

**UNESCO GASTRONOMİ ŞEHİRLERİNDE GASTRONOMİ
TURİZMİ ve YENİ YİYECEK DENEME KORKUSU
(FOOD NEOPHOBIA):
HATAY VE GAZİANTEP ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NURHAYAT İFLAZOĞLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
ANA BİLİM DALI**

**MERSİN
TEMMUZ - 2019**

**UNESCO GASTRONOMİ ŞEHİRLERİNDE GASTRONOMİ
TURİZMİ ve YENİ YİYECEK DENEME KORKUSU
(FOOD NEOPHOBIA):
HATAY VE GAZİANTEP ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NURHAYAT İFLAZOĞLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

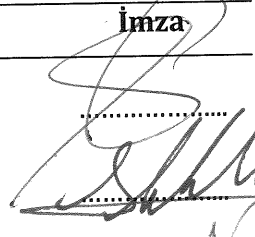
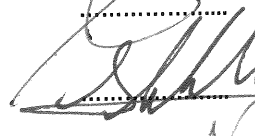

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
ANA BİLİM DALI**

**Danışman
Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR**

**MERSİN
TEMMUZ - 2019**

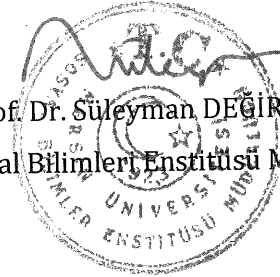
ONAY

Nurhayat İFLAZOĞLU tarafından Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR danışmanlığında hazırlanan "Unesco Gastronomi Şehirlerinde Gastronomi Turizmi ve Yeni Yiyecek Deneme Korkusu (Food Neophobia): Hatay ve Gaziantep Örneği" başlıklı bu çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR	
Üye	Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ	
Üye	Dr. Öğretim Üyesi Erdinç BALLI	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun ...11.../...07.../2019 tarih ve ...2019/11..... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHIC DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions,

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with academic rules,
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with specified ethics,
- I refer in accordance with the norms of scientific Works about the case of exploitation of the other's work,
- I used all of the referred works as the references,
- I did not do any tampering in the used data,
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university
- I transfer all copy rights of this thesis to the Mersin University.

8 Temmuz2019 / 8 July 2019

İmza / Signature



Nurhayat İFLAZOĞLU

ÖZET

Gastronomi turizminde mutfak kültürü, yiyecek-içecek deneyiminin önemli bir unsurudur. Bu bağlamda yiyecek-içecekler ait oldukları kültürün önemli bir parçasını oluşturarak o yörenin mutfak kültürü ile ilgili bilgi ve deneyim edinmede önemli bir araç haline gelmiştir. Dolayısıyla araştırmanın amacı, sahip oldukları zengin mutfak kültürünü halen geleneksel yöntemlerle koruyan ve özgünlüklerini muhafaza eden Unesco Gastronomi Şehirleri Hatay ve Gaziantep'te yaşayan yerel halkın gastronomi turizmine yönelik ilgilerini, yeni yiyecek deneme korku düzeylerini ve şehirlerin gastronomi imajını tespit etmektir. Mevcut çalışmada anketler, araştırmacı tarafından 25 Aralık, 2018 -20 Ocak, 2019 tarihinde Gaziantep ve Hatay'da uygulanmış olup, toplamda elde edilen 565 anketin tamamı değerlendirmeye alınmıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler, kodlanarak istatistik paket programına aktarılmış ve analiz edilmiştir. Verilerin analizinde aritmetik ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Bunların yanı sıra, açıklayıcı faktör analizi, t-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi tekniklerinden de yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, her iki şehirde halkın gastronomi turizmine ilgisi yüksektir. Hem Gaziantep hem de Hatay'da yeni yiyecek deneme korkusunun yüksek oranda "nötr" olduğu tespit edilmiştir. Yine de belli bir oranda yeni yiyecek deneme korkusuna sahip katılımcılarında var olduğu bulgulanmıştır. Diğer bir yandan erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla yeni yiyecek deneme korku düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer önemli bulguda ise Hatay'da katılımcılarının eğitim seviyeleri yükseldikçe yeni yiyecek deneme korkularının azaldığı, buna karşın Gaziantep'te katılımcılarının eğitim seviyeleri düştükçe yeni yiyecek deneme korkularının azaldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Unesco Gastronomi Şehirleri, Gastronomi Turizmi, Yeni Yiyecek Deneme Korkusu, Hatay, Gaziantep

Danışman: Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR, Mersin Üniversitesi, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Mersin.

ABSTRACT

Culinary culture is an important element of food and beverage experience in gastronomy tourism. In this context, food and drinks have become an important part of the culture in which they belong and become an important tool in acquiring knowledge and experience related to the culinary culture of a region. Therefore, the purpose of this research is to determine local peoples' interest in gastronomy tourism, the level of food neophobia and the gastronomy image of cities of the local people who are living in Hatay and Gaziantep which are both UNESCO Gastronomy Cities that preserve their rich culinary culture with traditional methods and maintain their originality. In the present study, the questionnaires were applied by the researcher in Gaziantep and Hatay between December 25, 2018 and January 20, 2019. Total of 565 questionnaires were evaluated. The data obtained through the questionnaires were coded and transferred to the statistical package program and analyzed. Descriptive statistics such as arithmetic mean and standard deviation were used in the analysis of the data. In addition, explanatory factor analysis, t-test, and one-way variance analysis techniques were used. According to the findings, people in both cities have a high interest in gastronomy tourism. In both Gaziantep and Hatay, the levels of food neophobia were found highly neutral. Nevertheless, in some of the participants, it was found that there was a certain percentage of food neophobia. On the other hand it was concluded that male participants had higher levels of food neophobia compared to female participants. Another important finding was that as the education level of the participants of Hatay increasing, the food neophobia level was decreasing, however, in Gaziantep participant, the food neophobia level was decreasing as the level of education was decreasing.

Keywords: Unesco Gastronomy Cities, Gastronomy Tourism, Food Neophobia, Hatay, Gaziantep

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR, Mersin University, Department of Tourism Guidance, Mersin, Turkey.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim süresince yüksek motivasyonu ile daima neşe saçan, bilgi ve deneyimleriyle bana yol gösteren, tezimin bütün aşamalarında bana yardımcı olan, biricik tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR'e ve konu ile ilgili görüşlerinden yararlandığım, daima değerli zamanını ayırıp manevi desteğini esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Kemal BİRDİR'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans tez savunma jürimde yer almayı kabul ederek, böylesine önemli bir günde bana destek olan değerli hocalarım Sayın Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ'a ve Sayın Dr. Öğretim Üyesi Erdinç BALLI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Anketin uygulanması sürecinde yardımlarını esirgemeyen Uğur KARTAL, Gül GÜRBÜZ, Esin KOÇ YEŞİLDAĞ, Nazlı AĞGÜN ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'ne sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, yalnızca tez dönemimde değil her zaman yanımda olan maddi-manevi her türlü desteklerini benden esirgemeyen hayatımdaki en önemli varlıklarım kıymetli aileme ama en çok da canım annem Bedia İFLAZOĞLU ve canım abim Mustafa İFLAZOĞLU'na sonsuz sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

Nurhayat İFLAZOĞLU

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problem İfadesi	3
1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	4
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Araştırma Soruları	5
1.5. Varsayımlar	5
1.6. Sınırlılıklar	6
1.7. Tanımlar	6
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	8
2.1. Gastronominin Tanımı	8
2.2. Gastronomi Turizmi	10
2.3. Gastronomi İmajı	14
2.4. Gastronomi Turizmine İlişkin Literatür Taraması	14
2.5. Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı	16
2.5.1. UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Mirası: Gastronomi	17
2.5.2. Unesco Yaratıcı Gastronomi Şehirleri	18
2.5.3. Unesco Gastronomi Şehri Gaziantep	19
2.5.4. Unesco Gastronomi Şehri Hatay	22
2.5.5. Unesco Gastronomi Şehirlerine İlişkin Literatür Taraması	25
2.6. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu (Food Neophobia)	26
2.6.1. Yeni Yiyecekler ve Yeni Yiyecek Deneme Korkusu	28
2.6.2. Yeni Yiyecek Deneme Arzusu: Neofili	29
2.6.3. Yiyecek Seçimi ve Yeni Yiyecek Deneme Korkusu	30
2.6.4. Yeni yiyeceklerin Reddedilmesinin Temelleri	31
2.6.5. Yeni Yiyeceklerle Maruz Kalma	32
2.6.6. Yeni Yiyecek Deneme Korkusuna Etki Eden Faktörler	33
2.6.7. Yiyecek Neofobisi ve Neofili'ne İlişkin Alanyazın Taraması	35
2.6.8. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Ölçeği (Food Neophobia Scale)	47
3. YÖNTEM	49
3.1. Araştırmanın Türü	49
3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi	50
3.3. Veri Toplama Yöntemi	50
3.3.1. Anket Formunun Oluşturulması	50
3.3.2. Pilot Uygulama	52
3.3.3. Anketin Uygulanması	52
3.4. Kullanılan Veri Analiz Teknikleri	53
3.4.1. Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi	53
3.4.2. Ölçeklerin Geçerlik Analizi	54
4. BULGULAR	57
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	57
4.2. Araştırma Sorusu 1: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın Gastronomi Turizmine Yönelik İlgileri Ne Düzeydedir?	58

4.3. Araştırma Sorusu 2: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın Gastronomi Turizmine Yönelik İlgileri Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermekte Midir?	59
4.4. Araştırma Sorusu 3: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyi Nedir?	65
4.5. Araştırma Sorusu 4: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyi Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermekte Midir?	67
4.6. Araştırma Sorusu 5: Hatay'da ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Gastronomi İmajına Yönelik Görüşleri Ne Düzeydedir?	78
4.7. Araştırma Sorusu 6: Hatay'da ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Gastronomi İmajına Yönelik Görüşleri Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermekte Midir?	79
5. SONUÇ ve ÖNERİLER	89
KAYNAKÇA	97
EKLER	113
ÖZGEÇMİŞ	115



TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Literatürde Gastronomi Tanımları	9
Tablo 2.2. Literatürde Gastronomi Turizmi Tanımları	10
Tablo 2.3. Mutfak Kültürünü Oluşturan Faktörler	13
Tablo 2.4. Unesco Yaratıcı Gastronomi Şehirleri	19
Tablo 2.5. Gaziantep'in Coğrafi İşaretli Yöresel Gıda Ürünleri	21
Tablo 2.6. Hatay Mutfağının Diğer Mutfaklarla Olan Etkileşimi	23
Tablo 2.7. Hatay'ın Coğrafi İşaretli Yöresel Gıda Ürünleri	25
Tablo 2.8. Yiyecek Neofobi ve Neofili'sine İlişkin Alanyazın Özet Tablosu	38
Tablo 2.9. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Ölçeği (Orijinal)	47
Tablo 2.10. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Ölçeğinin Uyarlanmış Haliyle Anketteki Kullanım İfadeleri	48
Tablo 3.1. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Faktör Analizi Sonuçları: Hatay	55
Tablo 3.2. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Faktör Analizi Sonuçları: Gaziantep	56
Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	57
Tablo 4.2. Katılımcıların Yaşadıkları Şehre Göre Gastronomi Turizmi İlgilerinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu	59
Tablo 4.3. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları	59
Tablo 4.4. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Medeni Duruma Göre t-Testi Sonuçları	60
Tablo 4.5. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Yaşa Göre ANOVA Sonuçları	60
Tablo 4.6. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Eğitime Göre ANOVA Sonuçları	62
Tablo 4.7. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Gelire Göre ANOVA Sonuçları	63
Tablo 4.8. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Mesleğe Göre ANOVA Sonuçları	64
Tablo 4.9. Hatay Halkının Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu	65
Tablo 4.10. Gaziantep Halkının Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu	66
Tablo 4.11. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Sınıflama Tablosu	66
Tablo 4.12. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Medeni Duruma Göre T Testi Sonuçları	67
Tablo 4.13. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları	68
Tablo 4.14. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Yaşa Göre ANOVA Sonuçları	70
Tablo 4.15. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Sonuçları	72
Tablo 4.16. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Gelire Göre ANOVA Sonuçları	74
Tablo 4.17. Katılımcıların Hatay Gastronomi İmajına İlişkin Görüş Düzeylerinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu	78
Tablo 4.18. Katılımcıların Gaziantep Gastronomi İmajına İlişkin Görüş Düzeylerinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu	79
Tablo 4.19. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları	80
Tablo 4.20. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Medeni Duruma Göre t-Testi Sonuçları	81

Tablo 4.21. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Yaşa Göre ANOVA Sonuçları	82
Tablo 4.22. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Eğitim Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları	84
Tablo 4.23. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Mesleklere Göre ANOVA Sonuçları	85
Tablo 4.24. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Gelir Durumuna Göre ANOVA Sonuçları	87



1. GİRİŞ

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), şehirlerin yaratıcı unsurlarının kültürel birer miras olarak korunması gerektiği görüşüyle, 2004 yılında “UNESCO Kültürel Çeşitlilik Küresel İttifakı” kapsamında “Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network)” programını oluşturmuştur. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında “gastronomi” ilk kez bir tema olarak yer almıştır (en.unesco.org). Gastronominin Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında bir tema olarak belirlenerek yöresel mutfakların kültürel birer miras olarak ulusal ve uluslararası düzeyde korunması gerektiği bilinci yaşanan ekonomik ve kültürel gelişmelerle beraber gastronomi şehirlerinin önemi giderek arttırmıştır (Musterd ve Kovács, 2013: 100). Dünya genelinde, 2005 yılından bu yana toplamda 26 Gastronomi şehri tescillenmiştir. Türkiye’den 2015 yılında Gaziantep, 2017 yılında ise Hatay "Gastronomi Şehri" unvanıyla Yaratıcı Şehirler Ağına yer almışlardır (en.unesco.org; Taştan ve İflazoğlu, 2018).

Dünya Turizm Örgütü, gastronomi festivallerine katılım, gıda pazarları ve yiyecek üretim yerlerine seyahatler, gıda fuarları, yemek şovları, yöresel ve kaliteli yiyecekleri deneyimleme gibi etkinlikleri “gastronomi turizmi” olarak tanımlamıştır (www2.unwto.org). Günümüzde, gastronomi turizmi bir destinasyon ziyaretinin önemli bir parçası olarak kabul edilmekte ve bu nedenle de önem taşımaktadır (Du Rand ve Heath, 2006: 210). Literatürde, ‘gıda turizmi’, ‘mutfak turizmi’ veya ‘gastronomi turizmi’ gibi farklı terimler kullanılmaktadır. Örneğin; gastronomi turizmi terimi Zelinsky (1985) ve Hjalager ve Richards (2002) tarafından kullanılırken, gıda turizmi terimini Hall ve Mitchell (2001), Hall, Sharples, Mitchell, Macionis ve Cambourne (2003), Ellis, Park, Kim ve Yeoman (2018) kullanmışlardır. Mutfak turizmi terimini de Harrington ve Ottenbacher (2010) ile Mason ve Paggiaro (2012) kullanmışlardır. Mevcut çalışma kapsamında “gastronomi turizmi” terimi kullanılmıştır.

Yenilik korkusu (neophobia), yeni ya da bilinmeyen herhangi bir şeyin korkusudur. Çevresel olarak uygun uyaranların, bir nesneyi bilişsel olarak yeni değerlendirmesiyle ortaya çıkan bir korku davranışıdır (Greggor, Thornton ve Clayton, 2015: 82). Yeni yiyecek deneme korkusu (food neophobia) ise, son yıllarda gıda ve beslenme ile ilgili zorlukları anlamak için kullanılan bir terimdir. Bu terim, yeni veya alışılmamış gıdaları deneme korkusuna işaret etmektedir. Kişinin mevcut beslenme tarzına göre yeni ya da sıra dışı yiyecekler tüketme konusundaki kaçınma durumu veya isteksizliği olarak da tanımlanmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992:105; Schulze ve Watson, 1995:230; Pliner ve Salvy, 2006). Yeni yiyecek deneme korkusu; insanları potansiyel olarak zararlı gıdalar tüketerek zehirlenme riskinden koruyan, doğal olarak meydana gelen bir reaksiyondur (Pliner, Pelchat ve Grabski, 1993:112; Birch ve Fischer, 1998:102). Kısaca, potansiyel olarak zararlı gıdaların tüketimini önleyen bir tür savunma mekanizması olarak kabul edilmektedir (Cooke, Haworth ve Wardle, 2007:428).

Küreselleşme dünyasında yaşadığımız gerçeğine rağmen, ülkeler arasında hatta aynı ülkenin içinde bile farklı beslenme kalıpları vardır (Slimani vd., 2002:1312). Bu kalıplar; yiyecek-içecek seçimleri, tüketim biçimleri, inanç ve tutumları ifade etmektedir (De Boer, Helms ve Aiking, 2006; Olsen, Scholderer, Brunso ve Verbeke, 2007). Bu nedenlerle, beslenme farklılıklarının temel unsurunun yöresel mutfak kültürü olduğu dile getirilmektedir (Trichopoulou vd., 2007:421). Bir insanın doğduğunda içinde yaşadığı toplumun seslerini duyarak alışıp kullanması gibi, yiyecek ve içecekler için de aynı durum geçerlidir. Çoğu insan içinde yaşamış ve bütünleşmiş olduğu mutfak kültürünün dışında oluşan yeni yiyecek-içecekleri kolayca benimserken bazıları ise kaçınmaktadır. Bu kaçınmadan kaynaklanan yeni yiyecek deneme korkusu, her yaş grubunda görülebilmekle birlikte tepki düzeyi bireyler arasında değişmekte; cinsiyet, yaş, eğitim, sosyo-kültürel, ekonomik ve kentleşme gibi faktörlerden etkilenmektedir (Koivisto ve Sjoden, 1996; Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003; Meiselman, King ve Gillette, 2010).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı bağlamında gastronomi, gıda ve kültür çalışmalarını tanımlamak için kullanılmakta, insanların yediklerine-içtiklerine dair bilgi ve anlayışı kapsamaktadır. Bu bağlamda mevcut çalışma, UNESCO Gastronomi Şehirleri "Gaziantep ve Hatay" üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın, bilimsel bir nitelik kazanması ve hedeflenen amaçlarına ulaşabilmesi için izlenen yolda öncelikle, konu ile ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Sonrasında katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgilerini, yeni yiyecek deneme korku düzeylerini ve halkın gözünden şehirlerin gastronomi imajına dair görüşlerini belirlemek amacıyla veri toplama aracı olarak anketten faydalanılmış ve araştırmanın evreni içinde yer alan yerel halka uygulanmıştır, elde edilen veriler istatistik paket programına aktarılarak analize hazır hale getirilmiş ve yapılan analizlere bağlı olarak bulgular yorumlanmıştır.

Mevcut tez çalışması, beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öncelikli olarak araştırma problemi tanımlanmakta akabinde araştırmanın amacı ve kapsamı anlatılmaktadır. Daha sonra sırasıyla araştırmanın önemi, araştırma soruları, araştırmanın varsayımları, sınırlılıkları ve tanımlamalarına yer verilerek bölüm sonlandırılmaktadır. Tezin ikinci bölümünde, yapılan literatür taraması baz alınarak, kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu kapsamda; gastronomi kavramı, gastronomi turizmi, gastronomi imajı, Unesco gastronomi şehirleri ve yeni yiyecek deneme korkusu kavramlarına değinilmekte ve konularla ilgili alan yazın taramasına yer verilmektedir. Tez çalışmasının üçüncü bölümünde araştırmanın yöntemine dair bilgiler derlenmiştir. Bu kapsamda sırasıyla; araştırmanın türü, evreni ve örnekleme, veri toplama yöntemi, aracı, veri toplama süreci, kullanılan veri analiz teknikleri, güvenilirlik ve geçerlik analizlerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Dördüncü bölümde araştırma bulgularına sırasıyla; katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular, katılımcıların

gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeylerine ilişkin bulgular, katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgilerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular, katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeylerine ilişkin bulgular, katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeylerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular, katılımcıların gastronomi imajına yönelik görüşlerine ilişkin bulgular ve katılımcıların gastronomi imajına yönelik görüşlerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Son olarak beşinci bölümde ise araştırmaya bağlı olarak elde edilen bulgular doğrultusunda sonuç ve öneriler kısmı yer almaktadır.

1.1. Araştırmanın Problem İfadesi

Günümüzde turizm potansiyellerinin tanıtılmasında sahip olunan mutfak kültürünü kullanma isteği, dünyada birçok ülkede artış göstermekte ve önem kazanmaktadır. Yeme-içmenin bilim ve sanatı olarak kabul edilen gastronomi, artık turizmle bütünleşmeye dahası ülke tanıtımlarında aktif bir rol oynamaya başlamıştır (Küçükaltan, 2009:8). Gastronomi turizminin gelişmesine etki eden önemli unsurlardan birini yöre halkı oluşturmaktadır. Yoon, Gursoy ve Chen (2001), turizmin bir bölgede sürdürülebilirliğinin sağlanmasının o bölgede yaşayan yöre halkının turizme karşı tutum ve algılarıyla birlikte bunları etkileyen faktörlerin anlaşılmasına bağlı olduğunu ifade etmektedir. Pek çok çalışma turizmin çevresel etkilerini; sosyal, ekonomik ve kültürel değişime yönelik algıları, tutum ve davranışları ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Örneğin, Smith ve Krannich (1998), Mason ve Cheyne (2000), Carmichael (2000), Baysan (2002), Teye, Sönmez ve Sırakaya (2002), Kaltenborn vd. (2008), Okuyucu ve Somuncu (2012), Türkmen ve Dönmez (2015), Özgürel, Değişgel ve Eröz (2015), Köroğlu, Acun, Çözeli ve Oflaz (2018) turizm bölgelerinde yaşayan halkın turizme yönelik tutumları hakkında araştırmalar yapmışlardır. Zhang, Inbakaran ve Jackson (2006), Raymond ve Brown (2007), Giritlioğlu ve Bulut (2015), Hançer ve Mancı (2017), Köleoğlu (2018) ise turizm bölgelerinde yaşayan halkın turizm algısı konularına odaklanmışlardır. Nitekim, yerel halkı baz alan gastronomi turizmi ve gastronomi imajı gibi konular üzerine yapılmış çalışmalar yetersizdir.

Yeni yiyecek deneme korkusu kavramı, insanların neden yeni veya yabancı yiyeceklerden uzak durma ya da yaklaşma eğilimine sahip olduklarını anlamak için literatürde yaygın olarak kullanılmıştır (Pliner ve Hobden, 1992; Pliner, Pelchat ve Grabski, 1993; Hobden ve Pliner, 1995; Pliner, Eng ve Krishnan, 1995; Pliner ve Melo, 1997; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001; Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003). Yeni yiyecek deneme korkusu üzerine yapılan çalışmaların örneklemini incelendiğinde çoğunluğunun (Pizam ve Sussmann, 1995; Shenoy, 2005; Derinalp Çanakçı, 2016; Ji vd., 2016; Alphan, 2017; Mak vd., 2017; Üzülmöz, 2018; Kaplan, 2018) yerli ve yabancı turistler üzerine olduğu belirlenmiştir.

Yeni yiyecek deneme korkusu, özellikle turistlerin yemek davranışları ile ilgili olarak incelenmiştir (Chang vd., 2010; Mak vd., 2017). Çünkü, yeni yiyecek deneme korkusu yöresel mutfak ürünlerinin tadımını ve gastronomi turizmini etkileyen bir engel olarak görülmektedir (Kivela ve Crotts, 2006; Wu vd., 2016). Öte yandan ilgili alan yazında yeni yiyecek deneme korkusu araştırmalarında yerel halkın dâhil edildiği çalışmaların eksikliği nedeniyle bu çalışma, Unesco Gastronomi Şehirleri ünvanına sahip olan Gaziantep ve Hatay'da yerel halkın yeni yiyecek deneme korkusu üzerine odaklıdır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Ülkemizde gastronomi turizmi denildiğinde akla ilk gelen şehirler olmakla birlikte Unesco Gastronomi Şehri ünvanına da sahip olan Hatay ve Gaziantep'de yüzyıllardır pek bir değişikliğe uğramadan halen yoğun bir şekilde üretilip tüketilen geleneksel yiyeceklerin varlığı, yeni yemek reçetelerinin yok denecek kadar az olması, fast food kavramının geleneksel bir biçimde (döner, lahmacun, katıklı ekmek, nohut dürümü vb.) varlığını sürdürmesi gibi bir çok etkenin varlığı burada yaşayan halkların yeni yiyecekleri denemeye karşı olan yaklaşımları üzerinde merak uyandırmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın amacı, Unesco Gastronomi Şehirleri olan Hatay ve Gaziantep'te yaşayanların yeni yiyecek deneme korkularını tespit etmektir.

Gaziantep ve Hatay'da, geçmişten günümüze yöresel ürünlerin üretim ve tüketim bilgisi kuşaktan kuşağa aktarılmış, içinde doğdukları toplumsal ve kültürel dokuda kullanım değerine sahip varlıklar olarak yerel halkın yaşam sürecinin ayrılmaz parçaları haline gelerek kalıcı bir yer edinmişlerdir. Gaziantep ve Hatay'da yemek reçetelerinin fazlalığı, Türkiye'nin birçok yerinde bu şehirlerle özdeşleşen lezzetlerin bulunması, bu yiyeceklerin belli bir üne kavuşmuş olmasıyla farklı ve aranan lezzetler haline gelmiş olmaları bu mutfakları özgün kılan özellikleridir. Bu şehirlerde yaşayan halk halen geleneksel yöntemleri korumakta olup küreselleşmeye rağmen gastronomik kimlik ve özgünlüklerini muhafaza etmektedir. Bu nedenle çalışmanın kapsamı halkın yeni yiyecek deneme korkusunun belirlenmesi üzerine kuruludur.

1.3. Araştırmanın Önemi

Yeni yiyecek deneme korkusu, uzun yıllardır uluslararası alan yazında (psikolojik, sosyo kültürel, demografik, sağlık, turizm vb.) gibi değişik faktörler yönünden (Pliner, Eng ve Krishnan, 1995; Hursti ve Sjöden, 1997; Flight, Leppard ve Cox, 2003; Nordin vd., 2004; Shenoy, 2005; Rigal vd., 2006; Knaapila vd., 2007; Olabi vd., 2009; Asperin vd., 2011; Stratton vd., 2015; Muhammad vd., 2016; Jaeger, Rasmussen ve Prescott, 2017) ele alınmıştır. Ülkemizde ise yeni yiyecek deneme korkusu ile ilgili alan yazın üzerinde fazla çalışılmamış konulardan biridir. Alan

yazında yapılan araştırmalar incelendiğinde bu çalışmaların, gıda seçimi; Kabaran (2011), üniversite öğrencileri; Yiğit ve Doğdubay (2017), etnik restoranlar; Yiğit (2018), turistler üzerinde ise, Derinalp anakı (2016), Alphan (2017), Üzölmez (2018) ve Kaplan (2018) tarafından gerçekleştirilmiş oldukları görölmektedir. Uluslararası ve ulusal alan yazında benzer çalışmalar var gibi görünse de bu araştırma, iki tescilli Gastronomi şehrini (Gaziantep ve Hatay) ele alan hem yerel halkın gastronomi turizmine yönelik ilgilerini, yeni yiyecek deneme korku düzeylerini hem de halkın gözünden şehirlerin gastronomi imajını ortaya koyan bir çalışmanın olmaması nedeniyle önem taşımaktadır. Aynı zamanda mevcut araştırmanın alan yazındaki boşluğu doldurması ve uygulamaya yönelik katkıları açısından da fayda sağlayacağı düşünölmektedir.

1.4. Araştırma Soruları

Bu kapsam çerçevesinde ilgili literatür incelendikten sonra, temel amacı Hatay ve Gaziantep'te yaşayanların gastronomi turizmine yönelik ilgilerini, yeni yiyecek deneme korkularını ve şehirlerin gastronomi imajını tespit etmek olan araştırmaya yönelik olarak cevapları aranan sorular aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

- AS₁:Hatay'da / Gaziantep'te yaşayan halkın gastronomi turzmine yönelik ilgileri ne düzeydedir?
AS₂:Hatay'da / Gaziantep'te yaşayan halkın gastronomi turzmine yönelik ilgileri demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
AS₃:Hatay'da / Gaziantep'te yaşayan halkın, yeni yiyecek deneme korku düzeyi nedir?
AS₄:Hatay'da / Gaziantep'te yaşayan halkın, yeni yiyecek deneme korku düzeyi demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
AS₅:Hatay'da / Gaziantep'te yaşayan halkın Hatay / Gaziantep gastronomi imajına yönelik görüşleri ne düzeydedir?
AS₆:Hatay'da / Gaziantep'te yaşayan halkın Hatay / Gaziantep gastronomi imajına yönelik görüşleri demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?

1.5. Varsayımlar

Varsayımlar, doğru olarak kabul edilen, denenmeyen yargılar veya ifadelerdir (Karasar, 2012: 71). Bu tez çalışması için kabul edilen varsayımlar aşağıdaki gibidir:

1-Anketi cevaplayan yerel halkın Türkçe'ye hakim olduğu ve ankette yer alan soruları dürüstçe cevapladıkları varsayılmıştır.

2-Araştırmada kullanılan ölçeklerin, araştırmanın amacına uygun ve geçerli olduğu varsayılmıştır.

3-Araştırmada kullanılan istatistiksel yöntem ve tekniklerin toplanan verilerin analizi için uygun olduğu varsayılmıştır.

4-Unesco Gastronomi Şehirleri olan Gaziantep ve Hatay'ın gastronomi turizmi konusunda önemli birer destinasyon oldukları varsayılmıştır.

1.6. Sınırlılıklar

Her bilimsel çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar yer almaktadır. Öncelikle çalışmanın örneklemini Gaziantep ve Hatay'da yaşayan yerel halk ile sınırlı olup, uygulamanın Hatay ve Gaziantep illerinde yapılması ile sınırlandırılmıştır. Anketin belirli bir zaman aralığında uygulanması (Aralık, 2018 - Ocak, 2019), araştırmada kullanılan anket formunun Türkçe dili ile sınırlandırılması ve araştırmanın zaman ve maddi olanakları uygulamayı sınırlandırıcı faktörler olarak kabul edilmiştir. Diğer bir sınırlılıkta, araştırmada toplanan verilerin güvenilirliği ve geçerliliği kullanılan veri toplama aracının özelliklerine bağlı olmasıdır.

1.7. Tanımlar

Gastronomi: İnsanın beslenmesi ile ilgili olan her şeyin sistematik bir incelemesi ve insanoğlunun mümkün olan en iyi beslenme ile korunmasını amaçlayan bir bilimdir (Brillat-Savarin, 2009).

Gastronomi Turizmi: Mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesi, hazırlanması, sunulması ve yeme biçimlerinin keşfedilmesiyle unutulmaz deneyimler yaşayarak gastronomi ile ilgili aktiviteler üzerinden kültürü, tarihi araştırıp keşfetmektir (Long, 2004).

İmaj: Kişinin fiziksel algılama sınırlarının ötesindeki şey hakkında sahip olduğu ussal çağrışımdır (Öter ve Özdoğan, 2005).

Destinasyon imajı: İnsanların bir destinasyon hakkında sahip olduğu "fikirlerin, inançların ve izlenimlerin toplamı", ya da bilgi, his ve genel algıların zihindeki resmidir (Crompton, 1979; Fakeye ve Crompton, 1991; Baloglu ve McCleary, 1999).

Gastronomi imajı: Ziyaretçilerin bir destinasyonun yiyecekleri, içecekleri, yiyecek içecek işletmeleri, yiyecek içecek kültürü ve yiyecek içeceklerle ilgili aktiviteleri hakkındaki inanç, duygu ve izlenimleridir (Eren ve Kuvvetli, 2017).

Neofobi (Neophobia): Yeni ya da bilinmeyen herhangi bir şeyin korkusudur (Greggor, Thornton ve Clayton, 2015).

Yeni yiyecek deneme korkusu (Food Neophobia): Yeni yiyecekleri yemeye veya denemeye duyulan korku ve isteksizliktir (Fischler, 1988; Pliner ve Hobden, 1992).

Neofili (Neophilia): Yeni olanı sevme, tercih etme veya büyük ilgi duyma kısaca, yenilik sevgisi ve merakıdır (en.oxforddictionaries.com).

Yeni yiyecek deneme arzusu (Food Neophilia): Yiyeceklerde yenilik ve çeşitlilik arama eğilimidir (Veeck, 2010).



2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronominin Tanımı

“Gastronomi” kelimesinin en eski kullanımı Antik Yunan'da M.Ö. 4. yüzyıla dayanmaktadır. Akdeniz Bölgesinde yemek ve içmek için en uygun olanı bulmak üzere geziler yapıp elde ettiği bulguları “Gastronomia” adlı kitabında derleyen Yunanlı Arcestratus tarafından kullanılmıştır (Dalby, 2013: 28). Gastro; mide, nomos; kural veya yönetmelik anlamına gelirken bu kelimelerin bir araya gelmesiyle gastronomi; yeme ve içme konusunda kurallara veya normlara atıfta bulunur. Gastronomi; hangi eşleşmelerle, ne zaman, ne yiyip içeceğimize dair rehber niteliğindedir (Santich, 2004: 16). Bu tür bir rehberlik, günümüz gastronomi anlayışında “iyi yemek yeme sanatı” olarak tanımlanmaktadır. Yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi, gastronomi kavramı olarak nitelendirilebilmektedir (Aşkın, 2015:157).

Gastronomi kelimesi 15. yüzyılda Fransız şair Joseph Berchoux'un “La Gastronomie” isimli şiirinde de yer almıştır. Gastronomi gazeteciliğinin kurucusu olarak sayılan Grimod de la Reyniere, 1804 yılında yayınladığı “Tat Fizyolojisi” adlı eserinde en iyi yiyecekleri nerede, ne zaman yiyecekleri ve nasıl hazırlayacakları konusunda Parislilere tavsiyelerde bulunmuştur. “Manuel des Gourmands” adlı eserinde ise gelecekte okullarda gastronomi bölümlerinin kurulmasının sürpriz olmayacağını belirterek gastronomiyi bir çalışma alanı olarak göstermiştir (Ferguson, 2000: 1057). Günümüzde, üniversitelerde sayısı hızla artan Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinin varlığı, 1800'lü yıllardaki bu öngörüyü doğrular niteliktedir. Brillat-Savarin “İnsanın beslenmesi ile ilgili olan her şeyin sistematik bir incelemesi ve insanoğlunun mümkün olan en iyi beslenme ile korunmasını amaçlayan bir bilim” olarak gastronomiyi tanımlamıştır. Ayrıca gastronomiyi, gıda maddelerinin sınıflandırmasını yaptığı için, doğa tarihinin; gıda maddelerinin bileşimi ve özelliklerini inceleyip analiz ettiği için fizik ve kimyanın; yemekleri uyarlayarak tat duyusuna haz verecek hale getirdiği için de aşçılık sanatının bir parçası olarak kabul etmiştir (Brillat-Savarin, 2009: 61).

