere oranla gıda neofobisi düzeylerinin daha düşük olduğu görülmüştür. Gıda neofobisi düzeyi medeni hale göre farklılık göstermemiştir. Eğitim düzeyinde ise lisansüstü düzeyde gıda neofobisi kayda değer şekilde düşüş göstermiştir.

Muhammad vd. (2014), Malezya'da yapmış oldukları çalışmada, Malay, Çinli ve Hintli üniversite öğrencilerinin gıda neofobisine olan tutumlarını incelemiştir. Çalışma sonucunda Malay öğrencilerin Hintli ve Çinli öğrencilere kıyasla daha neofobik olduğu gözlemlenmiştir. Kırsal kesimden gelen öğrencilerin gıda neofobisi düzeyi daha yüksek olmuştur.

Fenko, Leufkens ve van Hoof (2015), yapmış oldukları çalışmada, reklamların gıda neofobisi ve gıda neofobisi eğilimine sahip insanların yeni bir gıdaya yönelik bilişsel ve duyuşsal reaksiyonlarını nasıl etkileyebileceğini araştırmışlardır. Neofobi

eğilimine sahip insanlar açısından gıdanın bilinirliğini artıran slogan, ürünün cazibesinde herhangi bir fark yaratmamıştır.

Cho ve Park (2016), yaptıkları araştırmada okul çağındaki çocukların gıda neofobisi düzeyini ölçmek için çocuklara 3 ay boyunca tat eğitimi verilmiştir. Bu eğitimin sonucunda tat eğitiminin, 7-9 yaş arasındaki Koreli çocukların gıda neofobisini azaltmada etkisi olduğu görülmüştür.

Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan (2016), yapmış oldukları çalışmada Malezya'daki genç aşçıların gıda neofobisini ölçmeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda bu aşçılarda genellikle düşük ve orta düzeyde gıda neofobisi olmasına rağmen bir kısım aşçının yüksek seviyede gıda neofobisine sahip olduğu ortaya koyulmuştur.

Yiğit ve Doğdubay (2017), Balıkesir Üniversitesinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğrencilerinin gıda neofobisi düzeyini ölçmüştür. Çalışma sonucunda öğrencilerin yeni ve değişik kültürlere ait olan yiyeceklere karşı önyargılı olduğunu ve denemekten kaçındıklarını belirtmişlerdir.

Ceylan ve Akar Şahingöz (2019), yaptıkları çalışmada eğitim düzeyinin gıda neofobisini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. İnsanların yaşadığı bölgenin, sahip olduğu mutfak kültürünün, beslenme alışkanlıklarının, farklı deneyimlerinin ve ülkenin şartlarının gıda neofobisi düzeylerini etkilediği ortaya koyulmuştur. Üniversite mezunlarının gıda neofobi düzeyinin daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Yurt dışına çıkan tüketicilerin gıda neofobisi oranı, çıkmayan tüketicilerin gıda neofobisi oranına göre daha düşüktür. Gelir düzeyinin değişmesinin gıda neofobisine bir etkisi olmadığı görülmüştür. Bu doğrultuda Türkiye'nin değişik bölgelerinde, farklı yaş gruplarında benzer çalışmalarının yapılmasının hem literatüre hem de yiyecek içecek işletmelerine katkı sağlayabileceği belirtilmiştir.

İstanbulu Dinçer, Bayram ve Ak (2019), yapmış oldukları çalışmada, helâl gıdaya yönelik davranışsal niyet ve gıda neofobisi arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamıştır. Yapılan analizler sonucunda helâl gıdaya yönelik davranışsal niyet ve gıda neofobisi arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmiştir.

Keskin ve Sezen (2020), yapmış oldukları çalışmada, Kapadokya restoranlarını ziyaret etmiş olan kişilerin bireysel özelliklerinin neofobik ve neofilik davranışlar sergilemeleri üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda eğitim seviyesi, yaş ve gelirin katılımcıların neofobik ve neofilik davranışlarında etki meydana getirdiğini gözlemlemiştir.

Algül ve Konaklıoğlu (2020), İstanbul'u ziyaret eden Arap turistler ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında tekrar ziyaret etme niyetiyle gıda neofobisi ve gıda çeşitlilik arayışı eğilimi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Tekrar ziyaret etme niyeti ile gıda neofobisi arasında negatif yönlü bir ilişki bulunurken bunun tam tersine çeşitlilik arayışı eğilimi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında ise pozitif yönlü bir ilişki olduğunu bildirmiştir.

Jezewska-Zychowic, Plich, Drywien ve Hamulka (2021), çalışmalarında gıda neofobisine sahip insanların daha yaşlı, daha düşük bir eğitim seviyesine sahip ve daha yüksek vücut kitle indeksine sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Gıda neofobiklerinin meyve, sebze, et ve et ürünlerini sıklıkla tüketirken; hazır gıda, tatlı ve şeker tüketiminin minimum seviyede olduğu görülmüştür. Gıda neofobikleri, yedikleri yiyeceklerin tadının güzel olmasıyla ilgilenmeyip sağlıklı olmasını tercih ederken; gıda neofilikleri, yedikleri yemeklerin sağlıklı olup olmamasıyla ilgilenmeyip lezzetine odaklanmaktadır.

Boz, Şahin ve Koç (2021), yaptıkları çalışmada bağlanma türleri ile gıda neofobisi ve gıda neofilisi ilişkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda güvenli bağlananların alışıldık olmayan yiyecekleri deneme konusunda daha istekli oldukları ortaya koyulmuştur. Ayrıca, çalışmada kişilerin eğitim seviyeleri arttıkça, gıda neofili eğilimlerinin de arttığı gözlemlenmiştir.

Hoş ve Zencir Çiftçi (2022), tüketicilerin yaşam tarzı ve gıda neofobi eğilimleri üzerine yürüttükleri araştırmaları sonucunda, inanan ve hayatta kalan yaşam tarzlarının gıda neofobisi üzerinde pozitif yönde etkili olduğu bulunurken; deneyimci yaşam tarzının ise gıda neofobi eğilimi ile negatif yönlü bir ilişkide olduğu gözlemlenmiştir. Aynı şekilde deneyimci, çabalayan, yapıcı, başaran ve düşünür yaşam

tarzları, gıda neofilisi eğiliminde negatif yönlü etkideyken; inanan ve hayatta kalan yaşam tarzları gıda neofilisi üzerinde pozitif yönde etkilidir.

Türker ve Akmanoğlu (2022), çalışmalarında farklı yiyecek deneyiminin kültür, din, hijyen gibi durumlardan etkilendiğini belirlemişlerdir. Çalışma, gıda neofobisinin gastronomi turizminin gelişmesini olumsuz yönde etkilediğini özellikle de turistlerin gastronomi turizmine yönelik taleplerinde azalmalara neden olabileceğini göstermiştir.

1.2.Uzak Doğu Mutfağı

Uzak Doğu, geçmişten bugüne çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu uygarlıklar sayesinde oldukça zengin bir mutfak kültürü oluşmuştur (Dedeoğlu, Aydın ve Onat, 2019). Bu mutfaklar arasında Çin mutfağı, Kore mutfağı, Japon mutfağı ve Tayland mutfağı bulunmaktadır.

1.2.1. Çin Mutfağı

Çin mutfağının anlaşılmasında iklim, coğrafya, etnik köken ve sınıf değişkenlerine göre farklılık sergileyen stilleri anlamak önceliklidir. Çin farklı bölgelerde bulunan mutfaklarının resmi bir sınıflandırmasını yapmamakla beraber genel itibariyle batıda Sichuan, kuzeyde Shandong, güneyde Canton, doğuda ise Jiangsu olmak üzere dört ana bölgede pişirme stilini kabul etmektedir. Bunun yanı sıra doğuda Zhejiang, Fukien gibi illeri batıda da Hunan'ı büyük ve seçkin mutfak okullarına eklenmektedir (Wu, 2014).

Çin mutfağının yemek pişirme yöntemleri arasında soteleme, buharda pişirme, buğulama, derin ve karıştırarak kızartma yer almaktadır. Çin mutfağının; malzeme kullanımıyla, farklı kombinasyonlarıyla ve pişirme yöntemleriyle yemeklerinin çoğu farklı ülkeler tarafından tanınmaktadır. Örneğin mantı, sıcak ve ekşi çorba, erişte, pilav, köfte, Pekin ördeği, Çin böreği, Kung Pao tavuğu, kaju fıstığı eklenen kızarmış karides, sarımsaklı ve erişteli karides, Mapo tofu, et suyu ile yapılan güveç ve kuzu şiş Çin mutfağının bilinen yemekleri arasında yer almaktadır. 1950'den beri Çin'den başlayan ve Amerika, Avusturalya ve Avrupa'ya doğru devam eden göçler, Çin mutfağını dünyanın çeşitli bölgelerinde bilinir kılmıştır. Günümüzde Çin yemekleri ve

Çin restoranları farklı ülkelerin çoğunda kolayca ulaşılabilir durumdadır (Mutlu Gözgeç, 2022).

Çin'in tarım bölgelerinden biri olan Yangzi nehrinin alt kesimlerinde pirinç ve balık üretimi yapılmaktadır. Bölgeden temin edilen pirinç ve balık Doğu Çin'in yemeklerinde kullanılmaktadır. Bölgede balık, kabuklu deniz ürünleri, deniz yosunu gibi deniz mahsulleri protein ve kalori miktarı yüksek olması nedeniyle sıklıkla kullanılmaktadır. Doğu yemekleri, kuzey yemeklerine göre daha tatsız kabul edilmektedir. Bunun nedeni doğu yemeklerinin daha hafif baharatlarla hazırlanması ve daha az soğan ve zencefil içermesidir (Week in China, 2018). Doğu Çin'de nehir, göl ve göletin bulunması bölgede nilüfer kökü, su kestanesi ve bambu filizleri gibi suda yetişen ürünlerin ve yılan balıklarının yetiştirilmesini sağlamıştır. Bununla beraber bölgede karides, tatlı patates ve yenilebilir yabancı otlar da sıklıkla kullanılmaktadır. Bölgede yaygın pişirme yöntemleri olarak buğulama ve kaynatma teknikleri tercih edilmektedir. Zhenjiang bölgesinde üretilmekte olan ünlü Chinkiang sirkesi yemeklerin pek çoğunda bulunmaktadır. Buna karşın yemeklerde şeker, tuz ve acı biber gibi baharatlar ve çeşniler diğer bölgelere kıyasla daha az kullanılmaktadır (Mutlu Gözgeç, 2022).

Batı Çin'in Siçuan ve Hunan illerini kapsayan yukarı Yangzi bölgesinde taze zencefil, yeşil soğan, sarımsak, pirinç ve fagara isimli kahverengi biber yetiştirilmektedir. Siçuan mutfağında her yemekte tatlı, ekşi, acı ve tuzlu pek çok farklı tat bulunmaktadır (Lipman, 2010).

Kuzey Çin'in zirvesinde Pekin ve büyük üçgen ova bulunmaktadır. Kuzey Çin'de mısır, buğday, darı ve sorgum yetiştirilmektedir. Güneylilerin genel itibarıyla kaba olarak tanımladıkları kuzey yemeklerinde soğan ve sarımsak kullanılmakta ve bu iki malzeme ile güçlü bir tat sunulmaktadır. Çin'in kuzeyinde yaşamakta olan kırsal kesimden etkiler bölgenin yiyecek kültürünü de etkilemektedir. Çin'i yönetmekte olan Qing hanedanının son çekirdeğini oluşturan Mançular halkı, Moğollar ile müttefik olmuş ve Moğol yemeklerini Pekin'e getirmişlerdir. Dolayısıyla başkent Pekin'in mutfağı, at eti, yabancı mantarlar gibi Moğol yemeklerinden etkilenmiştir. Ayrıca

Kuzey Çin mutfağı pek çok orman ve otlak malzemesi ile ünlü Pekin ördeği gibi özenle hazırlanan yemekleri kapsamaktadır (Ren ve Wang, 2017).