Tablo 2.1. Literatürde Gastronomi Tanımları

Kaynak	Tanım
Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü (2018)	"sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi"
Cömert ve Durlu Özkaya (2014)	"tüm yiyecek ve içeceklerle kültür arasındaki ilişkiyi, iyi yemek yeme ve içme sanatını inceleyen bir disiplin"
Aksoy (2014)	"yeme içme ile ilgili tüm kural ve normlar"
Çalışkan (2013)	"yiyecek ve içeceklerin üretildiği, sunulduğu, tüketildiği beslenme ve yeme içme alışkanlıklarının sağlandığı kural, norm ve süreç"
Akgöl (2012)	"içinde barındırdığı sanatsal ve bilimsel unsurlarıyla yiyecek-içecek sürecinden başlayarak tüm özelliklerin detaylı anlatılması, uygulanması ve geliştirilmesi nedeniyle kültürel bir olgu"
Hatipoğlu (2010)	"içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı"
Brillant-Savarin (2009)	"mümkün olan en iyi beslenme ile insanın korunmasını amaçlayan bir bilim"
Baysal ve Küçükaslan (2007)	"insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimi"
Eren (2007)	"yiyecek ve içeceklerin tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı"
Kivela ve Crotts (2005)	"yiyeceğin seçilmesi, hazırlanması, servis edilmesi ve yiyecekten zevk alma sanatı"
Santich (2004)	"yeme-içmenin zevkini arttıran ve bunların seçimi konusunda bilgi ve becerilere sahip olunan yaşam sanatı"
Richard (2003)	"yemeğin hazırlanmasının, pişirilmesinin, sunumunun ve yenilmesinin kültüre yansması"
De Silva (2003)	"iyi yemek yeme sanatı" ve "belirli bir bölgede görülen özel pişirme usul ve gelenekleri"
Gillespie (2001)	"güzel yemeklerin sanatı veya bilimi"
Hegarty ve O'Mahony (2001)	"yeme içme kültürü çerçevesinde yiyeceğin hazırlanmasında kullanılan malzeme ve reçetelerini, yiyeceğin hazırlanma, pişirilme ve sunulma yöntemlerini, yiyeceğin çeşitliliği ve miktarını, hoşlanılan ve hoşlanılmayan lezzetleri, yiyeceğin sunumu ile ilgili gelenek, görenek ve inanışları, kullanılan araç ve gereçleri içeren bir kavram"

Daha genel anlamda, gastronomi kaliteli yiyecek ve içeceklerin tadının fark edilmesini sağlar. Şarap ve diğer içeceklerin değerini ve bunların yiyeceklerle nasıl tat bakımından eşleştirildiğini gösterir, yemeğin sağladığı toplam faydayla ilgilidir ve çoğu zaman varlıklı veya estetik olarak üstün bir yaşam tarzı anlamına gelir (Ignatov ve Smith, 2006: 238). Bu tanımlamalardan yola çıkarak gastronomiyi, belirli bir bölge veya ülkelerle ilgili mutfak gelenek ve göreneklerini içeren, bir bölgenin kültürel mirasını yansıtan, yemek ve kültür arasındaki bağı da inceleyen yeme -içme sanatı ve bilimi olarak tanımlamak pek yanlış olmayacaktır.

2.2. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi genel anlamda insanların yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyimlerini tanımlayan bir kavramdır. Zelinsky (1985) etnik ve yöresel mutfak restoranlarında yemek yemeği, gastronomi turizmi olarak tanımlamış olmasına rağmen, Zelinsky'nin çalışması, gastronomi turizmini tek bir faaliyetle sınırlandırmıştır. Yaptığı çalışmanın literatüre katkısı, "gastronomi turizmini" tanımlayan ilk araştırmacı olması ve böylece gelecekteki araştırmaların temellerini atmış olmasıdır. Gastronomi turizmi kavramı Lucy M. Long tarafından farklı kültürleri, yiyecek-içecek yoluyla ifade etmek için 1998 yılında kullanılmıştır (Karim ve Chi, 2010: 532). Long (1998) gastronomi turizmi tanımında antropolojik bir perspektiften yararlanır ve gastronomi turizmini "Üretimden tüketime, kişinin sahip olmadığı bir mutfak kültürüne ait yaptığı kasıtlı, keşif amaçlı bir katılım" olarak tanımlar. Tanım ile ilgili dikkat çeken şey, tanımın Zelinsky'nin (1985) tasarladığı düşünceye benzerliğidir. Burada Long'un üzerinde durduğu en önemli nokta; evden uzak bir yere seyahat etmenin gerekliliğidir.

Kirshenblatt -Gimblett (2004)'e göre, gastronomi veya mutfak turizmi "yemek seyahatin odak noktası olduğunda ve yemek pişirme okulları, şarap imalathaneleri, restoranlar ve yiyecek festivalleri etrafında geziler düzenlendiğinde" ortaya çıkar (akt. Shenoy, 2005:36). Björk ve Kauppinen-Räisänen, gastronomi ve turizmin tanımını ekonomik bir bakış açısıyla ilişkilendiren iki kavram sunmaktadır, birincisi; coğrafi alanın yöresel mutfağına atıfta bulunan yerel gıdalar, ikincisi; gastronomik kültür ve gastronomi spesiyaliteleri ile belli bir coğrafi alan ve işletmelerde tüketime sunulacak yerel gıda pazarıdır (2016: 78):

Tablo 2.2. Literatürde Gastronomi Turizmi Tanımları

Kaynak	Tanım
Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2018)	<i>"gastronomik destinasyonlara yapılmış eğlenme amaçlı yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyimsel etkinlikler (gastronomi festivalleri, gıda pazarları ve yiyecek üretim yerlerine seyahatler, gıda fuarları, yemek şovları, yöresel ve kaliteli yiyecekleri deneyimleme)"</i>
Durlu-Özkaya ve Can (2012)	<i>"farklı kültürlerle özgü yiyecek ve içecekleri yine o kültüre özgü bir şekilde tüketmek için seyahat etmek"</i>
Lin, Pearson ve Cai (2011)	<i>"yiyecek ve içecekleri tatmak amacıyla seyahat etme ya da en azından seyahatin bir kısmında yiyecek ve içecekleri tatma motivasyonu ile hareket etme"</i>
Harrington ve Ottenbacher (2010)	<i>"bireylerin daha önce deneyimmediği bir tadı deneyimlemek amaçlı gezi motivasyonu yaratan bu davranışı güdüleyen turizm şekli"</i>
Lopez ve Martin (2006)	<i>"yerel mutfak ürünleri sayesinde farklı kültürlerin birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlayan etkinlik"</i>

Tablo 2.2. Devamı

Shenoy (2005)	"turistin destinasyondaki restorana gitme, yerel gıdaları satın alma ve bölgenin benzersiz gıda üretimi deneyimi gibi gastronomi aktiviteleri"
Everett (2005)	"restoranlarda veya festivallerde yemek tatmak; yemek kitaplarını okumak, yemek kitabı ile yemek pişirmek veya turizm malzemelerini incelemek gibi herhangi bir faaliyet"
Long (2004)	"mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesi, hazırlanması, sunulması ve yeme biçimlerinin keşfedilmesiyle unutulmaz deneyimler yaşayarak gastronomi ile ilgili aktiviteler üzerinden kültürü, tarihi araştırıp keşfetmek"
Ignatov (2003)	"farklı kültürlerin lezzetlerini araştırmak, yiyecek ve içeceklerle ilgili festivallere katılmak, bölgeye ait geleneksel üretim, sunum ve tüketim yöntemlerini öğrenmek ve deneyimlemek amacıyla aktivitelere katılmak amaçlı yapılan turizm"
Wolf (2002)	"yiyecek ve içecekleri araştırma, tadını çıkarma ve unutulmaz gastronomik deneyimler edinme amaçlı yapılan seyahatler"
Hall ve Mitchell (2000)	"yiyecek tüketimi için festivalleri ziyaret etmek, konaklamak ve restoranlardaki yiyecekleri tatmak ve tanımak"

Sürdürülebilirlik bakımından gastronomi turizmi avantajlı bir konuma sahiptir. Doğal, tarihi ya da mimari cazibe açısından zengin olmayan, klasik "güneş, deniz, kum" konseptine dayanmayan durumlarda bile caziptir (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012). Çünkü gastronomi turizmi mevsimlere bağımlı değildir ve yıl boyunca gerçekleştirilebilir. Ayrıca, gastronomi turizmi sadece ekonomik fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda mevcut işlerin devamını sağlarken yeni işlerin de kapılarını aralayarak sosyal yapıyı güçlendirebilir. Bu özellikler ve avantajlar sayesinde, gastronomi markalaşmanın bir aracı olarak kullanılabilir (Kivela ve Crotts, 2005). Dolayısıyla, cazip bir görüntü ve ayırt edici bir marka yaratmak için destinasyonlar yiyecekleri giderek daha fazla kullanmaktadır (Lin, Pearson ve Cai, 2011). Pazarlama faaliyetleri sadece turistlere değil, aynı zamanda potansiyel tüketicilere sahip olan ve gastronomik deneyimin gerçekliğini arttırmaya yardımcı olabilecek yerel sakinleri de hedeflemektedir (Gathen, 2016: 19)

Gastronomi turizminde fiziksel, kültürel, sosyal ve prestij gibi güdülenmeler mevcuttur. Fiziksel güdülenmede, turistin yeme isteği yaşamak içindir çünkü yaşamı sürdürmek için gıda elzemdir. Kültürel güdülenmede, turistin yeme amacı belirli bir kültürü tanımak ve deneyimlemektir. Yöresel mutfakla iç içe olmak (üretimi gözlemlemek veya aktivitesine katılmak), yöresel mutfağa sahip olan restoranlarda yemek yeme ve hasat, festival gibi etkinliklere katılmak bu turisti güdülemeye yetmektedir. Sosyal güdülenmede ise gastronomik faaliyetlere aktif bir şekilde katılım söz konusudur ve durum sosyal güdüleme için yeterli sayılmaktadır. Son güdülenme aracı olan prestijdir. Turistin yaşadığı yere geri döndüğünde

ziyaret etmiş olduğu destinasyona dair deneyimlerini başkalarıyla paylaşarak kendine prestij sağlaması o turisti sosyal açıdan güdülemeye yeterli bir etkidir (Lopez-Guzman ve Sanchez-Canizares, 2012: 65).

Gastronomi turizminin kökleri; tarım, kültür ve turizmdir. Ürünü sunan tarım, tarihi atmosferle otantikliği yaratan kültür, alt yapıyı ve diğer hizmetleri sağlayan turizm bir araya gelerek destinasyonun deneyimsel bir çekim merkezi olarak pazarlanmasına ve tanıtılmasına fırsat vermektedir. Sayılan bu üç unsur, gastronomi turizmi çatısı altında toplanmaktadır. Bir toplumu ve o toplumun yaşam şeklini ifade eden "yemek ve kültür" gastronomi turizminin önemli bir parçası olarak nitelendirilmektedir (Cusack, 2000: 206; Hjalager ve Corigliano, 2000: 282; Selwood, 2003: 159; Du Rand ve Heath, 2006: 208).

Kültür; bir halkı diğer halklardan ayıran, sürekli bir değişim ve gelişim içinde olan kendine has sanatı, inançları, gelenek ve görenekleri ile onun kimliğini oluşturan maddi ve manevi değerlerin bütünü kültür olarak nitelendirilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Halkın asırlardır geçirdiği sosyo-ekonomik değişimlerin sonuçlarından biri olarak ortaya çıkan yerel kültür ise değer yargıları, örf ve adetler, inançlar ve mutfağı olarak tanımlanmaktadır (Çağlı, 2012: 40). Literatürde mutfak yemek pişirilen yer olmakla birlikte aynı zamanda yiyecek kültürünün tamamı olarak da kavramsallaştırılmıştır (www.tdk.gov.tr).

Mutfak kültürü; toplumların beslenme tarzlarını, besinleri tedarik etme ve muhafaza etme yollarını, yiyeceklerin pişirilmesi ve yenmeye hazır hale getirilme sürecini ve bu süreçte faydalanılan pişirme tekniklerini, mutfak araç-gereçlerini nitelendirmektedir (Albayrak, 2013: 5051). Gastronomi turizminin önemli bir parçası olan mutfak kültürü, yiyecek içecek deneyiminin önemli bir unsurudur. Bu nedenle yiyecek ve içecekler ait oldukları kültürün önemli bir parçasını oluşturmakta mutfak kültürü ile ilgili bilgi ve deneyim edinmede önemli bir araç haline gelmektedir (Kılınç ve Kılınç, 2018: 396). Bu bağlamlarda, mutfak kültürü tutum ve davranışların en güçlü belirleyicilerinden biri sayılmaktadır (Rozin, 1990). Yöresel yiyecekler, kültür, tarih ve yaşam tarzının bir ifadesiyken (Slimani vd., 2002), beslenme farklılıklarının temel unsurları yiyecek ve içeceklerdir. Birçok yiyeceğin tüketimi yüzyıllar öncesine kadar izlenebilir. Bu sebeple yöresel yiyecekler kültürel mirasları yansıtmaktadır (Trichopoulou vd., 2007:421). Bertozzi'ye (1998) göre, yöresel bir gıda ürünü, o bölgede yaşayanları temsil etmektedir ve tanımlanmış bir alana aittir ve bu bölgede yaşayan insanların işbirliğini içeren bir kültürün parçasıdır. Bir yiyeceğin yöresel olması için, bir yiyeceğin bir bölgeyle bağlantılı olması, ayrıca zaman içinde devamlılığını sağlayacak bir gelenekler kümesinin parçası olmalıdır (Jordana, 2000).

Tablo 2.3. Mutfak Kültürünü Oluşturan Faktörler

Çevre	
Coğrafya	Bölgenin bulunduğu coğrafi konum ile yiyecek ve içeceklerin yetişmesinde ve oluşumunda etkili olan coğrafi koşullardır.
İklim	Ürünlerin yetiştirilmesinde etkili olan meteorolojik koşullardır.
Mikro iklimler	Bölgenin genel coğrafi özellikleri ve iklim koşullarına göre yetiştirilmesi mümkün olmayan, ancak destinasyonun bir bölümünde farklı ürünlerin yetişmesini sağlayan iklim koşullarıdır.
Yöreye ait ürünler	Coğrafya, iklim ve mikro iklimlerin etkisiyle eskiden beri yörede üretilmiş ve yöreye has bir özellik kazanmış ürünlerdir.
Yeni ürünlerin yöreye uyumu	Ticaret ve teknolojinin gelişmesiyle bölgeye sonradan getirilen yiyecek içecek ürünlerinin bölgenin coğrafi yapısına uyum sağlamasıdır.
Kültür	
Tarih	Toplumların içinden geçtikleri tarihsel sürecin yemek yeme alışkanlıkları ve davranışları üzerindeki etkisidir.
Etnik Çeşitlilik	Bölgede yaşayan ve farklı sosyo-kültürel özelliklere sahip olan halkların arasındaki etkileşimin yiyecek içecek kültürü üzerindeki etkisidir.
Deneme / Yanılma	Yiyecek içecek ürünlerinin deneme yanılma yolu ile keşfedilmesi ve pişirilmesidir.
Gelenekler	Bayram, festival gibi yemeğin merkezde olduğu, uzun yıllardır süre gelen eylemlerdir.
İnançlar	Din, insanların neleri yemeleri ya da yememeleri gerektiğini belirleyen inanışlardır.
Değerler	Yiyecek içecek ürünlerine atfedilen sembolik önemdir.

Kaynak: Harrington, R. J. (2005). Defining Gastronomic Identity Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. *Journal of Culinary Science and Technology*. 4(2/3):129-152.

Her toplumun mutfak kültürü; içinde yaşadığı yörenin dini inancı, coğrafi, tarımsal özellikleri, sosyo-ekonomik koşulları ve diğer toplumlarla olan etkileşim durumuna göre şekillenir. Bu sayılan faktörlerdeki herhangi bir değişim mutfak kültürüne de yansır. Bu şekilde mutfak kültürleri etkileşip değişerek zenginleşir; ya da başka bir mutfak kültürünün içerisinde kaybolur (Közleme, 2012:10). Gastronomik kültür sadece bir ülkeden diğerine değil, ayrıca her bir ülkenin kendi içinde de yöreden yöreye önemli değişiklikler gösterebilir. Ürünün özelliklerini tanımak, hazırlanış ve kullanım becerilerine sahip olmak, bir yöreye bağlı olarak kültürel değerleri paylaşmak, o yörenin tüketim biçimini belirleyen önemli öğeleridir (Demirer, 2010: 43). Anadolu'da her bölgenin, her ilin hatta her ilçenin dahi kendine özgü mutfak kültürü bulunmaktadır. Bunun ardında yatan bazı etkenler şu şekilde sıralanabilir; Anadolu'nun kıtalar arasında köprü konumunda olması, önemli ticaret yolları üzerinde bulunması, dört mevsim iklimiyle tarım ve hayvancılığa elverişli olması ve herşeyden önemlisi bir çok medeniyete ev sahipliği yapmış olmasıdır.

2.3. Gastronomi İmajı

İmaj; kişinin fiziksel algılama sınırlarının ötesindeki şey hakkında sahip olduğu akılsal çağrışımdır (Öter ve Özdoğan, 2005: 129). Yarış (2014:21) ise imajın; bir ürünün, bir kişinin, bir yerin, bir şeyin nasıl bilindiği; ürünün tüketiciler tarafından algılanan resmi olarak farklı şekillerde tanımlanabileceğini ifade etmiştir. Destinasyon imajı ise insanların bir destinasyon hakkında sahip olduğu "fikirlerin, inançların ve izlenimlerin toplamı", ya da bilgi, his ve genel algıların zihindeki resmi olarak tanımlanmaktadır (Crompton, 1979; Fakeye ve Crompton ,1991; Baloğlu ve McCleary, 1999).

Gastronomi turizmi içerisinde yer alan gastronomi imaj kavramının, tüketicilerin sahip olduğu yiyecek deneyimleri, yöresel kültür ile olan etkileşimlerle oluştuğu varsayılmaktadır. Eren ve Kuvvetli (2017: 123), gastronomi imajını, ziyaretçilerin bir destinasyonun sahip olduğu yöresel mutfak, restoranları, yiyecek-içecek kültürü ve yiyecek-içeceklerle ilgili aktiviteleri hakkındaki inanç, duygu ve izlenimleri olarak tanımlamaktadır. Destinasyonun sahip olduğu mutfak öğeleri, geçmişte destinasyon imajının bir parçası olarak kabul edilirken, günümüzde gastronomi turizmi hareketlerinin artmasıyla gastronomi imajı tek başına bir çekicilik unsuru olarak görülmeye başlanmıştır (Henderson, 2009; Chang vd., 2010; Choe ve Kim, 2018).

Yöresel gıdaların gastronomi turizmi bünyesinde yaygın kullanımının, kırsal kesimlerin sürdürülebilirliğini sağlamada ayrıca destinasyonun gastronomi imajını ortaya çıkarmada büyük paya sahip olduğu Schwartz (2011), tarafından dile getirilmiştir. Kısaca gastronomi imajı, kültürel kimliklerinin pazarlanması olarak kullanılmakta ve gastronomi destinasyonlarının sürdürülebilirliği için özgün bir potansiyel oluşturmaktadır (Law, Cheung ve Lo, 2004: 361). Bu potansiyel doğru kullanıldığında, yöresel yiyecek-içecekler ve yöresel mutfak kültürü o bölgenin imajını yansıtarak, destinasyonun ayırt edici bir özelliği haline gelebilir.

2.4. Gastronomi Turizmine İlişkin Literatür Taraması

Rand, Heath ve Alberts (2003), Güney Afrika destinasyon pazarlamasında yerel yiyeceğin rolünü incelemişlerdir. Yazarlara göre en önemli gastronomi bileşenleri, özel nitelikli bir restoranda yemek yemek, yerel üreticileri ziyaret etmek ve festivalleri ziyaret etmektir. Gastronomi turizmi için destinasyona yapılabilecek maksimum katkılar; yerel yiyecek ile ilgili medya haberlerinin yapılması, yiyecek deneyimini destekleyici fonların sağlanması ve özel nitelikli restoranların tanıtımının yapılması olarak sıralanmıştır.

Santich (2004) çalışmasında, bir ülkenin veya bölgenin gastronomik karakterinin üretilen ve tüketilen yiyecek-içeceklerin türü, gastronomik özelliklerinin bir ülkeye özgü yiyecek- içecekleri, bir bölgeye özgü restoran ve yemekleri ayrıca gastronomi turizminin

yiyecek ve içecek üzerine odaklı turizm yapısı ve özellikle gastronomik unsurları birbirleriyle ilişkilendirilse de kesin bir tanımın ortaya konulmasının gerekliliğinden söz etmektedir.

Gastronomi turizminin bölgesel kimliğin geliştirilmesi ve sürdürülmesindeki rolü Everett ve Aitchison (2008) tarafından İngiltere özelinde incelenmiştir. Gastronomi turizmi turist harcamalarını artırmakta, turizm sezonunu uzatmakta ve gastronomi turisti tipolojisini sürdürülebilirlik çerçevesinde yeniden açıklamaktadır. Araştırmada, yiyecek ve yiyecek ile ilgili endüstrilerin bölgesel kimlik oluşumu için merkez olabileceği sonucuna varılmıştır.

Kim, Eves ve Scarles'in (2009), İngiltere'de turistlerin yöresel yiyecek tüketim sebeplerini araştırdıkları çalışma sonucuna göre, İngiltere'yi ziyaret eden turistlerin yöresel yiyecek tüketim sebepleri; motivasyonel sebepler (rutinden kaçış, sağlık sorunu, otantik deneyim vs.), demografik sebepler (cinsiyet, yaş ve eğitim) ve psikolojik sebepler (yenilik merakı ve yeni yiyecek deneme korkusu) olmak üzere üç şekilde ortaya çıkmaktadır. Gastronomi turizminin önemi ve başarısı için kritik faktörleri inceleyen Henderson'a (2009) göre gastronomi, destinasyon yetkilileri ve şletmeler için bir pazarlama unsurudur ve yiyecekler turizm ürünü olarak birincil veya destekleyici rol üstlenmektedir.

Harrington ve Ottenbacher (2010), turizm ile gastronomi arasındaki ilişkinin geleneksel gastronomi bölgeleri ile geleneksel olmayan gastronomi bölgelerinde farklılık gösterip göstermediğini Fransa özelinde incelenmiştir. Paydaşlara göre, bölgeye ait uygulanan genel pazarlama stratejilerinin şarap ve yiyecek üzerinde devam etmesi gerekmektedir. Rekabeti artıracak faktörlerin başında ise, uzun zamandır devam eden yiyecek geleneklerinin devam etmesi gelmektedir. Turizm ürün yaşam döngüsü için, gastronomi turizmi stratejisinin geliştirilmesi ve uygulanması önerilmektedir ve gastronomi turizmi için geleneksellik önemli bir faktördür.

Küreselleşmenin gastronomi turizmi arz ve talebine etkisini inceleyen Mak, Lumbers ve Eves (2012), küreselleşmenin yerel gastronomi kimliğini tehdit ettiği ya da onun keşfedilmesi için yeni fırsatlar sunduğu şeklinde iki farklı perspektife vurgu yapmışlardır. Bununla birlikte, çalışma, ikinci perspektifi doğrulamaktadır. Festivallerin bölge ve yörenin yerel yiyecek ve içeceklerinin tanıtılmasındaki rolünü irdeleyen Lakıcevic, Zarevac ve Pantic (2012), festivallerin yiyecek ve içecek pazarlamasında önemli olduğunu, ve bu önemin kırsal ve kentsel bölgelerde benimsenme gerekliliğini savunmuşlardır.

Akdağ, Akgündüz, Güler ve Benli'nin (2015) Hatay'ı ziyaret eden turistlerin seyahatleri içerisinde gastronomi deneyiminin yeri, önemi ve seyahat memnuniyetleri üzerine yapmış oldukları çalışmanın sonuçlarına göre en çok beğenilen yemek imajı unsuru, geleneksel yiyecek ve içecek çeşitliliğidir. Turistlerin genel gastronomi memnuniyetlerine olumlu etki eden yiyecek içecek imaj unsurları ise, yemeklerin kalitesi, farklı ve yeni tatlar deneme ve yöresel yiyecek-içecek türlerinin fazlalığı olarak ortaya çıkmıştır.

Gálvez, López-Guzmán, Buiza, ve Medina-Viruel'in (2017), dünyanın başlıca gastronomik liderlerinden biri olarak kabul edilen Lima kentinde turistler üzerinde yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre, turistlerin gastronomi ile ilgili farklı motivasyonlara (yeni yemek deneyimi, kültür ve sosyalleşme) sahip oldukları ayrıca yeni yemek deneyimi ve sosyalleşme boyutlarının, gastronomik memnuniyete daha fazla katkısı olduğu bulgulanmıştır. Gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisini inceleyen Bakırcı, Bucak ve Turhan (2017) çalışmalarında, Urla'da enginar festivali sayesinde enginar üretiminin ve satışlarının arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, yöresel yemeklerin tanıtımının yapılmasının o bölgenin gastronomi turizmine büyük ölçüde katkıda bulunacağını ifade etmişlerdir.

Canbolat ve Yaman (2017) araştırmalarında, Hatay ilinde yaşayan farklı dini inançlara mensup bireylerin gastronomik etkileşimini incelemişlerdir. Araştırmaya üç semavi dine mensup 376 katılımcı dahil olmuştur. Katılımcıların, Hatay yemeklerini yapma sıklıkları çeşitli farklılıklar göstermesine karşın ortak yemekleri de yaptıkları saptanmıştır. Sonuç olarak, aynı bölgede yaşayan farklı dini inanca mensup bireyler arasında bir gastronomik etkileşimin olduğu tespit edilmiştir.

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin Kırgız mutfağı algısını, mutfak ürünlerini tatma ve beğenme durumunu ele alan İnce ve Samatova'nın (2018) araştırma sonucunda Kırgız mutfağında varlığını devam ettiren 54 yemek tespit edilmiş ve öğrencilerin Kırgız mutfağına yönelik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Öğrenciler tarafından tadılma ve beğenilme düzeylerinin oldukça yüksek olduğu Kırgız yiyecek ve içeceklerinden en çok tercih edilenlerin "beşparmak, boorsok, kurut ve kımız" olduğu görülmüştür.

2.5. Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı

Oxford Psikoloji Sözlüğüne göre "yaratıcılık", iyi hayal gücüne veya özgün fikirlere sahip olmaktır (oxforddictionaries, 2018). Başka bir deyişle, yaratıcılık yeni ve özgün fikirlerin üretimidir (Xiaomin, 2017:56). Yaratıcılık; kendimizi, ürünlerimizi, işimizi, ekonomimizi ve elbette şehirlerimizi diğerlerinden ayırmak için gereken yenilik ve hayal gücü gibi iki güçlü kavramının birleşimidir (Salman, 2010:1). Son yıllarda "yaratıcılık" terimine yoğun bir ilgi söz konusudur. Gerçekte, insanlar tarih boyunca yaratıcı olduklarından insanoğlu için yeni olan "yaratıcılık" değildir. Yeni olan, hayatımızdaki çeşitli alanları tanımlamak için "yaratıcılık" teriminin oldukça sık kullanımınıdır. Yaratıcı ekonomi, yaratıcı endüstriler, yaratıcı işler, yaratıcı sınıf (Florida, 2002), yaratıcı şehirler ve yaratıcı turizm (Richards ve Wilson, 2007) sonuçların ilişkilendirilmesi için konseptin kullanıldığı alanlardan bazıları olmuştur.

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), 2001 yılında kültürün

belirli standartlarını oluşturan Kültürel Çeşitlilik Bildirgesi yayımlamıştır. Akabinde 2004 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nı (UCCN) hayata geçirmiştir. Yaratıcı şehirler, endüstri ve istihdam piyasasında yeni fırsatlar açmak için, yeni ekonomi türlerini yaratarak sanat ve kültürde kimliği doğrulanmış yaratıcılığı harekete geçiren yeni bir kentsel model olarak yaratılmıştır. Bu teoriyi destekleyen Richard Florida, yaratıcılığın yeni bilgi üretme ya da mevcut bilgiyi ekonomik açıdan başarılı uygulamalara dönüştürme yeteneğinin ekonomik kalkınma için giderek daha önemli bir kaynak haline geldiğini belirtmiştir (Krátke, 2010: 835).

Yaratıcı Şehirler Ağı'nın amacı, insanların hayal gücünü ve yeteneklerini kullanarak yeniliklerin ortaya çıkacağı bir "fikirler bankası" yaratmaya çalışmaktır (Landry, 2008). Yaratıcı Şehirler Ağı; tüm bölgelerdeki kamu ve özel sektörler, meslek örgütleri, toplumlar, sivil toplum ve kültür kurumları da dahil olmak üzere ortaklıklar çerçevesinde sürdürülebilir kalkınma için stratejik bir faktör olarak yaratıcılığı tanımlayan şehirler arasında uluslararası işbirliğini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda, yerel yaratıcı endüstrilerin gelişimini teşvik etmek ve sürdürülebilir kentsel kalkınma için, dünya çapında işbirliğini teşvik etmek için bir araç olarak üye şehirler arasında deneyim, bilgi ve kaynakların paylaşılmasını kolaylaştıracaktır (Florida, 2005: 68; Krátke, 2010: 841; Rosi, 2014: 109; UCCN, 2018: 4-8). Bir şehrin, Unesco Yaratıcı Şehir Ağı dahilinde gastronomi şehri olarak kabul edilebilmesi için yerine getirilmesi gereken kriterler vardır. Bunlar (Pearson ve Pearson, 2017:346):

- Kent merkezi ve/veya bölgeye özgü olan gelişmiş gastronomi,
- Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran aktif bir gastronomi topluluğunun bulundurulması,
- Yöresel mutfakta kullanılan yerel kaynaklı hammaddeler/bileşenler,
- Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında halen varlığını koruyan yemek pişirme yöntemleri, yerel bilgi-beceri, geleneksel mutfak uygulamaları,
- Geleneksel gıda pazarları ve geleneksel gıda endüstrisi,
- Gastronomi festivalleri, ödüller, yarışmalar ve diğer geniş kapsamlı tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği,
- Doğaya saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi,
- Kamuoyunun takdirine çalışmak, eğitim kuruluşlarında beslenmenin öneminin vurgulanması, biyo çeşitliliği koruma programlarının açılış okulları müfredatına dâhil edilmesidir.

2.5.1. UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Mirası: Gastronomi

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün, İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesinde 117 Ülkeye ait toplamda 470 miras unsuru bulunmaktadır

(ich.unesco.org). Bu unsurlar arasında gıda ve gastronomi ile ilgili kültürel unsurlar da bulunmaktadır. Somut olmayan miras listesinde yer alan yiyecek ve içecekler, kültürel-sosyal boyutunu vurgulamaktadır; toplum ve ritüel uygulamaları ile ilişkisi; pişirme yöntemleri ve süreçleri; beceri ve bilgi kümesini; üretim ile ilgili uygulamaları ve gelenekleri; gıdaların işlenmesi, hazırlanması ve tüketilmesi; gıda paylaşımı ve yiyeceklerin kültürel kimliği ve sosyal boyutunu kapsamaktadır. Örneğin, Fransa'nın gastronomi yemekleri, Kuzey Hırvatistan'ın zencefilli çörekçiliği, Meksika'nın geleneksel mutfacı; Akdeniz diyeti, Kore Cumhuriyeti'ndeki Kimchi (Bir çeşit yöresel Kore yemeği), Japonya'nın geleneksel Washoku diyet kültürünü yapma ve paylaşma, Belçika'nın bira kültürü, Türkiye'nin Türk kahvesi kültürü ve geleneği, Mesir Macunu Festivali ve Tören Keşkek geleneği (ich.unesco.org) gibi kültürel miras unsurları koruma altına alınarak, bu değerlerin tanınırlığının artması sağlanmakta ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli katkı sağlanmaktadır. Farklı kültürlerin somut olmayan kültürel mirasının anlaşılması uluslar arasındaki diyaloga yardımcı olmak ve diğer yaşam tarzlarına karşılıklı saygıyı teşvik etmek için kritik bir faktördür. Ayrıca, bir bölgenin geleneksel ve kültürel mirası, gıdaların yerelliğinin gerçekliğini temsil ettiği kültürün korunmasına katkıda bulunur (aregem.kulturturizm.gov.tr).

2.5.2. Unesco Yaratıcı Gastronomi Şehirleri

Küresel çeşitliliği ve yerel kültür değerlerini korumak ve tanıtmak amacıyla UNESCO 2004'ten bu yana edebiyat, sinema, müzik, el sanatları, tasarım, medya sanatları ve gastronomi dallarında dünyada 'Yaratıcı Şehirler' başlığı ile şehirleri tescillemektedir. Mevcut 2018 verilerine göre 72 ülkeden 180 şehir Yaratıcı Şehir Ağına dahil olmuştur. Gastronominin yaratıcı şehirlerdeki rolünü anlamak için öncelikle gastronomi terimi ile kapsanan alanı tanımlamak çok önemlidir. Santich'e (2004:15) göre, gastronomi "hangi kombinasyonlarda, hangi durumlarda, ne zaman, ne yiyip içeceğine dair tavsiye ve rehberlik" anlamına gelir. UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı bağlamında, "Gastronomi, gıda ve kültür çalışmalarını tanımlamak için kullanılır, yani insanların yediklerine-içtiklerine dair bilgi ve anlayıştır" (Pearson ve Pearson, 2016: 167). Nelson (2015:203), yaratıcı gastronomi kültürünün, bir şehir için tema olarak hem yerel sakinler hem de ziyaretçiler için şehrin kalitesini arttırabileceğini, yemeğin şehrin itibarının önemli bir unsuru olabileceğini ve gastronomi turizmiyle ilgilenen ziyaretçilerin daha da sadık olarak şehri tekrar ziyaret etme niyetine sahip olacağını savunmaktadır.

Gastronomi aynı zamanda UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı tarafından kapsanan yedi yaratıcı alandan biridir. Hızlı bir değişim süreci içinde olan yemek kültürü içinde yöresel mutfak kültürlerinin korunması hedeflenmektedir. Dünya genelinde 2005 yılından bu yana toplamda 26 UNESCO Yaratıcı Gastronomi şehri tescillenmiştir. Türkiye'den 2015 yılında Gaziantep, 2017

yılında ise Hatay “Gastronomi Şehri” unvanıyla “Yaratıcı Şehirler Ağında” yer almışlardır (Taştan ve İflazoğlu, 2018: 385; www.en.unesco.org). Farklı ülkelerdeki gıda kültürleri bakımından geniş ölçüde çeşitlilik içeren Yaratıcı Şehirler Ağı, ABD, Çin, İspanya, Brezilya, İtalya, Tayland, Güney Kore ve Türkiye gibi önemli turizm ülkelerinden oluşan şehirleri kapsamaktadır. Söz konusu ülkelerin ağda iki ve daha fazla gastronomi şehri bulunmaktadır. Ağın son gastronomi üyesi ise Türkiye'den Hatay'dır (en.unesco.org).

Tablo 2.4. Unesco Yaratıcı Gastronomi Şehirleri

Şehir	Ülke	Üyelik tarihi
Popoyan	Kolombiya	2005
Chengdu	Çin	2010
Östersund	İsveç	2010
Jeonju	Güney Kore	2012
Zahle	Lübnan	2013
Florianopolis	Brezilya	2014
Tsuroaka	Japonya	2014
Shunde	Çin	2014
Gaziantep	Türkiye	2015
Parma	İtalya	2015
Burgos	İspanya	2015
Belem	Brezilya	2015
Rasht	İran	2015
Denia	İspanya	2015
Tuscon	Amerika	2015
Bergem	Norveç	2015
Ensenada (Baja California)	Meksika	2015
Phuket	Tayland	2015
Macao	Çin	2017
Buenaventura	Kolombiya	2017
Alba	İtalya	2017
Cochabamba	Bolivya	2017
Panama	Panama	2017
Paraty	Brezilya	2017
San Antonio	Amerika	2017
Hatay	Türkiye	2017

Kaynak: <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>

2.5.3. Unesco Gastronomi Şehri Gaziantep

Evliya Çelebi 355 yıl önce seyahatnamesinde “bu şehri anlatmaya ne dil yeter ne de kalem yeter” dediği Gaziantep’i dünyanın gözbebeği şehir anlamına gelen “Şehr-i Ayıntab-ı Cihan” olarak tanıtmıştır. Antep, tatlıların baş tacı sayılan baklavanın, adını şehirden alan fıstığın, bitmek tükenmek bilmeyen yiyeceklerin şehridir (Babat, 2015:137). Tarihi milattan binlerce yıl öncesine uzanan, Antik çağdan bu yana çeşitli uygarlıklara beşiklik eden, farklı dil, din, ırklardan insanların kültürlerinin harmanlandığı, damıtıldığı ve bugünlere taşındığı bir şehir olan Gaziantep, tarihsel süreçte sürekli ticaret ve üretim merkezi olması ve Tarihi İpek Yolu'nunda şehrin güzergahında yer almış olması nedeniyle zengin bir mutfak kültürüne

sahiptir (Arsunar, 1962: 10; Çiftçi, 1971: 57; Kopar, 2015:118). Ayrıca Osmanlı döneminde Araplar, Kürtler, Ermeniler ve Türkmenlerin birlikte yaşaması kültürel etkileşime önemli katkı sağlamıştır. Bu çeşitliliğin kültürel dokuyu zenginleştirdiği ve bu zenginliğin de şehrin mutfağına başarılı bir şekilde yansıdığı söylenebilir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 85). Bu nedenle Gaziantep'in önemli ve farklı bir mutfak kültürüne sahip olduğu düşünülmektedir.