Kuzeybatı'da nüfusun büyük bir kısmının Müslüman olması nedeniyle domuz eti tüketiminin diğer bölgelere oranla daha az olduğu görülmektedir. Müslüman nüfus bölgede koyun, kuzu ve sığır eti tüketiminin artmasına neden olmaktadır. Kuzey Okulu Shandong ve Shanxi'de seçkin pişirme stillerinin yanı sıra iç Moğolistan ve Xinjiang'ın Çin-Müslüman mutfağını içermektedir. Shangong ya da Lu cai mutfağındaki balık ve kabuklu deniz ürünleri, doğallıkları ve tazelikleri bozulmadan pek çok yerel yemekte ana malzeme olarak tercih edilmektedir. Kuzey Çin'in ikliminin ılıman özellik göstermesi nedeniyle meyve ve sebze üretimine elverişli konumdadır. Shandong "dünyanın en büyük üç sebze bahçesinden biri" olarak ünlenmiştir. Sebze bahçelerinde bulunan sebzeler arasında yeşil soğan, sarımsak, lahanaya, turp, elma ve kar armudu en meşhur olanlarıdır (Hjalager ve Richards, 2003).

Genellikle sıcak ve nemli bir iklime sahip olan Çin'in en güney eyaleti Kanton'da nüfus oldukça yoğundur. Kanton çok yönlü yemekleri ile Çin'i temsil etmektedir. Güney Çin'in çok göç alması Çin dışında bulunan Çin yemeklerinin kaynağını oluşturmaktadır. Dolayısıyla bölgede çok farklı tatlar, dokular ve renkler oluşmaktadır (Lipman, 2010). Güney Çin mutfağında taze malzeme kullanılması ve hafif pişirme yöntemleri kullanılması göze çarpan özelliklerdir. Kanton'da bulunan mutfaklarda sebzeler çoğunlukla parlak ve gevrek, balık ve deniz ürünleri ile sunulmaktadır. Yemekler çoğunlukla buharda pişirilmektedir. Güney Çin mutfağında etler kavrulmaktadır. Bunun nedeni yemeği yiyenlerde yağlı bir tat bırakmamaktır. Bölgede tercih edilen yemekler arasında *dim sum* ya da kahvaltılık veya öğle yemeğinde çay ile bambu sepette buharda pişirilen küçük parçalar yer almaktadır. Ayrıca bölgede *char sui* ya da ballı, kavrulmuş domuz eti, kurutulmuş deniz mahsulleri, et ve kümes hayvanlarının kemikleri kaynatılarak tatlandırılan etler ve şifalı otlar tüketilmektedir. Bölge mutfağının bir diğer özelliği de istiridye sosu, hoisin sosu, erik sosu, tatlı ekşi ve Worcestershire sosu gibi yemeklere özgün tatlar veren çeşnilerin bulunmasıdır (Cohen ve Avieli, 2004). Kanton yemeklerinin ünlenmesinde wok tavada yapılan kızartma oldukça etkili olmuştur. Wok tavada kızartma gibi pişirme tekniklerinde, az miktarda yağ ile çok hızlı pişirme yöntemi kullanılarak yüksek ısı tercih edilmektedir.

Ürünlerin yüksek ısıda hızlı bir biçimde kızartılması ile kömürleşmiş dumanlı tatlar elde edilmektedir. Kanton bölgesinin mutfağında bir sınır yoktur. Bölgede yaşamakta olan insanların mutfak anlayışları denemeye ve yaratıcılığa oldukça açıktır. Kantonlular farklı yabani hayvanları, taze ve kurutulmuş böcekleri, tatlı ve tuzlu suda yaşayan her şeyi mutfaklarında tercih etmektedir. Kanton mutfağı *“bir Kantonlu bir masa dışında dört ayaklı her şeyi, denizaltı dışında yüzen her şeyi ve bir uçak dışında uçan her şeyi yiyebilir”* sözü ile anlatılabilir (Lipman, 2010).

Kültürel anlamda Çinli olmayan Koreliler, Moğollar, Türkler, Taylandlılar, Tibetliler ve Mançular gibi birçok halk kendine özgü mutfak kültürüne sahiptir. Bahsi geçen halkların mutfak kültürleri Çin’in yemek kültürleri ile etkileşime girmiş ancak ayrı kalarak da özgünleşmiştir. Özellikle son 20 yılda ülkenin en kuzeybatısında bulunan Xinjiang eyaletinde Uygur etnik kökeninden girişimciler büyük şehirlerde kebab tezgâhları kurmuştur. Bu tezgahlarda ızgara kuzu şişler ve Türk baharatlı pilavlar satılmaktadır (Wu, 2014).

1.2.2. Japon Mutfağı

Japon yemek kültürü geleneksel açıdan doğal malzemeler ile beslenmeye dayanmaktadır. Dolayısıyla taze ve basittir. Japonya’nın coğrafi yapısından kaynaklı olarak yemekler genellikle besleyici niteliktedir. Ülke, ana adalar ve binlerce adadan oluşmakta ve denizlerle çevrili yapısından dolayı her dönem taze deniz ürünlerine sahiptir. Yemeklerin çoğu deniz ürünleri kullanılarak yapılmaktadır. Japonya yemeklerinin en önemli ürünü olan pirinç ülke genelinde bol miktarda yetiştirilmektedir. Genellikle suşi pirinci olarak adlandırılan kısa taneli pirinç Japon mutfağında önemli bir bileşendir. Sütlaçlarda ve pirinç keklerinde suşi pirinci kullanılmaktadır. Ayrıca pirinçten hazırlanan “Sake” adındaki alkollü içecek ülke vatandaşları tarafından yaygın olarak tüketilmektedir (Cwiertka, 2001).

Japon yemekleri, ağır baharatlar kullanılmaması nedeniyle diğer Uzak Doğu mutfaklarından ayrılmaktadır. Genellikle ferahlatıcı ve hassas tatlara sahip olan yemekler çok az süt ürünü ve yağ içermektedir. Japon mutfağının en meşhur yemekleri arasında *teppanyaki*, *tempura*, *yakitori* ve *suşi* bulunmaktadır. Bununla beraber

Japonya'nın diğerk yemekleri restoranların kendi arasında sınıflandırılmasına yol açmıştır. Restoranlar aşağıdaki gibi sınıflanmıştır:

- **Sukiyaki restoranları:** Japonya'nın en bilinen yemeği *sukiyaki*, vatandaşlar tarafından ulusal yemek kabul edilmiştir. *Sukiyaki*, ince dilimler halinde kesilen etin mantar, lahana, pırasa gibi sebzelerle pişirilmesiyle hazırlanmaktadır. *Sukiyaki'nin* tatlandırılmasında çoğunlukla soya sosu tercih edilmektedir (Fanelli ve Di Nocera, 2018).
- **Tempura restoranları:** *Tempura*, yağda kızartılan, sebze, deniz ürünü ve diğerk doğal malzemeler ile hazırlanmaktadır. İçerisindeki malzemelere ek olarak rendelenen Japon turpu ile tatlandırılan baharat sosu kullanılmaktadır. *Tempura'da* kabuklu balıklar ile yerli sebzeler tercih edilmektedir (Fanelli ve Di Nocera, 2018).
- **Teppanyaki restoranları:** *Teppanyaki*, kelime anlamı olarak büyük, kalın bir demir sıcak plaka üstünde kızartma olarak nitelendirilmektedir. *Teppanyaki'de* biftek, soğan, mantar, yeşil biber ve Japon mutfağının ünlü sebzesi bahar krizantem yaprakları kızartılmaktadır. Restoranda aşçılar, *Teppanyaki'yi* müşterilerin önünde hazırlayarak uygun bir sıra ile müşteriye servis etmektedir. *Teppanyaki'de* kullanılan sığır eti, karides ve sebzeler ülke genelinde yeni ve popüler servis yöntemi kabul edilmektedir (Sobko, Marcus, Govoni ve Kamiya, 2010).
- **Yakitori restoranları:** *Yakitori*, kelime anlamı olarak kavru lan kuş anlamına gelmektedir. Mangal üzerinde pişirilen tavuk ya da etler ile sakatat ve Japonya'nın ünlü sebzeleri, özel terbiye edilen soya sosu ile servis edilmektedir. *Yakitori'de* etler küçük parçalar halinde doğranır ve kömür üzerinde ızgarada pişirilir (Cwiertka, 2005).
- **Diğerk özel restoranlar:** *Chazuke*, bir çeşit haşlanmış pirinç atıştırmalığdır. Haşlanan pirincin üstüne sıcak yeşil çay dökülür ve salamura sebzeler ile deniz yosunları eklenerek pişirilmektedir. *Mizudaki* yemeğinde ise çorba suyunda haşlanan sebzeler bir özel sos ile pişirilen tavuk ile servis edilmektedir. *Kamameshi*, küçük demir

tencerede pişirilen pilavdır. Pilavda kabuklu balıklar, etler, deniz yosunları ve işlenmiş balıklar beraber pişirilmektedir (Cwiertka, 2005).

- **Suşi restoranları:** Suşi, sirke ve şeker ile tatlandırılan pirincin, yosun, salatalık, avokado, balık türleri gibi farklı kombinasyonlarla birleştirilmesiyle hazırlanan bir yemek türüdür. Suşide kullanılan malzemeler ve hazırlama yöntemi farklı bölgelerde farklı suşi türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Genel olarak kullanılan malzemeler arasında çiğ balık, pişmiş yumurta, pişmiş kabuklu balık, çeşitli sebzeler, çiğ sebzeler ve deniz yosunu bulunmaktadır. Suşilerin türleri mevsimsel olarak bulunan balık ve sebzelere göre değişmektedir (Cwiertka, 2005).

1.2.3. Kore Mutfağı

5000 yıldan uzun süren bir tarım tarihine sahip olan Kore'nin yemek kültürü kendine has özelliklere sahiptir. Geleneksel bir Kore yemeği olan *Bapsang'da* genellikle pişmiş pirinç bulunurken, *Kuk* isimli çorba, garnitür ve sos ile hazırlanmaktadır. *Kuk* çorbası insanların pirinci çiğnemesini ve yutmasını kolaylaştırmaktadır. *Doenjang* çorbası, deniz hardalı çorbası ve dana çorbası yaygın olarak tüketilmektedir. *Bancham* isimli garnitür vücudu beslemekte ve yemeğin tadını güzelleştirmektedir. Ek besin ve lezzet sağlayan *bancham*, kavrulmuş et, sebzeler, sarımsak ve toz biber ile hazırlanan salatadır. Bunun yanı sıra sirke ile baharatlandırılan sebzelerde garnitür olarak tercih edilmektedir. Ana yemeklerde kullanılan pirinç türleri arasında buharda pişirilen pirinç, haşlanmış arpa ve çok tahıllı pirinç bulunmaktadır (Kwon, Chung, Yang ve Jang, 2015).

Jang ve *yangnyum* olarak adlandırılan baharatlar ise oldukça çeşitlidir. Yiyeceklerin tuzlu hale getirilmesinde fermente soya sosu kabul edilen temel baharatı *Kanjang* kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra Kore mutfağında *Doenjang* isimli soya fasulyesi ezmesi ile sirke ve hamsi ile karıdesten fermente edilen balık sosları *Gochujang* ve *Jeotkal* yer almaktadır. Söz konusu bileşenler kullanılarak Kore mutfak kültüründe benzersiz yemekler hazırlanmaktadır. *Bibimbap* olarak adlandırılan pilav ile farklı türdeki garnitürlerin karıştırıldığı yemek Kore mutfağında özel bir yere

sahiptir. *Bibimbap*, kırmızı biber ezmesi ile renkli sebzelerin ve yumurtaların kullanılarak hazırlanılmasıdır. Günümüzde Kore’de herkes tarafından bilinen *Bibimbap* etnik bir yemek olarak dünya çapında oldukça popüler bir yemek haline almıştır. Diğer Kore yemeklerine nazaran *Bibimbap* batılı toplumlar tarafından daha çok tercih edilmektedir. Bu ilgi de *Bibimbap*’ın kökeni, benzersizliği ve sağlıklı bir yemek oluşu etkilidir (Chung, Yang, Shin ve Chung, 2016).

Kore’de fermente kırmızı biber sosu olarak bilinen *Gochujang* etnik bir besin olarak kabul edilmektedir. *Kimchi*, çok çeşitli biçimde tuzlanan ve fermente edilen sebzeleri temsil etmektedir. Dünya genelinde Kore’yi temsil eden gıdalar arasındadır. Çoğunlukla *Kimchi*, kırmızı biber ve sarımsak gibi çeşni ve baharatlarla Çin beyaz lahanasından hazırlanmaktadır. Lahanadan hazırlanan *kimchinin* yanı sıra dilimlenmiş turp, bütün turp ve salatalıktan yapılan farklı *kimchi* çeşitleri de bulunmaktadır (Choi ve Henneberry, 2000).

1.2.4. Tayland Mutfağı

Tayland, dünya genelinde önemli düzeyde kaynak çeşitliliğine sahip bir bölgede bulunmaktadır. Tayland yemekleri ulusun önemli bir kültür mirasını oluşturmaktadır. Ülkenin kültürü, mutfağını farklı, benzersiz ve özel bir konuma getirmektedir. Tayland yemekleri dünya genelinde yapılan sıralamada en iyi on yemek arasında yer almaktadır. Batı’nın İtalya, Fransa ve Çin’den sonra kabul ettiği etnik mutfakların başında Tayland mutfağı gelmektedir (Mutlu Gözgeç, 2022).

Tayland yemekleri coğrafi koşulları yansıtmaktadır. Tayland’ın denizlerle çevrili, büyük nehirler ile birleşen ve sürekli olarak tropik yağışlara ev sahipliği yapan bir yarımada olması nedeniyle yemeklerde pirinç, su bitkileri, hayvanlar, şifalı otlar ve balıklar kullanılmaktadır (Srisomman, 2016).

Diğer Uzak Doğu ülkelerinde olduğu gibi Tayland’da da halk pirinç temelli bir diyeti sürdürmektedir. Ülke genelinde pirinç temel gıda maddesi olarak kabul edilmiş ve pirincin tamamlayıcısı olan bitkiler, meyve ve sebzeler ayrı ayrı pişirilmiştir. Günümüzde Tayland’da pirinç merkezli tüketim halen devam etmektedir. Pirinç, farklı türlerde pirinç erişteleri haline getirilmiştir. Pirinç erişteleri arasında kalın köri ile

beraber tüketilen makarna benzeri *kanom jeen* eriştesi, düz geniş ve düz dar biçimde kesilen erişte pirinç şehriye çorbası *kuaytiew sen yaki* ve domuz iç organları ile haşlanmış yumurtalı erişte çorbası *kuayjab* bulunmaktadır. Tayland'ın tatlılarında normal ve yapışkan pirinç kullanılmaktadır (Seubsman, Suttinan, Dixon ve Banwell, 2009).

Tayland'da görülen iklim nedeniyle tatlı su balıkları yetişmektedir. Ülkenin mutfağında balık sosu oldukça önemli bir yerdedir. Güney Doğu Asya kültürlerinde yaygın olarak kullanılan balık sosu, geleneksel Tayland tariflerinde de sıklıkla kullanılmaktadır. Ülkenin her bölgesinde kullanılan klasik ekşi köri, büyük dilimli balık ile körinin karıştırılmasıyla hazırlanmaktadır. *Kanomjeen Namya* ya da köri çorbası olarak adlandırılan geleneksel Tayland yemeğinde Hindistan cevizi sütünde öğütölen balıklar ile taze sebzeler kullanılmaktadır. *Kanomjeen Namya* ülkenin her bölgesinde tercih edilen önlü bir yemektir. Tayland mutfağında balık kullanılarak tatlı yapılmaktadır. Bu tatlılar arasında karpuzla yenen öğütölmüş balık *Pla haeng Tangmo*, yapışkan pirinç ve tatlı öğütölmüş balık *Khao neow na Pla* ve tatlı Hindistan cevizi sütünde kaynatılan mini pirinç eriştesi ile yapılan küçük balık *Plakrim Khaş tao* bulunmaktadır (Sukalamala ve Boyce, 2007).

Taylandlıların, çeşitli mutfaklara ayak uydurmaları oldukça uzun yıllara dayanmaktadır. Tayland, Portekiz'den biber, Çin'den sebze, meyve ve tavada kızartılan yemekleri almıştır. Ülke genelinde Hindistan cevizi sütü yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle Müslöman tüccarlar tarafından köri ezmesinin Hindistan cevizi sütü ile açılarak yapılan yemek ölkede popülerdir. Tayland yemek kültürü içerisinde Hint tereyağına yer verilmemesi ise Hindistan cevizi kremasının kullanımına neden olmuştur. Bunun yanı sıra Tayland mutfağında taze otların kullanımı yaygınlaşmış baharatlar ise azaltılmıştır. Tayland yemeklerinin çoğunluğu Hint yemeklerine benziyor olsa da Hindu kast sisteminde yer alan katı düzenlemeler bulunmamaktadır (Sukalamala ve Boyce, 2007).

İKİNCİ BÖLÜM

MATERYAL VE METOT

2.1. Araştırmanın Amacı

Uzak Doğu mutfağına dair yemeklerin yeterince bilinmediği ve tanınmadığı gözlemlenmiştir. Bu kapsamda, Uzak Doğu mutfağına yönelik algının incelenip, Uzak Doğu mutfağına ait yemeklere karşı tutum ile gıda neofobisi arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır.

2.2. Araştırmanın Önemi

Hazırlanan tez çalışması için yapılan ön araştırmalar, Uzak Doğu mutfağı yemek kültürünün tanınmasıyla ve insanların Uzak Doğu mutfağına dair tutumuyla ilgili literatür eksiği olduğunu göstermiştir. Yapılan tez çalışmasının, Uzak Doğu mutfağıyla gıda neofobisi arasındaki ilişkiyi açıklamak ve bu konunun literatüre kazandırılması açısından oldukça önemli bir kaynak olacağı öngörülmektedir.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Katılımcıların gıda neofobisi demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H1a: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H1b: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H1c: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.

H1d: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.

H1e: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H1f: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H1g: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1h: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2: Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumu demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H2a: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H2b: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H2c: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyuşal tutum katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H2d: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.

H2e: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.

H2f: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyuşal tutum katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.

H2g: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H2h: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H2i: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyuşal tutum katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H2j: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2k: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2l: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duysal tutum katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3: Katılımcıların gıda neofobisi ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3a: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3b: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3c: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duysal tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3d: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3e: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3f: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duysal tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.

2.4. Araştırmanın Yöntemi

Hazırlanan tezin araştırmasıyla ilgili verileri toplamak için, ilk olarak geniş çaplı bir literatür taraması yapıp konu ile ilgili gerekli tüm veriler ayrıntılı şekilde açıklanmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılacak anketin uygulanacağı kişiler gönüllülük esasına göre seçilmiştir.

2.5. Araştırmada Veri Toplanması

Verilerin toplanması için anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket soruları, daha önceki benzer çalışmalarda Pliner ve Hobden (1992) ve Öztürk (2019) tarafından geliştirilen, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanan sorulardan oluşturulmuştur (Ek-1). Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 5 adet soru bulunmaktadır. Bu sorular cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir düzeyi ve meslek gruplarını belirlemeye yöneliktir. Anket formunun ikinci bölümünde katılımcıların gıda neofobisi durumlarını belirlemeye yönelik 10 soru yer almakta olup Uzak Doğu mutfağına karşı tutumu belirlemeye yönelik 22 soru olmak üzere toplam 32 soru bulunmaktadır.

2.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Hazırlanan tez çalışmasının evrenini, Konya ilindeki iki Uzak Doğu restoranı müşterileri oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde; %5'lik örneklem hatası ve %95'lik güven seviyesi dikkate alınarak hesaplandığında, büyük sayıdaki evren için gerekli olan sayı 384 olarak belirlenmiştir (Büyüköztürk, 2010; Ural ve Kılıç, 2005; Can, 2014). Çalışmaya 400 kişi katılmış olup katılımcı sayısı yeterli bulunmuştur.

2.7. Veri Analizi

Çalışmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde bir istatistik paket programından yararlanılmıştır. Veriler mutlak (n) ve yüzde (%) değerler ile tablolar halinde gösterilmiş olup gerekli yerlerde ortalamalar ile standart sapma ($\bar{X} \pm S$) değerlerine yer verilmiştir. Ters yönlü ifadelerde ters kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. İki grup arasındaki farklılıklar için Independent Samples-t testi, ikiden fazla değişken olan gruplarda (yaş, eğitim, gelir ve meslek) ise grubun

karşılaştırılmasında Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) ile değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesinde korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. Güvenirlilik Analizi

Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin doğru bilgiler yaratması için değerlerinin kararlılığını göstermek amacıyla “güvenirlilik” özelliğine sahip olması beklenmektedir (Ercan ve Kan, 2004). Cronbach’s Alfa katsayısı anketlerin güvenilirliğini ölçmede kullanılmaktadır. Her ifade için belirlenen tek bir alfa değeri olabileceği gibi, anketteki her ifadelere ait ortak bir alfa değeri de hesaplanabilmektedir (Kılıç, 2016).

Tablo 3.1. Ölçeklerin Cronbach’s Alpha katsayısına göre güvenirlilik değerleri

Cronbach’s Alpha Katsayısı	Güvenirlilik Derecesi
$0.00 < \alpha < 0,40$	Ölçek Güvenilir Değildir
$0,41 < \alpha < 0,60$	Ölçek Düşük Güvenirliliktir
$0,61 < \alpha < 0,80$	Ölçek Orta Güvenirliliktir
$0,81 < \alpha < 1,00$	Ölçek Yüksek Güvenirliliktir

Kaynak: YAŞAR, Metin (2014). “İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması”, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, s. 59-75.

Araştırmada iki farklı ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenirliliği Cronbach’s Alpha katsayısı yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach’s Alpha katsayıları Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3.2. Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel Cronbach’s Alpha katsayıları

Ölçek	Cronbach’s Alpha Katsayısı
Gıda Neofobisi Ölçeği	,811
Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeği	,828

Yapılan araştırma sonucunda iki ölçeğin de güvenirlilikleri kabul edilebilir düzeydedir. Gıda neofobisi ölçeği ve Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeği incelendiğinde; gıda neofobisi ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı ,811 olarak bulunmuştur. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeği Cronbach’s Alpha katsayısı ise ,828’dir.

Araştırma kapsamında yararlanılan gıda neofobisi ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3.3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.3. Araştırmada kullanılan gıda neofobisi ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları

	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kare Çoklu Korelasyonu	Madde Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach's Alpha Değeri
Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.	23,1375	39,547	,557	,430	,787
Yeni yiyeceklere güvenmiyorum.	23,3100	41,297	,491	,372	,794
Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsam onu denemem.	22,4775	43,709	,206	,176	,826
Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.	23,5850	39,461	,590	,609	,784
Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	23,4575	39,893	,545	,388	,788
Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	23,6100	40,940	,483	,453	,795
Daha önce yemediğim yiyecekleri yemekten korkarım.	23,3400	37,944	,648	,511	,776
Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.	22,9125	41,118	,377	,360	,807
Yemek seçmem her şeyi yerim.	22,6150	40,197	,408	,302	,804
Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	22,5300	37,548	,658	,633	,774

Araştırma kapsamında Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ait güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3.4'te gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Araştırmada kullanılan Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları

	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Kare Çoklu Korelasyonu	Madde Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach's Alpha Değeri
--	--	--	---	-------------------------------	---

Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemekten keyif alırım.	58,8500	110,759	,639	,878	,808
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder.	58,9800	110,767	,649	,863	,808
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.	58,7950	110,023	,671	,874	,806
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi mutlu hissediyorum.	58,9225	110,057	,685	,868	,806
Uzak dođu mutfađına ait yemekleri yeme dűřüncesi beni heyecanlandırır.	58,7975	110,548	,627	,785	,808
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni rahatlatır.	59,3175	110,653	,662	,829	,807
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde sakinleşirim.	59,5375	112,024	,635	,755	,809
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin hazırlanma yöntemlerini severim.	58,9475	111,448	,636	,636	,808
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin servis ısısını severim.	58,9650	111,954	,658	,634	,808
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken keyifsiz hissederim.	60,1000	132,130	-,176	,717	,844
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken sıkılıırım.	60,1575	132,424	-,186	,754	,845
Uzak dođu mutfađına ait yemekleri yeme dűřüncesi midemi bulandırır.	60,1575	132,800	-,197	,831	,846
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni hasta ediyor.	60,3250	130,631	-,116	,752	,840
Uzak dođu mutfađına ait yemekleri yeme dűřüncesi beni rahatsız ediyor.	60,2025	133,230	-,210	,844	,847
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum.	60,5275	128,556	-,023	,711	,836
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde halsiz hissediyorum.	60,4950	128,947	-,039	,741	,836
Uzak doğu mutfağına ait yemekler güzel kokar.	59,1025	114,328	,621	,606	,811
Uzak doğu mutfağına ait yemekler lezzetlidir.	58,8350	112,389	,671	,756	,808
Uzak doğu mutfağına ait yemekler sağlıklıdır.	59,0875	114,807	,644	,689	,811