Gaziantep'in Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Gastronomi Şehri olarak seçilmesinde; yörenin sahip olduğu yemek çeşitliliği, medeniyetlerin bıraktığı gastronomik miras ve farklı kültürler ile etkileşimle birlikte mutfağında ağırlıklı olarak yerel ürünlerin kullanılması aracılığıyla geleneksel mutfağın özgünlüğünü yansıtması önemli rol oynamıştır (Uçuk, Özkanlı ve Alkan, 2017: 215). Gaziantep mutfağı, tarihi kökleri çok eskilere dayanan geleneksel mutfağıyla ve dünya genelinde ülke adıyla değil şehrin kendi adıyla bilinen mutfağına sahip olma özelliğiyle de köklerini sağlamlaştırmaktadır (Gaziantep Turizm Elçileri Derneği, 2011). Cömert (2014: 64)'e göre iklim ve tarımsal ürünler, bölgelerin mutfak kültürünü şekillendirip zenginleştirirken aynı zamanda yöresel mutfağı geliştirmektedir. Akgöl (2012: 52) ise, mutfak kültürünün oluşmasında etkili olan faktörleri, göçebe bir toplum, tarıma dayalı ekonomi, din, sosyo-ekonomik seviyeler ve diğer kültürlerle etkileşim olarak nitelemiştir. Kısaca, Gaziantep'in coğrafi konumunun, medeniyetin geliştiği ve yemek kültürünün çıkış noktası olan Mezopotamya bölgesinde yer almasının, Ortadoğu mutfağı ile kaynaşmasının, mutfak kültürünün zenginliğine zenginlik kattığı söylenebilir (www.gaziantepturizm.gov.tr).

Gaziantep, Türkiye'de yeme-içme faaliyeti denince ilk akla gelen şehirlerden biridir (Kargiglioğlu ve Akbaba, 2016: 90). Medeniyetlerin etkileşimi sonucu ve coğrafi konumunun verdiği avantajla yaklaşık 400 yemek çeşidine ve çok sayıda özgün yemek reçetesine sahiptir (Gaziantep Ticaret Odası, 2011:12). Gaziantep geleneksel mutfağında kullanılan ev yapımı salçaların, zeytinyağının, çeşitli baharatların (haspir, tarhun) ve sosların hazırlanmasında gösterilen emek Gaziantep yemeklerinin bilinirlik düzeylerinin artmasını sağlamıştır (Tokuz, 1995: 31). Yemeklerde ağırlıklı olarak, bölgedeki ürünler ve değişik baharatlar kullanılmaktadır (Altınel, 2009: 175-176). Gaziantep'te diğer bölgelerden farklı olarak öğleye yakın, kahvaltılık olarak tüketilen öğünlerde tok tutacak, vücuda yüksek enerji sağlayacak yiyecekler hazırlanıp tüketilmektedir (Göğüş, 1997: 11; Tokuz, 2002: 15). Gaziantep mutfağında kahvaltılarda mercimekli çorbaların, ciğer kebabının, beyranın, nohut dürümünün, kelle paçaların ve katmerin tüketilmesi buna örnek teşkil etmektedir (Özsabuncuoğlu, 2009: 71; Tokuz, 2002: 35).

Gaziantep mutfağının ulusal ve uluslararası boyutta şöhrete kavuşmasına ve aranan damak tadının oluşmasında, kuşaktan kuşağa aktarılan yemekler ve tatlılarda kullanılacak malzemelerin seçiminde gösterilen titizlik ile hazırlık, pişirme ve sunumda gösterilen becerinin payı büyüktür (www.kulturportali.gov.tr). Gaziantep'in geleneksel mutfağında ki yaratıcılık, insan eliyle oluşturulan her yapıt gibi yemek yapımında da denemeler sonucu ortaya çıkmıştır.

Tarihsel süreç içinde ortak bir terminoloji ile nesilden nesle aktarılan yemeklerin yapım teknikleri de yöreye özgüdür. Örneğin, kemikli et haşlanarak pişirilirken sebze yemeklerinde kullanılan et ise kavrulmuş pişirilir (Serinkaya, 2017:31). Ayrıca, etli ve sebzeli yemeklerin çoğu yoğurtla pişirilmektedir. Başka bir mutfakta yoğurdun pişirilerek kullanımına bu kadar yoğun bir şekilde rastlanılmamaktadır. Gaziantep'linin yemeklerde yoğurdu pişirerek sos olarak kullandıkları ayrıca bu yemekler içerisinde en dikkat çekici olanın "yuvarlama" olduğu belirtilmiştir (Çavuşoğlu, 1994: 50). Yemekler kullanılan ekşilerde birbirinden farklılık göstermektedir. Bu duruma bamya yemeğinde kullanılan koruk, yaprak sarmasında kullanılan erik, lahana ve pancar sarmasında kullanılan nar ile sumak, sulu salataya sumak ekşisi örnek olarak verilebilir (www.gcvb.org.tr ; Akın, 2018: 303).

Gaziantep'te yıllardır yerel yönetimler, kentin gastronomi altyapısını güçlendirmek ve bu özellikleri hem ulusal hem de uluslararası alanda pazarlamak için girişimlerde bulunmaktadır. Bu girişimler sonucunda Gaziantep UNESCO Gastronomi Şehri ilan edilmiştir (en.unesco.org). Buna ek olarak, Gaziantep'in tarihi şehir merkezi, çok sayıda değişime uğramıştır. Geniş çaplı restorasyon çalışmaları, eski şehir merkezindeki terk edilmiş ve harap olmuş binaları bir dizi müzeye, pazara, hediyelik eşya dükkânına ve butik otellere dönüştürmüştür. Dahası, şehrin kalesine yakın eski evler ya turistlere sunum yapmak için restore edilmiş ya da yöresel yemekler, cam, oyuncak ve tarih içeren müzelere dönüştürülmüştür (Karadağ ve Kuzu, 2018:1112). Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Gaziantep Ticaret Borsası, Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep Sanayi Odası, Gaziantep Gastronomi ve Turizm Derneği ve diğer kamu ve sivil toplum örgütleri; son yıllarda gastronomi değerlerinin geleceğe taşınıp yok olmasını sağlamak amacıyla Gaziantep'e ait yöresel ürünlerin tescili için çalışmalar yürütmektedirler. Bu değerlerin literatüre geçmesi şehrin tanınırlığını dünya genelinde arttırmaktadır. Böylece, hem yöresel değerler gelecek yüzyıllara taşınacak hem de halkın ekonomik yönden refah seviyesi artacaktır (Gökırmaklı vd., 2017: 61).

Tablo 2.5. Gaziantep'in Coğrafi İşaretli Yöresel Gıda Ürünleri

Ürün Adı	Tescil Tarihi
Antep Fıstığı	2000
Antep Baklavası	2008
Antep Beyranı	2017
Antep Bulguru	2017
Antep Fıstık Ezmesi	2017
Antep Firiği	2017
Antep Katmeri	2017
Antep Kuruluk Patlıcanı	2017
Antep Köy Kahkesi	2017

Tablo 2.5. Devamı

Antep Tırnaklı Pidesi	2017
Antep Lahmacunu	2017
Antep Yuvarlaması	2017
Antep Muskası	2018
Antep Peyniri	2018
Antep Şiveydizi	2018
Gaziantep Yeşil Zeytin Böreği	2018

Kaynak:<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList>

2.5.4. Unesco Gastronomi Şehri Hatay

Yemek yeme ve pişirme kavramının toplumsal bir olgu haline gelmesinde bazı faktörler (tanrılar için gerçekleştirilen ritüeller, yerleşik hayatla birlikte topluluk oluşturma, tarımsal faaliyetlere başlama, siyasi yapılaşmanın ve özel mülkiyetin ortaya çıkışı gibi) etkili olmuştur (Aksoy, İflazoğlu ve Canbolat, 2016: 61). Hatay'da, her bir medeniyetin, dinin, yaşanmışlığın getirmiş olduğu çeşitlilik, geniş köklü bir yemek kültürünün ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu coğrafyada yemek, insanların besin ihtiyacını gidermesi anlamına gelmemektedir. Bu coğrafyadaki insanlar için yemek; birliktir, mutluluktur, uzun sohbetlerin gerçekleştirildiği kalabalık sofralardır, günlerce hazırlık yapıp kısa sürede tüketilen eşi benzeri olmayan lezzetlerdir (Babat, Gökçe ve Kocabozdoğan, 2016:2). Yaşamak için yemek bir ihtiyaç, ancak yemek için yaşamak bir yaşam felsefesidir. Bölgedeki yemek kültürünün çeşitliliği, özgünlüğü ve işlevselliğini göz önünde bulundurulduğunda Hatay'da yemek için yaşamak felsefesi daha çok geçerlidir (Türk ve Şahin, 2004: 121).

Goody (2013:130), bir mutfağın niteliğinin yiyeceğin üretim ve dağıtım sistemiyle ilişkisi olduğunu, mutfak oluşumunda üç ön koşulun bulunduğunu vurgulamaktadır. Bunları kullanılabilir malzeme sayısının çokluğu, yemek tariflerinin çeşitliliği, eleştirel ve cesur yemek tüketicileri, yemek yeme zevkini ilk sıraya koyan yaklaşımlar olarak sıralarken, tarımda ve ticarete yaşanan gelişmelerin de belirleyici olduğuna dikkat çekmektedir. Geçmişte ve günümüzde farklı kültür ve din ve mezhepleri bir arada barındıran Hatay, dünyanın en eski yerleşim merkezleri arasındadır. Hatay değişik etnik ve kültürel yapılanmaların etkisinde kalmış, böylece Hatay'da yüzyıllardır süregelen bir mutfak kültürü yapısı oluşmuştur (Babat, Gökçe ve Varışlı, 2017: 818). Bu birikimler sonucunda Hatay'da yaklaşık 600 yemek reçetesi ile geniş bir yemek kültürü deltası oluşmuş ve bu reçetelerin birçoğu pek bir değişikliğe uğramadan günümüze kadar ulaşmıştır (Akdağ, Akgündüz, Güler ve Benli, 2015: 448; Taştan ve İflazoğlu, 2018: 385). Hatay'da farklı medeniyet ve kültürlerin birbirleriyle etkileşimlerinin yanı sıra uygun iklim koşullarının da bir sonucu olarak yüzyıllardır kullandığı mutfak araç gereçlerinin ve yöresel reçetelerinin korunarak kuşaktan kuşağa aktarılması sonucu oluşan özgün mutfağı, şehrin Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil olmasında önemli bir etken

olmuştur.

Roma ve Bizans uygarlıklarına ev sahipliği yapan Hatay'da bu uygarlıkların yemek kültüründeki kaçınılmaz etkisi bugün de devam etmektedir. Bizans tarihçisi Tamara T. Rice, "Bizans'ta Günlük Yaşam; Bizans'ın Mücevheri Konstantinopolis" adlı yapıtında Bizanslıların sabah, öğle ve akşam olmak üzere üç öğün yemek yediklerini, üç çeşit yemek yapıldığını, önce ordövr denilen mezelerin sunulup daha sonra balık veya et yemeği, en son tatlı yenildiğini aktarmaktadır (Rice, 2002: 15). Mezelerin sunulması, bugün Hatay'da ısrarla ve isteyerek sürdürülen bir geleneğin kökeni olması bakımından dikkat çekicidir. Yine Hatay'da yaygın bir gelenek olan ve çoğu kimsenin tarihçesinin yakın geçmiş olduğunu düşündüğü taş fırınlarının varlığı tarihçilere göre Roma dönemine kadar gitmektedir (Kaypak ve Uçar, 2018: 198).

Hatay'da kökeni, 2000, 1500, 1000, 800, 500, 200 ve 100 yüzyıllık geçmişe dayanan yemekler bulunmaktadır. Hatay, bu yemeklerin orijinal reçetelerini pek bir değişikliğe uğratmadan günümüze taşıyabilen bir mutfak kültürüne sahiptir. Örneğin, 3. yüzyıla ait Böbrek Dolması, 11. yüzyıla ait Isbangi (Borani), 13. yüzyıla ait Tüffahiye, 15. yüzyıla ait Pazi Yoğurtlama, 16. yüzyıla ait Asma Kabak Bastısı, 15. yüzyıla ait Kamhi, 16. yüzyıla ait Kişki Leben, 17. yüzyıla ait Ak Darı Çorbası örnek olarak gösterilebilir (Budak, 2008:29-31; Birdir, İflazoğlu ve Birdir, 2018: 305). Ayrıca Onuncu yüzyılda Irak' ta yaşamış olan ve Kitab-ı Tabh adlı yemek kitabını yazan İbni Seyyar EL Varak'ın eserinde nar ekşisi ve yeşil zeytin ikilisinin kullanıldığı bir reçeteye yer verdiği ve Hatay mutfağının geleneksel salatalarından biri olan "zeytin salatasının" bu reçeteye bire bir uyduğu söylenmektedir (Budak, 2008:37). Eski uygarlıkların bölgenin yemek kültürüne etkileri, Hatay ilinde zengin bir yemek kültürü olduğuna somut bir kanıttır. Yiyecek ve içeceklerin kültürel geçmişleri, bir yemeğin kökenini ortaya çıkarmak için önemli sayılmaktadır. Çünkü, bu kökler mutfak kültürünün bütünü oluştururken vazgeçilmez parçalardır. Mutfağın geçmişini dile getirmek demek uygarlığın sağlam temellerini oluşturarak bu sayede mutfağını da geliştiren insanoğlundan söz etmek demektir (Aksoy, İflazoğlu ve Canbolat, 2016: 55).

Tablo 2.6. Hatay Mutfağının Diğer Mutfaklarla Olan Etkileşimi

Yemek	Mutfak
Ak Darı Çorbası	Suriye Mutfağı
Babagannuş	Mısır Mutfağı
Böbrek Dolması	Roma Mutfağı
Ceviz Reçeli	Azerbaycan, Kuzey Kafkasya Mutfağı
Cevizli Biber	Abaza Mutfağı
Ciğer Kebabı	Özbek, Suriye ve Lübnan Mutfağı
Çerkez Tavuğu	Kuzey Kafkasya ve Abaza Mutfağı
Et Sarma	Mısır ve Suriye Mutfağı
Güvercin Dolması	Mısır, Roma ve Osmanlı Mutfağı
Humus	Mısır, Suriye ve Lübnan Mutfağı

Tablo 2.6. Devamı

Isbangi (Borani)	Abbasi Mutfağı
İç Bakla Ezmesi	Mısır Mutfağı
Kabak Bastı	Irak, Osmanlı Mutfağı
Kahmi	Suriye Mutfağı
Keşki Leben	Suriye, Lübnan ve Mısır Mutfağı
Kışk	Suriye Mutfağı
Kubeybat (oruk)	Mısır Mutfağı
Mumbar	Roma Mutfağı
Pazı Yoğurtlaması	Irak, Osmanlı Mutfağı
Pirzolalı Yaprak Sarma	Suriye Mutfağı
Sambusak	Mısır Mutfağı
Sıreysil	Suriye Mutfağı
Şište Karaciğer	Roma Mutfağı
Tirit	Mekke Mutfağı
Tüffahiye	Irak, Osmanlı Mutfağı
Yılan Balığı	Roma Mutfağı

Kaynak: Budak, S. (2008). *Antakya Mutfağı*, Antakya Rotary Kulübü Kültür Yayını. s.s. 29.

Santich (2004:18), bir ülke ya da bölgede üretilen yiyecek ve içecek türlerinin gastronomi karakterini belirlemede etkili olduğunu ifade etmektedir. Dünyada her mutfağı diğerlerinden ayırt edecek temel bazı özellikleri söz konusudur. Hatay mutfağı da, yörenin birçok medeniyete sahiplik yapması nedeniyle önemli bir birikime ve zenginliğe sahiptir. Oldenburg 1211'deki Antakya ziyaretinden sonra "Tabiatın yaratıcı gücü, bu sevgili kenti zengin su kaynakları ve yağmurlarla beslemektedir" diyerek Asi Nehri'nin sayısız çiçek ve meyve bahçesini sulandığını dile getirmiştir (Demir, 1996:117). Antakya verimli arazileri ve su kaynakları ile geçmişte olduğu gibi bugün de övünülecek bir yerdir. Hatay sahip olduğu ekolojik avantajla yemeklerin ana malzemelerini kendi topraklarında yetiştirmektedir. Böylece tarladan sofraya düşük bütçeli ama kaliteli lezzetler ortaya çıkmaktadır(www.dogaka.gov.tr).

Hatay mutfağının en ayırt edici özelliği olan baharatlar (zahter (kekik), şumra (rezene), küncü (susam), joziltip (muskat), habak (reyhan), küzbara (kişniş), kuru nane, pul biber, kimyon, karabiber, rezene tohumu, tarçın, karanfil, çörek otu) hem lezzet verici hem de süsleme aracı olarak hamur işleri ve yemeklerde ağırlıklı olarak kullanılmaktadır (Şahin, 2012:17). Yemek kokularının insan belleğinde lezzeti çağrıştırdığı, dolayısıyla baharatların da aynı zamanda bir hatırlatma unsuru olduğu vurgulanmaktadır. Baharatların bu özelliğiyle yemeklerin önemli birer parçası haline geldiği Hatay'da, hangi yemekte, ne miktarda baharat kullanılması gerektiğinin iyi bilindiği, yapılan yemeklerin olmazsa olmaz bir unsuru olarak şehrin mutfak kültüründe önemli bir yer edindiği dile getirilmektedir (Cengiz, 2016:217).

Hatay'da süttten elde edilen çoğu ürün, Anadolu'yla ortak bir geleneği paylaşırken, bazı ürünler (künefe peyniri, sürk, küflü sürk ve tuzlu yoğurt) tamamen yöreye özgü geleneksel ürünler olarak ayrılmaktadır (Şahin, 2012: 111-115). Antakya Künefe peyniri adından da anlaşılacağı gibi yöreye ait olan künefe tatlısı ve yörenin diğer bir meşhur tatlısı peynirli irmik helvasının ana malzemelerinden biridir. Hatay'da hem keçi hem de inek sütünden elde edilen

tuzlu yoğurt, Borani ve Yoğurt Aşı Çorbası'nın olmazsa olmazdır (www.hataygastronomi.com). Antakya Sürkü ise yöre ile özdeşleşmiş, kullanımı oldukça yaygın geleneksel bir üründür. Sürkü peynirinin ayırt edici özelliği, içeriğinde kullanılan zahter ve baharatlardır (www.turkpatent.gov.tr).

Yemek işlevsel bir ürün olmasının yanı sıra aynı zamanda kültürel semboldür. Besinsel değeri ile birlikte sembolik ve estetik değerinden dolayı da tüketilmektedir. Eski çağlara kadar dayanan geleneksel yemek pişirme sanatının bir toplumun aynası olduğu fikri (Alonso ve Yi Liu, 2011: 975) ışığında Hatay halkı, günümüzde geleneksel yiyecek-içecek üretiminin çok zahmetli ve zaman alıcı olmasına rağmen geleneksel çizgisini değişen günümüz şartlarında korumaya devam etmekte ve gastronomi şehri kimliğine yatırım yapmayı sürdürmektedir (Cengiz, 2016: 221).

Hatay, yüzyıllardır doğal kaynaklarını kültürel zenginliğiyle harmanlamaktadır. Hatay'ın kendine özgü ürünleriyle fark yaratabilmesi için yöresel ürünlerinin ulusal veya uluslararası göstergelerle tanınması sağlanmalıdır. Bu nedenle, coğrafi işaretlemeye sahip olunması büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü coğrafi işaretleme; ürünün kalitesini, geleneksel üretim metodunu ve coğrafi kaynağı arasındaki bağı simgeleyen bir güvencedir ve geleneksel gıdaların üretiminde sürdürülebilirliğin sağlanması, gelecek nesillere aktarılabilmesi ve gelişmesi için önemli role sahiptir (Sahilli-Birdir, İflazoğlu ve Birdir, 2018:301; www.turkpatent.gov.tr). Kısaca, yöresel gıda ürünlerinde coğrafi işaretlemenin, o bölgenin bilinirliğinin arttırılmasında ve turizm ürününe dönüştürülerek halka ekonomik fayda sağlamasında çok önemli bir unsur olduğu söylenebilir.

Tablo 2.7. Hatay'ın Coğrafi İşaretli Yöresel Gıda Ürünleri

Ürün adı	Tescil tarihi
Antakya Künefesi	2008
Antakya Küflü Sürkü (Çökeleği)	2018
Antakya Sürkü (Antakya Çökeleği)	2018

Kaynak: <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>

2.5.5. Unesco Gastronomi Şehirlerine İlişkin Literatür Taraması

Khoo ve Badarulzaman (2014), Malezya'daki George Town şehrinin "gastronomi şehri" olmasını sağlayan belirleyici faktörleri incelemiş, Nasi Kandar adlı yemek de bu yönde değerlendirilmiştir. Nasi Kandar'a karşı hem yerli hem de yabancı turistlerin algı ve memnuniyet düzeyleri ampirik olarak saptanmıştır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı dahilinde Gastronomi şehirlerini incelediği çalışmasında Gathen, (2016), yaratıcı şehirlerin ve işletmelerinin böyle bir ağa üye olmaktan ne kazanabileceğini, şehirlerin birbirleriyle işbirliği sürecinde karşılaştıkları zorlukları ve ağı

üyeler üzerindeki etkisini nasıl güçlendirebileceğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Gathen'e (2016) göre, çeşitli paydaşlar arasında geliştirilmiş bir iç işbirliğinin faydaları; üye şehirler için artan ulusal destek, gastronomi kültür varlıklarının önemi, mutfak geleneklerinin korunması, sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi ve tanıtım avantajlarını arttırmaktadır. Fakat üye şehirler, kültürel farklılıklar ve dil engeli nedeniyle engellenen somut işbirlikçi projelerin uygulanması zorluğuyla karşı karşıyadır.

Güler, Harçın ve Tor-Kadioğlu (2017), Gaziantep'in Unesco Gastronomi Şehri unvanını almasının ardından geçen süre içerisinde, şehirde yarattığı değişim hakkında yiyecek-içecek işletmesi yöneticilerinin düşüncelerini araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre yöneticilerin şehrin kültürel özelliklerinin gastronomi çeşitliliğine ve "Dünya Gastronomi Şehri" unvanı elde edilmesine önemli derecede katkı sağladığını düşünmektedirler.

UNESCO Gastronomi Yaratıcı Şehri olma konusunda başarılı olmuş Birleşmiş Milletler ve şehir merkezleri arasındaki ortak markalaşmayı inceleyen Pearson ve Pearson (2017), UNESCO Yaratıcı Şehirler Programı'nın profilini yükseltmek için, gastronomi turizmine ekonomik kalkınma planlarında öncelik verilmesi ve gıda güvenliğinin küresel boyutta artan öneminin farkına varılması gerektiği vurgulanmıştır.

Akın (2018) çalışmasında, gastronomi ve ikram hizmetleri bölümünde eğitim alan öğrencilerin demografik özellikleri ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasındaki farklılığı tespit etmek amacını taşımıştır. Gaziantep'in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde yetiştirilen fıstığın, bakliyatın, üretilen farklı piyaz, pilav, kebab ve kazan yemek türlerinin, sunulan yiyecek ve içeceklerdeki gıda güvenliği ile hijyenin etkili olduğu ortaya konmuştur. Son olarak şehrin baharat yolu üzerinde olması, nitekim farklı baharatların mutfakta yer alması, ulusal ve uluslararası arenada yemeklerin tanınıyor olmasının da Gaziantep şehrinin gastronomi şehri olarak belirlenmesinde etkin bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında, Hatay'ın Unesco Gastronomi Şehri unvanını almasıyla ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığını değerlendirmeyi amaçlayan Taştan ve İflazoğlu'nun (2018) çalışmasından elde edilen sonuçlara göre, restoran işletmelerince Unesco, Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı ve Gastronomi Şehri kavramlarının pek bilinmediği tespit edilmiştir.

2.6. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu (Food Neophobia)

Yeni yiyecek deneme korkusu, "yeni yiyecekleri yemeye duyulan isteksizlik" (Fischler, 1988; Pliner ve Hobden, 1992) ve "bilinmeyen yiyecekleri deneme önerilerini reddeden bir davranış biçimi" (Dimitrovski ve Crespi-Vallbona, 2017) olarak tanımlanmaktadır. Yeni yiyecek

deneme korkusu, temel olarak, insanların yeni ve alışılmamış gıdaları sevmeme veya bunlardan şüphelenme yönündeki doğal eğilimlerini yansıtmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006; Knaapila vd., 2007; Dovey, Staples, Gibson ve Halford, 2008). Bununla birlikte, yeni yiyecek deneme korkusu, sadece bilmediğimiz gıdalardan kaçınmak için değil, aynı zamanda bilmediğimiz gıdalardan hoşlanmama eğilimi olarak da düşünülmektedir (Hwang ve Lin, 2010). Bu nedenle, yeni yiyecek deneme korkusunu, aşına olunmayan yiyecekleri denemeye istekli olmamayı öngören bir davranış ve kişilik özelliği olarak algılamak mümkündür (Eertmans, Victoir, Vansant ve Van den Bergh, 2005; Kim, Eves ve Scarles, 2009).

Yeni yiyecek deneme korkusu, çocuk gelişiminde normal bir aşama olarak kabul edilir ve çocukluk döneminde daha sık görülmesine rağmen yetişkinlik döneminde de devam etmektedir. Genellikle iki ile altı yaşları arasında ortaya çıkmakta ve yetişkinlerde sabit bir düzeyde devam etmektedir (Dovey, Staples, Gibson ve Halford, 2008:183-184). Yeni yiyecek deneme korkusu, hem yetişkinlerde hem de çocuklarda yaş, eğitim, kentleşme derecesi, gelir ve kültüre göre değişmektedir (Koivisto ve Sjoden, 1996; Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003; Meiselman, King ve Gillette, 2010). Bununla birlikte, insanlar yeni yiyecekleri denemeye istekli olma konusunda önemli ölçüde farklılık gösterirler. Bazı bireyler yeni yiyecekler yemekten büyük zevk alırken diğerleri güçlü direnç gösterirler (Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003: 163). Yeni yiyecek deneme korkusu (neofobi) olan insanlar olumsuz tutum sergilemeye ve yiyeceklerin tadıyla ilgili daha düşük beklentilere sahip olma eğilimindedirler (Barrena ve Sanchez, 2012: 72). Neofobik kişilik, yeni yiyeceklerin kabul görmemesi için belirleyici bir faktördür (Henriques, King ve Meiselman, 2009:91).

Yeni yiyecek deneme korkusu literatürde iki perspektife göre kavramsallaştırılmıştır: (1) Yeni yiyecek deneme korkusu, bireysel farklılıkların kökeninde bir kişilik özelliği olarak görülebilir (Pliner ve Hobden, 1992), (2) Yeni yiyecek deneme korkusu, durumsal faktörlerden potansiyel olarak etkilenen bir davranış olarak görülebilir (Pliner, 1994; Martins, Pelchat ve Pliner, 1997). Birch (1999), yeni yiyecek deneme korkusunu, fenotipik beslenme kalıpları oluşturmak için yemek ortamı ile etkileşime giren genetik bir yatkınlık olduğunu teorileştirerek iki perspektifi zarıfçe uzlaştırmıştır (Kudo, 2008: 7). Yiyecek neofobisinin varsayımsal evrimsel önemi, bir kişilik özelliği olarak kabul edilen yeni yiyecek deneme korkusunun, varyasyonun genetik bir bileşene sahip olup olmadığı ve genetik bileşen söz konusu olduğunda, etkisinin ne kadar büyük olduğu sorusunu gündeme getirmektedir. Farelerde, yeni yiyecek deneme korkusu üzerindeki genetik etki kanıtı bulunmuş ve sekiz tane kromozoma eşlenmiş etkili bir lokus bulunmuştur (Pliner ve Hobden, 1992; Bolivar ve Flaherty, 2004). Bu sonuçlardan yola çıkarak Knaapila vd. (2007), yeni yiyecek deneme korkusuna sahip insanlarda kalıtsal çeşitliliğin var olup olmadığını araştırmıştır. Finlandiyalı aileler ve İngiliz kadın ikiz örneklem verilerinden elde edilen sonuçlar, yeni yiyecek deneme korkusunda güçlü bir genetik etkinin var olduğunu

göstermiştir (Knaapila vd., 2007: 577; Cooke, Haworth ve Wardle, 2007).

2.6.1. Yeni Yiyecekler ve Yeni Yiyecek Deneme Korkusu

Yeni yiyecek deneme korkusu, yeni yiyecekler bağlamında incelenmektedir. Ancak genel anlamda bir yemeğin algılanan yeniliği, yiyeceklerin duyuşal özelliklerinin yanı sıra bireyler arasında da değişmektedir. Yiyecekler insanlara aşına gelmiyorsa, o yemek yenidir. Bir yiyeceğe aşına olmak kişinin kendi deneyimlerine ve sosyo-kültürel faktörlere (örneğin, belirli yiyecekler sadece belirli ülkelerde mevcuttur veya farklı sosyal sınıflar gelir düzeylerinden dolayı farklı beslenme alışkanlıklarına sahip olabilir) bağlıdır (Kudo, 2008: 8-9). Bu durum hem bireylerin beslenme kalitesini hem de yiyecek tercihlerinin gelişimini etkilemektedir (Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan, 2016: 358).

Literatürde ise yeni yiyecekler tüketiciler tarafından daha önce yiyecek olarak kullanılmayan ve belirli özellikleri taşıyan herhangi bir yiyecek olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2018). Organik gıda, genetiği değiştirilmiş gıda ve etnik gıdalar gibi farklı kategorilerde yeni gıda ürünlerinin piyasaya sunulmasıyla birlikte tüketiciler için neredeyse sınırsız sayıda gıda alternatifi ortaya çıkmıştır. Tuorila ise beş çeşit yeni yiyecek tanımlamıştır (Backstrom, Pirttila-Backman ve Tuorila, 2003:299):

1. Vücudun temel besin ihtiyaçlarını karşılamanın ötesinde, insan fizyolojisi ve metabolik fonksiyonları üzerinde ek faydalar sağlayan, fonksiyonel yiyecekler/gıdalar.
2. Gen diziliminin değiştirilmesi ya da gen aktarılması ile ortaya çıkarılan, genetiği değiştirilmiş yiyecekler/gıdalar.
3. Geleneksel olanlardan daha fazla lif veya daha az yağ, sodyum veya sükröz içeren, besin yönünden modifiye edilmiş yiyecekler/gıdalar.
4. Gübreler veya ilaçlar olmaksızın geleneksel tarım koşullarında üretilen, organik yiyecekler/gıdalar.
5. Kendi mutfak kültürümüze yabancı olan fakat diğer mutfak kültürlerinde aşına olunan, etnik yiyecekler/gıdalar.

Yeni yiyecekler üzerine yapılan çalışmalar, genellikle "etnik" yiyeceklere odaklanmıştır. Örneğin, etnik yiyecekleri denemeye isteksiz olmanın, yiyecek neofobisi ile ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar vardır (Backstrom, Pirttila-Backman ve Tuorila, 2004; Verbeke ve Poquivi Lopez, 2005; Camarena, Sanjuan ve Philippidis, 2011; Yiğit, 2018). Etnik yiyecekleri denemeye istekli olmanın, diğer türdeki yeni yiyecekleri denemeye istekli olmaktan ziyade, yaşlanmayla birlikte farklı bir ilişki sergilediği görülmektedir. Bazı çalışmalar insanların yaşlandıkça etnik yiyecekleri denemeye daha istekli olduklarını gösterirken (McFarlane ve

Pliner, 1997), diğer çalışmalar insanların yaşlandıkça diğer türdeki yeni yiyecekleri yemeye daha isteksiz olduklarını göstermektedir(Koivisto-Hursti, Magnusson ve Algers, 2002: 868). Bu “diğer” türden yeni yiyeceklerin reddedilme temelleri, etnik yiyecekleri yeme konusundaki isteksizlikten farklı olabilir. Daha fazla deneysel araştırmaya ihtiyaç olmasına rağmen, mevcut veriler bu önermeyi desteklemektedir. Tuorila, Leahtenmaki, Pohjalainen ve Lotti (2001), fonksiyonel yiyecekler ve neofobi arasında çok az ilişki bulurken, Koivisto-Hursti, Magnusson ve Algers (2002), organik ve genetiği değiştirilmiş yiyeceklere yönelik tutumların, yeni yiyecek deneme korkusu ile ilişkili olmadığını tespit etmişlerdir. Ayrıca, Backstrom, Pirttila-Backman ve Tuorila (2003:305), yaptıkları çalışmada her türlü yeni yiyecekleri tüketme konusunda isteksiz olsalar da, organik ve etnik yiyeceklerin pozitif olarak tanımlandığını, fonksiyonel yiyeceklerin ise negatif sıfatlar ve metaforlarla ilişkilendirildiğini bulgulamışlardır.

2.6.2. Yeni Yiyecek Deneme Arzusu: Neofili

Neofili, insanların sürekli olarak yiyecekte yenilik arayışı içinde olmaları olarak tanımlanmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992; Mak, Lumbers, Eves ve Chang, 2013). Capiola ve Raudenbush (2012) neofiliyi, insanların yeni yiyecekleri denemek için gönüllü olması şeklinde ifade ederken, Chang, Kivela ve Mak (2011: 7) ise neofiliyi insanların yeni, farklı ve tuhaf yemek arayışı içinde olmaları şeklinde ifade etmektedir. Kısaca yiyecek neofili davranışına sahip olan insanların, yiyeceklerde yeni gelişme ve değişimlere daha açık oldukları söylenebilir (Yazıcıoğlu ve Alphan, 2017:121).

Yeni yiyecek deneme korkusunun tam tersi bir durum olan neofili, insanların bilmediği, tanımadığı, denemediği ve sağlığına zarar vereceğini düşünmediği yeni yiyecekleri deneme arzusunu ifade eder. Neofobinin aksine Neofiliye sahip insanlar yeni ve farklı gıdaları daha fazla denemek istemekte ve tekrar denemek için daha istekli olmaktadır (Raudenbush ve Frank, 1999: 269). İnsanların değişiklik aramaları psikolojik bir özelliktir. Değişmeyen ortamlar ve nesnelere insanlarda bıkkınlık ve rahatsızlık verici duygular oluşturmaktadır. Bu nedenle insanların yenilik arayışının temelinde değişiklik isteği ve merak vardır (Sahilli-Birdir, 2009: 86). Yeni yiyecekleri denemeye olan ilginin yeni ve farklı yaşam tarzlarını keşfetme gibi motivasyon faktörlerini seyahate yönlendiren unsurlar olduğunu ve özellikle neofilik insanların gastronomik seyahat niyetlerini güçlendirdiği belirtilmektedir (Yoon ve Uysal, 2005: 50). Dolayısıyla, mutfak kültürlerinin gelişmesi ve yöresel mutfakların küreselleşmesinin neofili eğilimine bağlı olduğu sonucuna varılabilir (Mitchell ve Hall, 2003: 77).