Uzak doğu mutfağına ait yemekler hafiftir.	59,1700	115,660	,547	,596	,814
Uzak doğu mutfağına ait yemekler besleyicidir.	58,9150	114,509	,629	,620	,811
Uzak doğu mutfağına ait yemekler yağsızdır.	59,3250	117,854	,446	,414	,818

3.2. Normallik Testi

Tüketici davranışı araştırmalarında en çok kullanılan ölçeklerden biri olan Likert ölçeğindeki ifadelerin araştırmaya katılan katılımcılar tarafından yanlış anlaşılması veya bu ifadelerin sadece pozitif veya sadece negatif yönde olması sebebiyle çarpıklık oluşabilmektedir (Kalafatis, Sarpong Jr ve Sharif, 2005). Bu yüzden ters kodlanmış ifadelerin, ters kodlanmamış ifadelerle beraber kullanılması rastgele cevap verme olasılığını artırabilmektedir (Torlak ve Altunışık, 2009). Normallik ölçmek için çarpıklık ve basıklık değerleri belirlenmektedir (Ghasemi ve Saleh, 2012). Normallik testinde çarpıklık ve basıklık değerleri -1/+1 arasında olması birçok psikometrik amaç için kabul edilebilir düzeyde olsa bile, -2/+2 aralığındaki değerler de kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2010).

Normallik testi verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek için gerçeleştirilmiştir. Bu amaçla gıda neofobisi ölçeği ve Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeği değerlendirilmiştir.

Gıda neofobisi ölçeğinin çarpıklık ve basıklık katsayıları Tablo 3.5'te gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde en düşük çarpıklık katsayısının -,753 ile "Farklı kültürlerden yiyecekleri severim" ifadesi, en yüksek çarpıklık katsayısının 1,087 ile "Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim" ifadesi olduğu görülmüştür. Basıklık analizi incelendiği zaman en düşük basıklık katsayısının -1,162 ile "Yemek seçmem her şeyi yerim" olduğu görülürken; en yüksek basıklık katsayısı ,790 ile "Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim" olduğu tespit edilmiştir. Değerlerin -2/+2 aralığında olduğu görülmüştür.

Tablo 3.5. Araştırmada kullanılan gıda neofobisi ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları

Gıda Neofobisi Ölçeğindeki İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.	,289	-,827
Yeni yiyeceklere güvenmiyorum.	,465	-,300
Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsa onu denemem.	-,371	-,938
Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.	-,753	-,059
Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	,551	-,461
Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	1,087	,790
Daha önce yemediğim yiyecekleri yemekten korkarım.	,544	-,608
Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.	,134	-1,067
Yemek seçmem her şeyi yerim.	-126	-1,162
Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	,743	-,438

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin çarpıklık ve basıklık katsayıları Tablo 3.6’da gösterilmiştir.

Tablo 3.6. Araştırmada kullanılan Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ait normal dağılım testi sonuçları

Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğindeki İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemekten keyif alırım.	-,473	-,787
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder.	-,239	-,967
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.	-,546	-,762
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi mutlu hissediyorum.	-,312	-,849
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni heyecandırır.	-,499	-,854
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni rahatlatır.	,063	-,894
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde sakinleşirim.	,299	-,672
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin hazırlanma yöntemlerini severim.	-,327	-,741
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin servis ıslısını severim.	-,374	-,555

Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken keyifsiz hissedirim.	,810	,045
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken sıkılırim.	,934	,230
Uzak dođu mutfađına ait yemekleri yeme dűşüncesini midemi bulandırır.	,886	-,047
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni hasta ediyor.	1,092	,834
Uzak dođu mutfađına ait yemekleri yeme dűşüncesini beni rahatsız ediyor.	,969	,034
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum.	1,409	1,702
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde halsiz hissediyorum.	1,194	1,204
Uzak doğu mutfağına ait yemekler güzel kokar.	-,283	-,190
Uzak doğu mutfağına ait yemekler lezzetlidir.	-,544	-,329
Uzak doğu mutfağına ait yemekler sağlıklıdır.	-,151	,036
Uzak doğu mutfağına ait yemekler hafiftir.	-,079	-,479
Uzak doğu mutfağına ait yemekler besleyicidir.	-,407	-,106
Uzak doğu mutfağına ait yemekler yağsızdır.	-,010	-,361

Yapılan analizde en düşük arpıklık katsayısının -,546 ile ‘‘Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir’’; en yüksek arpıklık katsayısının 1,1409 ile ‘‘Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum’’ ifadesinde görölmüştür. Basıklık analizi incelendiğinde en düşük katsayı -,967 ile ‘‘Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder’’ ifadesi olurken; en yüksek katsayı 1,702 ile ‘‘Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum’’ ifadesi olduğu tespit edilmiştir. Verilerin -2/+2 aralığında olduğu için normal dağıldığı görölmüştür.

Gerçekleştiren normallik testi sonucunda her iki ölçek için de parametrik analiz yöntemlerinin kullanılması uygun bulunmuştur.

3.3. Demografik Veriler

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ile gıda neofobisi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik gerçekleştiren çalışmaya 400 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan 400 kişinin cinsiyet dağılımları Tablo 3.7’de verilmiştir.

Tablo 3.7. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kadın	307	76,8
Erkek	93	23,3
Toplam	400	100,0

Katılımcıların %76,8'inin kadın, %23,3'ünün erkek olduğu belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan katılımcıların yaş aralıklarına göre dağılımları Tablo 3.8'de gösterilmiştir.

Tablo 3.8. Katılımcıların yaş aralıklarına göre dağılımı

Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)
18-24	265	66,3
25-34	95	23,8
35-44	27	6,8
45 ≥	13	3,3
Toplam	400	100,0

Katılımcıların büyük çoğunluğu 18-24 yaş aralığındayken, en az katılımcı sayısının 45 yaş ve üzeri grubunda olduğu görülmüştür. Bireylerin %66,3'ü 18-24 yaş aralığındadır, %3,3'ü ise 45≥ yaş aralığındadır.

Çalışmaya katılan katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları Tablo 3.9'de gösterilmiştir.

Tablo 3.9. Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımı

Eğitim Düzeyi	Frekans (n)	Yüzde (%)
İlköğretim	10	2,5
Ortaöğretim	64	16,0
Ön Lisans	35	8,8
Lisans	242	60,5
Lisansüstü	49	12,3
Toplam	400	100,0

Katılımcıların %2,5'i ilköğretim, %16'sı ortaöğretim, %8,8'i ön lisans, %60,5'i lisans ve %12,3'ü lisansüstü mezundur.

Araştırmaya katılan bireylerin gelir durumuna göre dağılımı Tablo 3.10'da gösterilmiştir.

Tablo 3.10. Katılımcıların gelir durumuna göre dağılımı

Gelir Durumu	Frekans(n)	Yüzde(%)
3000 TL ve altı	165	41,3
3001TL-5000TL	36	9,0
5001TL-10000TL	70	17,5
10001+TL	129	32,3
Toplam	400	100,0

Katılımcıların gelir durumu incelendiği zaman, %41,3'ünün gelirin 3000 TL ve altında olduğu, %9'unun gelirin 3001-5000 TL arasında olduğu, %17,5'inin gelirin 5001-10000 TL aralığında olduğu ve %32,3'ünün gelirin 10001 TL ve üstünde olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin mesleklerine göre dağılımı Tablo 3.11'de gösterilmiştir.

Tablo 3.11. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı

Meslek	Frekans(n)	Yüzde(%)
Öğrenci	206	51,5
Memur	46	11,5
Özel Sektör	99	24,8
Emekli	2	0,5
Ev Hanımı	20	5,0
Esnaf	5	1,3
Diğer	22	5,5
Toplam	400	100,0

Katılımcıların %51,5'inin öğrenci, %11,5'inin memur, %24,8'inin özel sektörde, %0,5'inin emekli, %5'inin ev hanımı, %1,3'ünün esnaf ve %5,5'inin diğer meslek gruplarında yer aldığı görülmektedir.

3.4.Faktör Analizi

Faktör analizi, birbiri ile ilişkili birden çok sayıda ifadenin daha az sayıda gizli ifadeyle yorumlanması için kullanılan bir yöntemdir (Çolakoğlu ve Büyükekşi, 2014). Faktör analizinin amacı, varyansı açıklayabilmek amacıyla minimum sayıda kavramla tutarlılık elde etmektir (Rennie, 1997). Faktör analizi yapabilmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Bartlett testinden faydalanılmıştır. KMO değeri ile ilgili Kaiser (1974), 0,5 oranının altını kesinlikle kabul edilemez olarak nitelendirirken, 0,5-0,6 aralığını kötü, 0,6-0,7 aralığını orta düzeyde, 0,7-0,8 aralığını iyi, 0,8-0,9 aralığını çok iyi ve 0,9 üzeri değerleri harika olarak sınıflandırmıştır.

Gıda Neofobisi ölçeğine ait faktör analizi sonuçları Tablo 3.12’de gösterilmiştir. Analiz sonucunda, gıda neofobisi ölçeğinin KMO değeri ,842 olarak belirlenmiştir. KMO değerinin, 0,8’in üzerinde bulunması verilerin faktör analizi uygulamak için “çok iyi” olduğunu göstermektedir (Kaiser, 1974). İncelenen Bartlett testi sonuçlarına göre Gıda Neofobisi ölçeğinde $p \leq 0,000$ anlamlılık düzeyinde test sonucu 1319,000 olarak belirlenmiş Olup ölçeğinin faktör analize uygunluğu ortaya konulmuştur.

Analiz sonucunda öz değeri 1’in üzerinde olan iki faktör bulunmuştur. Bu faktörlerin toplam varyansı %60,1 olarak bulunmuştur. Birinci faktör, toplam varyansa %19,005 oranında katkı sağlamaktadır ve bu faktör 5 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri “Yeni yiyeceklere güvenmiyorum.”, “Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsam onu denemem.”, “Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.”, “Daha önce yemediğim yiyecekleri yemekten korkarım.” ve “Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.” olarak sıralanmaktadır. Maddeler incelendiğinde faktörün “yenilik korkusu” ile ilgili olduğu görülmektedir.

İkinci faktör ise toplam varyansa %41,671 oranında katkıda bulunmaktadır ve 4 madde ile ifade edilmektedir. Bu faktörün alt maddeleri “Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.”, “Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.”, “Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.” ve “Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.” şeklinde belirtilmektedir. Maddeler incelendiğinde faktörün “yenilik arayışı” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Tablo 3.12. Gıda neofobisi ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları

Faktörler/İfadeler	Faktör Değerleri		Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Alfa	Std. Sapma	Ort.
	1	2					
Yenilik Korkusu (5 Madde)							
S2. Yeni yiyeceklere güvenmiyorum.		,694	1,710	19,005	,734	,79573	2,6755
S3. Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsam onu denemem.		,671					
S5. Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.		,610					
S7. Daha önce yemediğim yiyecekleri yemekten korkarım.		,720					
S8. Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.		,685					
Yenilik Arayışı (4 Madde)							
S1. Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.	,754		3,750	41,671	,854	,92467	2,3094
S4. Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.	,862						
S6. Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	,804						
S10. Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	,848						
<p><i>Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi.</i> Açıklanan toplam varyans: %60,1 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçümü: %84,2 Bartlett Testi: χ^2: 1319,000; s.d.: 36; $p \leq ,000$ Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum</p>							

Gıda neofobisi ölçeğinde 9. madde olan “Yemek seçmem her şeyi yerim.” ifadesi analiz sonuçlarında hiçbir faktör altında toplanmadığı için ölçekten çıkarılmıştır.

Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum ölçeğine ait faktör analizi sonuçları Tablo 3.13’de verilmiştir. Ölçeğe ait KMO değeri ,939 olarak bulgulanmıştır. KMO değerinin 0,9’un üzerinde tespit edilmiş olması faktör analizi için “harika” olduğunu ispat etmektedir (Kaiser, 1974). İncelenen Bartlett testi sonuçları Uzak Doğu Mutfağına

Yönelik Tutum ölçeğinde $p \leq 0,000$ anlamlılık düzeyinde 8955,856 olarak belirlenmiş olup ölçek faktör analizi için uygun bulunmuştur.,

Tablo 3.13. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları

Faktörler/İfadeler	Faktör Değerleri			Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Alfa	Std. Sapma	Ort.
	1	2	3					
Olumlu Tutum (11 Madde)								
S1. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemekten keyif alırım.	,787			11,422	51,916	,962	1,00654	3,2580
S2. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder.	,797							
S3. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.	,814							
S4. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi mutlu hissediyorum.	,851							
S5. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni heyecanlandırır.	,811							
S6. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni rahatlatır.	,838							
S7. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde sakinleşirim.	,799							
S8. Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin hazırlanma yöntemlerini severim.	,739							
S9. Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin servis ısısını severim.	,744							
S17. Uzak doğu mutfağına ait yemekler güzel kokar.	,608							
S18. Uzak doğu mutfağına ait yemekler lezzetlidir.	,681							
Olumsuz Tutum (7 Madde)								
S10. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken keyifsiz hissedirim.		,750		3,354	15,246	,941	,89585	1,9818
S11. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken sıkılırım.		,769						
S12. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi midemi bulandırır.		,838						
S13. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni hasta ediyor.		,863						
S14. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni rahatsız ediyor.		,837						
S15. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum.		,841						
S16. Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde halsiz hissediyorum.		,846						

Duyusal Tutum (4 Madde)									
S19. Uzak doğu mutfağına ait yemekler sağlıklıdır.			,792	1,470	6,680	,849	,83790	3,1381	
S20. Uzak doğu mutfağına ait yemekler hafiftir.			,837						
S21. Uzak doğu mutfağına ait yemekler besleyicidir.			,723						
S22. Uzak doğu mutfağına ait yemekler yağsızdır.			,737						
<p><i>Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi.</i> Açıklanan toplam varyans: %73,8 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Ölçümü: %93,9 Bartlett Testi: $X^2:8955,856$; s.d.: 231; $p \leq ,000$ Cevap Kategorileri: (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum</p>									

Analiz sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan üç faktör bulunmuştur. Bu faktörlerin toplam varyansı %73,8423 olarak bulunmuştur. Birinci faktör açıklanan toplam varyansa %51,916 oranında katkı sağlamaktadır. Bu faktörün alt maddeleri "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemekten keyif alırım.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi mutlu hissediyorum.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni heyecanlandırır.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni rahatlatır.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde sakinleşirim.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemeklerin hazırlanma yöntemlerini severim.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemeklerin servis ısısını severim.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekler güzel kokar." ve "Uzak Doğu mutfağına ait yemekler lezzetlidir." şeklinde sıralanmaktadır. Maddelerin incelenmesi sonucunda faktörün "Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Olumlu Tutum" ile ilgili olduğu görülmektedir.

İkinci faktörün toplam varyansa %15,246 oranında katkı sağladığı görülmektedir. İkinci faktörün 7 tane alt maddesi vardır ve bu maddeler "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yerken keyifsiz hissederim.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yerken sıkılırım.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi midemi bulandırır.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni hasta ediyor.", "Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni rahatsız ediyor." ve "Uzak

Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum.” olduğu görülmektedir. Maddeler incelendiği zaman faktörün “Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Olumsuz Tutum” ile ilgili olduğu görülmektedir.

Üçüncü faktörün toplam varyansa %6,680 oranında katkı sağladığı görülmektedir. Üçüncü faktör alt maddeleri “Uzak Doğu mutfağına ait yemekler sağlıklıdır.”, “Uzak Doğu mutfağına ait yemekler hafiftir.”, “Uzak Doğu mutfağına ait yemekler besleyicidir.” ve “Uzak Doğu mutfağına ait yemekler yağsızdır.” şeklinde sıralanmaktadır. Maddeler incelendiği zaman faktörün “Uzak Doğu Mutfağına Yönelik olumsuz Duyusal Tutum” ile ilgili olduğu görülmektedir.

3.5.Gıda Neofobisi Ölçeğine Yönelik Bulgular

Gıda neofobisi ölçeği anket formunda 5’li Likert ölçekten yararlanılmıştır. Her bir sorunun karşısına “1: Kesinlikle Katılmıyorum”, “2: Katılmıyorum”, “3: Kararsızım”, “4: Katılıyorum” ve “5: Kesinlikle Katılıyorum” ifadeleri eklenmiştir ve analizin daha kolay yapılabilmesi için bu ifadelere 1, 2, 3, 4 ve 5 değerleri verilmiştir. Kullanılan ölçekte neofobi ve neofili düzeylerini ölçmek için ters kodlama yöntemi kullanılmıştır. Ölçekteki 1, 4, 6 ve 10 numaralı ifadeler yeniliğe açıklık düzeyi yani neofiliyi ölçerken; 2, 3, 5, 7 ve 8 numaralı ifadeler yenilik korkusu yani neofobi düzeyini ölçmektedir.

Gıda neofobisi ölçeğinde bulunan ifadelerle ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerine ait bulgular Tablo 3.14’te verilmiştir. Tablo 3.14 incelendiğinde katılımcıların gıda neofobisi değerlerinin genel olarak “3” olarak kabul edilen orta düzeyin altında olduğu gözlemlenmiştir. En yüksek ortalamaya sahip olan ifadelerin “Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsam onu denemem.” (\bar{X} : 3,2975) ve “Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.” (\bar{X} : 2,8625) olduğu görülmüştür. Bunların yanı sıra en düşük ortalamaya sahip olan ifadelerin “Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.” (\bar{X} : 2,1650) ve “Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.” (\bar{X} : 2,1900) olduğu görülmüştür.

Tablo 3.14. Gıda neofobisi ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

	Yüzde / Frekans	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X}	ss
Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.	f	60	147	89	86	18	2,6375	1,11094
	%	15,0	36,8	22,3	21,5	4,5		
Yeni yiyeceklere güvenmiyorum.	f	61	168	106	54	11	2,4650	,99562
	%	15,3	42,0	26,5	13,5	2,8		
Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsam onu denemem.	f	38	81	69	148	64	3,2975	1,22791
	%	9,5	20,3	17,3	37,0	16,0		
Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.	f	120	149	80	37	14	2,1900	1,07321
	%	30,0	37,3	20,0	9,3	3,5		
Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	f	103	144	89	51	13	2,3175	1,08842
	%	25,8	36,0	22,3	12,8	3,3		
Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	f	104	196	50	30	20	2,1650	2,4350
	%	26,0	49,0	12,5	7,5	5,0		
Daha önce yemediğim yiyecekleri yemekten korkarım.	f	92	148	76	62	22	2,4350	1,16153
	%	23,0	37,0	19,0	15,5	5,5		
Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.	f	56	124	79	101	40	2,8625	1,22775
	%	14,0	31,0	19,8	25,3	10,0		
	%	11,5	24,5	18,3	28,0	17,8		
Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	f	130	137	59	53	21	2,2450	1,19102
	%	23,5	34,3	14,8	13,3	5,3		

3.6. Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğine Yönelik Bulgular

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinde bulunan ifadelere ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerine ait bulgular Tablo 3.15’te verilmiştir.

Tablo incelendiğinde Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum değerlerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir. En yüksek ortalamaya sahip görüşler “Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.” (\bar{X} : 3,4675) ve “Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni heyecanlandırır.” (\bar{X} : 3,4650) ifadeleridir. En düşük ortalamaya sahip değerler ise “Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi

suçlu hissediyorum.” (\bar{X} :1,7350) ve “Uzak Doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde halsiz hissediyorum.” (\bar{X} : 1,7675) olduğu görülmüştür.

Tablo 3.15. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğindeki İfadeler	Yüzde / Frekans	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum	\bar{X}	ss
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemekten keyif alırım.	f	38	62	79	139	82	3,4125	1,23943
	%	9,5	15,5	19,8	34,8	20,5		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder.	f	34	84	89	121	72	3,2825	1,22329
	%	8,5	21,0	22,3	30,3	18,0		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.	f	35	66	61	153	85	3,4675	1,23805
	%	8,8	16,5	15,3	38,3	21,3		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi mutlu hissediyorum.	f	34	70	99	120	77	3,3400	1,21371
	%	8,5	17,5	24,8	30,0	19,3		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi beni heyecanlandırır.	f	38	64	68	134	96	3,4650	1,27390
	%	9,5	16,0	17,0	33,5	24,0		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni rahatlatır.	f	53	97	117	85	48	2,9450	1,21064
	%	13,3	24,3	29,3	21,3	12,0		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde sakinleşirim.	f	61	121	120	63	35	2,7250	1,16092
	%	15,3	30,3	30,0	15,8	8,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin hazırlanma yöntemlerini severim.	f	37	61	112	119	71	3,3150	1,19765
	%	9,3	15,3	28,0	29,8	17,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin servis ısısını severim.	f	33	59	119	134	55	3,2975	1,13013
	%	8,3	14,8	29,8	33,5	13,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken keyifsiz hissederim.	f	118	163	67	40	12	2,1625	1,05303
	%	29,5	40,8	16,8	10,0	3,0		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken sıkılırım.	f	134	156	59	36	15	2,1050	1,08255
	%	33,5	39,0	14,8	9,0	3,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşüncesi midemi bulandırır.	f	145	140	58	42	15	2,1050	1,12121
	%	36,3	35,0	14,5	10,5	3,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni hasta ediyor.	f	161	14	61	21	11	1,9375	1,00555
	%	40,3	3,6	15,3	5,3	2,8		
	f	160	131	51	41	17	2,0600	1,14878

Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yeme düşünceci beni rahatsız ediyor.	%	40,0	32,8	12,8	10,3	4,3		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum.	f	207	125	43	17	8	1,7350	,95239
	%	51,8	31,3	10,8	4,3	2,0		
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde halsiz hissediyorum.	f	190	138	52	15	5	1,7675	,90304
	%	47,5	34,5	13,0	3,8	1,3		
Uzak doğu mutfağına ait yemekler güzel kokar.	f	31	55	167	113	34	3,1600	1,02324
	%	7,8	13,8	41,8	28,3	8,5		
Uzak doğu mutfağına ait yemekler lezzetlidir.	f	25	54	102	163	56	3,4275	1,08290
	%	6,3	13,5	25,5	40,8	14,0		
Uzak doğu mutfağına ait yemekler sağlıklıdır.	f	22	55	188	101	34	3,1750	,96004
	%	5,5	13,8	47,0	25,3	8,5		
Uzak doğu mutfağına ait yemekler hafiftir.	f	27	83	151	104	35	3,0925	1,04002
	%	6,8	20,8	37,8	26,0	8,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemekler besleyicidir.	f	21	48	145	143	43	3,3475	,99962
	%	5,3	12,0	36,3	35,8	10,8		
Uzak doğu mutfağına ait yemekler yağsızdır.	f	38	86	167	81	28	2,9375	1,03744
	%	9,5	21,5	41,8	20,3	7,0		

3.7. Gıda Neofobisi Ölçeğindeki İfadelerin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Çalışma kapsamında kullanılmış olan gıda neofobisi ölçeği “yenilik korkusu” ve “yenilik arayışı” alt boyutlarında demografik özelliklere göre karşılaştırılmıştır. İki değişkenli bağımsız örneklem için “t testi” (Independent Samples t-test) kullanılmıştır. İkiden çok değişken olan gruplarda ise ANOVA analizi yapılmıştır. Yapılan tüm analizler alt başlıklar halinde aşığıda verilmiştir.

3.7.1. Cinsiyet

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışının katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen t testi sonuçları Tablo 3.16’da verilmiştir.

Tablo 3.16. Gıda neofobisi ölçeğinin cinsiyetlere göre karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	\bar{X}	ss	t	p
Yenilik Korkusu	Kadın	307	2,6482	,74887	-1,247	,213
	Erkek	93	2,7656	,93280		
Yenilik Arayışı	Kadın	307	2,2052	,86616	-4,177	,000
	Erkek	93	2,6532	1,02816		

Tablo 3.16 incelendiğinde katılımcıların gıda neofobisi ölçeğinin yenilik korkusu ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmadığı gözlenmektedir. Yenilik arayışı alt boyutuna ise cinsiyete bağlı olarak anlamlı farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir.