2.6.3. Yiyecek Seçimi ve Yeni Yiyecek Deneme Korkusu

İnsanlar hepçildir ve çok çeşitli yiyecekleri yiyip sindirebilirler. Bu avantaj, insan ırkının yeni bir ortama kolayca adapte olmasını sağlar. Hepçil olmak bazen risk oluşturur. Çünkü insanlar zehirli bitkileri veya hayvanları tüketebilirler. Bu nedenle insanlar, diğer memeli hepçillere benzer şekilde, yeni yiyeceklere karşı, ilgi ve korku karışımı bir tepki gösterirler (Rozin ve Vollmecke, 1986; Siegrist, Hartmann ve Keller, 2013: 293). Bu olayın hepçil ikileminden dolayı meydana geldiği varsayılmaktadır. Yiyecek arayışında, bir insanın yeni yiyeceklere yaklaşması gerekebilir. Ancak, kendisini potansiyel olarak zehirli yiyeceklerden korumak ve böylece beslenmesini kısıtlamak zorundadır (Armelağos, 2014: 1331).

Yiyecek seçimi, yiyeceklerin ve içeceklerin seçimini ve tüketimini, insanların nasıl, ne zaman, nerede ve kiminle birlikte yediklerini, yiyecek ve yeme davranışlarının diğer yönlerini göz önünde bulundurmayı içerir. Yiyecek seçimleri, tercihleri, kimlikleri ve kültürel anlamları ifade ederek hayatın sembolik, ekonomik ve sosyal yönlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Yiyecek seçimleri önemlidir çünkü gıda endüstrisinde yiyecek üreten, işleyen ve dağıtan tedarikçiler için tüketici talebi yaratırlar (Sobal, Bisogni, Devine ve Jastran, 2006: 1). Tüketicilerin yiyecekle olan ilişkisini modüle eden faktörler arasında, yeni veya bilinmeyen yiyecekleri denemeyi reddetme, olası yeme bozukluklarının gelişiminde kritik bir rol oynamaktadır (Benton, 2004). Uyarlayıcı bir bakış açısından, yeni yiyecek deneme korkusu bir organizmayı (hayvan veya insan) potansiyel olarak tehlikeli yiyecekleri yemekten koruma avantajına sahipken aynı zamanda yüksek oranda besleyici yiyeceklerden bile kaçınma riskiyle sonuçlanan bir dezavantaja sahiptir (Rozin ve Vollmecke, 1986).

Yeni yiyecek deneme korkusu, beslenme kalitesi üzerinde büyük etkisi olan yiyecek seçimlerinin önemli bir belirleyicisi olmakla birlikte beslenmedeki çeşitliliğinin azlığı ve yetersiz besin alımı ile ilişkilendirilmiştir (Falciglia, Couch, Gribble, Pabst ve Frank, 2000: 1474). Evrimsel olarak, yeni yiyecek deneme korkusu, zararlı yiyeceklerden korunmayı sağlayarak seçici bir avantaj olmasının yanı sıra insanlar dâhil hepçil hayvanların besin çeşitliliğini daraltarak bir dezavantaj olabilmektedir. Örneğın, yeni yiyecek deneme korkusu aynı yiyecekleri tekrar tekrar tüketme eğilimine yol açarken diğer yiyeceklerden mahrum kalmaya neden olmaktadır (Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan, 2016: 358). Bu nedenle neofobik bireyler yetersiz beslenme kalitesine sahip oldukları için yeni yiyeceklerin potansiyel sağlık avantajlarını kaybedebilir. Bazı çalışmalar, neofobik bireylerde sebze, salata, meyve, et ve balık tüketiminin azaldığını ortaya koymuştur (Cooke, Wardle ve Gibson, 2003; Galloway, Lee, ve Birch, 2003; Siegrist, Hartmann, ve Keller, 2013: 296). Ayrıca, yeni yiyecek deneme korkusu olan bireylerin protein, tekli doymamış yağlar, magnezyum ve E vitamini alımında eksiklikler yaşayabileceği belirtilmiştir (Capiola ve Raudenbush, 2012: 1401-1402).

2.6.4. Yeni yiyeceklerin Reddedilmesinin Temelleri

Yeni yiyecek deneme korkusu, belirli bir durumda yeni bir yiyecek veya yiyeceklerin reddedilmesini içeren bir davranış, bazen de bir kişilik özelliği olarak ele alınmaktadır (Pliner ve Salvy, 2006: 76). Yeni yiyecekleri deneme isteksizliğinin oluşmasında birçok durumsal farklılıktan söz edilebilmektedir. Bireylerin değişmez istekleri, yiyeceklere olan yaklaşımları veya yeni yiyeceklerden kaçınmaları kişisel özellikler olarak sıralanmaktadır (Pliner, Pelchat ve Grabski, 1993). Endişe, öfke, duygusallık gibi davranışsal ve psikolojik sorunlar; ekonomik, kültürel, bölgesel faktörler, yaş, cinsiyet, eğitim gibi demografik faktörler; besinlerin kokusu, lezzeti, görüntüsü yiyecek seçimini etkileyen durumsal farklılıklar olarak göz önüne alınmaktadır (Rigal, Frelut, Monneuse, Hladik, Simmen ve Pasquet, 2006; Wadolowska, Babicz-Zielinska ve Czarnocinska, 2008). Duygu, alışkanlık, değer ve geçmiş deneyimler gibi bazı psikolojik faktörler yiyecek seçimi üzerinde sürekli bir etkiye sahipken; duygular, beğenme ve tutumlar sonucunda yapılan seçimler günden güne farklılık gösterebilir. Motivasyon, kişilik, yiyecek ve beslenmeye yönelik tutumlar gibi psikolojik faktörler gözden geçirilmiş ve yeni yiyecek deneme korkusunu içeren beslenme davranışlarını esas olarak etkilediği görülmüştür (Muhammad, İbrahim, Ahmad ve Hanan, 2016: 359).

Genel olarak, yiyeceklerin neofobik insanlar tarafından reddedilmesinin üç temel nedeni ve üç temel boyutu bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır:

a) Nedenler

1. Yiyeceğe karşı duyuşal özelliklerden doğan hoşnutsuzluk; yiyeceğin tat, koku, görünüş ve dokusundan hoşlanmamaya dayanan reddetmelerdir (Pliner ve Salvy, 2006: 4). Gıdalardan hoşlanmama tepkisi ve şiddeti bireyden bireye farklılık göstermektedir (Fallon ve Rozin, 1983: 15).

2. Yiyeceğin yenilmesiyle oluşacak olumsuz sonuçlardan korkma ve yiyeceklerden zehirlenme ihtimaline karşı duyulan tedirginlik, herhangi bir hastalık sonrası veya sonrasında özellikle insanların stresli zamanlarında aşına yiyecekler olmak üzere tüm yiyeceklere karşı olumsuz yaklaşımına neden olmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992: 106).

3. Yiyeceklerin doğası ya da kökeni fikrinden doğan iğrenme, beden için koruyucu değeri nedeniyle genetik olarak sürdürülen içgüdüsel bir tepki olarak çalışmaktadır. İnsanları hangi yiyeceğe-içeceğe karşı uyarırsa, koklamayı, yutmayı veya ona dokunmayı istememeye neden olmaktadır (Miller, 2004: 3).

b) Boyutlar

1. Lezzet: beğenilmeyen gıdanın lezzeti doğal olarak reddedilmektedir (sadece tiksintiye yönelik).

2. Etki: reddedişin olumsuz etkilerine karşı tepkiyle ne derece ilişkili olduğu

(hoşlanmama, tikslenme ve muhtemelen bazı tehlike durumları için örnektir).

3. Kültürel veya düşünsel durumlar: sosyal olarak aktarılan bilgi veya bilginin ne derece kritik, önemli olduğunu (uygun olmayan, tiksindirici ve bazı tehlike durumlarında geçerlidir) gösteren durumlardır (Rozin ve Fallon, 1980: 201).

Bu tür neofobik davranışları değerlendirmek için Pliner, Eng ve Krishnan (1995: 77) gerçekleştirdikleri çalışmalarında, aşına olunan/olunmayan yeni yiyeceklere karşı bireylerin davranışlarını incelemiştir. Yeni yiyeceklerin sadece görüntüleri ile değerlendirilen çalışma sonucunda katılımcıların aşına olmadıkları yiyeceklere karşı oldukça isteksiz oldukları bulunmuştur. Birçok araştırmacı yeni yiyecek deneme korkusu bağlamından yola çıkarak, insanların bilmediği yiyecek ürünlerini denemeye istekli olma ya da reddetme nedenlerini incelemiştir. Bu araştırmalar, yeni yiyecek deneme korkusuna sahip kişilerin yeni yiyecekleri denemek ya da satın almakta tereddüt ettiklerini göstermektedir (Arvola, Lahteenmaki ve Tuorila, 1999; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001; Backstrom, Pirttila-Backman ve Tuorila, 2004; Schickenberg, van Assema, Brug ve de Vries, 2008; Henriques, King ve Meiselman, 2009; Chung, vd., 2012). Yeni yiyecek deneme korkusu, halen kapsamlı bir şekilde araştırılıyor olsa da yiyecek reddinin ardındaki mekanizmalar henüz net olarak tanımlanamamıştır (Lafraire, Rioux, Giboreau ve Picard, 2016: 354).

2.6.5. Yeni Yiyeceklere Maruz Kalma

Yeni yiyecek deneme korkusuna sahip bireylerin beslenmesindeki çeşitlilik ve yiyeceklere tekrar tekrar maruz kalma arasında son derece güçlü bir bağlantının varlığı defalarca kanıtlanmıştır (Pliner, Pelchat ve Grabski, 1993; Frank ve Raudenbush, 1998; Birch ve Fischer 1998). Yetişkinlerde beslenme çeşitliliği; yeni yiyecek deneme korkusu düzeyleri ile hem eğitim hem de sosyo-ekonomik durum düzeyleri arasında gözlemlenen negatif korelasyonun gösterdiği önemli bir etkiye sahiptir (Flight, Leppard ve Cox, 2003; Meiselman, King ve Gillette, 2010). Bu etkinin, bir insanın günlük yaşamda farklı türde yiyecekler ile yeme sıklığıyla doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir (Knaapila vd., 2011). Yeni yiyeceklere sık maruz kalmak yeni yiyecek deneme korkusunu azaltmaktadır (Pliner, Pelchat ve Grabski, 1993; Birch ve Fischer, 1998; Mustonen, Oerlemans ve Tuorila, 2012). Bu gözlemin temelinde, yeni yiyecek deneme korkusu ve sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişki yatmaktadır.

Günümüzde şehirlerde, yıllar öncesine göre daha geniş bir yiyecek çeşitliliği mevcut olması nedeniyle, genç insanlar, yaşlı insanlara göre erken yaşlarda yeni yiyeceklere maruz kalmaktadır. Ayrıca şehirlerde, yiyecek mevcudiyeti kırsal alanlara göre daha çok geniştir. Bu bağlamdan yola çıkarak, Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, (2001:31); Flight, Leppard ve Cox, (2003:55); Verbeke ve Poquiqui Lopez (2005:834); Olabi, Najm, Baghdadi ve Morton

(2009:361); Meiselman, King ve Gillette (2010: 896) çalışmalarında bu ilişkileri gözlemlemişlerdir. Çalışmalardan elde edilen bulgular, yeni yiyeceklere daha fazla maruz bırakan şehir yaşamının, yüksek eğitimin ve artan gelirin etkisiyle bireylerin daha az yeni yiyecek deneme korkusuna sahip oldukları; kırsal bölgelerdeki insanların ise yeni yiyeceklere daha az maruz kalması nedeniyle daha yüksek seviyede yeni yiyecek deneme korkusuna sahip olduklarını desteklemektedir.

2.6.6. Yeni Yiyecek Deneme Korkusuna Etki Eden Faktörler

Yeni yiyecek deneme korkusuna dair yapılan çalışmalardan elde edilen verilere göre, neofobik bireylerin yeni yiyecek deneme korkusu düzeylerinin; davranışsal ve psikolojik faktörler (endişe, öfke, duygusallık vb.), sosyo-demografik faktörler (yaş, eğitim, cinsiyet, kültür, din, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, kentleşmenin derecesi) ve durumsal faktörler (yiyeceğin türü, besin değeri ve lezzeti hakkında verilen bilgi, sosyal etki) gibi birçok durumdan etkilendiği belirlenmiştir (Rigal, Frelut, Monneuse, Hladik, Simmen ve Pasquet, 2006; Wadolowska, Babicz-Zielinska ve Czarnocinska, 2008; Stocia ve Alexe, 2016; Mak, Lumbers, Eves ve Chang, 2017). Yeni yiyecek deneme korkusuna etki eden faktörler aşağıdaki gibidir:

1) Davranışsal ve psikolojik faktörler: Neofobik kişilik özelliklerinin kişisel değerler, tutumlar ve davranış kalıpları üzerindeki ana etkisi göz önüne alındığında, bireylerin yeni bir yiyeceğe karşı duygusal tepkileri hakkındaki veriler bireylerin yeni yiyecekleri tüketip tüketmeme kararına ışık tutabilir (Barrena ve Sánchez, 2012: 82). Yeni yiyecek deneme korkusuna sahip katılımcıların, sosyal etkinliklere katılma, yeni insanlarla tanışma ve değişik yerlerde bulunma gibi durumlara isteksiz oldukları (Pliner ve Salvy, 2006: 80) ve buldukları mekanlarda yenilik aramayan bir davranış sergiledikleri görülmektedir (Chang, Kivela ve Mak, 2011: 308). Neofobik katılımcılar psikolojik yönden irdelendiğinde ise, katılımcıların aşına olmadıkları mutfak kültürüyle karşılaştıklarında korkunun ağır bastığı, risk almaktan kaçtıkları ve aşına oldukları yiyecekleri tercih ettikleri vurgulanmaktadır. Pliner ve Hobden (1992: 106), kaygı uyandırıcı karmaşık uyarıcıların, bireylerin sahip olduğu neofobi eğilimleri üzerinde anlamlı ilişki gösterdiğini bulgulamışlardır. Benzer şekilde, karakter incelemesi ile duygusal yönden hassas olma durumunun neofobi eğilimiyle anlamlı ilişki gösterdiğini saptanmıştır. Bu sebeplerle, yeme davranışları üzerinde insanların davranışsal ve psikolojik özellikler önemli bir rol oynamaktadır.

2) Sosyo-demografik faktörler: Yeni yiyecek deneme korkusu, insanların yaşına, sosyo-ekonomik durumuna, eğitim düzeyine ve kentleşme derecesine bağlı olarak kendini farklı bir şekilde gösteren bir kişilik özelliğidir (Ribeiro de Andrade Previato ve Behrens, 2015: 929). Yeni yiyecek deneme korkusu, cinsiyet, yaş ve eğitim gibi değişkenlerle ilişkilendirilirken, bir

yiyeceğin aşına olmasının yalnızca kültürel değil aynı zamanda bireysel bir deneyim olduğu da düşünülmüştür (Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001: 32). Bazı çalışmalarda, erkeklerin kadınlardan daha fazla neofobik olduğunu belirten önemli cinsiyet farklılıkları gözlemlenmiştir (Hursti ve Sjoden, 1997: 99; Tuorila, Leahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001: 35). Ancak, cinsiyetin yeni yiyecek deneme korkusu üzerindeki etkisi hala açık değildir (Meiselman, King ve Gillette, 2010: 896). Diğer çalışmalarda ise, anlamlı bir cinsiyet farklılığı gözlenmemiştir (Pliner ve Hobden, 1992; Nordin, Broman, Garvill ve Nyroos, 2004:300; Fernandez-Ruiz, Claret ve Chaya, 2013: 222). Neofobinin, eğitim ile ilişkisini ele alan bazı araştırmalar eğitim seviyesi ve gelir arttıkça yiyecek neofobi seviyesinin azaldığını tespit etmişlerdir (Hursti ve Sjoden, 1997; Tuorila, Leahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001; Schickenberg, van Assema, Brug ve de Vries, 2006; Meiselman, King ve Gillette, 2010; Sanjuán-López, Philippidis ve Resano-Ezcaray, 2011; D'Antuono ve Bignami, 2012).

Kültürel ve ulusal farklılıkların neofobi üzerindeki etkisini incelemek üzerine yapılan çalışmalarda, Chung, Chung, Kim, Kim, O'Mahony, Vickers vd., (2012) Korelilerle ve Amerikalılar; Olabi, Najm, Baghdadi ve Morton, (2009) Amerikan ve Lübnanlı üniversite öğrencileri; Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila (2003) ise ABD, Finlandiya ve İsveçliler arasında yeni yiyecek deneme korkusu düzeylerini karşılaştırmıştır. Sonuçlar, Korelilerin Amerikalılara göre yiyecek neofobi eğilimlerinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Lübnan kolejindeki öğrencilerin Amerikan kolej öğrencilerine kıyasla daha yüksek yiyecek neofobi skorlarına sahip olduklarını ve İsveçlilerin, Amerikalı ve Finlilere kıyasla yeni yiyecekleri denemeye daha istekli olduklarını göstermektedir (Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003:172-173; Olabi, Najm, Baghdadi ve Morton, 2009:361; Chung, Chung, Kim, Kim, O'Mahony, Vickers, vd., 2012).

3) Durumsal faktörler: Bireylerin yiyecek tercihlerinde ve beslenme tarzlarında, yiyeceğin görüntüsü, lezzeti, kokusu ve dokusu gibi uyarıcı faktörler önemli bir etkiye sahiptir (Nestle vd., 1998: 53). Tanska, Babicz Zielinska ve Chaillot (2017: 373), neofobik eğilimin, bireylerin yiyeceklerle ilgili bilgilerinin yetersiz oluşundan kaynaklandığını belirtmektedir. Rozin (1988), kişi tarafından kabul edilerek tadına bakılan yiyecek ve içecekler arasında genellikle faydalı olduğu düşünülen yiyeceklerin tercih edildiğini savunmaktadır (akt. Pliner ve Salvy, 2006:76). McFarlene ve Pliner (1997:228) gerçekleştirdikleri çalışmada ise, bir yiyeceğin faydaları hakkında kişiye verilen bilgilerin, yiyeceğin sağlık açısından önemli olduğunun düşünülmesinin, yeni bir yiyeceğe karşı olan yeme isteğini artırdığı tespit edilmiştir. Bireyin lezzet ve fayda hakkında doğrudan bilgiye sahip olması, yiyeceklerle ilgili kendi tecrübesine dayanmakta, yeni yiyeceklere sürekli maruz kalma bireylerde gıdanın güvenli olduğu izlenimi yaratmaktadır. Neofobik bireyler yeni yiyeceklerin lezzetsiz olmasını beklemektedir. Lezzetli yeni yiyeceklere maruz kalmak ve onları keşfetmek bireyin yeni yiyeceklere karşı olumsuz tavrını değiştirmesinde yardımcı olmaktadır. Yeni yiyecekler ile ilgili olumlu deneyimler, diğer

yeni yiyecekler için genelleme yapılmasına olanak vererek yeni yiyecek deneme korkusunun azalmasına yardımcı olabilir (Pliner ve Salvy, 2006: 77).

Yiyecekleri sevme ve tüketme üzerinde önemli bir role sahip olan sosyal etki; insanların, çevrelerinde bulunan kişilerden etkilenmelerine ve etkilendikleri kişilerin tükettiği benzer yiyecekleri denemeye sevk etmektedir (Pliner, Pelchat ve Grabski, 1993: 113). Guidetti ve Cavazza'a (2008: 84) göre, çocukların kaçınılmaz şekilde anne ve babadan etkilenecek onlarla benzer yiyecekleri tükettiklerini belirtmektedir. Hendy ve Raudenbush (2000), insanların eş, dost, akraba çevrelerinden etkilendiğini ve yeni yiyecekleri deneyimleme eğilimi gösterdiklerini savunmaktadır. Benzer doğrultuda Hobden ve Pliner'de (1995: 111-112) yeni yiyecek deneme konusunda pozitif eğilim gösteren bir bireyle aynı ortamda bulunduğu takdirde korku düzeyinin hafifletebileceğini hatta yeni yiyeceği denemeye istekli olunabileceğini bulgulamışlardır.

2.6.7. Yiyecek Neofobisi ve Neofili'ne İlişkin Alanyazın Taraması

Pliner ve Hobden (1992) literatüre yiyecek neofobisi terimini kazandırmışlardır. Yapmış oldukları çalışmada yeni yiyecek deneme korkusunun, yaş ile olan ilgisini incelemişlerdir. Çalışma sonunda yaşlı bireylerin, üniversite çağında olan gençlere göre yeni yiyecekleri denemede daha istekli oldukları sonucunu elde etmişlerdir. Ayrıca, katılımcıların aşına olmadıkları yeni yiyecekleri denemeye neredeyse hiç gönüllü olmadıkları ve yeni yiyecek deneme fobilerinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeyleri üzerinde açlık ve korku gibi uyarıcı faktörlerin etkisini 90 üniversite öğrencisi üzerinde inceleyen çalışmada Pliner, Eng ve Krishnan (1995), açlık ve korku oranı düşük katılımcılarda yeni yiyecek denemeye gönüllülüklerinin yüksek oranda olduğu öte yandan açlık ve korku oranı yüksek olan katılımcıların ise yeni yiyecek denemeye karşı isteklerinin düşük oranda kaldığı sonucuna ulaşmışlardır.

Finlandiyalıların aşına olduğu ve aşına olmadığı yirmi yiyeceği tespit ederek denemelerini isteyen çalışmalarında Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti (2001), katılımcıların çoğunlukla henüz deneyimlememiş oldukları gıdalara ve etnik yiyeceklere karşı olumsuz tavır sergilediklerini belirlemişlerdir. Sonuç olarak, eğitim düzeyi arttıkça katılımcıların yeni yiyecek deneme korkusu seviyesinin azaldığı tespit edilmiştir.

Hassan ve Hall (2003), dini inanışların Müslüman turistlerin tüketim davranışlarına olan etkisini incelemek amaçlı Yeni Zelanda'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler üzerinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Elde edilen bulgular sonucunda, Yeni Zelanda'yı ziyaret eden Müslüman turistlerin dini inanışları gereği çoğunlukla helal yiyecek arayışında bulduklarını (%82,2) ortaya çıkarmıştır.

Kırsal ve şehirde yaşayan genç Avustralyalılar'ın yiyecek neofobisini, sosyo-ekonomik durumlarına göre inceleyen Flight, Leppard ve Cox (2003), çalışmalarında kırsal kesimde yaşayan gençlerin şehirde yaşayan yaşlılarına göre yeni yiyecekleri denemede daha isteksiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Verbeke ve Lopez (2005), bireylerin etnik yiyecek seçimleri üzerinde kültürel çeşitliliğin etkisini, yeni yiyecek korku düzeyleri üzerinde ise sosyo-demografik faktörlerin rolünü incelemiştir. Sonuca göre, Belçikalı katılımcıların etnik yiyeceklerin seçiminde tat ve görünüme önem verdiği tespit edilmiştir. Sosyo-demografik değişkenlerle ilgili sonuçlarda kentsel alanda yaşayan ve "55 yaş ve üstü" katılımcılarda yeni yiyecek korku düzeylerinin düşük olduğu bulgulanmıştır.

Fransa'da şişmanlıkla mücadele eden "10-17" yaş arasındaki gençlerin yiyecek fobilerinin şişmanlıkla mücadele etmeyenlerle karşılaştıran çalışmasında Rigal vd. (2006), "yirmi iki" obez ile "elli bir" obez olmayan kişi arasında uygulanan anket sonucu gruplar arasında anlamlı farklılıkların olmadığını tespit etmiştir. Araştırmanın ortaya çıkardığı bir diğer sonuç ise, şişmanlıkla mücadele eden gençlerin yeni yiyecek deneyimlemelerinde, yeni yiyecekten hoşlanma oranlarının aşına oldukları yiyeceklerden hoşlanma oranlarıyla benzerlik gösterdiği görülmüştür.

Olabi, Najm, Baghdadi ve Morton (2009), iki farklı kültür arasındaki yeni yiyecek korku düzeylerini ortaya çıkarmayı hedefledikleri çalışmalarının sonucunda elde edilen verilere göre iki farklı kültürdeki öğrenciler arasında yeni yiyecek deneme korku düzeylerinin farklılık gösterdiği saptanmıştır. Yeni yiyecek deneme korkusunun Lübnanlı öğrencilerde yüksek, Amerikalı öğrencilerde ise düşük olduğu belirlenmiştir.

Uluslararası lisans üstü öğrencilerin yiyecek neofobisine ne ölçüde maruz kaldıklarını, bu durumun milliyet ve diğer demografik özelliklere göre nasıl değiştiğini ve kültürlenmenin öğrencilerin beslenme davranışlarında nasıl kendini gösterebileceğini değerlendiren çalışmalarında Edwards, Hartwell ve Brown (2010), zamanla küçük değişiklikler olmasına rağmen, Avrupalı ve Asyalı öğrenciler arasında beslenme alışkanlıklarında önemli bir değişiklik olmadığını, ancak Asyalı öğrencilerin, Avrupalı öğrencilerden yüksek oranda neofobik olduğu tespit edilmiştir.

Barrena ve Sánchez (2012), bireylerin geleneksel, etnik ve yeni yiyeceklere karşı tutum ve davranış farklılıklarını ortaya çıkarmayı amaçladıkları çalışmalarında, öğrencilerin neofobi düzeylerinin, kahve ve kahve kapsülleri için öğrencilerin %51'inin neofobik, %41'inin ise neofobik olmadığını; kuskus ürününde ise, öğrencilerin %55,7'sinin neofobik, %44,3'ünün ise neofobik olmadığını tespit edilmişlerdir.

Siegrist, Hartmann ve Keller (2013), neofobi düzeyi ile yiyecek seçimi ve yeme davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek için bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada, yaşlı

insanların gençlere oranla, erkeklerin ise kadınlara oranla neofobi düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Eğitim seviyesi ve geliri yüksek katılımcıların ise neofobi düzeylerinin düşük olduğu bulgulanmıştır.

Muhammad, Ibrahim, Ahmad ve Hanan (2016), genç şeflerin yeni yiyecek korku düzeyleri üzerinde psikolojik faktörlerin etkisini inceledikleri çalışmalarında, genç şefleri etkileyen psikolojik faktörlerin yeni yiyecek deneme korku düzeylerinde anlamlı bir etki yarattığı tespit edilmiştir.

Üzülmez (2018), yabancı turistlerin Türk mutfağı seçim motivasyonlarını belirlemek ve turistlerin sergiledikleri neofobi-neofili eğilimlerinin Türk mutfağı seçim motivasyonları üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışma yapmıştır. Çalışmada, neofobi ve neofili eğilimleri arasında negatif yönlü düşük, ancak anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte, neofobi düzeylerinin Türk mutfağı seçim motivasyon boyutlarından olan kültürel deneyim ve duysal çekicilik faktörleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Turistlerin neofili eğilimlerinin yiyecek seçim motivasyonlarının tüm boyutlarında anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Gastronomi turistlerinin yiyecek tercihlerinde yiyecek neofobi ve yiyecek neofilin etkisini araştıran Kaplan (2018), yiyecek tercihlerinde neofili eğilimi gösterenlerin gastronomi turizmne daha az katıldıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya göre, gastronomi turistlerinin neofobik ve neofilik eğilimlerin olması yiyecek tercihlerini etkilemesi açısından önemlidir.

Etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisini inceleyen Yiğit (2018), yeni yiyecek deneme korkusu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, medeni durumda ve eğitim düzeyinde ise anlamlı bir farklılık olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Tablo 2.8. Yiyecek Neofobi ve Neofili'sine İlişkin Alanyazın Özet Tablosu

#	Yazarlar	Yıl	Makale Bilgisi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Bulgular
1	Pliner, P. Hobden, K.	1992	Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans	Yeni yiyecekleri deneme gönüllülüklerinin üniversite öğrencileri aracılığıyla test edilmesi.	Anket uygulaması 1.örneklem, 41 katılımcı 2.örneklem, 35 katılımcı 3.örneklem, 80 katılımcı	Çalışmada katılımcıların yeni yiyecek deneme konusuna gönüllü olmadıkları ve yeni yiyecekleri hemen hemen hiç denemedikleri ortaya çıkmıştır.
2	Pliner, P. Eng, A. Krishnan, K.	1995	The Effects of Fear and Hunger on Food Neophobia in Humans	Açlık ve korku faktörlerinin yiyecek fobisi üzerindeki etkilerinin üniversite öğrencileri üzerinde incelenmesi.	Anket uygulaması 90lisans öğrencisi	Açlık ve korku faktörleri yüksek olan kişilerde yiyecek fobisinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.
3	Pizam, A. Sussman, S.	1995	Does nationality affect tourist behavior?	Turist davranışlarının milliyetler arası değişiklik gösterip göstermediğinin incelenmesi.	Anket uygulaması 252 katılımcı	Araştırma, Japon, Fransız ve İtalyan'ların seyahatlerinde ziyaret ettikleri destinasyonlara ait yerel yiyecek ve içecekleri denemekten sakındıklarını, destinasyonlarında kendi mutfak kültürlerine özgün yiyecek ve içecek arayışında buldukları sonucunu ortaya çıkarmıştır
4	Hobden K. Pliner, P.	1995	Effects of a model on food neophobia in humans.	Yeni yiyecek deneme gönüllülüklerinin üç farklı model (fobili, yenilikçi, nötr) ve düşük/yüksek yiyecek fobili olma durumunun üniversite öğrencileri aracılığıyla test edilmesi.	Anket uygulaması Canlandırma 1. örneklem 43 katılımcı 2. örneklem 69 katılımcı	Çalışmanın birinci örnekleminde,yiyecek fobisi düşük olanların yeni yiyecekleri deneme gönüllülüklerinin yüksek olduğu sonucu ortaya çıkarken, video kasetleri ile manipüle edilen ikinci örnekleme de birinci örnekleme destekleyen sonuçlar ortaya çıkmıştır
5	Hurst, U. K. K., Sjöden, P. O.	1997	Food and general neophobia and their relationship with self-reported food choice: familial resemblance in Swedish families with children of ages 7-17 years.	İsveçli ailelerde hem gıda hem de genel neofobiyi, yaş, cinsiyet farklılıkları ve ailesel benzerlikler üzerine incelemesi.	Anket uygulaması 722 katılımcı	Araştırmada babaların annelere göre neofobi düzeyi daha yüksek, çocukların ise ebeveynlerinden daha fazla neofobik olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca 9 yaşındaki erkek çocuklarının 9 yaşındaki kız çocuklarına göre neofobi oranları daha yüksek seviyede olduğu, ailesel benzerliklerin de gıda ve neofobi üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
6	Pliner, P. Melo, N.	1997	Food neophobia in humans: Effects of manipulated arousal and individual differences in sensation seeking	Yeni yiyecek deneme gönüllülüklerinin video oyunları ile manipüle edilmesi ve manipülasyon sonrası yeni yiyeceklerin üniversite öğrencileri tarafından deneme isteğinin incelenmesi	Anket uygulaması Canlandırma 90 üniversite öğrencisi	Manipülasyon düşük iken daha çok yeni yiyecek deneme isteği, manipülasyon yüksek iken daha az yeni yiyecek deneme isteği ortaya çıkmıştır.

Tablo 2.8. Devamı

7	Raudenbush, B. Frank, R. A.	1999	Assessing Food Neophobia: The Role of Stimulus Familiarity	Katılımcıların neofobi düzeylerini ölçmek ve aynı zamanda yeni bir yiyeceği denemeye olan gönüllülüklerini incelemek.	Anket uygulaması 33 katılımcı	Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun, kendilerine sunulan ilk grup altındaki yiyecekleri denemeye gönüllü olduğu tespit edilmiştir. İkinci grup altındaki yiyeceklere ise, sadece neofili eğilimi sergileyen bireylerin gönüllü olduğu saptanmıştır.
8	Tuorila, H. Lahtenmaki, L. Pohjalainen, L.	2001	Food neophobia among the Finns and related responses to Familiar and unfamiliar food	Katılımcıların yeni yiyeceğe karşı gönüllülükleri ve demografik özelliklerine göre gıda neofobilerinin değişiklik gösterip göstermediklerinin incelenmesi.	Anket uygulaması 1083 katılımcı	Katılımcıların özellikle yeni ve etnik yiyeceklere karşı fobilerinin yüksek olduğu ve erkeklerin kadınlara oranla, yaşlıların da gençlere oranla daha çok yeni yiyeceğe karşı fobili oldukları ortaya çıkmıştır.
9	Galloway, A. T. Lee, Y. Birch, L. L.	2003	Predictors and consequences of food neophobia and pickiness in young girls	Genç kızlarda gıda neofobisi ve seçicilik arasındaki ilişkinin incelenmesi.	Anket uygulaması 192 genç kız katılımcı	Çalışmada 6 aydan az sürede anne sütüyle beslenen kızların gıda seçiciliği ve gıda neofobi oranlarının yüksek olduğu saptanmıştır.
10	Flight, L. Leppard, PCox, D. N.	2003	Food neophobia and associations with cultural diversity and socio-economic status amongst rural and urban Australian adolescents	Avustralya'da kırsal ve kentsel alanda yaşayan öğrencilerin, kültürel çeşitlilikleri ve neofobi düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmak	Anket uygulaması 243 Katılımcı, Kırsal kesim 696 katılımcı, Kentsel kesim	Kentlerde yaşayan öğrencilerin kırsal alanda yaşayanlara oranla neofobi düzeylerinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Kentlerde yaşayan öğrencilerin farklı kültürlere alışık olması nedeniyle, aşina olunmayan yiyecekleri deneme meyillerinin yüksek olduğu ortaya çıkarılmıştır.
11	Ritchey, P. N., Frank, R. A., Hursti, U. K. ve Tuorila, H.	2003	Validation and cross-national comparison of the food neophobia scale(FNS) using confirmatory factor analysis	Pliner ve Hobden (1992)'a ait yiyecek neofobi ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi uygulayarak farklı kültürlerden bireylerin neofobi düzeyleri incelemek	Anket uygulaması 867 Amerikalı katılımcı 1083 Finlandiyalı katılımcı 902 İsviçreli katılımcı	Çalışma sonucunda, Amerikalı ve Finlandiyalı katılımcıların neofobi düzeylerinin eşit oranda olduğu tespit edilmiştir. İsviçreli katılımcıların, Amerikalı ve Finlandiyalı katılımcılara kıyasla yeni yiyecekleri deneyimleme konusunda daha istekli oldukları saptanmıştır.
12	Bäckström, A., Pirttilä-Backman, A. M., Tuorila, H.	2004	Willingness to try new foods as predicted by social representations and attitude and trait scales	Sosyal temsiller, tutum ve özellik ölçekleriyle öngörülen yeni yiyecekleri denemeye istekli olma arasındaki ilişkiyi inceleme	Anket uygulaması 743 katılımcı	Yeniliklerden şüphe, teknolojiye bağlılık, doğal yiyeceğe bağlılık, bir keyif olarak yeme ve bir ihtiyaç olarak yeme gibi sosyal temsil boyutlarının, genetiği değiştirilmiş yiyecekleri ve organik yiyecekleri denemeye istekli olmalarında güçlü belirleyici olduğu gözlenirken düşük düzeyde yiyecekleri neofobisine sahip katılımcıların etnik yiyecekleri, denemeye daha istekli olduğu bulunmuştur.