Buna göre erkeklerin yenilik arayışı ortalamasının kadınların yenilik arayışı ortalamasından yüksek olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak;

“H1a: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

“H1b: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

3.7.2. Yaş

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışının katılımcıların yaşa göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.17’de verilmiştir.

Gıda neofobisi ölçeğinin yenilik korkusu alt boyutu ile katılımcıların yaş arasında anlamlı fark olmadığı gözlemlenmiştir. Benzer şekilde gıda neofobisi ölçeğinin yenilik arayışı alt boyutu ile yaş arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

“H1c: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

“H1d: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.17. Gıda neofobisi ölçeğinin yaşa göre karşılaştırılması

	Yaş	n	\bar{X}	ss	F	p
Yenilik Korkusu	18-24	265	2,6702	,77990	1,055	,368
	25-34	95	2,6821	,83869		
	35-44	27	2,5407	,82053		
	45 ≥	13	3,0154	,73240		
Yenilik Arayışı	18-24	265	2,2302	,87139	2,318	,075
	25-34	95	2,4158	1,02535		
	35-44	27	2,6296	1,04553		
	45 ≥	13	24808	,79360		

3.7.3. Eğitim Düzeyi

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışının katılımcıların eğitim düzeyine göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.18’de verilmiştir.

Tablo 3.18. Gıda neofobisi ölçeğinin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması

	Eğitim Düzeyi	n	\bar{X}	ss	F	p
Yenilik Korkusu	İlköğretim	10	2,9600	,61680	,841	,500
	Ortaöğretim	64	2,5781	,82893		
	Önlisans	35	2,7486	,80344		
	Lisans	242	2,6975	,79401		
	Lisansüstü	49	2,5837	,78934		
Yenilik Arayışı	İlköğretim	10	2,2500	,67700	,699	,593
	Ortaöğretim	64	2,2969	,92783		
	Önlisans	35	2,2929	,83244		
	Lisans	242	2,3564	,93141		
	Lisansüstü	49	2,1173	,99753		

Tablo 3.18 incelendiğinde gıda neofobisi ölçeğinin yenilik korkusu alt boyutu ile eğitim düzeyi arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Benzer şekilde gıda neofobisi ölçeğinin yenilik arayışı alt boyutu ile eğitim düzeyi arasında da anlamlı fark olmadığı gözlemlenmiştir.

“H1e: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

“H1f: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

3.7.4. Gelir Durumu

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışının katılımcıların gelir durumuna göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.19’da verilmiştir.

Tablo 3.19. Gıda neofobisi ölçeğinin gelir durumuna göre karşılaştırılması

	Gelir Durumu	n	\bar{X}	ss	F	p
Yenilik Korkusu	3000TL ve altı	165	2,6800	,76853	,773	,510
	3001TL-5000TL	36	2,7111	,85850		
	5001TL-10000TL	70	2,5514	,82738		
	10001+TL	129	2,7271	,79684		
Yenilik Arayışı	3000TL ve altı	165	2,2561	,85982	,340	,769
	3001TL-5000TL	36	2,3056	,83690		
	5001TL-10000TL	70	2,3464	1,08539		
	10000+TL	129	2,3585	,94054		

Tablo 3.19 incelendiğinde gıda neofobisi ölçeğinin yenilik korkusu ile gelir durumu arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutu ile gelir durumu arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

“H1g: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

“H1h: Gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

3.8.Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğindeki İfadelerin Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılması

Çalışma kapsamında kullanılmış olan Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeği “olumlu tutum”, “olumsuz tutum” ve “duyusal tutum” alt boyutlarında demografik özelliklere göre karşılaştırılmıştır. İki değişkenli bağımsız örneklem

için “t testi” (Independent Samples t-test) kullanılmıştır. İki den çok değişken olan gruplarda ise ANOVA analizi yapılmıştır. Yapılan tüm analizler alt başlıklar halinde aşağıda verilmiştir.

3.8.1. Cinsiyet

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duygusal tutumun katılımcıların cinsiyete göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen t testi sonuçları Tablo 3.20’de verilmiştir.

Tablo 3.20. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin cinsiyete göre karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	\bar{X}	ss	t	p
Olumlu Tutum	Kadın	307	3,3844	,97287	4,682	,000
	Erkek	93	2,8407	1,00820	4,593	
Olumsuz Tutum	Kadın	307	1,9009	,86763	-3,323	,001
	Erkek	93	2,2488	,93959	-3,184	
Duyusal Tutum	Kadın	307	3,1873	,84134	2,143	,033
	Erkek	93	2,9758	,80847	2,189	

Tablo 3.20 incelendiğinde Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğinin tüm alt boyutlarının (olumlu tutum, olumsuz tutum ve duygusal tutum) cinsiyete göre önemli farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

“H2a: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2b: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2c: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duygusal tutum katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

3.8.2. Yaş

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duygusal tutumun katılımcıların yaşa göre anlamlı bir değişiklik

gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.21’de verilmiştir.

Tablo 3.21 incelendiğinde Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duygusal tutumun yaşa göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.21. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin yaşa göre karşılaştırılması

	Yaş	n	\bar{X}	ss	F	p
Olumlu Tutum	18-24	265	3,3719	,96329	5,423	,001
	25-34	95	3,1684	1,08606		
	35-44	27	2,7138	,99481		
	45 ≥	13	2,7203	,74732		
Olumsuz Tutum	18-24	265	1,9051	,85791	4,179	,006
	25-34	95	2,0256	,92276		
	35-44	27	2,2487	,97825		
	45 ≥	13	2,6703	,96430		
Duyusal Tutum	18-24	265	3,1283	,82230	2,844	,038
	25-34	95	3,2816	,85072		
	35-44	27	2,7593	,90533		
	45 ≥	13	3,0769	,71723		

“H2d: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2e: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2f: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duygusal tutum katılımcıların yaş aralığına göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

3.8.3. Eğitim Düzeyi

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duygusal tutumun katılımcıların eğitim düzeyine göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.22’de verilmiştir.

Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum ve duysal tutumda eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık görülürken bir diğer alt boyut olan olumsuz tutumda önemli bir değişiklik tespit edilmemiştir.

Tablo 3.22. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması

	Eğitim Düzeyi	n	\bar{X}	ss	F	p
Olumlu Tutum	İlköğretim	10	2,9000	,76835	2,457	,045
	Ortaöğretim	64	3,4673	,79647		
	Önlisans	35	3,2468	,94336		
	Lisans	242	3,1642	1,04400		
	Lisansüstü	49	3,5288	1,08214		
Olumsuz Tutum	İlköğretim	10	2,4571	1,11636	2,313	,057
	Ortaöğretim	64	1,9129	,85586		
	Önlisans	35	2,2490	,97959		
	Lisans	242	1,9852	,88783		
	Lisansüstü	49	1,7668	,82823		
Duyusal Tutum	İlköğretim	10	2,8750	,42898	2,758	,028
	Ortaöğretim	64	3,0742	,78006		
	Önlisans	35	2,9500	,80623		
	Lisans	242	3,1260	,86700		
	Lisansüstü	49	3,4694	,77834		

“H2g: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2h: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

“H2i: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duysal tutum katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

3.8.4. Gelir Durumu

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duysal tutumun katılımcıların gelir durumuna göre anlamlı bir değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen ANOVA analizi sonuçları Tablo 3.23’te verilmiştir.

Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğinin tüm alt boyutlarının (olumlu tutum, olumsuz tutum ve duysal tutum) gelir durumuna göre anlamlı farklılıklar göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 3.23. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin gelir durumuna göre karşılaştırılması

	Gelir Durumu	n	\bar{X}	ss	F	p
Olumlu Tutum	3000TL ve altı	165	3,4259	,92425	4,131	,007
	3001TL-5000TL	36	3,1490	1,01026		
	5001TL-10000TL	70	3,3390	1,02629		
	10001+TL	129	3,0296	1,05872		
Olumsuz Tutum	3000TL ve altı	165	1,8753	,85134	3,194	,024
	3001TL-5000TL	36	2,1508	,95676		
	5001TL-10000TL	70	1,8469	,85587		
	10001+TL	129	2,1440	,93208		
Duyusal Tutum	3000TL ve altı	165	3,1167	,87762	1,098	,350
	3001TL-5000TL	36	3,2639	,78818		
	5001TL-10000TL	70	3,2571	,85123		
	10001+TL	129	3,0659	,78842		

“H2j: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2k: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

“H2l: Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duysal tutum katılımcıların gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.” hipotezi reddedilmiştir.

3.9.Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi yaparken amaç; bağımsız değişken (X) değiştiğinde, bağımlı değişkenin (Y) hangi yönde değişeceğini gözlemlemektir. Korelasyon katsayısı “r” ile gösterilmektedir ve -1/+1 arasında değer almaktadır. Korelasyon katsayısının değeri 0,00 ile 0,25 arasında ise çok zayıf düzeyde ilişki, değer 0,26 ile 0,49 aralığında ise zayıf düzeyde ilişki, değer 0,50 ile 0,69 arasında ise orta düzeyde

ilişki, değer 0,70 ile 0,89 aralığında ise yüksek düzeyde ilişki ve değer 0,90 ile 1,00 arasında ise çok yüksek düzeyde ilişki olduğu kabul edilmektedir (Kalaycı, 2009).

Katılımcıların Gıda Neofobisi Ölçeğinin alt boyutu olan yenilik korkusu ve yenilik arayışı ile Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum Ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duyuşal tutumun korelasyon testi ile birbiriyle karşılaştırılması Tablo 3.24’te verilmiştir.

Gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak doğu mutfağına yönelik tutum alt boyutu olan olumlu tutum arasında negatif yönlü zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r = -,395$). Katılımcıların yenilik korkusu arttıkça Uzak Doğu mutfağına yönelik olumlu tutumları negatif yönde etkilenmektedir.

“H3a: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3.24. Gıda neofobisi ölçeği ve Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeği arasındaki korelasyona ilişkin bulgular

	Gıda Neofobisi	Yenilik Korkusu	Yenilik Arayışı	UDMYT	Olumlu Tutum	Olumsuz Tutum	Duyusal Tutum
Gıda Neofobisi	1						
Yenilik Korkusu	,839**	1					
Yenilik Arayışı	,811**	,363**	1				
UDMYT	-,413**	-,141**	-,556**	1			
Olumlu Tutum	-,659**	-,395**	-,705**	,832**	1		
Olumsuz Tutum	,598**	,518**	,468**	-,058**	-,568**	1	
Duyusal Tutum	-,341**	-,144**	-,430**	,751**	,577**	-,193**	1

** korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak doğu mutfağına yönelik tutum alt boyutu olan olumsuz tutum arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır ($r=,518$). Katılımcıların yenilik korkusu arttıkça Uzak Doğu mutfağına yönelik olumsuz tutumları pozitif yönde etkilenmektedir.

“H3b: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum alt boyutu olan duysal tutum arasında negatif yönlü çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=-,144$). Katılımcıların yenilik korkusu arttıkça Uzak Doğu mutfağına yönelik duysal tutumları negatif yönde etkilenmektedir.

“H3c: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duysal tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum alt boyutu olan olumlu tutum arasında negatif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki bulunmaktadır ($r=-,705$). Katılımcıların yenilik arayışı arttıkça Uzak Doğu mutfağına yönelik olumlu tutumları negatif yönde etkilenmektedir.

“H3d: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum alt boyutu olan olumsuz tutum arasında pozitif yönde zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($r=,468$). Katılımcıların yenilik arayışı arttıkça Uzak Doğu mutfağına yönelik olumsuz tutumları pozitif yönde etkilenmektedir.

“H3e: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum alt boyutu olan duyuşal tutum arasında negatif yönde zayıf düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Katılımcıların yenilik arayışı arttıkça Uzak Doğu mutfağına yönelik duyuşal tutumları negatif yönde etkilenmektedir.