Tablo 2.8. Devamı

13	S. Nordin, D.A. Broman, J. Garvill, M. Nyroos	2004	Gender differences in factors affecting rejection of food in healthy young Swedish adults	Yiyecek reddini etkileyen faktörlerde cinsiyet farklılıklarını incelemek	Anket uygulaması 100 kadın katılımcı 100 erkek katılımcı	Sonuçlar, yiyecek reddi ve isteksizliğin kadınlarda erkeklerden daha yaygın olduğunu ve kadınların erkeklerden daha fazla tiksintiye duyarlı olduğunu göstermiştir.
14	Verbeke, W. Lopez, G. P.	2005	Ethnic food attitudes and behaviour among Belgians and Hispanics living in Belgium	Belçika'da yaşayan Belçikalılar ve İspanyollar arasındaki etnik yiyecek tutum ve davranışları incelemek	Anket uygulaması 119 Belçikalı katılımcı 127 İspanyol katılımcı	Belçikalıların etnik gıda tercihlerinde lezzet ve görünüşün ön planda olduğu bulgulanmıştır. Her iki ülkenin de neofobi düzeylerinin şehirde yaşayan ve 55 yaş üstü katılımcılarda düşük olduğu görülmüştür.
15	Shenoy, S. S.	2005	Food tourism and the culinary tourist	Amerika'nın Güney Karolina eyaletinde gastronomi turizmi kapsamında turistlerin yeni yiyecek deneme fobilerinin incelenmesi.	Anket uygulaması 341 katılımcı	Gastronomi turizmi faktörleri ile yeniyiyecek deneme fobisi ölçeğine yapılan regresyon analizi sonucu, genel yiyecek tercihlerinden yöresel akşam yemeği, yerel içecek ve aşına faktörlerinin yeni yiyecek deneme fobisi üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır.
16	Rigal, N. Frelut, M. L.Monne use, M. O. Hladik, C. M.Simmen, B. Pasquet P.	2006	Food neophobia in the context of a varied diet induced by a weight reduction program in massively obese adolescents	Obeziteyle mücadele eden 10- 17 yaş arasındaki gençlerin yiyecek fobilerinin obeziteyle mücadele etmeyen kişilerle karşılaştırılmalı incelenmesi.	Anket uygulaması 22 obez katılımcı 51 obez olmayan katılımcı	Obeziteyle mücadele veren 22 Obez birey ile obeziteyle mücadele etmeyen 51 kişilik iki grup arasında test edilen yiyecek fobilerinde anlamlı farklılıklara rastlanılmamıştır.
17	Knaapila, A.vd.,	2007	Food neophobia shows heritable variation in humans	Yiyecek neofobisinin aile ve ikiz örnekleminde kalıtım derecesini belirlemek	Anket uygulaması 155 Finlandiyalı katılımcı 468 İngiliz katılımcı	Her iki popülasyondan elde edilen sonuçlar, yiyecek neofobisindeki değişimin yaklaşık üçte ikisinin genetik olarak belirlendiğini ortaya çıkarmıştır.
18	King, S. C., Meiselman, H. L., Henriques, A.	2008	The effect of choice and psychographics on the acceptability of novel flavors	Yeni tatların kabul edilebilirliği üzerine seçim ve psikografinin etkisinin incelenmesi	Anket uygulaması Tüketici test formatı 389 katılımcı	Sonuçlar, yeni tatların kabulünde neofobi gibi psikolojik faktörlerin önemli rol oynadığını ve sadece yeniliklere karşı tepkileri etkilemek yerine daha geniş bir şekilde işlev görebileceğini göstermiştir.

Tablo 2.8. Devamı

19	Olabi, A., Najm, N. E. O., Baghdad i,O.K. Morton, J.M.	2009	Food neophobia levels of Lebanese and American college students	Amerikan ve Lübnanlı üniversite öğrencileri arasındaki yiyecek neofobisi düzeylerinin, ikamet edilen ülke, sosyo-ekonomik statü, gibi kişisel değişkenlerin etkilerini incelemesi	Anket uygulaması Amerikan ve Lübnanlı 1122 katılımcı	Neofobi düzeyinin Lübnanlı öğrencilerde Amerikalı öğrencilere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.
20	Barcellos , M. Aguiar, L. K. Ferreira, G. C. Vieira, L. M.	2009	Willingness to Try Innovative Food Products: a Comparison between British and Brazilian Consumers	İngiliz ve Brezilyalı tüketiciler arasındaki yenilikçi yiyecek ürünlerini deneme istekliliklerini karşılaştırmak	Anket uygulaması 380 katılımcı	Brezilya'da ve İngiltere'de araştırmaya katılan öğrencilerin yeni bir yiyeceği deneyimleme konusunda istekli davrandıkları belirlenmiştir. İngiltere'deki öğrencilerin, Brezilyalı öğrencilere kıyasla yeni bir yiyeceği tatma konusunda daha istekli oldukları ortaya çıkarılmıştır
21	Hwang, J., Lin, T. N.	2010	Effects of Food Neophobia, Familiarity, and Nutrition Information on Consumer Acceptance of Asian Menu Items	Asya menü öğelerinin tüketici kabulünde yiyecek neofobisi, aşinalık ve beslenme bilgilerinin etkilerinin incelenmesi	Anket uygulaması 120 katılımcı	Araştırma yeni geliştirilen menü öğelerine tanıdık tatlar, görünüm, sunum ve hazırlama yöntemleri ekleyerek tüketici yakınlığını geliştirilmenin yeni etnik yiyecekleri denemede potansiyel bir engel oluşturabileceğini göstermektedir. Sonuçlar aynı zamanda beslenme bilgilerinin, aşına olmanın, ABD tüketicilerinin Asya menşeli ürünlere yönelik beslenme ile ilgili tutumlarına olan etkisini azalttığını göstermektedir.
22	J. S. A. Edwards , H. L. Hartwell L. Brown	2010	Changes in food neophobia and dietary habits of international students	Çalışma uluslararası lisans üstü öğrencilerin yiyecek neofobisine ne ölçüde maruz kaldıklarını, bu durumun milliyet ve diğer demografik özelliklere göre nasıl değiştiğini ve kültürlenmenin öğrencilerin beslenme davranışlarında nasıl kendini gösterebileceğini değerlendirmeyi amaçlamıştır.	Anket uygulaması 228 katılımcı	Çalışmada, zamanla küçük değişiklikler olmasına rağmen, Avrupalı ve Asyalı öğrenciler arasında beslenme alışkanlıklarında önemli bir değişiklik olmadığı fakat Asyalı öğrencilerin, Avrupalı öğrencilerden anlamlı derecede daha fazla neofobik olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 2.8. Devamı

23	Meiselman, H.L. King, S.C. Gillette, M.	2010	The demographics of neophobia in a large commercial US sample	Neofobi düzeyleri ile bireylerin demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştırmak	Anket uygulaması 1. grup-1567 kişi İkinci grup-6843 kişi	Çalışma sonuçlarına göre, iki grupta da kadınların erkeklere oranla, orta ve üstü yaştaki bireylerin de gençlere oranla neofobi düzeylerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Eğitim seviyesinin ve gelirin artması ile birlikte neofobi düzeyinin azaldığı saptanmıştır.
24	Asperin, A. E., Phillips, W. J., Wolfe, K	2011	Exploring food neophobia and perceptions of ethnic foods: The case of Chinese and Thai cuisines.	Üniversite öğrencilerinin yiyecek neofobi düzeylerini ve etnik yiyecekleri nasıl algıladıklarının incelemesi	Anket uygulaması 90 katılımcı	Neofobi düzeyi yüksek olan katılımcıların, Çin ve Tay mutfağına karşı negatif tutum sergilediği ortaya çıkarılmıştır. Neofobi düzeyi düşük olan katılımcıların ise Çin ve Tayland mutfağındaki yiyeceklere karşı olumlu tutum sergiledikleri ve bu mutfaklara ait yiyecekleri denemeye gönüllü oldukları tespit edilmiştir.
25	Johns, N., Edwards, J. S., Hartwell, H.	2011	Food neophobia and the adoption of new food products	Yeni yiyecek ürünlerinin piyasa yayılımını benimseyenlerin sınıflarını belirleme aracı olarak yiyecek neofobisi ölçeğinin kapsamının incelemesi	Anket uygulaması 226 katılımcı	Yakın zamanda gelen ve uzun süredir yaşayanlar arasında, erkekler ve kadınlar arasında ve daha belirgin olarak, Avrupalılar ve Doğu Asyalılar arasında, diğer gruplar arasında olmasa da, küçük farklılıklar gözlenmiştir. Beklenen kalıp modeline geniş ölçüde uyan ancak daha kesin bir ayrımcılık sağlamayan veriler içinde iki kümelenme yapısı ortaya çıkarılmıştır.
26	Barrena, R. Sánchez, M.	2012	Neophobia, personal consumer values and novel food acceptance	Bireylerin geleneksel, etnik ve yeni yiyeceklere karşı tutum ve davranış farklılıklarını ortaya çıkarmak	Anket uygulaması Kahve ve kahve kapsülleri için 116 katılımcı Kuskus için 167 katılımcı	Araştırma sonucunda öğrencilerin neofobi düzeyleri incelendiğinde, kahve ve kahve kapsülleri için öğrencilerin %51'inin neofobik, %41'inin ise neofobik olmadığı; kuskus ürününde ise, öğrencilerin %55.7'sinin neofobik, %44.3'ünün ise neofobik olmadığı tespit edilmiştir.
27	Capiola, A. Raudenbush B.	2012	The Effects of Food Neophobia and Food Neophilia on Diet and Metabolic Processing	Beslenme ve metabolik süreçlerin diyet tüketimini ve sonraki beslenme yeterliliğini etkileyip etkilemediğini değerlendirmek.	Anket uygulaması 114 katılımcı	Katılımcıların 20 spesifik besin ve kalori ögesinin beslenme üzerinde önemli ölçüde farklılık gösterdiği bulunmuştur, yiyecek neofobikleri tipik olarak en düşük alım miktarına sahip olmakla birlikte besinsel olarak da yetersiz bir diyetle sahip olduğu gözlemlenmiştir.
28	Siegrist, M. Hartmann, C. Keller, C.	2013	Antecedents of food neophobia and its association with eating behavior and food choices	Neofobi düzeyi ile yiyecek seçimi ve yeme davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek	Anket uygulaması 4436 katılımcı	Yaşlı insanların gençlere oranla, erkeklerin ise kadınlara oranla neofobi düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Eğitim seviyesi ve geliri yüksek katılımcıların ise neofobi düzeylerinin düşük olduğu bulunmuştur.

Tablo 2.8. Devamı

29	V.Fernández-Ruiz, A. Claret, C. Chaya	2013	Testing a Spanish-version of the Food Neophobia Scale	Farklı psikometrik ölçümler kullanarak yiyecek neofobi ölçeğinin İspanyolca versiyonunu önermek, test etmek ve İspanyol tüketiciler arasında yiyecek neofobisini araştırmaktır.	Anket uygulaması 309 katılımcı	Yiyecek neofobi ölçeğinin önerilen İspanyolca versiyonu, İspanyol tüketicilerle uygun bir performans sergilediği görülmüştür.
30	G.j. Armelagos	2014	Brain Evolution, the Determinates of Food Choice, and the Omnivore's Dilemma	Yiyecek Seçiminin Belirleyicileri olan Hepçil İkilemi ve Beyin Evrimi arasındaki ilişkiyi ikincil kaynaklardan yararlanarak derlemek	İkincil Veriler	Hepçil ikilemi, bir organizmanın besinsel ihtiyaçlarını karşılamak için yeni yiyecekler arayışına girmesi gereken çatışmaya işaret eder. Bu çatışmalar yeni yiyecek deneme (neophobia) korkusu ve yeni yiyecek deneme(neophilia) hobisidir.
31	Al-Shawaf, L. Lewis, D. M., Alley, T. R., Buss, D. M.	2015	Mating strategy, disgust, and food neophobia.	İğrenme ve yiyecek neofobisindeki bireysel farklılıklar arasındaki ilişkiyi test etme	Anket uygulaması 283 katılımcı	Katılımcıların yiyecek neofobisi ve cinsiyete göre değişen iğrenme biçimleri arasında bir ilişki ortaya çıkarılmıştır. $r(273) = .24, p < .001$ [kadın: $r(194) = .21, p < .01$; erkek: $r(77) = .28, p < .05$].
32	Stratton, L., Vella, M. N., Sheeshka, J. Duncan, A.	2015	Food neophobia is related to factors associated with functional food consumption in older adults	Yaşlı erişkinlerde fonksiyonel yiyecek tüketimi ve yiyecek neofobisi ile ilişkili faktörleri ortaya çıkarmak	Anket uygulaması 200 katılımcı	Neofobi düzeyinin, fonksiyonel yiyecek tüketimi ile ilgili faktörlerle ilişkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca Neofobi düzeyi yüksek olan bireylerin yeni bir fonksiyonel yiyeceği deneme konusunda daha az istekli oldukları tespit edilmiştir.
33	Dolgoplova, I. Teuber, R. Bruschi, V.	2015	Consumers' perceptions of functional foods: trust and food neophobia in a cross-cultural context	Kültürler arası bağlamda güven ve yiyecek neofobisi ele alınarak tüketicilerin fonksiyonel yiyecek algıları ortaya çıkarmak	Odak grup görüşmesi 59 katılımcı	Rus katılımcıların yeni fonksiyonel yiyeceklere karşı neofobi düzeyleri yüksektir ve fonksiyonel yiyeceklerin tüketici tarafından kabul görmesi, bu yiyeceklerin geleneksel beslenmeye uyma yeteneğine bağlı olduğu görülmüştür. Öte yandan Alman katılımcılar arasında düşük yiyecek-neofobi düzeylerinin bulunması, Alman fonksiyonel yiyecek pazarlarının dünya çapındaki en büyük ülkelerden biri olmasının bir sonucu olduğu bulgulanmıştır.

Tablo 2.8. Devamı

34	Hartman, C., Shi, J., Giusto, A. Siegrist, M.	2015	The psychology of eating insects: A cross-cultural comparison between Germany and China.	Neofobi eğiliminin tüketicilerin böcek yeme üzerindeki etkisini incelemek	Anket uygulaması 443 katılımcı	Çinli katılımcıların, böcek bazlı yiyecekleri, Almanlara kıyasla tat, besin değeri, aşinalık ve sosyal kabul açısından daha olumlu olarak değerlendirdiği saptanmıştır.
35	Muhamad, R., Ibrahim, M. A., Ahmad, R. Hanan, F. A.	2016	Psychological Factors on Food Neophobia among the Young Culinarian in Malaysia: Novel food preferences	Genç aşçıların neofobi düzeyleri üzerinde psikolojik faktörleri etkisini belirlemek	Anket uygulaması 300 katılımcı	Genç aşçıların büyük çoğunluğunun neofobi düzeylerinin yüksek seviyede olmadığı bulgulanmıştır. Psikolojik faktörler ve neofobi düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.
36	Derinalp Çanakçı, S.	2016	Kapadokya'nın Bir Gastro-Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirilmesi	Yabancı turistlerin genel yiyecek tercihleri, yiyeceklere karşı ilgilenebilirlik durumları, çeşitlilik arayışları, neofobi eğilimleri ve hazcı ve faydacı tüketim davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmak	Anket uygulaması 523 yabancı turist	Turistlerin, genel yiyecek tercihleri ile neofobi eğilimleri arasında negatif yönde ve anlamlı bir ilişki bulgulanmıştır.
37	Roßbach, S., Foterek, K., Schmidt, I., Hilbig, A., Alexy, U	2016	Food neophobia in German adolescents: Determinants and association with dietary habits	Alman ergenlerde yiyecek neofobisi ile beslenme alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi incelemek.	Donald Çalışması 166 ergen 129 ebeveyn katılımcı	Yaş ve emzirme süresinin kızların yiyecek neofobi belirleyicileri olduğu ayrıca, sonuçlarımız yiyecek neofobisinin protein alımında azalmaya neden olduğunu bulgulanmıştır. Almanya'da geniş çeşitlilikte yiyecek tedariki nedeniyle, beslenme türü çok fazla etkilenmemiştir.
38	Jaeger, S. R., Rasmussen, M. A. Prescott, J.	2017	Relationships between food neophobia and food intake and preferences: Findings from a sample of New Zealand adults	Yiyecek alımı, g yiyecek tercihleri ve neofobi düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek	Anket uygulaması 1167 katılımcı	Neofobi eğiliminin, yiyecek alımı ve tercih faktörleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Neofobi düzeyi yüksek katılımcıların, hem yiyecek alım sıklığı hem de yiyecek tercih sıklığının düşük olduğu saptanmıştır.

Tablo 2.8. Devamı

39	Damsbo-Svendse n, M., Frøst, M. B., Olsen, A.	2017	A review of instruments developed to measure food neophobia	Yiyecek neofobisini ölçmek için geliştirilen araçların güçlü ve zayıf yanlarının gözden geçirilmesi	Akademik veri tabanları üzerinden tarama 255 çalışma	Yiyecek neofobisini ve bilinmeyen yiyecekleri denemeye istekli olup olunmadığını ölçmek için çok sayıda ve farklı araçlar olduğu sonucuna varılmıştır.
40	Schnettler, B., Grunert, K. G., Miranda-Zapata, E., Orellana, L., Sepúlveda, J., Lobos, G., Höger, Y	2017	Testing the Abbreviated Food Technology Neophobia Scale and its relation to satisfaction with food-related life in university students	Üniversite öğrencilerinin neofobi eğilimleri ile genel ve yiyecek alanında öznel iyi oluş düzeyleri ve ailelerinin beslenme alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak	Anket uygulaması 372 katılımcı	Katılımcıların neofobi eğilimleri ile genel ve yiyecek alanında öznel iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir bağ bulgulanmıştır. Neofobi düzeyleri ile ve ailelerinin beslenme alışkanlıkları alt boyutunu oluşturan baskı boyutu arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır.
41	Yiğit, S. Doğdubay, M.	2017	Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği	Gelecekte şef/aşçıbaşı adayı öğrencilerinin neofobi düzeylerini ölçmek	Anket uygulaması 72 katılımcı	Katılımcıların yeni ve farklı olan yiyecekleri deneyimlemede gönülsüz oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca neofobi düzeyinin erkek katılımcılarda kadınlara nispeten yüksek olduğu bulgulanmıştır.
42	Caber, M. Yılmaz, G. Kılıçarslan, D. Öztürk, A.	2017	The Effects Of Tour Guide Performance and Food Involvement On Food Neophobia and Local Food Consumption Intention	Yiyecek neofobisinin, yiyecek katılımının, tur rehberlik performansının ve yerel yiyecek tüketiminin birbirini nasıl etkilediğini incelemek	Anket uygulaması 216 katılımcı	Varyansın yiyecek neofobi ve yiyecek tüketim niyeti oranları sırasıyla %26 ve %16 olarak bulunduğundan, tur rehberi performansına ve yiyecek katılımına ek olarak diğer yapıların da bu değişkenler için açıklayıcı bir güce sahip olabileceği varsayılabilir.
43	Özgen, L. Türkmen, F.	2018	Yeni Yiyeceklere Yaklaşım Ölçeğinin Geçerlenmesi	Üniversite öğrencilerinin yeni yiyeceklere yaklaşım ölçeğinin geçerlenmesi amaçlanmıştır	Anket uygulaması 1820 katılımcı	Geliştirilen ölçme aracının üniversite öğrencilerinin yeni yiyeceklere yaklaşımın belirlenmesinde kullanılabilirliği uygun görülmüştür.

Tablo 2.8. Devamı

44	Üzülmez, M.	2018	Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma	Yabancı turistlerin Türk mutfağı seçim motivasyonlarını belirlemek ve turistlerin sergiledikleri neofobi -neofili eğilimlerinin Türk mutfağı seçim motivasyonları üzerindeki etkisini incelemek	Anket uygulaması 667 katılımcı	Neofobi ve neofili eğilimleri arasındaki negatif yönlü düşük, ancak anlamlı bir ilişki olduğu saptanırken; neofobi düzeylerinin Türk mutfağı seçim motivasyon boyutlarından olan kültürel deneyim ve duyuşal çekicilik faktörleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Turistlerin neofili eğilimlerinin yiyecek seçim motivasyonlarının tüm boyutlarında anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır.
45	Yiğit, S.	2018	Etnik Mutfak Ürünlerinin Tercihinde Neofobinin Etkisi (Karşılaştırmalı Bir Uygulama)	Tüketicilerin yiyecekte yenilik korkusu düzeylerinin saptanmasıdır.	Anket uygulaması 413 katılımcı	Gıda neofobi düzeylerinin, demografik özelliklere bağlı olarak değiştiği sonucu elde edilmiştir.
46	Kaplan, A.	2018	Gastronomi Turistlerin Gıda Seçiminde Neofobi- Neofili Etkisi	Çalışmanın amacı gastronomi turistlerinin gıda tercihlerinde gıda neofobi ve gıda neofilin etkisinin ölçülmesidir.	Anket Uygulaması 418 katılımcı	Gıda tercihlerinde neofili eğilimi gösterenlerin gastronomi turizmüne daha az katıldıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya göre gastronomi turistlerinin neofobik ve neofilik eğilimlerin olması gıda tercihlerini etkilemesi açısından önemlidir.

2.6.8. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Ölçeği (Food Neophobia Scale)

Yeni yiyecek deneme korkusu ölçeğinin Pliner ve Hobden, (1992) tarafından geliştirilmesi, yeni yiyecek deneme kokusuna artan ilginin başlangıç noktası olarak kabul edilir. Yeni yiyecek deneme korkusu ölçeğinin iç tutarlılığı, farklı insan gruplarının tepkilerini kullanarak doğrulanmıştır, Cronbach's alfa tipik olarak 0.8-0.9 aralığındadır (Pliner ve Hobden, 1992; Tuorila, Meiselman, Bell, Cardello ve Johnson, 1994; Frank, Reilley, Schroth, Werk ve Wehner, 1997; Hursti ve Sjöden, 1997; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001; Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila, 2003). Bu ölçek, insanların yeni yiyeceklere yönelik tutumlarını öngörmek için başarıyla kullanılmış ve aynı zamanda farklı dillere ve kültürlere de tercüme edilmiştir (örneğin; Fince, Tuorila vd., 2001; Japonca, Yamada vd., 2012; İtalyanca, Demattè, vd., 2013; İspanyolca, Fernández-Ruiz vd., 2013; Schnettler vd., 2013; Türkçe, Yiğit, 2018; Kaplan, 2018). Pliner ve Hobden (1992) tarafından yeni yiyecek deneme korkusunu ölçmek için geliştirilmiş ilk psikometrik araç olarak kabul edilen yeni yiyecek deneme korkusu Ölçeği, 10 maddeden oluşturulmuştur. Her madde, katılımcıların “kesinlikle katılmadığı” ve “kesinlikle katıldığı” 7’li veya 5’li Likert ölçek kullanılarak katılım düzeylerinin belirlendiği ifadelerden oluşmaktadır.

Genel olarak literatürde, yeni yiyecek deneme korkusu ölçek maddeleri olumlu ve olumsuz ifadeler olarak (Pliner ve Hobden (1992), Tuorila, Meiselman, Bell, Cardello ve Johnson (1994), Kabaran (2011) ve Yiğit (2018)) karışık verilmiştir. Üzülmaz’ın (2018) çalışmasında ise, olumlu ve olumsuz ifadeler ayrı ayrı ele alınmış ve analize ayrı ayrı tabi tutulmuştur. Bu çalışmada ise, ölçek bir bütün halinde olup (10 madde), olumlu maddeler ve olumsuz maddeler peşpeşe verilmiştir. Çalışmada ölçeğin kullanıldığı şekil aşağıda tablo 2.10’da verilmektedir. Literatürde olumlu ifadelerden önce ters kodlama yapıldığından, söz konusu çalışmada da olumlu ifadeler olan 6, 7, 8, 9, ve 10. İfadeler analizden önce ters kodlanmıştır. Bu çalışmada 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçek ifadeleri (1) “kesinlikle katılmıyorum”(5) “kesinlikle katılıyorum” şeklindedir.

Tablo 2.9. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Ölçeği (Orijinal)

*1	I am constantly sampling new and different foods (R)
2	I don't trust new foods
3	If I don't know what is in a food, I won't try it
*4	I like foods from different countries (R)
5	Ethnic food looks too weird to eat
*6	At dinner parties, I will try a new food (R)
7	I am afraid to eat things I have never had before
8	I am very particular about the foods I will eat
*9	I will eat almost anything (R)
*10	I like to try new ethnic restaurants (R)

Kaynak: Pliner ve Hobden, 1992 (**Not:** *1,4,6,9, ve 10 nolu maddeler ters kodlama gerektiren maddelerdir)

Tablo 2.10. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Ölçeğinin Uyarlanmış Haliyle Anketteki Kullanım İfadeleri

1	Yeni yiyeceklere güvenmem
2	İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem.
3	Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüküttüğü için yemem.
4	Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım
5	Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir
*6	Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim
*7	Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim
*8	Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.
*9	Neredeyse her şeyi yerim
*10	Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim

Not: *işaretili maddeler analizden önce ters kodlanmıştır.

3. YÖNTEM

Gastronomi şehri ünvanına sahip Gaziantep ve Hatay'da yaşayan halkın gastronomi turizmine ilgilerini, yeni yiyecek denemeye karşı tutumlarını ve şehirlerin gastronomi imajını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Öncelikle araştırmanın alan yazın taraması için kitaplar, tezler, makaleler ve veri tabanları incelenmiştir. Kavramsal çerçevenin oluşturulmasının ardından uygulama bölümü oluşturulmuştur. Veri toplama aracı olarak, anket formu kullanılmıştır. Anket sonucunun daha geçerli olabilmesi için öncelikle pilot uygulama yapılmış, pilot uygulamasının ardından ankete son şekli verilerek, çalışmanın yürütüldüğü Gaziantep ve Hatay'da ikamet eden halka uygulanmıştır. Bu bölüm kapsamında araştırmanın türü, evren ve örneklem, veri toplama yöntemi, pilot uygulama, anketin uygulanması ve kullanılan veri analiz tekniklerine yönelik açıklamalara yer verilmiştir

3.1. Araştırmanın Türü

Araştırma türleri amaçlarına göre; keşifsel, tanımlayıcı ve nedensel araştırmalar olarak sıralanmaktadır (Nakip 2005:22). Mevcut araştırma, Gastronomi şehri ünvanına sahip Gaziantep ve Hatay'da yaşayan halkın gastronomi turizmine ilgileri, yeni yiyecek denemeye karşı tutumlarını ve şehirlerin gastronomi imajını ortaya koymayı amaçlayan bir çalışma olmasından dolayı tanımlayıcı bir araştırmadır. “Tanımlayıcı araştırma, araştırma probleminin özelliklerini ve oluş sıklığını belirlemek, problem üzerinde etkili olan değişkenleri ve bu değişkenlerin önem derecelerini ortaya çıkarmak, için yapılır” (İslamoğlu 2002:34). Özetle, “tanımlayıcı araştırma, araştırma problemini oluşturan değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisine bakmaksızın, bu değişkenlerle ilgili doğru tanımlar yapılmasını amaçlar” (Yükselen 2000:50). Araştırmanın, bilimsel bir nitelik kazanması ve hedeflenen amaçlarına ulaşabilmesi için izlenen yol şu şekilde açıklanabilir:

- Konu ile ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır,
- Katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgilerini, yeni yiyecek deneme korku düzeylerini ve halkın gözünden şehirlerin gastronomi imajını belirlemek amacıyla veri toplama aracı olarak ankette faydalanılmış ve araştırmaya gönüllü katılan yerel halka uygulanmıştır,
- Elde edilen veriler, istatistik paket programına aktararak analize hazır hale getirilmiş ve yapılan analizlere bağlı olarak bulgular yorumlanmıştır.

3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Evren, araştırmacının çalışma alanını oluşturan ve araştırma bulgularının genellenebileceği alandır (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015). Örneklem ise; ana kütleden belli kurallara göre seçilmiş, temsil yeteneği olan daha küçük bir gruptur (Yıldırım ve şimşek, 2013). Mevcut çalışmanın evreni Hatay ve Gaziantep halkıdır. Örnekleme erevesi ise bu şehirlerde yaşamakta olan ve araştırmaya gönüllü katılan yerel halktır. Araştırmada örneklem seçimi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklem tercih edilmiştir. Kolayda örneklem, ankete gönüllü cevap veren herkesin örneklem dahil edilebilmesi esasına dayanmaktadır (Coşkun vd., 2015:139). Bu bağlamda, 25 Aralık, 2018 - 20 Ocak, 2019 tarihleri arasında Gaziantep ve Hatay illerinde ikamet eden halk arasından anketi cevaplamaya gönüllü olanlar, kolayda örneklem çerçevesinde ele alınmıştır.

Gaziantep'in toplam nüfusu 2018 verilerine göre, 2.028.563 (www.gaziantep.gov.tr), Hatay'ın ise toplam nüfusu 2018 verilerine göre, 1.609.856 (www.hatay.gov.tr) kişidir. Literatürde, 100.000 kişinin üzerinde olan evrenlerde kabul edilebilir örneklem büyüklüğü, varyansı maksimum kılan oran ($p: 0,50$) dikkate alınarak %5 anlam düzeyinde ve %5 örneklem hatası ile 384 kişi olarak ($n= p.q.z2\alpha/e2=1,962 \times 0,5 \times 0,5 / 0,052 = 3,8416 \times 0,25 / 0,0025 = 384$) tespit edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2006:47; Coşkun vd., 2015:137).

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Mevcut araştırmada, birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırmanın temel kavramlarının açıklanması için ilk olarak literatür taraması yapılmıştır. Konuyla ilgili makaleler, bildirimler, lisansüstü tezler, kitaplar, kurumsal internet siteleri gibi kaynaklardan faydalanılmıştır. Birincil veri toplama teknikleri arasında en çok kullanılan araç ankettir. Anketin tercih edilme sebeplerinin arasında, hem araştırmacı hem de cevaplayıcılar için kolay olması, zamanı etkin kullanmaya yardımcı olması, maliyetinin az olması ve en önemlisi de bilgileri doğrudan toplamaya olanak sağlaması sayılabilir (Kaptan, 1991:138-139). Dolayısıyla, bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir.

3.3.1. Anket Formunun Oluşturulması

Anket formu ilgili literatür taranarak geliştirilmiştir. Anketin geliştirilmesinde, katılımcıların gastronomi turizmine karşı ilgilerini ölçmeye yönelik Shenoy (2005) ve Yarış'ın (2014) alışmalarından, katılımcıların yeni yiyecek deneme korkularını belirlemeye yönelik Pliner ve Hobden (1992), Shenoy (2005), Derinalp anakı (2016), Kaplan (2018) ve Yiğit'in

(2018) çalışmalarından ve katılımcıların Gaziantep ve Hatay'ın gastronomi imajını ölçmeye yönelik Yarış (2014) ve Kargiglioğlu'nun (2015) çalışmalarından yararlanılmıştır. Akabinde geliştirilen anket, tez danışman öğretim üyesi ve konunun uzmanı akademisyenlerle görüşülerek ankete son şekli verilmiştir.

Ankette, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik açık ve kapalı uçlu sorular bulunmaktadır. Anket formunun demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular kapalı uçlu şekilde katılımcılara yöneltilirken 7, 8 ve 9. maddeler (7. Yeni yemek denemek için hiç seyahat ettiniz mi? 8. Denemek için seyahat ettiğiniz yemeklerin adlarını yazınız 9. Lütfen bu seyahat (lerin) her biri için harcadığınız para miktarını yaklaşık olarak belirtiniz) açık uçlu olarak tasarlanmıştır.

Anket formunda yer alan ilk ölçek, Gaziantep ve Hatay halkının gastronomi turizmine karşı ilgilerini belirlemeye yönelik 3 maddelik ölçektir. Ölçek maddeleri (1) Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim, (2) Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim ve (3) Etnik yemekler yemeği severim'den oluşmaktadır. Ölçek Shenoy, (2004) tarafından geliştirilmiş ve Likert tipinde 5'li olarak (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Söz konusu ölçek Yarış (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve kullanılmıştır. Anket formunda kullanılan ikinci ölçek, Gaziantep ve Hatay halkının yeni yiyecek deneme fobilerini belirlemeye yönelik 10 maddelik ölçek olup, ölçek maddeleri (1) Yeni yiyeceklere güvenmem, (2) İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem, (3) Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem, (4) Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım, (5) Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir, (6) Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, (7) Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, (8) Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, (9) Neredeyse her şeyi yerim ve (10) Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim'den oluşmaktadır. Ölçek, Pliner ve Hobden, (1992) tarafından geliştirilmiş ve Likert tipinde 5'li olarak (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Ölçekte yer alan 6. madde, "Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim" ifadesi; 7. madde, "Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim" ifadesi; 8. madde, "Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim." ifadesi; 9. madde, "Neredeyse her şeyi yerim" ifadesi ve 10. madde, "Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim" ifadeleri literatürle paralel olarak ters kodlanmıştır. Ölçek orijinal dilinden (İngilizce), Türkçe'ye dil uzmanlarından destek alınarak çevrilmiş ayrıca Yiğit (2018) ve Kaplan'ın (2018) çalışmalarından da yararlanılmıştır. Son olarak anket formunda yer alan üçüncü ölçek, Gaziantep ve Hatay'ın gastronomi imajını belirlemeye yönelik 6 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri, (1) Gastronomi Turizminin Gaziantep/Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum, (2) Gaziantep/Hatay, yemekleri

dışında gastronomi ürünlerine (Baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir, (3) Gaziantep/Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir, (4) Gaziantep/Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep/Hatay mutfağını temsil eder, (5) Genel olarak Gaziantep/Hatay'daki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir ve (6) Genel olarak Gaziantep/Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur ifadelerini kapsamaktadır. Ölçek Yarış (2014) ve Kargiglioğlu (2015) tarafından geliştirilmiş ve Likert tipinde (5'li) (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan anket formu, çalışmanın sonunda yer alan Ek 1'de yer almaktadır.

3.3.2. Pilot Uygulama

Pilot uygulama, araştırma öncesinde anket formundaki eksiklikleri, yanlışlıkları, ifadelerdeki anlaşılabilirlikleri, cevapların dağılımında herhangi bir hata olup olmadığını görme imkanı verir. Bu nedenle anket formu, küçük bir grupta test edildikten sonra forma son şekli verilmelidir (Yükselen, 2000:103). Yukarıda sözü edilen soruların anlaşılır olup olmadığının tespit edilmesi amacı ile 25-30 Aralık 2018 tarihleri arasında Gaziantep (27) ve Hatay'da (30) ikamet eden 57 katılımcı üzerinde ön test yapılmıştır. Pilot uygulama grubundan elde edilen verilere göre 3 maddelik gastronomi turizmi ilgi ölçeğinin Gaziantep için *Cronbach's Alpha* katsayısı 0,880; Hatay için *Cronbach's Alpha* katsayısı 0,722; 10 maddelik yeni yiyecek deneme korkusu ölçeğinin Gaziantep için *Cronbach's Alpha* katsayısı 0,666; Hatay için *Cronbach's Alpha* katsayısı 0,899; 6 maddelik gastronomi imaj ölçeğinin Gaziantep için *Cronbach's Alpha* katsayısı 0,869; Hatay için *Cronbach's Alpha* katsayısı 0,547 olarak bulunmuştur. Üç ölçeğin değerleri ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı 2009: 405). Yapılan pilot uygulama ve güvenilirlik analizi sonucunda anketin uygulanmasına karar verilmiştir. Pilot uygulamasından elde edilen 57 anket, ana uygulama sonrasında elde edilen anketlerle birleştirilmemiştir.

3.3.3. Anketin Uygulanması

Anketler uygulanırken bırak ve topla yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırmacının katılımcıya doğrudan anketi dağıtmasını ve cevaplayıcıya belli bir süre tanınmasını kapsamaktadır (İbeh, Brock ve Zhou 2004: 157-163). Anketler, araştırmacı tarafından 25 Aralık, 2018-20 Ocak, 2019 tarihleri arasında Gaziantep ve Hatay'da kolayda örnekleme yöntemi ile (gönüllülük esasına dayalı olarak) uygulanmıştır. Uygulamada, Gaziantep'te katılımcılara 300 anket dağıtılmış, 283 anket geri toplanmıştır. Hatay'da ise katılımcılara 300 anket dağıtılmış, 282 anket geri toplanmıştır. Toplam 565 adet anketin verileri kullanılarak analizler yapılmıştır.

3.4. Kullanılan Veri Analiz Teknikleri

Anket yoluyla elde edilen veriler, kodlanarak istatistik paket programına aktarılmış ve analiz edilmiştir. Verilerin analizinde aritmetik ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiklerden faydalanılmıştır. Bunun yanı sıra, açıklayıcı faktör analizi, t-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi tekniklerinden de yararlanılmıştır.

Faktör Analizi; bir grup değişken arasında ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türüdür (Nakip, 2006: 423). Daha geniş bir ifadeyle, bir veri matrisinin temelini oluşturan yapıyı tanımlamayı amaç edinen ve temel işlevleri dışında birçok çok değişkenli istatistiksel yöntemin uygulanmasında önemli roller üstlenebilen birçok değişkenli bütünün genel adıdır (Alpar, 2011: 261). Çok sayıda değişkenin bulunduğu bir teste, birbiri ile ilişkisi olan faktörleri az, anlamlı ve birbirlerinden bağımsız faktörler haline getirmektedir. Faktör analizindeki temel amaç değişken sayısını azaltmaktır. Diğer önemli bir amaç ise değişkenleri sınıflandırarak aralarındaki ilişkisel yapıyı ortaya çıkarmaktır (Kalaycı, 2010: 321).

T- testi, iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak için kullanılır. T-testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler (Kalaycı, 2009: 74). Altunışık, vd.,'ne (2007: 72) göre t-testi; örnek boyutunun küçük olduğu ve evrene ait standart sapmaların bilinmediği durumlarda t dağılımından yararlanarak, incelenen bir değişken açısından bir gruba ait ortalama değerinden önce belirlenen değerden farklı olup olmadığını; incelenen bir değişken açısından bağımsız iki grup arasında anlamlı farkın olmadığını veya incelenen bir değişken açısından herhangi bir grubun farklı şartlar altındaki tepkileri arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını incelenmesine yönelik hipotezleri test etmeye çalışan bir analiz yöntemidir.

Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA); kategorik özellik gösteren bir bağımsız değişken ile metrik özellik gösteren bir bağımlı değişken arasında uygulanan varyans analizidir. Bağımsız değişken içerisindeki iki veya daha fazla grup olabilir. Tek yönlü ANOVA, bu gruplara göre, bağımlı değişkendeki ortalamalar arasında fark olup olmadığını test eder (Kalaycı, 2009: 132).

3.4.1. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi

Güvenirlik "bir tersin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesidir" (Coşkun vd., 2015: 124). Başka bir deyişle, araştırmada uyguladığımız ölçme işleminin aynı süreçlerden geçirilerek yapılmasından elde ettiğiniz sonuçların benzer veya yakın olması anlamına gelmektedir (Karasar, 2016: 190). Güvenirliğin hesaplanmasında farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bunlardan en yaygın olanı Cronbach's Alpha yöntemidir (Altunışık,

vd., 2007: 115). Cronbach's Alpha yöntemi; ölçekte yer alan k sorunun varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile bulunan bir ağırlık standart değişim ortalamasıdır (Özdamar, 1999: 513). Özdamar (2011: 605)'a göre Cronbach's Alpha katsayısı, ölçeğin genel güvenilirliğini gösteren bir analiz türüdür. Maddelerin varyansları toplamının genel varyansa ortalanması sonucu elde edilen ağırlıklı standart sapma ortalamasıdır ve 0 ile 1 arasında değişmektedir. Cronbach's Alpha katsayısının aldığı değerlerle ölçeğin/ölçeklerin güvenilirliği ve iç tutarlığı değerlendirilmektedir. Cronbach's Alpha katsayısı; $0,00 \leq \alpha < 0,40$ aralığında ise ölçek güvenilir değildir, $0,40 \leq \alpha < 0,50$ aralığında ise ölçek çok düşük, $0,50 \leq \alpha < 0,60$ aralığında ise ölçek düşük derecede, $0,60 \leq \alpha < 0,70$ aralığında ise ölçek yeterli derecede, $0,70 \leq \alpha < 0,90$ aralığında ise ölçek yüksek derecede, $\alpha \geq 0,90$ ise ölçek çok yüksek derecede güvenilir bir ölçek olarak değerlendirilmektedir.

Aralık 2018 ve Ocak 2019'da Gaziantep (283) ve Hatay'da (282) ikamet eden 565 katılımcı üzerinde anket uygulanmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilere göre 3 maddelik gastronomi turizmi ilgi ölçeğinin Gaziantep için Cronbach's Alpha katsayısı ,748; Hatay için Cronbach's Alpha katsayısı 0,678'dir. 10 maddelik yeni yiyecek deneme korkusu ölçeğinin Gaziantep için Cronbach's Alpha katsayısı ,708; Hatay için Cronbach's Alpha katsayısı ,773'tür. 6 maddelik gastronomi imaj ölçeğinin Gaziantep için Cronbach's Alpha katsayısı ,857; Hatay için Cronbach's Alpha katsayısı ,841 olarak bulunmuştur. Yukarıdaki bilgiler ışığında bu değerler ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.4.2. Ölçeklerin Geçerlik Analizi

Geçerlik "bir test veya ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir" (Coşkun vd., 2015: 123). Bir testin kullanılmadan önce geçerliliğinin incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir (Alpar, 2014:434). Dört türlü geçerlik vardır. Bunlar; içerik geçerliği, tahmini geçerlik, eşzamanlı geçerlik ve yapısal geçerliktir (Nakip, 2006: 150). Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısının, kavramsal alanda şimdiye kadar bilinen iç yapı ile uyumlu olup olmadığını anlayabilmek için yapı geçerliği kontrol edilmektedir (Şencan, 2005: 722). Yapısal geçerlik, teorik bir yaklaşım olup, ölçeğin özelliklere uygun bir teorik yapı gösterip göstermediği meselesini ele alır; ölçeğin hangi kavram veya özellikleri ölçtüğünü belirlemektedir (Nakip, 2006: 150; Coşkun vd., 2015: 123). Faktör analizi, ölçekteki tüm maddelere uygulanmıştır. Faktör analizi uygulanırken, özdeğeri 1'den büyük olan faktörlerin seçilmesine ve en az .500 düzeyinde korelasyona sahip olmasına, birden fazla faktöre yüklenen veya herhangi bir faktöre yüklenmeyen maddelerin işleme alınmamasına karar verilmiştir.

Gastronomi turizmi ilgi ölçeğinin yapı geçerliğini test etmek amacıyla üç ifadeye uygulanan açıklayıcı faktör analizi, tek maddede toplanmış olup, Hatay'da toplam varyansın %61,067'sini açıklamaktadır. Analiz sonucunda (KMO) örneklem yeterliliğinin %64,3; Bartlett's testinin X^2 : 139,545 ve 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Gaziantep'te ise üç ifadeye uygulanan faktör analizi, toplam varyansın %66,618'ini açıklamaktadır. Tek maddede toplanan faktör analizinin Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliğinin %68,9; Bartlett's testinin X^2 : 194,665 ve 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu bulgulanmıştır.

Yeni yiyecek deneme korkusu ölçeğinin yapı geçerliğini test etmek için on maddeye uygulanan açıklayıcı faktör analizine göre, yeni yiyecek deneme korkusu ölçeği Hatay ili için toplam varyansın %63,001'ini açıklamaktadır. Toplamda üç faktöre yüklenen maddelerin (KMO) örneklem yeterliliğinin %80,3; Bartlett's testinin X^2 : 743,753 ve 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.1. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Faktör Analizi Sonuçları: Hatay

	Yükü	Öz değeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Güvenirlik katsayısı
I. Yeni yiyecek deneme arzusu (4 madde)		3,375	33,748	11,2407	.793
6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	.823				
7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	.811				
10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	.768				
8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	.679				
II.Yeni yiyecek deneme korkusu (4 madde)		1,804	18,043	11,7270	.741
1-Yeni yiyeceklere güvenmem	.806				
4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	.750				
3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	.718				
2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	.629				
III. Yeni yiyecek deneme arzusu ve korkusu (2 madde)		1,121	11,210	6,3823	.418
9-Neredeyse her şeyi yerim	.777				
5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	.710				

Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Açıklanan toplam varyans: % 62,292.

KMO örneklem yeterliliği: %80,3; **Bartlett küresellik testi:** X^2 : 743,753, **s.d.:** 45, **p**<0.000;

Genel ortalama: 2,918; Ölçeğin tamamı için **Alpha:** .773;

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ... 5:Kesinlikle katılıyorum

Yeni yiyecek deneme korkusu ölçeğinin Gaziantep ili için ise, on ifadeye uygulanan faktör analizinin üç boyutta toplandığı ve toplam varyansın %62,621'ini açıkladığı görülmüştür. Analiz sonucunda Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliğinin %77; Bartlett's testinin X^2 : 729,259 ve 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3.2. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Faktör Analizi Sonuçları: Gaziantep

	Yükü	Öz değeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Güvenirlilik katsayısı
I. Yeni yiyecek deneme arzusu (4 madde)		2,852	28,516	11,3322	.786
7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	.831				
8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	.800				
6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	.756				
10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	.702				
II.Yeni yiyecek deneme korkusu (4 madde)		2,381	23,811	11,6148	.748
1-Yeni yiyeceklere güvenmem	.768				
3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	.761				
4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	.744				
2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	.705				
III. Yeni yiyecek deneme arzusu ve korkusu (2 madde)		1,029	10,294	6,5618	.394
9-Neredeyse her şeyi yerim	.755				
5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	.741				

Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Açıklanan toplam varyans: % 62,621.

KMO örneklem yeterliliği: %77,0; **Bartlett küresellik testi:** X^2 : 729,259, **s.d.:** 45, **p**<0.000;

Genel ortalama: 2,951; Ölçeğin tamamı için **Alpha:** .708;

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ... 5:Kesinlikle katılıyorum

Gastronomi imajı ölçeğinin yapı geçerliğini test etmek amacıyla altı ifadeye uygulanan açıklayıcı faktör analizine göre, maddeler tek faktörde toplanmış olup, Hatay ili gastronomi imajı ölçeği toplam varyansın %57,394'ünü açıklamaktadır. Analiz sonucunda Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliğinin %85,8; Bartlett's testinin X^2 : 659,747 ve 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu bulgulanmıştır.

Gaziantep ili gastronomi imajı ölçeğinin yapı geçerliğini test etmek için yapılan faktör analizi sonucunda, 6. ifadenin eş kökenliliği .500'ün altında kaldığından analizden çıkarılıp tekrar faktör analizi yapılmış ve beş maddeli tek faktör elde edilmiştir. Beş maddeye uygulanan faktör analizi toplam varyansın %70,990'nını açıklamaktadır. Analiz sonucunda (KMO) örneklem yeterliliğinin %86,4; Bartlett's testinin X^2 : 821,647 ve 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Bu durum faktör analizine devam etme açısından sakınca olmadığını ortaya koymaktadır (Nakip, 2006: 430-431).

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya veri elde etmek için hazırlanan ankete katılan 565 katılımcının demografik bilgi ve bulguları Tablo 4.1'de yer almaktadır. Buna göre; Hatay'da ikamet eden 282 katılımcının %50,4'ünü "kadınlar", %49,6'sını "erkekler"; Gaziantep'te ikamet eden 283 katılımcının da %51,2'sini "kadınlar", % 48,8'ini "erkekler" oluşturmaktadır. Medeni durum incelendiğinde Hatay'da ikamet eden katılımcıların %27,7'sinin "bekâr", %72,3'nün "evli"; Gaziantep'te ikamet eden katılımcıların %48,1'inin "bekâr", %51,9'nun "evli" olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

	Hatay		Gaziantep			Hatay		Gaziantep	
	f	%	f	%		f	%	f	%
Cinsiyet					Yaş				
Kadın	142	50,4	145	51,2	21-30	66	23,4	129	45,6
Erkek	140	49,6	138	48,8	31-40	121	42,9	110	38,9
Toplam	282	100	283	100	41-50	80	28,4	29	10,2
					51-60	15	5,3	15	5,3
Medeni Durum					Toplam	282	100	283	100
Bekar	78	27,7	136	48,1	Eğitim Durumu				
Evli	204	72,3	147	51,9	İlköğretim	57	20,2	44	15,5
Toplam	282	100	283	100	Lise	23	8,2	47	16,6
					Önlisans	14	5,0	47	16,6
Gelir Düzeyi					Lisans	171	60,6	116	41,0
1001-2000	83	29,4	97	34,3	Lisansüstü	17	6,0	29	10,2
2001-3000	32	11,3	77	27,2	Toplam	282	100	283	100
3001-4000	101	35,8	37	13,1					
4001-5000	46	16,3	37	13,1	Meslek				
5001 ve üzeri	20	7,1	35	12,4	Memur	159	56,4	93	32,9
Toplam	282	100	283	100	Serbest Meslek	41	14,5	38	13,4
					İşçi	24	8,5	67	23,7
					Öğrenci	6	2,1	41	14,5
					Diğer	52	18,4	44	15,5
					Toplam	282	100	283	100

Katılımcıların yaş özelliklerine bakıldığında, en yüksek oranı Hatay'da %42,9 ile "31-40", Gaziantep'te %45 ile "21-30" yaş aralığındaki katılımcıların oluşturduğu görülmektedir. İkinci yüksek oranı, Hatay'da %28,4 ile "41-50", Gaziantep'te %38,9 ile "31-40" yaş aralığı, üçüncü yüksek oranı, Hatay'da %24,4 ile "21-30", Gaziantep'te %10,5 ile "41-50" yaş aralığındaki katılımcılar oluştururken, "51-60" yaş aralığındaki katılımcıların ise hem Hatay'da hem de Gaziantep'te %5,3'lik bir oranı oluşturduğu görülmektedir.

Eğitim durumlarına göre demografik dağılım incelendiğinde, Hatay'da ikamet eden katılımcıların %60,6'sının "lisans", %20,2'sinin "ilköğretim", %8,2'sinin "lise", %6'sının

“lisansüstü” ve %5'inin “ön lisans” mezunu olduğu tespit edilmiştir. Gaziantep'te ikamet eden katılımcıların ise, %41,0'inin “lisans”, %16,6'sının “ön lisans” ve “lise”, %15,5'inin “ilköğretim” ve %10,2'sinin “lisansüstü” mezunu olduğu belirlenmiştir. Mesleklerine göre incelendiğinde, Hatay'da ikamet eden katılımcıların %56,4'ünün “memur”, %14,5'sinin “serbest meslek”, %8,5'inin “işçi”, %2,1'inin “öğrenci”, %18,4'ünün “diğer” meslek grubunda yer aldıkları bulgulanmıştır. Gaziantep'te ikamet eden katılımcıların ise, %32,9'unun “memur”, %23,7'inin “işçi”, %13,4'ünün “serbest meslek”, %14,5'inin “öğrenci” ve %15,5'inin “diğer” meslek grubunda yer aldığı tespit edilmiştir.

Son olarak katılımcıların gelir durumları değerlendirildiğinde, en yüksek gelir oranının Hatay'da %35,8'le “3001-4000 TL” aralığında iken Gaziantep'te bu oranın %34,4'le “1001-2000 TL” aralığında olduğu görülmüştür. İkinci sırada, %29,4 ile “1001-2000 TL” arası gelir oranına sahip Hatay katılımcıları ile %27,2'lik bir oranla “2001-3000 TL” arası gelir oranına sahip Gaziantep katılımcılarının olduğu belirlenmiştir. Üçüncü sırada %16,3 ile “4001-5000 TL” gelir aralığıyla Hatay; %13,1'lik oranlarla “3001-4000 TL” ve “4001-5000 TL” ile de Gaziantep izlemektedir. Bunları, %12,4 ile “5001 TL ve üzeri” gelirle Gaziantep'in; %11,3 ile “2001-3000 TL” ve %7,1 ile “5000 TL ve üzeri” gelir aralığıyla da Hatay'ın takip ettiği görülmektedir.

4.2. Araştırma Sorusu 1: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın Gastronomi Turizmine Yönelik İlgileri Ne Düzeydedir?

Tablo 4.2'de, Hatay'da yaşayan katılımcıların “farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim” ve “etnik yemekler yemeği severim” ifadelerine katılım düzeylerinin, “farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim” ifadesine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir yandan, Gaziantep'te yaşayan katılımcıların ise, “farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim” ve “etnik yemekler yemeği severim” ifadelerine katılma oranlarının birbirine yakın olduğu gözlemlenirken “farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim” ifadesine daha az katıldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Yaşadıkları Şehre Göre Gastronomi Turizmi İlgilerinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

İfadeler	Hatay		Gaziantep		Göreceli Önem Düzeyi
	Ort.	S. Sapma	Ort.	S. Sapma	
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	3,5709	1,32735	3,3675	1,38608	1
3-Etnik yemekler yemeği severim	3,4397	1,20420	3,3498	1,26934	2
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	2,6844	1,23834	2,7774	1,25616	3
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,,,, 5: Kesinlikle katılıyorum					

4.3. Araştırma Sorusu 2: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın Gastronomi Turizmine Yönelik İlgileri Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermekte midir?

Araştırma kapsamında, katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeyi ile cinsiyet ve medeni durum değişkenleri arasında bir farklılık olup olmadığı, bağımsız örneklem t-testi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, “gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeyi” ile “cinsiyet” ve “medeni durum” arasında anlamlı bir fark olmadığı (Tablo 4.3. ve 4.4.) belirlenmiştir.

Tablo 4.3. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgi Düzeylerinin Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları

İfadeler	Cinsiyet	N	Ort.	S. Sapma	t değeri	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	Kadın	142	3,5493	1,26926	1,537	,216
	Erkek	140	3,5929	1,38801		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim.	Kadın	142	2,5845	1,21014	,065	,799
	Erkek	140	2,7857	1,26255		
3-Etnik yemekler yemeği severim	Kadın	142	3,4014	1,15507	1,387	,240
	Erkek	140	3,4786	1,25502		
Gaziantep						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	Kadın	145	3,3241	1,40872	,313	,576
	Erkek	138	3,4130	1,36552		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	Kadın	145	2,6759	1,20694	,627	,429
	Erkek	138	2,8841	1,30173		
3-Etnik yemekler yemeği severim	Kadın	145	3,2414	1,29784	1,206	,273
	Erkek	138	3,4638	1,23312		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,,,, 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Tablo 4.4. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgi Düzeylerinin Medeni Duruma Göre t-Testi Sonuçları

İfadeler	Medeni durum	N	Ort.	S. Sapma	t değeri	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	Bekar	78	3,5513	1,28576	,568	,452
	Evli	204	3,5784	1,34594		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim.	Bekar	78	2,8718	1,18824	1,463	,227
	Evli	204	2,6127	1,25240		
3-Etnik yemekler yemeği severim	Bekar	78	3,4744	1,17024	,596	,441
	Evli	204	3,4265	1,21950		
Gaziantep						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	Bekar	136	3,4191	1,43787	1,512	,220
	Evli	147	3,3197	1,33953		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	Bekar	136	2,9338	1,27193	,023	,880
	Evli	147	2,6327	1,22799		
3-Etnik yemekler yemeği severim	Bekar	136	3,4265	1,30317	,679	,411
	Evli	147	3,2789	1,23744		

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Öte yandan gastronomi turizmi ilgisinin yaş, eğitim durumu, gelir ve meslek değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Tablo 4.5'te Hatay ve Gaziantep halkının "gastronomi turizmine ilgileri" ile "yaş" gruplarına yönelik yapılan varyans analizi sonucu görülmektedir.

Tablo 4.5. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgi Düzeylerinin Yaşa Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Yaş	N	Ort.	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	21-30	66	3,8788	1,17034	4,409	,013
	31-40	121	3,6364	1,25831		
	41-50	95	3,2737	1,46187		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim.	21-30	66	3,2424	1,17749	10,409	,000
	31-40	121	2,6198	1,17087		
	41-50	95	2,3789	1,24780		
3-Etnik yemekler yemeği severim	21-30	66	3,4848	1,24335	,523	,593
	31-40	121	3,4959	1,08876		
	41-50	95	3,3368	1,31772		
Gaziantep						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim	21-30	129	3,5116	1,41486	3,111	,428
	31-40	110	3,2727	1,40058		
	41-50	44	3,1818	1,24401		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	21-30	129	2,9690	1,23071	3,423	,027
	31-40	110	2,5636	1,29592		
	41-50	44	2,7500	1,16389		
3-Etnik yemekler yemeği severim.	21-30	129	3,5891	1,21586	,927	,018
	31-40	110	3,1909	1,25249		
	41-50	44	3,0455	1,36321		

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Tablo 4.5'e göre, Hatay katılımcılarının "gastronomi turizmine ilgileri" ile "yaş" a göre yapılan varyans analizi sonucunda iki maddede anlamlı farklılık bulunmuştur. Yaş grupları arasındaki farklılığın nereden kaynaklandığını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablolarına (Tukey), (Scheffe) bakılmıştır. Anlamlı farklılık bulunan ifadelerden "farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim" ifadesindeki farklılığın Tukey testine göre "21-30" yaş grubundaki katılımcılar ile "41-50" yaş grubundaki katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalara bakılarak "21-30" yaş grubundaki katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları belirlenmiştir. "Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim" ifadesindeki farklılığın, Scheffe testine göre, "21-30" yaş grubundaki katılımcılar ile "31-40" ve "41-50" yaş grubundaki katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalardan hareketle "21-30" yaş grubundaki katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Gaziantep ile katılımcılarının "gastronomi turizmine ilgileri" ile "yaş" a göre yapılan varyans analizi sonucunda da iki maddede anlamlı farklılık elde edilmiştir. Fark bulunan maddeler "farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim" ve "etnik yemekler yemeği severim" ifadeleridir. "Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim" ifadesindeki farklılığın Scheffe testine göre, "21-30" yaş grubundaki katılımcılar ile "31-40" yaş grubundaki katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalara göre "21-30" yaş grubundaki katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları bulgulanmıştır. Öte yandan, "etnik yemekler yemeği severim" ifadesindeki farklılığın Scheffe testine göre, "21-30" yaş grubundaki katılımcılar ile "41-50" yaş grubundaki katılımcılar arasında olduğu tespit edilmiş olup, bu ifadeye ortalamalara bakılarak "21-30" yaş grubundaki katılımcıların daha çok katıldıkları belirlenmiştir. Her iki şehirde "21-30" yaş grubundaki katılımcıların diğer yaş gruplarındaki katılımcılara oranla gastronomi turizmine yönelik daha çok ilgi duydukları bulgulanmıştır.

Tablo 4.6. incelendiğinde Hatay ili katılımcılarının "gastronomi turizmine ilgileri" ile "eğitim" e göre yapılan varyans analizi sonucunda iki maddede anlamlı farklılık bulunmuştur. Eğitim grupları arasındaki farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Tukey) bakılmıştır. Anlamlı farklılık bulunan ifadelerden "farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim" ifadesine "ilköğretim" ve "lisans ve üstü" eğitim almış katılımcılar arasında fark olduğu ve ortalamalara bakıldığında "lisans ve üstü" eğitim almış katılımcıların bu ifadeye daha çok katıldıkları belirlenmiştir. Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim ifadesinde ise, "ilköğretim" ve "önlisans" eğitim almış katılımcılar arasında fark olduğu ve bu farkın ortalamalar ele alındığında "önlisans" mezunu katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Gaziantep ili katılımcılarının "gastronomi turizmine ilgileri" ile "eğitim" e göre yapılan varyans analizine göre, tek maddede anlamlı farklılık bulunmuş olup, bu farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Scheffe) bakılmıştır. Farklı kültürlerden

insanların ne yediğini merak ederim ifadesinde "ilköğretim", "önlisans" ve "lisans ve üstü" mezunu katılımcılar arasında fark olduğu ve ortalamalara bakıldığında "lisans ve üstü" eğitim almış katılımcıların bu ifadeye daha çok katıldıkları bulgulanmıştır.

Tablo 4.6. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgil Düzeylerinin Eğitime Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Eğitim düzeyi	N	Ort.	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	İlköğretim	57	2,9825	1,40777	9,241	,000
	Önlisans	37	3,3514	1,41845		
	Lisans ve üstü	188	3,7926	1,22564		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	İlköğretim	57	2,3684	1,02872	4,120	,017
	Önlisans	37	3,1081	1,24239		
	Lisans ve üstü	188	2,6968	1,27443		
3-Etnik yemekler yemeği severim	İlköğretim	57	3,4561	1,31026	,194	,823
	Önlisans	37	3,3243	1,27048		
	Lisans ve üstü	188	3,4574	1,16238		
Gaziantep						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim.	İlköğretim	44	2,4773	1,35524	13,724	,000
	Lise	47	2,8511	1,36698		
	Önlisans	47	3,5532	1,34824		
	Lisans ve üstü	145	3,7448	1,24599		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	İlköğretim	44	2,4773	1,19083	1,893	,131
	Lise	47	2,6383	1,22342		
	Önlisans	47	2,7021	1,44335		
	Lisans ve üstü	145	2,9379	1,20888		
3-Etnik yemekler yemeği severim	İlköğretim	44	2,9545	1,31104	2,132	,096
	Lise	47	3,2553	1,20629		
	Önlisans	47	3,3830	1,45293		
	Lisans ve üstü	145	3,4897	1,19674		

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Gastronomi turizmi ilgisinin katılımcılarda gelir değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Analiz sonucunda Hatay'daki katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgileri ile gelirleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Tablo 4.7'de Gaziantep'teki katılımcıların "farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim" ifadesinde anlamlı bir farkın olduğu, söz konusu farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Tukey) bakılmıştır. Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim ifadesinde "2001-3000" gelir düzeyi katılımcıları ile "5001 ve üstü" gelir düzeyine sahip

katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalar incelendiğinde “5001 ve üstü” gelir düzeyine sahip katılımcıların bu ifadeye daha çok katıldıkları görülmüştür.

Tablo 4.7. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgü Düzeylerinin Gelire Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Gelir	N	Ort.	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim	1001-2000	83	3,3133	1,46444	1,725	,162
	2001-3000	32	3,5000	1,19137		
	3001-4000	101	3,7228	1,14995		
	4001-5000	66	3,6970	1,43548		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	1001-2000	83	2,7590	1,23555	,443	,722
	2001-3000	32	2,8438	1,08090		
	3001-4000	101	2,6238	1,23168		
	4001-5000	66	2,6061	1,33450		
3-Etnik yemekler yemeği severim	1001-2000	83	3,3614	1,30270	1,546	,203
	2001-3000	32	3,8125	,99798		
	3001-4000	101	3,4851	1,10103		
	4001-5000	66	3,2879	1,29811		
Gaziantep						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim	1001-2000	97	3,2474	1,47218	2,534	,041
	2001-3000	77	3,1039	1,41034		
	3001-4000	37	3,4865	1,38688		
	4001-5000	37	3,6216	1,13899		
	5001 ve üstü	35	3,8857	1,18251		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	1001-2000	97	2,6701	1,28875	1,013	,401
	2001-3000	77	2,7792	1,28374		
	3001-4000	37	2,5946	1,30084		
	4001-5000	37	3,0000	1,05409		
	5001 ve üstü	35	3,0286	1,24819		
3-Etnik yemekler yemeği severim	1001-2000	97	3,2680	1,28708	,387	,818
	2001-3000	77	3,3377	1,32397		
	3001-4000	37	3,4054	1,23512		
	4001-5000	37	3,3243	1,17978		
	5001 ve üstü	35	3,5714	1,26690		
Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Tablo 4.8’de, katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeyi ile mesleğe göre yapılan varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Tabloya göre, her iki ilin katılımcılarının “farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim” ifadesinde anlamlı farklılığa sahip olduğu görülmektedir. Hatay ili katılımcılarının “gastronomi turizmi ilgileri” ile “mesleğe”e göre yapılan varyans analizi sonucundaki farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Scheffe) bakılmış olup, ortalamalara göre, "memur" mesleğine sahip katılımcıların “diğer” mesleğe sahip katılımcılara oranla bu ifadeye daha çok katıldıkları görülmüştür.

Gaziantep ili katılımcılarının “gastronomi turizmi ilgileri” ile “mesleğe”e göre yapılan varyans analizi sonucunda “farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim” ifadesinde anlamlı farklılığın olduğu, bu farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Tukey) bakılmış olup, bu farklılığın “memur” ve “serbest meslek” sahibi katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalara bakıldığında, "memur" mesleğine sahip katılımcıların “serbest meslek” mesleğine sahip katılımcılara oranla bu ifadeye daha çok katıldıkları belirlenmiştir.

Tablo 4.8. Katılımcıların Gastronomi Turizmine Yönelik İlgi Düzeylerinin Mesleğe Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Meslek	N	Ort.	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim	Memur	159	3,7044	1,27564	3,069	,048
	Serbest Meslek	41	3,6585	1,35296		
	Diğer	82	3,2683	1,37929		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	Memur	159	2,5975	1,28831	1,123	,327
	Serbest Meslek	41	2,9024	1,20010		
	Diğer	82	2,7439	1,15268		
3-Etnik yemekler yemeği severim	Memur	159	3,4151	1,17625	,479	,620
	Serbest Meslek	41	3,6098	1,15927		
	Diğer	82	3,4024	1,28486		
Gaziantep						
1-Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim	Memur	93	3,7634	1,16468	5,795	,000
	Serbest Meslek	38	2,8947	1,60724		
	İşçi	67	3,1940	1,35108		
	Öğrenci	41	3,7317	1,30431		
	Diğer	44	2,8636	1,45620		
2-Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	Memur	93	2,8065	1,26197	,643	,632
	Serbest Meslek	38	2,6579	1,32086		
	İşçi	67	2,6269	1,15254		
	Öğrenci	41	2,9756	1,25475		
	Diğer	44	2,8636	1,35700		
3-Etnik yemekler yemeği severim	Memur	93	3,3656	1,26650	,530	,714
	Serbest Meslek	38	3,1579	1,34619		
	İşçi	67	3,2985	1,25547		
	Öğrenci	41	3,5610	1,24597		
	Diğer	44	3,3636	1,27755		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: p<.05; p<.01; p<.001

4.4. Araştırma Sorusu 3: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyi Nedir?

Ölçekte, katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeyleri ölçülmektedir. Ölçek ifadelerinden 1, 2, 3, 4 ve 5 numaralı ifadeler yeni yiyecek deneme korkusunu; 6, 7, 8, 9 ve 10 numaralı ifadeler ise yeni yiyecek deneme arzusu düzeylerini ifade etmektedir.

Hatay'da yaşayan katılımcıların yeni yiyecek deneme korkusu ifadelerinde ilk sırayı "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem" ifadesinin aldığı tespit edilmiştir (Tablo 4.9). Bunu, "neredeyse her şeyi yerim*", "sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim", "yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir " ve "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım " ifadelerinin izlediği görülmektedir.

Tablo 4.9. Hatay Halkının Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

İfadeler	Ort.	Standart Sapma	Göreceli Önem Düzeyi
2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	3,5106	1,34517	1
9-Neredeyse her şeyi yerim*	3,2908	1,29899	2
6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim*	2,9787	1,17790	3
5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	2,9113	1,31888	4
4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	2,8759	1,29694	5
1-Yeni yiyeceklere güvenmem	2,8652	1,23254	6
10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim*	2,8298	1,15956	7
8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim*	2,7340	1,11133	8
7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim*	2,6064	1,14951	9
3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	2,6050	1,16367	10

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: * işaretli ifadeler analizden önce ters kodlanmıştır.

Tablo 4.10 Gaziantep'te yaşayan katılımcıların yeni yiyecek deneme korkularına ilişkin istatistiki bilgiyi sunmaktadır. Tabloya göre, Gaziantep'te yaşayan katılımcıların yeni yiyecek deneme korkusu ifadelerinde, ilk sırayı aynı ortalamalara sahip olan "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem" ve "neredeyse her şeyi yerim*" ifadelerinin aldığı görülmektedir. Bunları, "yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir", "sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim" ve "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadelerinin izlediği bulgulanmıştır.

Tablo 4.10. Gaziantep Halkının Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

İfadeler	Ort.	Standart Sapma	Göreceli Önem Düzeyi
2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	3,3286	1,33480	1
9-Neredeyse her şeyi yerim*	3,3286	1,29981	2
5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	3,2332	1,30548	3
6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim*	2,9859	1,19684	4
8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim*	2,8693	1,15495	5
10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim*	2,8375	1,25834	6
1-Yeni yiyeceklere güvenmem	2,8163	1,20643	7
4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	2,7703	1,27728	8
3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	2,6996	1,19019	9
7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim*	2,6396	1,10646	10
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum			

Not: * işaretli ifadeler analizden önce ters kodlanmıştır.

Yeni yiyecek deneme korkusu skoru, kullanılan Likert ölçeğiyle paralellik göstermektedir. Mevcut çalışmada 5'li Likert ölçeği kullanıldığından, yeni yiyecek deneme korkusu skor aralığı "10 ile 50" arasındadır. Dolayısıyla, yeni yiyecek deneme korkusu sayı aralığı üç başlık altında toplanmıştır. Buna göre; sayı "10-18" değerleri arasında ise "yeni yiyecek denemeye istekli (neophilic)", "19-31" arasında ise "nötr" ve "32-50" değerleri arasında ise, "yeni yiyecek deneme korkusuna sahip (neophobic)" olarak değerlendirilmektedir (Tuorila vd., 2001: 30; Flight, Leppard ve Cox, 2003: 55; Henriques, King ve Meiselman, 2009: 85; Olabi vd., 2009: 354; Choe ve Cho, 2011: 673; Yiğit, 2018:54).

Yapılan analizlerde Hatay'da katılımcıların, yeni yiyecek deneme korkusu ifadelerine katılma derecelerine göre, "yeni yiyecek deneme korkusu" skoru 29,18 olarak bulgulanmıştır. Literatürdeki skor aralığı dikkate alındığında, Hatay ili katılımcılarının "yeni yiyecek deneme korku" skoru "nötr" olarak belirlenmiştir. Tablo 4.11'de katılımcıların yeni yiyecek deneme korkularını özetlemektedir. Tablodaki veriler dikkate alındığında, Hatay ili katılımcılarının %63'ünün "nötr" olduğu, %32,7'sinin "yeni yiyecek deneme korkusuna sahip" olduğu ve %4,3'ünün "yeni yiyecek deneme arzusu" bulunduğu, tespit edilmiştir.

Tablo 4.11. Yeni Yiyecek Deneme Korkusu Sınıflama Tablosu

Sınıflama	Hatay		Gaziantep	
	f	%	f	%
Yeni yiyecek deneme arzusu var	12	4,3	19	6,7
Nötr	177	63,0	161	56,9
Yeni yiyecek deneme korkusu var	92	32,7	103	36,4
Toplam	281	100	283	100

Aynı analizler Gaziantep ili katılımcıları içinde yapılmış olup, çalışmaya katılan Gaziantep halkının “yeni yiyecek deneme korkusu” skoru 29,50 olarak belirlenmiştir. Literatürdeki skor aralığına istinaden Gaziantep ili katılımcılarının da “yeni yiyecek deneme korku” skoru “nötr” olarak tespit edilmiştir. Aynı tabloda, Gaziantep ili katılımcılarının yeni yiyecek deneme korkularına ait istatistiki sonuçları sunulmaktadır. Buna göre, Gaziantep'te katılımcıların %56,9'unun "nötr" olduğu, %36,4'ünün “yeni yiyecek deneme korkusuna sahip” olduğu ve %6,7'sinde ise, "yeni yiyecek deneme arzusu" bulunduğu tespit edilmiştir.

4.5. Araştırma Sorusu 4: Hatay ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeyi Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermekte Midir?

Araştırma kapsamında, katılımcıların “yeni yiyecek deneme korku düzeyi” ile “cinsiyet” ve “medeni durum” değişkenleri arasında bir farklılık olup olmadığı, bağımsız örneklem t-testi ile analiz edilmiştir. Yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile “yaş”, “eğitim durumu”, “gelir” ve “meslek” değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlarda, her iki il için katılımcıların “yeni yiyecek deneme korku düzeyleri” ile “medeni durumlarına” göre yapılan t-testi sonucunda anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 4.12.).