“H3f: Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyuşal tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Gıda insan yaşamının en temel parçalarından biridir ve insanın sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi için vazgeçilemez bir faktördür. İnsan ve gıda arasındaki ilişki, sağlıktan toplumsal yaşantıya kadar birçok konuda etkilidir.

Gıda neofobisi bireylerin yeni, farklı ve bilinmeyen gıdalara karşı isteksiz olma halidir. Sınırlı bir diyetle büyütülen çocukların gıda neofobisine sahip olma ihtimali çok yüksektir. Gıda neofobisi, sağlıklı beslenme alışkanlıklarının gelişimini olumsuz yönde etkileyen önemli bir konudur ve bireylerin sağlıklı ve çeşitli beslenmelerine de engel olabilmektedir. Sağlıklı beslenen bir bireyin geniş bir gıda yelpazesi ile beslenmesi beklenirken, gıda neofobikleri bu çeşitliliği sağlamakta zorlanmaktadır. Bu da bireyde sağlık sorunlarına sebep olabilmektedir. Gıda neofobisi bireyin toplumsal etkileşimlerini de etkilemektedir.

Gıda neofobisi ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum üzerine gerçekleştirilen bu çalışmaya 307'si kadın ve 93'ü erkek olmak üzere 400 kişi katılmıştır. Katılımcıların çoğu 18-24 yaş aralığındadır. Lisans mezunu ve gelir düzeyi 3000 TL ve altı olan katılımcı sayısı yoğunlukta olup katılımcıların çoğunluğunu öğrenciler oluşturmaktadır.

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutu olan yenilik arayışı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Fakat diğer bir alt boyut olan yenilik korkusu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tian ve Chen (2021) Çin'de üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında kadın ve erkeklerin gıda neofobisi düzeylerini karşılaştırmışlar ve cinsiyete bağlı olarak neofobi düzeylerinde istatistiki anlamda bir farklılık olmadığını belirlemişlerdir. Bir diğer çalışmada Okumuş, Dedeoğlu ve Shi (2021) neofobi ve neofili üzerine farklı jenerasyonların ve cinsiyetin etkilerini inceledikleri çalışmalarında katılımcıların gıda neofobisi düzeylerinde cinsiyete bağlı olarak önemli değişikliğin olmadığını, gıda neofobisi düzeylerinde ise önemli farklılıkların görüldüğünü bildirmişlerdir.

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışının yaş aralığına göre farklılık göstermediği ortaya koyulmuştur.

Hartmann, Shi, Guisto ve Siegrist (2015), gıda neofobisinin tüketicilerin böcek yeme isteği üzerindeki etkisi inceledikleri çalışmada gıda neofobisinin yaşla ilişkili olmadığını ortaya koymuştur. Aynı şekilde Stratton, Vella, Sheeshka ve Duncan (2015) yaş ve gıda neofobisi arasında bir ilişki olmadığını gözlemlemiştir.

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışının eğitim düzeyine göre bir farklılık göstermemiştir.

Stratton, Vella, Sheeshka ve Duncan (2015) eğitim düzeyi ve gıda neofobisi arasında bir ilişki olmadığını gözlemlemiştir. Keskin ve Sezen (2020), yapmış oldukları çalışmada eğitim düzeyi ile gıda neofobisi arasında anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymuştur.

Gıda neofobisi ölçeğinin alt boyutları olan yenilik korkusu ve yenilik arayışı gelir durumuna göre farklılık göstermediği bulunmuştur.

Kaplan (2018), gastronomi turistlerinin gıda seçimlerindeki neofobik ve neofilik etkisini araştırdığı çalışmada yenilik korkusu ile gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlemiştir. Aynı şekilde yenilik arayışı ile gelir durumu arasında da anlamlı bir farklılık saptamamıştır.

Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duyusal tutumda cinsiyet ve yaşa bağlı olarak anlamlı farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum ve duyusal tutumun eğitim düzeyine bağlı olarak önemli şekilde farklılaştığı tespit edilirken; olumsuz tutumun eğitim düzeyi ile arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya konmuştur. Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ölçeğinin alt boyutları olan olumlu tutum, olumsuz tutum ve duyusal tutumun gelir düzeyi ile arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda getirilebilecek önerilerden bazıları şu şekildedir;

- Gerçekleştirilecek ileri çalışmalar ile Uzak Doğu mutfağına karşı gıda neofobisi olan kişiler, bu yemeklere maruz bırakılarak neofobi düzeylerindeki değişim ölçülebilir.
- Uzak Doğu yemeklerine maddi olarak daha kolay ulaşım sağlanabilmesi insanların bu mutfağına karşı önyargısını azaltmakta etkili olabilir.
- Mevcut çalışmada sadece Konya'daki Uzak Doğu restoranlarının müşterilerine anket uygulaması yapılmıştır. Evren değiştirilerek farklı bölgelerin de Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumu ölçülebilir.
- Uzak Doğu mutfağı restoranlarının sayısının artırılması, yeni girişimcilerin bu yönde teşvik edilmesi ile Uzak Doğu mutfağına yönelik gıda neofobisinde azalma sağlanabilir.
- Uzak Doğu restoranlarının gelişmemiş veya gelişmekte olan bölgelere açılması gıda neofobisinin azalmasına sebep olabilir.
- Günümüzde sosyal medyanın insanları etkilemesi sebebiyle, restoran sahipleri daha fazla insana ulaşması ve bilinirliklerinin artırılması için teşvik edilebilir ve bilinirliğini arttırmayı sağlanabilir.
- Kişilerin Uzak Doğu mutfağına dair ön yargılarını kırmak için çeşitli etkinlikler düzenlenebilir.
- Tüketicilerin gastronomi turizmine yönlendirilmesi Uzak Doğu mutfağına olan önyargıyı kırabilir ve gıda neofobisinin azalmasına sebep olabilir.
- Tüketicilerin Uzak Doğu mutfağına ait yemeklerine dair sahip olduğu bilgi oldukça sınırlıdır. Bu gıdalara karşı bilgi düzeyinin artırılması gıda neofobisi seviyesinin düşmesine sebep olabilecektir.

KAYNAKÇA

- AKSOY, M. (2007).** **Ansiklopedik Beslenme Diyet ve Gıda Sözlüğü.** Hatiboğlu Yayınevi.
- ALGÜL, F. ve Konaklıoğlu, E. (2020).** **Turistlerin Gıda Neofobisi ve Gıda Çeşitlilik Arayışının Destinasyonu Tekrar Ziyaret Etme Niyeti ile İlişkisinin Belirlenmesi.** AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi, 25, 1.
- ALLEY, T. ve Potter, K. (2011).** **Food neophobia and sensation seeking.** UK: Springer Science & Business Media.
- BARRENA, R. ve Sanchez, M. (2012).** **Neophobia, Personal Consumer Values and Novel Food Acceptance.** Food Quality and Preference 27(1) .
- BOZ, B., Şahin , B. ve Koç, E. (2021).** **Bağlanma türleri ile yiyecek neofobisi (yenilikten korkma) ve yiyecek neofilisi (yenilik arama) arasındaki ilişki.** Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 19, 4.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2010).** **Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı.** Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- CAN, A. (2014).** **SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi.** Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- CEYLAN, V. ve Akar Şahingöz, S. (2019).** **Yetişkin Bireylerde Gıda Neofobi Düzeyinin Belirlenmesi.**
- CHO, M. ve Park, B. (2016).** **Taste education reduces food neophobia and increases willingness to try novel foods in school children.** Nutrition Research and Practice.
- CHOI, S. ve Henneberry, D. (2000).** **Ethnic Food Marketing: Korean Kimchi in World Markets.** Journal of Food Products Marketing, 5(4), 19-44.
- CHUNG, H., Yang , H., Shin, D. ve Chung, K. (2016).** **Aesthetics of Korean Foods: The Symbol of Korean Culture.** Journal of Ethnic Foods, 3(3), 178-188.
- CHUNG, K., Yang, H., Jang, D. ve Kwon, D. (2015).** **Historical and Biological Aspects of Bibimbap, a Korean Ethnic Food.** Journal of Ethnic Foods 2(2), 74-83.
- COHEN, E. ve Avieli, N. (2004).** **Food in Tourism-Attraction and Impediment .** Annals of Tourism Research 31 (4), 755-778.
- COOKE, L., Hawort, C. ve Wardle, J. (2007).** **Genetic and environmental influences on children's food neophobia.** American Society for Nutrition.
- CWIERTKA, K. (2001).** **Japanese Foon in Holland: The Global Trend Spreads.** Food Culture, 15-17.

- CWIERTKA, K. (2005). From Ethnic to Hip: Circuits of Japanese Cuisine in Europe.** Food and Foodways 13 (4), 241-272.
- ÇITAK, B. (2021). Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Aşçılık Öğrenimi Gören Öğrencilerin Neofobi ve Neofili Eğilimlerinin Sokak Lezzetlerine İlişkin Tutumlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma.** Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÇOLAKOĞLU, Ö. M. ve Büyükekşi, C. (2014). Açımlayıcı Faktör Analiz Sürecini Etkileyen Unsurların Değerlendirilmesi.** Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi, 2 (1).
- DEDEOĞLU, S., Aydın, Ş. ve Onat, G. (2019). A General Overview on the Far East Cuisine: Cuisines of Thailand, Korea and China.** Journal of multidisciplinaryacademic tourism 4 (2), 109-121.
- DOMJAN, M. (2018). The Essentials Of Conditioning and Learning (4th Ed.).** American Psychological Association.
- ERCAN, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik.** Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 30 (3).
- FANELLI, R. ve Di Nocera, A. (2018). Customer Perceptions of Japanese Foods in Italy.** Journal of Ethnic Foods 5 (3), 167-176.
- FENKO, A., Leufkens, J. ve Hoof, J. (2015). New product, familiar taste: Effects of slogans on cognitive and affective responses to an unknown food product among food neophobics and neofilies.** Food Quality and Preference.
- GENÇEL, M. (2021). Gıda Neofobisi Düzeyinin Yiyecek Seçim Faktörleri İle İlişkisi.** Kocaeli : Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GEORGE, D. ve Mallery, P. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.)** Boston, Pearson.
- GHASEMİ, A. ve Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: a guide for non-statisticians.** International Journal of Endocrinology and Metabolism, 10, 2.
- HA, J. (2011). Diners' variety seeking in the restaurant choice.** Indiana: Purdue University.
- HARTMANN, C., Shi, J., Giusto, A. ve Siegrist, M. (2015). The psychology of eating insects: A cross-cultural comparison between Germany and China.** Food Quality and Preference, 44.
- HJALAGER, A. ve Richards, G. (2003). Tourism and Gastronomy.** Routledge.
- HOŞ, K. ve Zencir Çiftçi, E. (2022). Tüketicilerin Yaşam Tarzı ve Gıda Neofobi Eğilimi.** Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 6,1.

- İSTANBULLU DİNÇER, F., Bayram, A. ve Ak, S. (2019). Müslüman Turistik Tüketicilerde Helâl Gıdaya Yönelik Davranışsal Niyet ve Gıda Neofobisi İlişkisi.** Antalya: 2nd International Halal Tourism Congress.
- JEZEWSKA-ZYCHOWİC, M., Plichth, M., Drywien, M. ve Hamulka, J. (2021). Food Neophobia among Adults: Differences in Dietary Patterns, Food Choice Motives, and Food Labels Reading in Poles.** *Nutrients*, 13.
- KABARAN, S. (2011). Ailelerin Besin Seçiminin Çocukların Besin Seçimi ve Yeni Besin Deneme Fobisi Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi.** Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- KAISER, H. F. (1974). An index of factorial simplicity.** *Psychometrika*, 39, 1.
- KALAFATİS, S., Sarpong Jr. ve Sharif, K. (2005). An examination of the stability of operationalisations of multi-item marketing scales.** *International Journal of Market Research*, 43, 3.
- KALAYCI, Ş. (2009). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatik Teknikleri.** Asil Yayın, Ankara.
- KAPLAN, A. (2018). Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi-Neofili Etkisi.** Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- KESKİN, E. ve Sezen, N. (2020). Restoranları Deneyimleyen Misafirlerin Neofobi ve Neofili Düzeylerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği.** *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4,2.
- KILIÇ, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı.** *Journal of Mood Disorders*, 6 (1).
- KWON, D., Chung, K., Yang, H. ve Jang, D. (2015). Gochujang (Korean Red Pepper Paste): a Korean Ethnic Sauce its Role and History.** *Journal of Ethnic Foods* 2(1), 29-35.
- LIPMAN, J. (2010). Chinese Geoprathy Through Chinese Cuisine.** *Social Education*, 74 (1), 17-20.
- MARTINS, Y. ve Pliner , P. (2005). Human Food Choices: An Examination Of The Factors Underlying Acceptance / Rejection Of Novel and Familiar Animal and Nonanimal Foods.** *Appetite* 45.
- MUHAMMAD, R., Abdullah, K., Zahari, M. ve Sharif, M. (2014). Revealing the Scenario of Food Neophobia among Higher Learning Institution Students from Klang Valley, Malaysia.**
- MUHAMMAD, R., Ibrahim, M., Ahmad, R. ve Hanan, F. (2016). Psychological Factors on Food Neophobia among the Young Culinarian in Malaysia: Novel food preferences.** *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 222 .