Tablo 4.12. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Medeni Duruma Göre T Testi Sonuçları

İfadeler	Medeni Durum	N	Ort	S. Sapma	t. değeri	Anlam Düzeyi
Hatay						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	Bekar	78	2,9487	1,23685	,179	,673
	Evli	204	2,8333	1,23243		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	Bekar	78	3,4744	1,25589	1,628	,203
	Evli	204	3,5245	1,38051		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	Bekar	78	2,4872	1,06593	3,001	,084
	Evli	203	2,6502	1,19853		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	Bekar	78	3,0641	1,24149	2,405	,122
	Evli	204	2,8039	1,31336		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	Bekar	78	3,1923	1,28990	,132	,717
	Evli	204	2,8039	1,31710		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Bekar	78	2,8077	1,08182	,495	,482
	Evli	204	3,0441	1,20876		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Bekar	78	2,5641	1,05177	2,181	,141
	Evli	204	2,6225	1,18682		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	Bekar	78	2,6026	,99792	1,522	,218
	Evli	203	2,7843	1,15009		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	Bekar	78	3,2436	1,31115	,042	,837
	Evli	204	3,3088	1,29711		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	Bekar	78	2,5897	1,04987	1,158	,283
	Evli	204	2,9216	1,18850		

Tablo 4.12. Devamı

Gaziantep						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	Bekar	136	2,7426	1,18006	,609	,436
	Evli	147	2,8844	1,23042		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	Bekar	136	3,3088	1,31945	,417	,519
	Evli	147	3,3469	1,35309		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	Bekar	136	2,7132	1,18577	,107	,744
	Evli	147	2,6871	1,19819		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	Bekar	136	2,6765	1,26422	,013	,910
	Evli	147	2,8571	1,28745		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	Bekar	136	3,3162	1,31488	,026	,873
	Evli	147	3,1565	1,29647		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Bekar	136	2,8456	1,16032	,933	,335
	Evli	147	3,1156	1,21924		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Bekar	136	2,5882	1,14485	,935	,334
	Evli	147	2,6871	1,07144		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	Bekar	136	2,8235	1,13452	,261	,610
	Evli	147	2,9116	1,17581		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	Bekar	136	3,2647	1,34569	,851	,357
	Evli	147	3,3878	1,25757		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	Bekar	136	2,7721	1,22907	,688	,408
	Evli	147	2,8980	1,28604		

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile cinsiyete göre yapılan t-testi sonucu Tablo 4.13'te sunulmuştur. Tabloya göre, Hatay ve Gaziantep'te yaşayan katılımcıların aynı madde de cinsiyetlerine göre farklılık bulunmuştur. Her iki ilin katılımcılarının "yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir" ifadesine "erkek" katılımcıların, "kadın" katılımcılara oranla daha fazla katıldığı görülmektedir.

Tablo 4.13. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları

İfadeler	Cinsiyet	N	Ort	S. Sapma	t. değeri	Anlam Düzeyi
Hatay						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	Kadın	142	2,8592	1,21218	,868	,352
	Erkek	140	2,8714	1,25717		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	Kadın	142	3,3310	1,29221	,848	,358
	Erkek	140	3,6929	1,37760		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	Kadın	142	2,7042	1,11590	1,809	,180
	Erkek	140	2,5036	1,20611		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	Kadın	142	2,8873	1,26658	,652	,420
	Erkek	140	2,8643	1,33147		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	Kadın	142	2,8521	1,20841	6,861	,009
	Erkek	140	2,9714	1,42406		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Kadın	142	2,9789	1,12652	1,495	,222
	Erkek	140	2,9786	1,23188		

Tablo 4.13. Devamı

11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Kadın	142	2,5845	1,11242	,883	,348
	Erkek	140	2,6286	1,18954		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	Kadın	142	2,7606	1,13569	,266	,606
	Erkek	140	2,7071	1,08949		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	Kadın	142	3,3310	1,27564	,163	,687
	Erkek	140	3,2500	1,32559		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	Kadın	142	2,7324	1,17247	1,366	,243
	Erkek	140	2,9286	1,14202		
Gaziantep						
11.1-Yeni yiyeceklerle güvenmem	Kadın	145	2,9172	1,22193	,290	,590
	Erkek	138	2,7101	1,18508		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	Kadın	145	3,2897	1,31718	,079	,779
	Erkek	138	3,3696	1,35666		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	Kadın	145	2,7724	1,17701	,098	,754
	Erkek	138	2,6232	1,20342		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	Kadın	145	2,8207	1,21717	2,276	,133
	Erkek	138	2,7174	1,33995		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	Kadın	145	3,1379	1,20543	7,422	,007
	Erkek	138	3,3333	1,40038		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Kadın	145	2,9862	1,13643	,546	,461
	Erkek	138	2,9855	1,26136		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Kadın	145	2,6414	1,10350	,000	,987
	Erkek	138	2,6377	1,11357		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	Kadın	145	2,8759	1,14190	,295	,588
	Erkek	138	2,8623	1,17263		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	Kadın	145	3,2621	1,29647	,000	,993
	Erkek	138	3,3986	1,30434		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	Kadın	145	2,8207	1,24537	,044	,834
	Erkek	138	2,8551	1,27612		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile yaşlarına göre yapılan ANOVA sonuçları tablo 4.14'te özetlenmektedir. Hatay ili katılımcılarının "yeni yiyecek deneme korku düzeyi" ile "yaş" a göre yapılan varyans analizi sonucunda iki maddede anlamlı farklılık olduğu bulgulanmıştır. Yaş grupları arasındaki farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Scheffe) bakılmıştır. Anlamlı farklılık bulunan ifadelerden "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadesi ile "farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim" ifadesindeki farklılığın Scheffe testine göre "21-30" yaş grubundaki katılımcılar ile "41-50" yaş grubundaki katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalara bakıldığında, "41-50" yaş grubundaki katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları belirlenmiştir. Buradan hareketle, yaş ilerledikçe, farklı kültürlerle olan ilginin arttığı söylenebilir.

Gaziantep ili katılımcılarının yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile yaşlarına göre yapılan ANOVA sonuçları tablo 4.14'te görülmektedir. Buna göre, "yeni yiyecek deneme korku düzeyi" ile "yaş" a göre yapılan varyans analizi sonucunda tek maddede anlamlı farklılık olduğu

belirlenmiştir. Yaş grupları arasındaki farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma tablosuna (Scheffe) bakılmıştır. Anlamli farklılık bulunan ifadenin "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ifadesindeki farklılığın Scheffe testine göre "21-30" yaş aralığındaki katılımcılar ile "41-50" yaş aralığındaki katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalar incelendiğinde, "41-50" yaş grubundaki katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir. Bu veriden hareketle, Gaziantep halkının yaşı ilerledikçe, yeni yiyecek deneme korkusunda artış olabileceği söylenebilir.

Tablo 4.14. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Yaşa Göre ANOVA

Sonuçları

İfadeler	Yaş	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	21-30	66	2,7576	1,15106	1,860	,158
	31-40	121	2,7686	1,22311		
	41-50	95	3,0632	1,28668		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	21-30	66	3,5152	1,14007	,584	,558
	31-40	121	3,4215	1,38294		
	41-50	95	3,6211	1,43051		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	21-30	66	2,6061	1,14863	,584	,558
	31-40	121	2,5289	1,11859		
	41-50	95	2,7021	1,23419		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	21-30	66	2,9697	1,16315	1,952	,144
	31-40	121	2,7025	1,22912		
	41-50	95	3,0316	1,44732		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	21-30	66	3,0000	1,26491	,199	,820
	31-40	121	2,8760	1,24880		
	41-50	95	2,8947	1,44748		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	21-30	66	2,7576	1,03865	1,542	,216
	31-40	121	3,0331	1,18978		
	41-50	95	3,0632	1,24465		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	21-30	66	2,4848	1,02646	1,175	,310
	31-40	121	2,5620	1,16828		
	41-50	95	2,7474	1,20255		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	21-30	66	2,5606	1,02475	3,645	,027
	31-40	121	2,6364	1,08781		
	41-50	95	2,9789	1,16673		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	21-30	66	3,3788	1,24980	,546	,580
	31-40	121	3,1983	1,28854		
	41-50	95	3,3474	1,35087		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	21-30	66	2,4697	1,08443	6,094	,003
	31-40	121	2,8099	1,14247		
	41-50	95	3,1053	1,17123		

Tablo 4.14. Devamı

Gaziantep						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	21-30	129	2,7597	1,20400	1,147	,319
	31-40	110	2,7818	1,16825		
	41-50	44	3,0682	1,30112		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	21-30	129	3,3178	1,34039	,343	,710
	31-40	110	3,2818	1,36221		
	41-50	44	3,4773	1,26654		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	21-30	129	2,6899	1,17126	1,100	,334
	31-40	110	2,6182	1,19619		
	41-50	44	2,9318	1,22755		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	21-30	129	2,5814	1,24811	3,137	,045
	31-40	110	2,8636	1,33738		
	41-50	44	3,0909	1,13748		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	21-30	129	3,1860	1,32150	,910	,404
	31-40	110	3,1909	1,36466		
	41-50	44	3,4773	1,08881		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	21-30	129	2,8837	1,14992	1,158	,315
	31-40	110	3,1182	1,23208		
	41-50	44	2,9545	1,23805		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	21-30	129	2,5504	1,07501	1,175	,310
	31-40	110	2,6636	1,06897		
	41-50	44	2,8409	1,27486		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	21-30	129	2,7752	1,16082	1,120	,328
	31-40	110	2,9000	1,12478		
	41-50	44	3,0682	1,20845		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	21-30	129	3,2093	1,37883	1,630	,198
	31-40	110	3,3545	1,25315		
	41-50	44	3,6136	1,14559		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	21-30	129	2,7364	1,24071	,829	,437
	31-40	110	2,9455	1,33297		
	41-50	44	2,8636	1,11211		

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,,,, 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Tablo 4.15. katılımcıların “yeni yiyecek deneme korku düzeyi” ile “eğitim” durumlarına göre yapılan ANOVA sonuçlarını vermektedir. Tablo incelendiğinde Hatay’daki katılımcıların “yeni yiyecek deneme korku düzeyi” ile “eğitim”e göre yapılan varyans analizine göre, beş maddede anlamlı farklılık olduğu, bu farklılığın nereden kaynaklandığını görebilmek için çoklu karşılaştırma (Turkey, Scheffe) tablolarına bakılmıştır. Anlamlı farklılık bulunan ifadeler "yeni yiyeceklere güvenmem", "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem", "etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem", "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ve "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadeleridir. Bu ifadelerde Hatay’da yaşayan katılımcıların "yeni yiyeceklere güvenmem" ifadesi ile "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ifadelerindeki anlamlı farklılığın “ilköğretim”, “önlisans” ve “lisans ve üstü” mezunları arasında olduğu ve ortalamalar dikkate alındığında “ilköğretim” mezunlarının bu ifadelere daha çok katıldıkları belirlenmiştir. Öte yandan, Hatay’daki katılımcıların “içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem”, “etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem” ve “farklı

kültürlerin yiyeceklerini beğenirim” ifadelerindeki anlamlı farklılığın “ilköğretim” ve “lisans ve üstü” mezunları arasında olduğu, ortalamalar incelendiğinde “ilköğretim” mezunlarının bu ifadelere daha fazla katıldıkları bulgulanmıştır.

Tablo 4.15. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Eğitim	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	İlköğretim	57	3,4211	1,23848	7,662	,001
	Önlisans	37	2,7838	1,29390		
	Lisans ve üstü	188	2,7128	1,17571		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	İlköğretim	57	3,8947	1,29124	3,505	,031
	Önlisans	37	3,6216	1,25502		
	Lisans ve üstü	188	3,3723	1,36012		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	İlköğretim	57	2,9643	1,22050	3,437	,034
	Önlisans	37	2,5676	1,19118		
	Lisans ve üstü	188	2,5053	1,12577		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	İlköğretim	57	3,2982	1,42635	4,065	,018
	Önlisans	37	2,6486	1,31690		
	Lisans ve üstü	188	2,7926	1,22999		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	İlköğretim	57	2,7368	1,36965	1,323	,268
	Önlisans	37	3,1892	1,44986		
	Lisans ve üstü	188	2,9096	1,27389		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	İlköğretim	57	3,1228	1,33724	2,489	,085
	Önlisans	37	2,5946	1,06613		
	Lisans ve üstü	188	3,0106	1,13754		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	İlköğretim	57	2,8772	1,18126	1,997	,138
	Önlisans	37	2,5405	1,14491		
	Lisans ve üstü	188	2,5372	1,13463		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	İlköğretim	57	3,1228	1,28272	4,758	,009
	Önlisans	37	2,7568	1,16441		
	Lisans ve üstü	188	2,6117	1,02026		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	İlköğretim	57	3,2281	1,36300	,109	,897
	Önlisans	37	3,3514	1,29564		
	Lisans ve üstü	188	3,2979	1,28612		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	İlköğretim	57	3,0877	1,18443	1,778	,171
	Önlisans	37	2,7568	1,18803		
	Lisans ve üstü	188	2,7660	1,14159		
Gaziantep						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	İlköğretim	44	2,9091	1,53741	,534	,659
	Lise	47	2,9787	1,27670		
	Önlisans	47	2,7660	1,20168		
	Lisans ve üstü	145	2,7517	1,07064		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	İlköğretim	44	3,3636	1,41571	,065	,979
	Lise	47	3,3191	1,38480		
	Önlisans	47	3,2553	1,43660		
	Lisans ve üstü	145	3,3448	1,27137		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	İlköğretim	44	2,9318	1,35368	3,523	,016
	Lise	47	3,0426	1,17875		
	Önlisans	47	2,3404	1,18462		
	Lisans ve üstü	145	2,6345	1,11064		

Tablo 4.15. Devamı

11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	İlköğretim	44	2,9091	1,34369	3,384	,019
	Lise	47	3,2340	1,30572		
	Önlisans	47	2,4894	1,23134		
	Lisans ve üstü	145	2,6690	1,23071		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	İlköğretim	44	3,1591	1,27486	,157	,925
	Lise	47	3,3191	1,25293		
	Önlisans	47	3,1702	1,41911		
	Lisans ve üstü	145	3,2483	1,30454		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	İlköğretim	44	2,9773	1,17114	,312	,817
	Lise	47	3,0851	1,26542		
	Önlisans	47	2,8511	1,26798		
	Lisans ve üstü	145	3,0000	1,16667		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	İlköğretim	44	2,9545	1,19989	3,003	,031
	Lise	47	2,8298	1,12905		
	Önlisans	47	2,3404	1,06886		
	Lisans ve üstü	145	2,5793	1,05849		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	İlköğretim	44	3,2500	1,25984	3,361	,019
	Lise	47	3,0851	1,17639		
	Önlisans	47	2,6170	1,32785		
	Lisans ve üstü	145	2,7655	1,02071		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	İlköğretim	44	3,1591	1,34585	1,135	,335
	Lise	47	3,5106	1,13965		
	Önlisans	47	3,1064	1,37104		
	Lisans ve üstü	145	3,3931	1,30861		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	İlköğretim	44	3,4545	1,13002	5,717	,001
	Lise	47	3,0426	1,35064		
	Önlisans	47	2,6809	1,33687		
	Lisans ve üstü	145	2,6345	1,17741		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Gaziantep'ten araştırmaya katılanların yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile eğitim durumlarına göre yapılan ANOVA sonuçları (Tablo 4.15) incelendiğinde, beş maddede anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri arasındaki farklılığın kaynağını görebilmek için çoklu karşılaştırma (Turkey, Scheffe) tablolarından yararlanılmıştır. Anlamlı farklılık bulunan ifadelerden "etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem" ve "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ifadelerindeki farklılığın "lise" ve "önlisans" mezunları arasında olduğu, ortalamalara bakıldığında "lise" mezunlarının bu ifadelerle daha fazla katıldıkları görülmüştür. "Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim" ve "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadelerindeki anlamlı farklılığın "ilköğretim" ve "önlisans" mezunları arasında olduğu, bu ifadelerle "ilköğretim" mezunlarının daha çok katıldıkları belirlenmiştir. Öte yandan, "farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim" ifadesinde ise, anlamlı farklılığın "ilköğretim", "önlisans" ve "lisans ve üstü" mezunları arasında olduğu, bu ifadeye "ilköğretim" mezunu katılımcıların daha çok katıldıkları tespit edilmiştir. Buradan hareketle, araştırmaya katılan Gaziantep halkı katılımcılarının eğitim düzeyi arttıkça yeni yiyecek deneme korkularının arttığı söylenebilir.

Tablo 4.16, Hatay ve Gaziantep ili katılımcılarının “yeni yiyecek deneme korku düzeyleri” ile “gelirlerine” göre yapılan varyans analizi sonucunu göstermektedir. Yapılan analizler onucunda her iki ilin katılımcılarının “yeni yiyecek deneme korku düzeyleri” ile “gelirlerine” göre anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 4.16. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Gelire Göre ANOVA

Sonuçları

İfadeler	Gelir	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	1001-2000	83	3,0482	1,31505	2,134	,096
	2001-3000	32	3,0625	1,16224		
	3001-4000	101	2,8416	1,14658		
	4001-5000	66	2,5758	1,25343		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	1001-2000	83	3,5904	1,30698	,568	,637
	2001-3000	32	3,6875	1,22967		
	3001-4000	101	3,3861	1,34142		
	4001-5000	66	3,5152	1,45964		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	1001-2000	83	2,6627	1,11833	,921	,431
	2001-3000	32	2,8710	1,28431		
	3001-4000	101	2,4950	1,05474		
	4001-5000	66	2,5758	1,31337		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	1001-2000	83	3,0482	1,39602	1,936	,124
	2001-3000	32	3,1875	1,25563		
	3001-4000	101	2,6832	1,12188		
	4001-5000	66	2,8030	1,40570		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	1001-2000	83	2,8675	1,34138	,987	,399
	2001-3000	32	2,7813	1,36155		
	3001-4000	101	2,8317	1,20888		
	4001-5000	66	3,1515	1,42767		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	1001-2000	83	2,9639	1,21420	,187	,905
	2001-3000	32	2,8438	1,01947		
	3001-4000	101	3,0099	1,08162		
	4001-5000	66	3,0152	1,35297		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	1001-2000	83	2,6627	1,16113	,512	,674
	2001-3000	32	2,3750	,90696		
	3001-4000	101	2,6139	1,09517		
	4001-5000	66	2,6364	1,32010		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	1001-2000	83	2,8795	1,26296	1,111	,345
	2001-3000	32	2,5000	,91581		
	3001-4000	101	2,6634	1,03225		
	4001-5000	66	2,7727	1,10656		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	1001-2000	83	3,3253	1,31695	,114	,952
	2001-3000	32	3,1875	1,33047		
	3001-4000	101	3,3168	1,24844		
	4001-5000	66	3,2576	1,36224		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	1001-2000	83	2,8193	1,17021	1,393	,245
	2001-3000	32	2,5625	1,04534		
	3001-4000	101	2,7822	1,10999		
	4001-5000	66	3,0455	1,25798		

Tablo 4.16. Devamı

Gaziantep						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	1001-2000	97	2,7629	1,28106	,561	,691
	2001-3000	77	2,8701	1,24974		
	3001-4000	37	2,7027	1,02374		
	4001-5000	37	2,7297	1,17020		
	5001 ve üstü	35	3,0571	1,13611		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	1001-2000	97	3,2577	1,40148	,661	,620
	2001-3000	77	3,5325	1,30368		
	3001-4000	37	3,3243	1,31348		
	4001-5000	37	3,2162	1,15795		
	5001 ve üstü	35	3,2000	1,43075		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	1001-2000	97	2,8247	1,28298	1,083	,365
	2001-3000	77	2,5714	1,14051		
	3001-4000	37	2,4595	,98867		
	4001-5000	37	2,7027	1,15145		
	5001 ve üstü	35	2,8857	1,25491		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	1001-2000	97	2,7629	1,37518	,436	,782
	2001-3000	77	2,6883	1,24879		
	3001-4000	37	2,8378	1,25860		
	4001-5000	37	2,6757	1,20310		
	5001 ve üstü	35	3,0000	1,18818		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	1001-2000	97	3,2062	1,33805	,258	,905
	2001-3000	77	3,2208	1,32410		
	3001-4000	37	3,1351	1,45606		
	4001-5000	37	3,2432	1,14031		
	5001 ve üstü	35	3,4286	1,21959		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	1001-2000	97	3,0000	1,18145	,146	,965
	2001-3000	77	2,9740	1,23516		
	3001-4000	37	3,0541	1,17724		
	4001-5000	37	3,0270	1,16634		
	5001 ve üstü	35	2,8571	1,26358		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	1001-2000	97	2,7629	1,17059	,667	,615
	2001-3000	77	2,5844	1,12800		
	3001-4000	37	2,6486	,94916		
	4001-5000	37	2,6216	1,11433		
	5001 ve üstü	35	2,4286	1,03713		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	1001-2000	97	2,8247	1,24173	,904	,462
	2001-3000	77	2,9610	1,10551		
	3001-4000	37	3,0811	1,08981		
	4001-5000	37	2,6216	1,03686		
	5001 ve üstü	35	2,8286	1,20014		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	1001-2000	97	3,0515	1,36451	1,697	,151
	2001-3000	77	3,4805	1,16540		
	3001-4000	37	3,4595	1,34566		
	4001-5000	37	3,4595	1,28224		
	5001 ve üstü	35	3,4857	1,31443		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	1001-2000	97	2,8454	1,29374	,883	,475
	2001-3000	77	2,9091	1,20505		
	3001-4000	37	2,9459	1,37328		
	4001-5000	37	2,4865	1,19307		
	5001 ve üstü	35	2,9143	1,22165		

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum**Not:** p<.05; p<.01; p<.001

Hatay ve Gaziantep katılımcılarının “yeni yiyecek deneme korku düzeyi” ile “meslekleri” arasında yapılan ANOVA sonucunda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Söz konusu farklılığın nereden kaynaklandığını görebilmek için çoklu karşılaştırma (Scheffe) tablosundan yararlanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.17’de özetlenmektedir. Tablodan da görülebileceği gibi, Hatay’dan araştırmaya katılan katılımcıların yapılan varyans analizine göre, “yeni yiyecek deneme korku düzeyi” ile “meslekleri” arasında üç maddede anlamlı farklılık bulunmuştur. Anlamlı farklılık bulunan ifadeler "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem", "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ve “farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim”dir. Bu ifadelerdeki farklılığın “memur” ve “diğer” mesleğe sahip katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalardan hareketle, “diğer” mesleğe sahip katılımcıların bu ifadelere daha çok katıldıkları tespit edilmiştir. Hatay’dan araştırmaya katılan “diğer” mesleğe sahip katılımcıların yeni yiyecek deneme korkusuna sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 4.17. Katılımcıların Yeni Yiyecek Deneme Korku Düzeylerinin Mesleklerine Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Meslek	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
11.1-Yeni yiyeceklerle güvenmem	Memur	159	2,7673	1,19172	1,695	,186
	Serbest Meslek	41	2,8293	1,20213		
	Diğer	82	3,0732	1,31262		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	Memur	159	3,3270	1,34774	3,459	,033
	Serbest Meslek	41	3,7317	1,14071		
	Diğer	82	3,7561	1,39276		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	Memur	159	2,5031	1,14114	2,132	,121
	Serbest Meslek	41	2,5610	1,18425		
	Diğer	82	2,8272	1,18100		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	Memur	159	2,7296	1,22570	4,156	,017
	Serbest Meslek	41	2,7561	1,29962		
	Diğer	82	3,2195	1,37907		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	Memur	159	2,8239	1,30012	,969	,381
	Serbest Meslek	41	3,1220	1,26876		
	Diğer	82	2,9756	1,37863		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Memur	159	3,0126	1,16916	1,855	,158
	Serbest Meslek	41	2,6585	1,13159		
	Diğer	82	3,0732	1,20473		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Memur	159	2,6101	1,18488	2,617	,075
	Serbest Meslek	41	2,2683	,97530		
	Diğer	82	2,7683	1,13637		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	Memur	159	2,6038	1,04348	5,584	,004
	Serbest Meslek	41	2,5610	1,07352		
	Diğer	82	3,0732	1,19444		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	Memur	159	3,2390	1,29975	,926	,397
	Serbest Meslek	41	3,1707	1,30197		
	Diğer	82	3,4512	1,29722		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	Memur	159	2,8553	1,17374	1,953	,144
	Serbest Meslek	41	2,5122	1,07522		
	Diğer	82	2,9390	1,15841		

Tablo 4.17. Devamı

Gaziantep						
11.1-Yeni yiyeceklere güvenmem	Memur	93	2,8495	1,16978	1,369	,245
	Serbest Meslek	38	2,7105	1,27147		
	İşçi	67	2,7313	1,10895		
	Öğrenci	41	2,6098	1,11530		
	Diğer	44	3,1591	1,41328		
11.2-İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	Memur	93	3,2796	1,27999	,361	,836
	Serbest Meslek	38	3,1579	1,55140		
	İşçi	67	3,4627	1,23495		
	Öğrenci	41	3,3659	1,37397		
	Diğer	44	3,3409	1,39673		
11.3-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem	Memur	93	2,5591	1,08810	,893	,468
	Serbest Meslek	38	2,8158	1,33265		
	İşçi	67	2,7612	1,14269		
	Öğrenci	41	2,5854	1,20365		
	Diğer	44	2,9091	1,32627		
11.4-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	Memur	93	2,6774	1,24378	2,189	,070
	Serbest Meslek	38	2,8947	1,42922		
	İşçi	67	2,8060	1,17084		
	Öğrenci	41	2,3902	1,33937		
	Diğer	44	3,1591	1,23784		
11.5-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	Memur	93	3,3548	1,30755	,862	,487
	Serbest Meslek	38	2,9474	1,43220		
	İşçi	67	3,1343	1,26605		
	Öğrenci	41	3,2439	1,44535		
	Diğer	44	3,3636	1,10160		
11.6-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Memur	93	2,9462	1,29687	,172	,953
	Serbest Meslek	38	3,1053	1,15757		
	İşçi	67	3,0299	1,15431		
	Öğrenci	41	2,9512	1,07124		
	Diğer	44	2,9318	1,22755		
11.7-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Memur	93	2,4516	1,03752	1,307	,268
	Serbest Meslek	38	2,8684	1,14304		
	İşçi	67	2,7612	1,14269		
	Öğrenci	41	2,6829	1,03535		
	Diğer	44	2,6136	1,20495		
11.8-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim	Memur	93	2,7957	1,11861	3,682	,006
	Serbest Meslek	38	3,3947	1,24204		
	İşçi	67	2,9403	,99819		
	Öğrenci	41	2,4390	1,11912		
	Diğer	44	2,8636	1,26842		
11.9-Neredeyse her şeyi yerim	Memur	93	3,3441	1,35530	2,330	,056
	Serbest Meslek	38	3,8158	1,11149		
	İşçi	67	3,3731	1,16562		
	Öğrenci	41	3,0244	1,45753		
	Diğer	44	3,0909	1,29072		
11.10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim	Memur	93	2,5806	1,24519	3,450	,009
	Serbest Meslek	38	3,3421	1,30024		
	İşçi	67	2,9104	1,20267		
	Öğrenci	41	2,5854	1,11749		
	Diğer	44	3,0682	1,31887		

Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Araştırmaya katılan Gaziantep halkı katılımcılarına yönelik yapılan varyans analizine göre, “yeni yiyecek deneme korku düzeyi” ile “meslekleri” arasında iki maddede anlamlı farklılık bulunmuş olup, bu maddeler “farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim” ve “farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim”dir (Tablo 4.17). Her iki ifadede Scheffe testine göre, “serbest meslek” ve “öğrenci” katılımcılar arasında anlamlı farklılıklar olduğu, ortalamalar incelendiğinde, serbest meslek sahibi katılımcıların bu ifadelere daha fazla katıldıkları belirlenmiştir. Gaziantep'te serbest meslek sahibi katılımcıların farklı kültürlerle ait yemekleri denemeye açık oldukları söylenebilir.

4.6. Araştırma Sorusu 5: Hatay'da ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Gastronomi İmajına Yönelik Görüşleri Ne Düzeydedir?

Bu soru ile katılımcıların yaşadıkları ilin gastronomi imajı hakkındaki düşünceleri belirlenmek istenmiştir. Dolayısıyla, katılımcılardan gastronomi imajına yönelik görüşlerini beşli katılım ölçeği ile değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcıların Hatay ve Gaziantep'in gastronomi imajına yönelik görüşlerine ilişkin sonuçlar Tablo 4.18 ve 4.19'da sunulmaktadır.

Yapılan analiz sonuçları doğrultusunda Tablo 4.19, Hatay'dan araştırmaya katılanların Hatay gastronomi imajına yönelik görüşlerini özetlemektedir. Buna göre, “genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir” ifadesi Hatay gastronomi imajı açısından en çok katılınan ifade olmuştur. Bunu sırasıyla, “gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum”, “Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir”, “genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur”, “Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder” ve “Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir” ifadeleri izlemektedir.

Tablo 4.17. Katılımcıların Hatay Gastronomi İmajına İlişkin Görüş Düzeylerinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

İfadeler	Ort.	S. Sapma	Göreceli Önem Düzeyi
5-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	4,4291	,89895	1
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	4,4255	,93743	2
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	4,2837	,97897	3
6-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	4,1064	1,05508	4
4-Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	4,0957	,99181	5
3-Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	3,6560	1,19256	6
Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum			

Tablo 4.19, Gaziantep'ten araştırmaya katılanların Gaziantep gastronomi imajına yönelik görüşlerini sunmaktadır. Tabloya göre, Gaziantep gastronomi imajı açısından en çok katılan ifadenin "Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir" ifadesi olduğu belirlenmiştir. Bunu sırasıyla, "Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum", "Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir", "genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-icecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir", "Gaziantep'te satılan yiyecek-icecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder" ve "genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-icecek ürünlerinin fiyatı uygundur" ifadeleri takip etmiştir.

Tablo 4.18. Katılımcıların Gaziantep Gastronomi İmajına İlişkin Görüş Düzeylerinin Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

İfadeler	Ort.	S. Sapma	Göreceli Önem Düzeyi
2-Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	4,1343	1,14993	1
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	4,0671	1,27680	2
3-Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	4,0459	1,10512	3
5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-icecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	4,0353	1,11985	4
4-Gaziantep'te satılan yiyecek-icecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	3,9117	1,12797	5
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-icecek ürünlerinin fiyatı uygundur	3,0071	1,46591	6
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum			

4.7. Araştırma Sorusu 6: Hatay'da ve Gaziantep'te Yaşayan Halkın, Gastronomi İmajına Yönelik Görüşleri Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Göstermekte midir?

Katılımcıların gastronomi imajına yönelik görüşlerinin cinsiyete ve medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için t-testi, diğer demografik değişkenler için ise varyans analizi yapılmıştır. Hatay ilinden araştırmaya katılanların "gastronomi imajına yönelik görüşleri" ile "cinsiyetine" göre yapılan t-testi sonuçlarına göre tek bir maddede (Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir) anlamlı bir fark bulunmuş olup, "kadın" katılımcıların "erkek" katılımcılara oranla söz konusu ifadeye daha çok katıldıkları bulgulanmıştır. Öte yandan, Gaziantep'ten araştırmaya katılanların "gastronomi imajına yönelik görüşleri" ile "cinsiyetine" göre yapılan t-testi sonuçlarına göre anlamlı bir fark bulunmamıştır (Tablo 4.20).

Tablo 4.19. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları

İfadeler	Cinsiyet	N	Ort	S. Sapma	t değeri	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	Kadın	142	4,3944	,92221	,007	,933
	Erkek	140	4,4571	,95489		
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	Kadın	142	4,3169	,90208	1,984	,160
	Erkek	140	4,2500	1,05343		
3-Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	Kadın	142	3,8028	1,09311	8,079	,005
	Erkek	140	3,5071	1,27226		
4-Hatay'da satılan yiyecek-icecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	Kadın	142	4,2042	,92666	,360	,549
	Erkek	140	3,9857	1,04562		
5-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-icecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	Kadın	142	4,4437	,90330	,003	,956
	Erkek	140	4,4143	,89752		
6-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-icecek ürünlerinin fiyatı uygundur	Kadın	142	4,0423	1,06440	,196	,658
	Erkek	140	4,1714	1,04532		
Gaziantep						
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	Kadın	145	4,0207	1,27186	,021	,886
	Erkek	138	4,1159	1,28479		
2-Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	Kadın	145	4,1379	1,09049	1,696	,194
	Erkek	138	4,1304	1,21322		
3-Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	Kadın	145	4,0552	1,09150	,015	,902
	Erkek	138	4,0362	1,12314		
4-Gaziantep'te satılan yiyecek-icecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	Kadın	145	3,9448	1,09785	,982	,322
	Erkek	138	3,8768	1,16176		
5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-icecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	Kadın	145	4,0483	1,05627	2,292	,131
	Erkek	138	4,0217	1,18671		
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-icecek ürünlerinin fiyatı uygundur	Kadın	145	3,1103	1,39502	2,822	,094
	Erkek	138	2,8986	1,53447		

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Katılımcıların “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “medeni durumlarına” göre yapılan t-testi sonuçlarına göre her iki şehirde de anlamlı bir fark bulunmamıştır (Tablo 4.21).

Tablo 4.20. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Medeni Duruma Göre t-Testi Sonuçları

İfadeler	Medeni Durum	N	Ort	S. Sapma	t değeri	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	Bekar	78	4,4615	,89286	,502	,479
	Evli	204	4,4118	,95570		
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	Bekar	78	4,3462	,89482	,954	,330
	Evli	204	4,2598	1,01037		
3-Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	Bekar	78	3,7308	1,12438	1,204	,274
	Evli	204	3,6275	1,21907		
4-Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	Bekar	78	4,1667	,97257	,591	,443
	Evli	204	4,0686	1,00010		
5-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	Bekar	78	4,4359	,89137	,004	,949
	Evli	204	4,4265	,90401		
6-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	Bekar	78	4,0769	1,00349	,099	,753
	Evli	204	4,1176	1,07634		
Gaziantep						
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	Bekar	136	4,1324	1,25201	,030	,864
	Evli	147	4,0068	1,30067		
2-Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	Bekar	136	4,1471	1,09902	,585	,445
	Evli	147	4,1224	1,19873		
3-Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	Bekar	136	3,9779	1,11864	,215	,643
	Evli	147	4,1088	1,09250		
4-Gaziantep'te satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	Bekar	136	3,9265	1,09971	,874	,351
	Evli	147	3,8980	1,15708		
5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	Bekar	136	4,0074	1,13853	,035	,852
	Evli	147	4,0612	1,10556		
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	Bekar	136	3,0221	1,47807	,087	,768
	Evli	147	2,9932	1,45948		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: p<.05; p<.01; p<.001

Her iki ilin katılımcılarının “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “yaşlarına” göre yapılan ANOVA sonuçlarına göre Gaziantep'de anlamlı bir fark bulunmamıştır (Tablo 4.22.). Öte yandan, Hatay ili katılımcılarınca, "Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu

düşünüyorum" ve "Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder" ifadelerinde anlamlı bir fark bulunduğu, bu farklılığın Tukey testi sonucuna göre "21-30" ile "31-40" yaş aralığındaki katılımcılar arasında olduğu, ortalamalara bakıldığında, "21-30" yaş aralığındaki katılımcıların diğer yaş gruplarındaki katılımcılara oranla söz konusu ifadelere daha çok katıldıkları tespit edilmiştir. Bu veriden hareketle, genç yaştaki katılımcıların Hatay gastronomi imajına pozitif bir algı sergiledikleri söylenebilir.