- MUTLU GÖZGEÇ, H. (2022). Gastronomik Deneyim İçin Müşterilerin Yüksek Fiyat Ödeme İstekliliğinin Belirlenmesi: Uzak Doğu Restoranları Üzerine Bir Çalışma.** Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- NEBİOĞLU, O. (2018). Turistlerin Yemek Tüketim Davranışları Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme.** Turizm Akademik Dergisi 1(5).
- OKUMUŞ, B., Dedeoğlu, B. B. ve Shi, F. (2021). Gender and generation as antecedents of food neophobia and food neophilia.** Tourism Management Perspectives, 37.
- OZGEN, L. (2014). Academicians'Attitude Towards "New Foods."** Food and Public Health 4(6).
- ÖZTÜRK, G. (2019). Etnik Gıdaya Yönelik Tutum ile Kültürleşme, Kültürel Açıklık ve Neofobi'nin İlişkisi: Samsun Gürcü Mutfağı Örneği .** Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.
- PLINER, H. ve Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans.** Appetite, 19.
- PLINER, P. ve Salvy, S. (2006). Food neophobia in humans.** Frontiers in Nutritional Science, 3, 75.
- REN, L. ve Wang, P. (2017). Making Chinese Cuisine Artistic: Fad or Trend?.** Critical Tourism Studies Proceedings (144), 1-17.
- RENNIE, K. M. (1997). Exploratory And Confirmatory Rotation Strategies in Exploratory Factor Analysis.** Paper Presented At The Annual Meeting Of The Southwest Educational Research Association (Austin, January).
- RIZAOĞLU, B., Ayazlar, R. ve Gençer, K. (2014). Yiyecek Deneyimiyle İlgili Bireysel Eğilimlerin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi: Kuşadası'na Gelen Yabancı Turistler Örneği.** 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı.
- ROUDSARI, A., Vedadhir, A., Amiri, P., Kalantari, N., Omidvar, N., Zinab, H. ve Sadati, S. (2017). Psycho-Socio-Cultural Determinants of Food Choice: A Qualitative Study on Adults in Social and Cultural Context of Iran.** Iran J Psychiatry.
- ROZIN, P. (2006). The Integration Of Biological, Social, Cultural and Psychological Influences On Food Choice.** The Psychology Of Food Choice 3.
- SEUBSMAN, S., Suttinan, P., Dixon, J. ve Banwell, C. (2009). Thai Meals. Meals in Science and Practice: Interdisciplinary Research and Business Applications.** Woodhead Publishing Limited.

- SİVRİKAYA K. K. (2019). Gıda Neofobisi ve Heyecan Arama Kişilik Özelliklerinin Yabancı Turistlerin Geleneksel Türk Yemeklerini Satın Alma Niyetine Etkisi.** Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.
- SOBKO, E., Marcus, C., Govoni, M. ve Kamiya , S. (2010). Dietary Nitrate in Japanese Traditional Foods Lowers Diastolic Blood Pressure in Healthy Volunteers.** Nitric Oxide-Biology and Chemistry 22(2), 136-140.
- SOYLU, A. G., Taştan, H., Eban F. ve Aslantürk E. (2021). Tüketicilerin Sokak Lezzetlerine Yaklaşımlarının Neofobi Tutumları Açısından Değerlendirilmesi.** Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi 4 (1), 151-167.
- SRISOMMAN, K. (2016). Lost Food and Thai Food Thai Curry.** Bangkok:Sangdad.
- STRATTON, L.M., Vella, M.N., Sheeshka, J. ve Duncan, A.M. (2015). Food neophobia is related to factors associated with functional food consumption in older adults.** Food Quality and Preference, 41.
- STOCIA, M. ve Alexe, P. (2016). Factors İnfluencing Food Neophobia. A Brief Review.** Journal Of Research On Trade, Management And Economic Development, 3, 2.
- SUKALAMALA, P. ve Boyce, J. (2007). Customer Perceptions for Expectations and Acceptance of an Authentic Dining Experience in Tay Restaurants.** Journal of Foodservice, 18, 69-75.
- TIAN, H. ve Chen, J. (2021). Food neophobia and intervention of university students in China.** Food Science & Nutrition, 9, 11.
- TORLAK, Ö. ve Altunışık, R. (2009). Tüketici Davranışı Araştırmalarında Ölçek ve Soru Formları Tasarımının Araştırma Bulguları Üzerine Etkileri.** Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 1,1.
- TÜRKER, N. ve Akmanoğlu, E. (2022). Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma.** Gastroia, 6,1.
- URAL, A. ve Kılıç, İ. (2005). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi.** Detay Yayıncılık, Ankara.
- VAN TRIJP, H. ve Van Kleef, E. (2008). Newness, value and new product performance.** Trends in food science ve technology, 19, 11.
- WEEK IN CHINA. (2018). China in 50 dishes.** The Week in China Magazine, 112.
- WU, D. (2014). Improvising Chinese Coisine Overseas.** The Globalization of Chinese Food.

- YAŞAR, M. (2014). İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması.** Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 36, s. 59-75.
- YİĞİT, S. (2018). Etnik Mutfak Ürünlerinin Tercihinde Neofobinin Etkisi (Karşılaştırmalı Bir Uygulama) .** Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- YİĞİT, S. ve Doğdubay, M. (2017). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği.** Journal of Tourism and Gastronomy Studies.



EKLER**Ek-1 Anket Formu**

Sayın Katılımcı;

Bu araştırmanın amacı, Uzak Doğu mutfağına yönelik tutum ile gıda neofobisi arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu anket bilimsel bir araştırma için hazırlanmıştır ve veriler gizli tutulacak olup, yalnızca araştırma için kullanılacaktır. Çalışmaya katıldığınız için teşekkür ederiz.

İrem DEMİRYÜREK

1. Cinsiyetiniz:

Kadın Erkek

2. Yaşınız:

18-24 yaş arası 35-44 yaş arası
25-34 yaş arası 45 yaş ve üzeri

3. Eğitim Düzeyiniz:

İlköğretim Ortaöğretim Ön Lisans Lisans Lisansüstü

4. Gelir Durumunuz:

3000 TL ve altı 3001-5000 TL arası
5001-10000 TL arası 10001 TL ve üzeri

5. Mesleğiniz:

Öğrenci Memur Özel Sektör Emekli İşçi
Ev Hanımı Esnaf Diğer

Gıda Neofobisi	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.					
Yeni yiyeceklere güvenmiyorum.					
Bir yiyeceğin içinde ne olduğunu bilmiyorsa onu denemem.					
Farklı kültürlerden yiyecekleri severim.					
Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.					
Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.					
Daha önce yemediğim yiyecekleri yemekten korkarım.					
Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.					
Yemek seçmem her şeyi yerim.					
Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.					

Uzak Doğu Mutfağının Değerlendirilmesi	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemekten keyif alırım.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni tatmin eder.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemeye istekliyimdir.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi mutlu hissediyorum.					
Uzak doęu mutfaęına ait yemekleri yeme dūřuncesi beni heyecanlandırır.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni rahatlatır.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde sakinleşirim.					
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin hazırlanma yōntemlerini severim.					
Uzak doğu mutfağına ait yemeklerin servis ısısını severim.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken keyifsiz hissedirim.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yerken sıkılıırım.					
Uzak doęu mutfaęına ait yemekleri yeme dūřuncesi midemi bulandırır.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yemek beni hasta ediyor.					
Uzak doęu mutfaęına ait yemekleri yeme dūřuncesi beni rahatsız ediyor.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde kendimi suçlu hissediyorum.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekleri yediğimde halsiz hissediyorum.					
Uzak doęu mutfaęına ait yemekler gūzel kokar.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekler lezzetlidir.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekler sağlıklıdır.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekler hafiftir.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekler besleyicidir.					
Uzak doğu mutfağına ait yemekler yağsızdır.					

Ek-2 Anket Kullanım İzni

Anket İzni

Gülsevdı ÇOHADAR
Alıcı: İrem Demiryürek

3 Ekim 2022 08:56

Merhaba İrem ölçekleri ben kullandığım da izin durumu yoktu. Ölçekleri ben geliştirmedim için benden izin alman ne kadar doğru olur bilemedim sen araştırmanı yap benim elimden gelen bir şey olursa yardımcı olurum.

Arş. Gör. Gülsevdı ÖZTÜRK
OMU Turizm Fakóltesi
Çetinkaya Mah, Ada Sok., No:18
Köprübaşı Mevkii 55440 Bafra/SAMSUN
Tif :
Cep :

Kimden: "İrem Demiryürek"
Kime: "gulsevdı cohadar"
Gönderilenler: 30 Eylül Cuma 2022 15:12:59
Konu: Anket İzni
[Alıntılanan metin gizlendi]

Ek-3 Araştırma Kapsamında Geliştirilen 26 Hipotezin Kabul/Ret Durumu

H1a	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Ret
H1b	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H1c	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu yaşa göre farklılık göstermektedir.	Ret
H1d	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı yaşa göre farklılık göstermektedir.	Ret
H1e	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.	Ret
H1f	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.	Ret
H1g	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik korkusu gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Ret
H1h	Katılımcıların gıda neofobisinin alt boyutu olan yenilik arayışı gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Ret
H2a	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2b	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2c	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyusal tutum cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2d	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum yaşa göre farklılık göstermektedir.	Kabul

H2e	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum yaşa göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2f	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyusal tutum yaşa göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2g	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum eğitime göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2h	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum eğitime göre farklılık göstermektedir.	Ret
H2i	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyusal tutum eğitime göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2j	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2k	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Kabul
H2l	Katılımcıların Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyusal tutum gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.	Ret
H3a	Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H3b	Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

H3c	Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik korkusu ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyusal tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H3d	Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumlu tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H3e	Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan olumsuz tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H3f	Katılımcıların gıda neofobisi alt boyutu olan yenilik arayışı ile Uzak Doğu mutfağına yönelik tutumun alt boyutu olan duyusal tutum arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul

Ek-4 Etik Kurul Kararı



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : E-47342962-100-269785
Konu : Tez Önerisi (İrem DEMİRYÜREK)

16.11.2022

DAĞITIM YERLERİNE

Enstitü Yönetim Kurulu karar sureti aşağıda çıkartılmıştır.
Gereğini rica ederim.

TARİH	10.11.2022
TOPLANTI	42
KARAR NO	28
KONU	Tez Önerisi (İrem DEMİRYÜREK)
KARAR	
Enstitümüz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı 21810201009 numaralı öğrencisi İrem DEMİRYÜREK ile ilgili Anabilim Dalı Başkanlığının 07.11.2022 tarih ve 267772 sayılı yazısı ile ekleri görüşüldü. Adı geçen öğrencinin tez önerisinin uygun olduğuna, kararın danışmanına, öğrenciye ve Anabilim Dalı Başkanlığına bildirilmesine oy birliği ile karar verildi.	
TEZ ADI TÜRKÇE	Uzak Doğu Mutfağına Yönelik Tutum ile Gıda Neofobisi Arasındaki İlişki
TEZ ADI İNGİLİZCE	The Relationship Between Attitude Toward Far Eastern Cuisine and Food Neophobia
DANIŞMAN	Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ

Doç. Dr. Ömer Faruk ERDEM
Enstitü Müdür Yrd.

Dağıtım:
Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Başkanlığına
Sayın Doç. Dr. Ayşe Büşra MADENCİ