Tablo 4.21. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Yaşa Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Yaş	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	21-30	66	4,6667	,64051	3,233	,041
	31-40	121	4,3058	1,08661		
	41-50	95	4,4105	,88118		
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	21-30	66	4,4697	,74874	1,768	,173
	31-40	121	4,2645	1,03093		
	41-50	95	4,1789	1,04147		
3-Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	21-30	66	3,8333	1,21000	1,049	,352
	31-40	121	3,5702	1,20987		
	41-50	95	3,6421	1,15699		
4-Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	21-30	66	4,3333	,86528	3,654	,027
	31-40	121	3,9339	1,07032		
	41-50	95	4,1368	,94092		
5-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	21-30	66	4,5606	,76719	1,114	,330
	31-40	121	4,3554	,98200		
	41-50	95	4,4316	,87096		
6-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	21-30	66	4,0152	,98438	,472	,624
	31-40	121	4,0992	1,12846		
	41-50	95	4,1789	1,01036		
Gaziantep						
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	21-30	129	4,1705	1,22554	,783	,458
	31-40	110	3,9727	1,35090		
	41-50	44	4,0000	1,23890		
2-Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	21-30	129	4,1163	1,17678	,382	,683
	31-40	110	4,1000	1,20359		
	41-50	44	4,2727	,92419		
3-Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	21-30	129	4,0000	1,12500	1,100	,334
	31-40	110	4,0091	1,17696		
	41-50	44	4,2727	,81736		
4- Gaziantep'te satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	21-30	129	3,8992	1,10993	,730	,483
	31-40	110	3,9909	1,16914		
	41-50	44	3,7500	1,08102		
5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	21-30	129	4,0233	1,14881	,469	,626
	31-40	110	4,1000	1,07473		
	41-50	44	3,9091	1,15775		
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	21-30	129	2,8837	1,45574	,949	,388
	31-40	110	3,1455	1,47042		
	41-50	44	3,0227	1,48619		

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum

Not: *p<.05; ** p<.01; ***p<.001

Hatay ve Gaziantep gastronomi imajının, demografik değişkenlerden “eğitim düzeyine” göre farklılaşıp farklılaşmadığını görmek için yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre, aralarında anlamlı fark bulunan ifadeler Tablo 4.23.’te sunulmaktadır. Tabloya göre Hatay’dan araştırmaya katılanların “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “eğitim” düzeyine göre yapılan varyans analizi sonuçlarına göre tek bir maddede (Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir) anlamlı bir fark bulunmuş olup, bu farkın Tukey testine göre, “ilköğretim” ile “lisans ve üstü” eğitime sahip katılımcılar arasında olduğu, ortalamalar dikkate alındığında, söz konusu ifadeye “lisans ve üstü” eğitime sahip katılımcıların daha çok katıldıkları bulgulanmıştır.

Gaziantep’ten araştırmaya katılanların “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “eğitim” düzeyine göre yapılan varyans analizi sonuçlarına göre tüm maddelerde anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Tablo 4.23). “Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum”, “Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir” ve “Gaziantep’te satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder” ifadelerinde yapılan Scheffe testine göre, tüm eğitim düzeylerinde anlamlı farklılıklar olduğu, ortalamalar ele alındığında, “Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum” ve “Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir” ifadelerine “lisans ve üstü” eğitime sahip katılımcıların, “Gaziantep’te satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder” ifadesine ise, “önlisans” eğitime sahip katılımcıların daha fazla katıldıkları görölmektedir. Öte yandan, “Gaziantep’te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir” ifadesinde Scheffe testine göre, “ilköğretim” ile “lisans ve üstü” mezunları arasında anlamlı farklar olduğu, ortalamalara bakıldığında, “lisans ve üstü” eğitime sahip katılımcıların daha fazla katıldıkları, “genel olarak Gaziantep’te ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir” ifadesinde Scheffe testine göre, “ilköğretim”, “önlisans” ve “lisans ve üstü” mezunları arasında anlamlı farklar olduğu, ortalamalar incelendiğinde, “ilköğretim” mezunlarının bu ifadeye daha fazla katıldıkları bulgulanmıştır. Son olarak, “genel olarak Gaziantep’te ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur” ifadesinde Scheffe testine göre, “ilköğretim”, “lise” ve “lisans ve üstü” mezunları arasında anlamlı farklar olduğu, ortalamalara göre, “lise” mezunlarının bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4.22. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Eğitim Düzeylerine Göre ANOVA

Sonuçları

İfadeler	Eğitim	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	İlköğretim	57	4,2807	,94026	,934	,394
	Önlisans	37	4,4054	1,03975		
	Lisans ve üstü	188	4,4734	,91589		
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	İlköğretim	57	4,0351	1,10138	3,687	,026
	Önlisans	37	4,1081	1,24239		
	Lisans ve üstü	188	4,3936	,86176		
3-Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	İlköğretim	57	3,5614	1,23949	,489	,613
	Önlisans	37	3,8108	1,15079		
	Lisans ve üstü	188	3,6543	1,18936		
4-Hatay'da satılan yiyecek-ışecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	İlköğretim	57	4,1404	1,04264	1,093	,337
	Önlisans	37	4,2973	,90875		
	Lisans ve üstü	188	4,0426	,99103		
5-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-ışecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	İlköğretim	57	4,1930	1,04264	2,687	,070
	Önlisans	37	4,4054	1,01268		
	Lisans ve üstü	188	4,5053	,81757		
6-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-ışecek ürünlerinin fiyatı uygundur	İlköğretim	57	3,8947	1,12891	1,960	,143
	Önlisans	37	4,0000	1,15470		
	Lisans ve üstü	188	4,1915	1,00562		
Gaziantep						
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	İlköğretim	44	2,7500	1,29624	24,305	,000
	Lise	47	4,0213	1,25956		
	Önlisans	47	4,3830	1,05404		
	Lisans ve üstü	145	4,3793	1,08057		
2- Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	İlköğretim	44	3,3182	1,25333	10,742	,000
	Lise	47	4,0426	1,06235		
	Önlisans	47	4,2553	1,07275		
	Lisans ve üstü	145	4,3724	1,06030		
3- Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	İlköğretim	44	3,6136	1,20495	2,888	,036
	Lise	47	4,0213	1,07318		
	Önlisans	47	4,1489	1,04213		
	Lisans ve üstü	145	4,1517	1,08225		
4- Gaziantep'te satılan yiyecek-ışecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	İlköğretim	44	3,2500	1,22237	6,538	,000
	Lise	47	3,9362	1,03008		
	Önlisans	47	4,0000	1,04257		
	Lisans ve üstü	145	4,0759	1,09343		
5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-ışecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	İlköğretim	44	3,4773	1,22927	5,705	,001
	Lise	47	4,1064	,96084		
	Önlisans	47	4,4043	,87625		
	Lisans ve üstü	145	4,0621	1,15000		
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-ışecek ürünlerinin fiyatı uygundur	İlköğretim	44	2,3636	1,44819	3,821	,010
	Lise	47	3,3191	1,51953		
	Önlisans	47	3,1277	1,43886		
	Lisans ve üstü	145	3,0621	1,42020		

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum**Not:** *:p<.05; **:p<.01; ***:p<.001

Her iki ilden araştırmaya katılanların “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “mesleklerine” göre yapılan ANOVA sonuçlarına göre her iki şehirde de anlamlı farklılıklar bulunmuş olup, elde edilen bulgular Tablo 4.24’te gösterilmektedir. Hatay’daki katılımcıların “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “mesleklerine” göre yapılan varyans analizi sonuçlarına göre üç maddede anlamlı farklar bulunmuş olup, bu farkların Tukey testine göre, "Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir" ve “genel olarak Hatay’da ki yiyecek-icecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir” ifadelerine "memur"ların “diğer” meslek sahiplerine göre daha çok katıldıkları belirlenmiştir. “Genel olarak Hatay’da ki yiyecek-icecek ürünlerinin fiyatı uygundur” ifadesinde ise, Tukey testine göre, "memur" ve “diğer” meslek sahipleri arasında anlamlı fark olduğu ve "memur"ların bu ifadeye dah çok katıldıkları görülmüştür. Ayrıca, aynı ifade de “serbest meslek” ve “diğer” meslek sahipleri arasında da anlamlı farklar söz konusu olup, ortalamalara bakıldığında, “serbest meslek” sahiplerinin bu ifadeye daha çok katıldıkları bulgulanmıştır.

Tablo 4.23. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Mesleklere Göre ANOVA Sonuçları

İfadeler	Meslek	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	Memur	159	4,4654	,90554	,337	,714
	Serbest Meslek	41	4,3902	,97155		
	Diğer	82	4,3659	,98773		
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	Memur	159	4,4214	,84482	3,730	,025
	Serbest Meslek	41	4,1463	1,03829		
	Diğer	82	4,0854	1,14613		
3-Hatay’da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	Memur	159	3,6541	1,15280	,013	,987
	Serbest Meslek	41	3,6829	1,27356		
	Diğer	82	3,6463	1,24099		
4-Hatay’da satılan yiyecek-icecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	Memur	159	4,0692	,95546	,726	,485
	Serbest Meslek	41	4,2683	,89511		
	Diğer	82	4,0610	1,10384		
5-Genel olarak Hatay’da ki yiyecek-icecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	Memur	159	4,5283	,78604	4,005	,019
	Serbest Meslek	41	4,5122	,77852		
	Diğer	82	4,1951	1,10486		
6-Genel olarak Hatay’da ki yiyecek-icecek ürünlerinin fiyatı uygundur	Memur	159	4,2642	,93086	7,153	,001
	Serbest Meslek	41	4,2195	1,10707		
	Diğer	82	3,7439	1,17390		
Gaziantep						
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	Memur	93	4,2903	1,20308	2,873	,023
	Serbest Meslek	38	3,6316	1,71513		
	İşçi	67	4,0448	1,19890		
	Öğrenci	41	4,3171	,98588		
	Diğer	44	3,7727	1,23634		
2- Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	Memur	93	4,4086	1,03458	3,338	,011
	Serbest Meslek	38	3,6316	1,66719		
	İşçi	67	4,0896	1,02590		
	Öğrenci	41	4,1463	1,08538		
	Diğer	44	4,0455	,93894		

Tablo 4.23. Devamı

3-Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	Memur	93	4,1505	1,03153	1,435	,223
	Serbest Meslek	38	3,7368	1,58854		
	İşçi	67	3,9254	1,09147		
	Öğrenci	41	4,1220	,97967		
	Diğer	44	4,2045	,82348		
4- Gaziantep'te satılan yiyecek- içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	Memur	93	4,0108	1,08842	,492	,741
	Serbest Meslek	38	3,7368	1,50107		
	İşçi	67	3,9104	,93308		
	Öğrenci	41	3,9512	1,18218		
	Diğer	44	3,8182	1,08419		
5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek- içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	Memur	93	4,1290	1,02391	1,940	,104
	Serbest Meslek	38	3,6579	1,54703		
	İşçi	67	4,2090	,87969		
	Öğrenci	41	4,0732	1,21223		
	Diğer	44	3,8636	1,06947		
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek- içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	Memur	93	3,1183	1,46591	,657	,622
	Serbest Meslek	38	2,9211	1,53132		
	İşçi	67	3,0000	1,41421		
	Öğrenci	41	3,1463	1,45878		
	Diğer	44	2,7273	1,51525		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						
Not: *.p<.05; ** p<.01; ***p<.001						

Araştırmaya Gaziantep ilinden katılanların “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “mesleklerine” göre yapılan varyans analizine göre iki maddede anlamlı farklar elde edilmiştir. Tukey testine göre, "Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum" ve "Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir" ifadelerinde anlamlı farklar olduğu, bu farkların "memur" ve "serbest meslek" sahipleri arasında olduğu ve "memur"ların bu ifadeye daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir.

Katılımcılarının “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “gelir düzeylerine” göre yapılan ANOVA sonuçlarına göre, Gaziantep ili katılımcılarının “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “gelir düzeylerine” göre anlamlı bir fark bulunmamıştır (Tablo 4.25). Hatay ili katılımcılarının “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “gelir düzeyleri” arasında tek bir maddede anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu farkın nereden kaynaklandığını görmek için Tukey testine bakılmıştır. Buna göre, "Genel olarak Hatay'da ki yiyecek- içecek ürünlerinin fiyatı uygundur" ifadesine "1001-2000TL" ve "4001-5000TL" gelire sahip olanlar arasında fark olduğu, ortalamalar incelendiğinde, "4001-5000TL" gelir düzeyine sahip katılımcıların bu ifadeye daha çok katıldıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, aynı ifadeye, "3001-4000TL" ve "4001-5000TL" gelire sahip katılımcılar arasında da fark olduğu, ortalamalar ele alındığında, "4001-5000TL" gelire sahip katılımcıların "Genel olarak Hatay'da ki yiyecek- içecek ürünlerinin fiyatı uygundur" ifadesine daha fazla katıldıkları bulgulanmıştır.

Tablo 4.24. Katılımcıların Gastronomi İmajı Görüşlerinin Gelir Durumuna Göre ANOVA

Sonuçları

İfadeler	Gelir	N	Ort	S. Sapma	f	Anlam Düzeyi
Hatay						
1-Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum	1001-2000	83	4,3614	,98251	,792	,499
	2001-3000	32	4,6250	,65991		
	3001-4000	101	4,3762	,96800		
	4001-5000	66	4,4848	,94856		
2-Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	1001-2000	83	4,1566	1,13139	,909	,437
	2001-3000	32	4,4688	,84183		
	3001-4000	101	4,2970	,88932		
	4001-5000	66	4,3333	,96609		
3-Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	1001-2000	83	3,6747	1,23079	,033	,992
	2001-3000	32	3,6875	1,11984		
	3001-4000	101	3,6535	1,08107		
	4001-5000	66	3,6212	1,35607		
4-Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	1001-2000	83	4,1807	1,08363	1,588	,192
	2001-3000	32	4,2813	,85135		
	3001-4000	101	3,9307	1,00257		
	4001-5000	66	4,1515	,89859		
5-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	1001-2000	83	4,3373	1,02739	1,133	,336
	2001-3000	32	4,5938	,66524		
	3001-4000	101	4,3762	,90390		
	4001-5000	66	4,5455	,80731		
6-Genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	1001-2000	83	3,9036	1,20582	4,164	,007
	2001-3000	32	4,0000	1,10716		
	3001-4000	101	4,0594	1,05662		
	4001-5000	66	4,4848	,68483		
Gaziantep						
1-Gastronomi turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum	1001-2000	97	3,8557	1,30695	1,619	,170
	2001-3000	77	4,0260	1,33746		
	3001-4000	37	4,2432	1,23391		
	4001-5000	37	4,4054	,95625		
	5001 ve üstü	35	4,2000	1,34602		
2- Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir	1001-2000	97	3,9278	1,17480	1,619	,170
	2001-3000	77	4,0519	1,20193		
	3001-4000	37	4,3243	1,13172		
	4001-5000	37	4,4595	,80259		
	5001 ve üstü	35	4,3429	1,21129		
3- Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	1001-2000	97	3,9794	1,05059	,647	,630
	2001-3000	77	4,0649	1,13946		
	3001-4000	37	3,9459	1,26811		
	4001-5000	37	4,2973	,70178		
	5001 ve üstü	35	4,0286	1,33913		
4- Gaziantep'te satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	1001-2000	97	3,8144	1,21046	,661	,620
	2001-3000	77	3,8701	1,11627		
	3001-4000	37	3,9189	1,13965		
	4001-5000	37	4,1351	,88701		
	5001 ve üstü	35	4,0286	1,15008		

Tablo 4.24. Devamı

5-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	1001-2000	97	3,9381	1,16202	,647	,629
	2001-3000	77	4,1558	1,11290		
	3001-4000	37	4,1351	,91779		
	4001-5000	37	4,0811	,95389		
	5001 ve üstü	35	3,8857	1,36708		
6-Genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	1001-2000	97	2,8454	1,52984	,743	,564
	2001-3000	77	3,1169	1,48655		
	3001-4000	37	3,1622	1,44364		
	4001-5000	37	2,8649	1,41740		
	5001 ve üstü	35	3,2000	1,32399		
Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle katılmıyorum ,..., 5: Kesinlikle katılıyorum						

Not: *:p<.05; ** p<.01; ***p<.001

Son olarak anketteki açık uçlu sorulara verilen cevaplar ele alındığında elde edilen bulgular şöyledir: Yeni yemek denemek için hiç seyahat ettiniz mi sorusuna her iki ilden 106 katılımcının olumlu cevap verdiği ve katılımcıların yeni yemek denemek için farklı illeri ve ülkeleri (İstanbul, Bursa, Kayseri, Balkanlar, Hollanda, Mardin, Kahramanmaraş, Lübnan, Kars, Norveç, Van, Antalya, Malatya, Konya, Mersin...) seyahat ettikleri belirlenmiştir. Bu seyahatlerinde katılımcıların birbirinden farklı lezzetleri (yöreye ait deniz mahsulleri, suşi, kiraz yaprağı sarması, şırdan, taraklık, kars kazı, beyran, Iskenderun döneri, tantuni, tiriliçe, küşleme, etli ekmek, çağ kebabı, boyoz, kumru, kaburga dolması, cartlak kebabı...) denedikleri ve bu lezzetler için "100 TL" ile "5000 TL" aralığında farklı fiyatlar ödedikleri belirlenmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı bağlamında gastronomi, gıda ve kültür çalışmalarını tanımlamak için kullanılmakta, insanların yediklerine-içtiklerine dair bilgi ve anlayışı kapsamaktadır. Demirer'e (2010) göre, gastronomik kültür sadece bir ülkeden diğerine değil, aynı zamanda her bir ülkenin kendi içinde de yöreden yöreye önemli değişiklikler göstermektedir. Unesco Gastronomi Şehirleri Hatay ve Gaziantep'te günümüzde hızla gelişen ve değişen gıda sektörüne rağmen, halk halen geleneksel yöntemleri korumakta olup gastronomik kimlik ve özgünlüklerini muhafaza etmeye devam etmektedirler.

Tatlıların baş tacı sayılan baklavanın, adını şehirden alan fıstığın, bitmek tükenmek bilmeyen yiyeceklerin şehri, Evliya Çelebi'nin "bu şehri anlatmaya ne dil yeter ne de kalem yeter" diyerek dünyanın gözbebeği şehir anlamına gelen "Şehr-i Ayıntab-ı Cihan" olarak adlandırdığı şehir Gaziantep ve Antik Çağ'ın büyük metropolü, 8 bin yıllık geçmişine 13 medeniyeti sığdıran ve her bir medeniyetin izlerini bıraktığı kültürel mirasıyla, Doğu ve Batı medeniyetleri arasındaki etkileşim ile olgunlaşmış, zenginleşmiş ve "Doğunun Kraliçesi" olan bilinen şehir Hatay'da geçmişten günümüze yöresel ürünlerin üretim ve tüketim bilgisi kuşaktan kuşağa aktarılmış, içinde doğdukları toplumsal ve kültürel dokuda kullanım değerine sahip varlıklar olarak yerel halkın yaşamında ayrılmaz parçalar haline gelerek kalıcı bir yer edinmişlerdir. Böylece mutfak kavramı bu şehirlerde; kültür, tarih ve yaşam tarzının bir ifadesi haline gelmiştir. Bundan dolayı bir toplumu ve o toplumun yaşam şeklini ifade eden "mutfak ve kültür" gastronomi turizminin bir parçası olarak nitelendirilmiştir.

Gastronomi turizminde mutfak kültürü, yiyecek-içecek deneyiminin önemli bir unsurudur. Bu bağlamda yiyecek-içecekler ait oldukları kültürün önemli bir parçasını oluşturmakta o yörenin mutfak kültürü ile ilgili bilgi ve deneyim edinmede önemli bir araç haline gelmiştir (Kılınç ve Kılınç, 2018). Bu sebeplerden ötürü mutfak kültürü, tutum ve davranışların en güçlü belirleyicilerinden biri sayılmaktadır. Dolayısıyla bu iki gastronomi şehrinde yaşayan halkın gastronomi turizmine yönelik ilgileri, ilin gastronomi imajı hakkındaki görüşleri ve yeni yiyecekleri denemeye karşı olan yaklaşımlarını belirlemek araştırmanın amacını oluşturmakta ve bu bağlamda, Hatay ve Gaziantep'te 565 katılımcıdan elde edilen verilerin analizleri sonucunda ulaşılan sonuçlar ve sonuçlara dayalı öneriler aşağıda verilmiştir.

Mevcut araştırma, Gaziantep ve Hatay'da yaşayan ve anket çalışmasına gönüllü olarak katılım gösteren halk üzerine yapılmıştır. Anket, 25 Aralık 2018 - 20 Ocak 2019 tarihlerinde Gaziantep ve Hatay'da uygulanmış olup, anketlerin tamamı değerlendirmeye alınmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri şu şekildedir: Hatay'daki katılımcıların %50,4'ünü "kadınlar" ve %49,6'sını "erkekler" oluştururken; Gaziantep'teki katılımcıların %51,2'sini "kadınlar" ve % 48,8'ini "erkekler" oluşturmuştur. Hatay'daki katılımcıların %27,7'si "bekâr" ve

%72,3'ü "evli"dir. Bununla birlikte, Gaziantep'teki katılımcıların %48,1'i "bekâr" ve %51,9'u "evlidir". Katılımcıların yaşları dikkate alındığında, Hatay'da araştırmaya en çok katılanlar %42,9'luk bir oranla "31-40" yaş aralığındaki katılımcılardır. Gaziantep'ten araştırmaya katılanların yaş aralığı ise, %45'lik bir oranla "21-30" yaş aralığındaki katılımcılardır.

Katılımcıların eğitim düzeyleri ve meslekleri incelendiğinde, Hatay ve Gaziantep ili katılımcılarının çoğunluğunun "lisans" mezunu ve "memur" olduğu tespit edilmiştir. Her iki ilin katılımcılarının gelir durumları değerlendirildiğinde, en yüksek gelir oranı, Hatay'da %35,8'lik bir oranla "3001-4000 TL" arası gelire sahip katılımcılar alırken, Gaziantep'te ise, en yüksek gelir oranı %34,4'lük bir oranla "1001-2000 TL" arası gelire sahip katılımcıların olduğu görülmüştür. Her iki ilin katılımcıları, yaşadıkları şehrin gastronomi turizmine karşı ilgi düzeylerinde en çok "farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim" ifadesine katılmışlardır. Öte yandan, her iki ilin katılımcıları "farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim" ifadesine daha az bir katılım sergileselerde, iki gastronomi şehri katılımcılarının gastronomi turizmi ilgilerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Katılımcıların gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonuçları değerlendirildiğinde, gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeyi ile "cinsiyet" ve "medeni durum" arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeyi ile katılımcıların yaşları arasında yapılan varyans analizi sonucunda her iki ilde de en çok katılım gösterenlerin "21-30" yaş grubu katılımcılar olduğu tespit edilmiştir. Bu yaş grubunun Hatay ili katılımcıları, "farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim" ve "farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim" ifadelerine daha çok katılırken, Gaziantep ili katılımcıları ise, "farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim" ve "etnik yemekler yemeği severim" ifadelerine daha çok katılım göstermişlerdir. Bu bulgulardan yola çıkarak genç bireylerin merakla başlayan ilgilerinin seyahatle devam ederek yiyecekleri deneyimleme ile sonuçlandığı söylenebilir. Gastronomi turizmine yönelik ilgi düzeyine en çok katılım gösterenlerin her iki ilde "lisans ve üstü" mezunlar olduğu bulgulanmıştır. Gastronomi turizmine yönelik en az ilginin her iki ilde "ilköğretim" mezunlarına ait olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle, eğitim seviyesi arttıkça gastronomi turizmine olan ilginin de arttığı söylenebilir. Öte yandan, Gaziantep halkından gastronomi turizmine en çok ilgi duyanların "5001 TL ve üstü" gelire sahip olan katılımcılar olduğu tespit edilmiştir. Hatay halkının ise, gastronomi turizmine olan ilgileri ile gelirleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bir diğer önemli bulgu ise, her iki ilin katılımcılarının "gastronomi turizmine olan ilgileri" ile "meslekleri" arasında anlamlı bir farklılık bulunmuş olup, bu farkın "memur"lar lehine olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların yaşadıkları şehre göre yeni yiyecek deneme korku düzeylerini belirlemek için yapılan analiz sonuçları incelendiğinde her iki ilin katılımcılarının yeni yiyecek deneme korkusu ifadelerinde en yüksek ortalamayı "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem" ifadesinin aldığı tespit edilmiştir. Mevcut çalışmada elde edilen bu sonuç, Yiğit'in (2018) çalışmasıyla örtüşmektedir.

Önceki çalışmalarda sosyo-demografik etkenlerin ve yiyeceklere maruz kalma sıklığının; yeni yiyecek deneme korkusu üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Pliner, vd., 1993; Frank ve Raudenbush, 1998; Birch ve Fischer 1998; Tuorila, vd., 2001; Flight, vd., 2003; Verbeke ve Lopez, 2005; Olabi, vd., 2009; Meiselman, vd., 2010; Knaapila vd., 2011). Mevcut çalışmanın sonuçları da önceki çalışmaları desteklemektedir. Katılımcıların yaşadıkları şehre göre yeni yiyecek deneme korkusu skor aralıkları ele alınarak yapılan analiz sonucunda, her iki ilin katılımcılarının yeni yiyecek deneme korkularının "nötr" olduğu tespit edilmiştir. Bu durum her iki şehirde özellikleri dikkate alındığında, yeni yiyeceklere daha fazla maruz bırakan şehir yaşamının (şehirlerde, yiyecek mevcudiyeti kırsal alanlara göre daha çok geniştir) etkisiyle bireylerin daha az yeni yiyecek deneme korkusuna sahip olduklarını göstermektedir.

Katılımcıların "yeni yiyecek deneme korku düzeyi" ile "medeni durum" arasında bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda, her iki ilin katılımcılarının "yeni yiyecek deneme korku düzeyi" ile "medeni durum" arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yiğit (2018) ise çalışmasında, yeni yiyecek deneme korkusu ile "medeni duruma" göre yapılan t-testine göre, anlamlı bir farklılığın olduğu, bu farkın "evli" katılımcılarda bulunduğunu belirtmiştir.

Her iki ilden araştırmaya katılanların "yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir" ifadesine "erkek" katılımcıların, "kadın" katılımcılara oranla daha fazla katıldıkları tespit edilmiştir. Her iki şehirde de yeni yiyecek deneme korku düzeyinin "erkek" katılımcılarda "kadın" katılımcılara oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu, literatür incelendiğinde yiyecek neofobisi ile ilgili araştırmalarda "erkeklerin" neofobi oranlarının "kadınlardan" daha yüksek olduğunu belirten çalışmalarla (Ton Nu vd., 1996; Hursti ve Sjoden, 1997; Tuorila, Lähteenmäki, Pohjalainen ve Lotti, 2001; Kim, Eves ve Scarles, 2009; Törnvall, 2014; Camarena vd., 2011) örtüşmektedir. Diğer bir yandan, Meiselman, King ve Gillette, 2010; Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler, 2013; Razali vd., 2014; Üzülmöz, 2018) ise yeni yiyecek deneme korkusu düzeyinin kadınlarda daha fazla olduğunu bulgulamışlardır. Fakat gerçekleştirilen diğer araştırmalar da ise (Pliner ve Hobden, 1992; Nordin, Broman, Garvill ve Nyroos, 2004; Frank, 2009; Fernandez-Ruiz, Claret ve Chaya, 2013; Kaplan, 2018; Yiğit, 2018) cinsiyete göre anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Bu durum cinsiyetin yeni yiyecek deneme korkusu üzerindeki etkisinin hala açık olmadığını göstermektedir.

Literatürde yeni yiyecek deneme korkusu ile geliri ele alan bazı araştırmacılar (Flight vd., 2003; Bäckström vd., 2004; Olabi, vd., 2009; Choe ve Cho, 2011) gelir arttıkça yiyecek neofobi seviyesinin azaldığını hatta düşük gelirli katılımcıların tanıdık gıdaları daha fazla tercih ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Mevcut çalışma ise, katılımcıların “yeni yiyecek deneme korku düzeyleri” ile “gelirlerine” göre yapılan varyans analizi sonucunda gelire göre anlamlı bir fark olmadığı bulgulamıştır. Benzer şekilde Kaplan, (2018) ve Yiğit'te (2018) çalışmalarında yeni yiyecek deneme korkusunda gelire dair anlamlı bir fark olmadığını bulgulamışlardır.

Yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile yaşa göre yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda Hatay'da "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadesi ile "farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim" ifadesindeki farklılığın ileri analizlerine göre "21-30" yaş grubundaki katılımcılar ile "41-50" yaş grubundaki katılımcılar arasında olduğu ve ortalamalara bakıldığında, "41-50" yaş grubundaki katılımcıların bu ifadeye daha fazla katıldıkları belirlenmiştir. Buradan hareketle, yaş ilerledikçe, farklı kültürle olan ilginin arttığı söylenebilir. Öte yandan, elde edilen sonuçlar Hatay'da orta yaş ve üzeri olan katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeylerinin genç yaş gruplarına göre daha düşük olduğunu göstermektedir. Bu durum, neofobinin gençlerde daha fazla olduğu, neofobinin yaş ilerledikçe azaldığı sonucuna işaret etmektedir. Bu bulgulardan elde edilen sonuçlar (Pliner ve Hobden, 1992; McFarlane ve Pliner, 1997; Cooke ve Wardle, 2005; Pelchat ve Pliner, 2006; Dovey vd., 2008; Kaplan'nın, 2018) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Gaziantep'te "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ifadesine "41-50" yaş grubundaki katılımcıların diğer yaş grubundaki katılımcılara oranla daha çok katıldıkları tespit edilmiştir. Burada elde edilen sonuçlar ise Gaziantep'teki orta yaş katılımcıların yeni yiyecek deneme korku düzeylerinin yüksek olduğunu ve bu oranın yaş ilerledikçe artacağına işaret etmektedir. Mevcut çalışmadan elde edilen bu bulgular alanyazındaki (Raudenbush vd., 1998; Tuorila, vd., 2001; Koivisto-Hursti, vd., 2002; Dovey, vd., 2008; Mieselman vd., 2010; Camarena vd., 2011; D'Antuono ve Bignami, 2012; Siegrist vd., 2013) çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşmıştır.

Literatürde yeni yiyecek deneme korkusu ile eğitimi ele alan bir çok araştırmada (Hursti ve Sjoden, 1997; Tuorila vd., 2001; Schickenberg, van Assema, Burg ve Vries, 2006; Meiselman vd., 2010; Sanjuán-López vd., 2011; D'Antuono ve Bignami, 2012; Yiğit, 2018) eğitim seviyesi arttıkça yeni yiyecek deneme korkusu seviyesinin azaldığını bulgulamışlardır. Mevcut çalışma ise Hatay ili katılımcılarınca "yeni yiyeceklere güvenmem", "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem", "etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem", "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ve "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadelerine en fazla "ilköğretim" grubunun katıldığı bulgulamıştır. Gaziantep ili katılımcılarında ise, "etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem" ve "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten

korkarım" ifadelerinde en yüksek ortalamanın "lise" mezunlarına ait olduğu görülmüştür. Diğer bir yandan "sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim", "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ve "farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim" ifadelerinde ise en yüksek ortalamaya sahip grubun "ilköğretim" mezunlarının olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuçlar önceki çalışmaların (Hursti ve Sjoden, 1997; Tuorila vd., 2001; Schickenberg, van Assema, Burg ve Vries, 2006; Meiselman vd., 2010; Sanjuán-López vd., 2011; D'Antuono ve Bignami, 2012; Yiğit, 2018) aksine *yeni yiyecek deneme kokusunun eğitim düzeyi yükseldikçe arttığını, düştükçe azaldığını* göstermektedir.

Yeni yiyecek deneme korku düzeyi ile mesleğe göre yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda Hatay ili katılımcıları, "içinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem", "daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım" ve "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ifadelerindeki farklılığın "memur" ve "diğer" mesleğe sahip katılımcılar arasında olduğu, "diğer" mesleğe sahip katılımcıların bu ifadelere daha çok katıldıkları tespit edilmiştir. Gaziantep ili katılımcıları ise, "farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim" ve "farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeği severim" ifadelerine en çok "serbest meslek" sahibi katılımcılar katılmıştır. Hatay'dan araştırmaya katılan "diğer" mesleğe sahip katılımcıların yeni yiyecek deneme korkusu olduğu tespit edilirken, Gaziantep'ten araştırmaya katılan "serbest meslek" sınıfındaki katılımcıların yeni yiyecek deneme arzusu içinde oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşadıkları şehre göre gastronomi imajına yönelik görüşlerini belirlemek üzere yapılan analiz sonucunda en yüksek ortalamanın Hatay ili katılımcılarına göre, "genel olarak Hatay'da ki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir" ifadesine ait olduğu, en düşük ortalamanın ise, "Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir" ifadesi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulardan yola çıkarak Hatay ili katılımcılarının Hatay'ın gastronomi imajına yönelik görüşlerinde, gastronomi turizminin il için önemi, lezzet, kalite, fiyat uygunluğu, yeterli sayıda gastronomik ürün, bu ürünlerin Hatay mutfağını temsil yetisi ifadelerine yüksek oranda katılım gösterdikleri bulgulanmıştır. Fakat, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yeterliliğini irdeleyen; "Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir" ifadesine katılma oranı en düşük düzeydedir. Bu durum şehirde yeterli düzeyde gastronomik faaliyetlerin gerçekleşmediği anlamını taşımaktadır. Oysa ki, günümüzde bir çok gastronomi şehri; gastronomik aktiviteler ve yemek festivalleri gibi etkinlikleri kullanarak gastronomi turizmi ve imajı arasında ilişki kurulmasını sağlamaktadır (Soner, 2013). Ayrıca bu tür etkinliklerin sonucunda oluşan gastronomi imajı, mutfak kültürünü pazarlayarak gastronomi turizmini geliştiren özgün bir potansiyel oluşturmaktadır. Bu potansiyelin doğru olarak kullanılması, o destinasyonun ayırt edici bir özelliği haline getirmektedir. Çünkü, bölgesel gastronomi etkinlikleri ve festivaller bölge halkı için, yöresel mutfak ürünlerinin bir kültür ögesi olarak tanıtılması ve ekonomik fayda

sağlamalarından dolayı önem taşımaktadır. Gastronomi turistleri için ise, bölgesel gastronomi etkinlikleri ve festivaller; yerel halk ile bir araya gelerek bölge kültürünü tanıma olanağı verdiği ve yöresel mutfağı deneyimleme imkânı sağladığı için önemlidir (Çağlı, 2012). Gastronomi deneyimi yaratması ve kültürel değerleri aktarmada önemli bir unsur haline gelmeleri bu tür etkinliklerin önemini daha da arttırmaktadır. Bu nedenlerle yerel yönetimler ve paydaşlara önemli görevler düşmektedir.

Gaziantep ili katılımcılarına göre, "Gaziantep yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir" ifadesinin en yüksek ortalamaya sahip olduğu ve en düşük ortalamının ise, "genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur" ifadesinin aldığı bulgulanmıştır. Gaziantep ili katılımcılarının ise, Gaziantep'in gastronomi imajına yönelik görüşlerinde, gastronomi turizminin il için önemi, lezzet, kalite, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri var, yeterli sayıda gastronomik ürün, bu ürünlerin Gaziantep mutfağını temsil yetisi ifadelerine yüksek oranda katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Şehrin ekonomisini ve halkın alım gücünü irdeleyen; "genel olarak Gaziantep'te ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur" ifadesinine katılımın en düşük düzeyde bulgulanması, turizmin gelişmiş olduğu destinasyonlarda sadece yiyecek-içecekler değil, diğer ürünler içinde fiyat artışlarının kaçınılmaz bir durum olduğunu desteklemektedir. Gaziantep sadece önemli bir sanayi şehri olmakla kalmayıp aynı zamanda hem gastronomi turizmi hemde kültür turizminde önemli bir şehirdir. Şehri ziyaret eden turist sayısında son yıllarda önemli artışlar yaşanması dikkate alınır; katılımcıların o şehrin sakinleri olarak, yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatını pahalı bulması normal bir durum olarak yorumlanabilir.

Hatay ilinden araştırmaya katılanların "gastronomi imajına yönelik görüşleri" ile "cinsiyetine" göre yapılan t-testi sonuçlarına göre "Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir" maddesinde anlamlı bir fark bulunmuş olup, "kadın" katılımcıların "erkek" katılımcılara oranla ilgili ifadeye daha çok katıldıkları belirlenmiştir. Öte yandan, Gaziantep'ten araştırmaya katılanların "gastronomi imajına yönelik görüşleri" ile "cinsiyetine" göre yapılan t-testi sonuçlarına göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Katılımcılarının gastronomi imajına yönelik görüşleri ile "medeni durumları" değişkeni arasında yapılan analizler sonucunda her iki şehirde de anlamlı bir fark bulunmamıştır. Öte yandan, her iki ilin katılımcılarının "gastronomi imajına yönelik görüşleri" ile "yaşlarına" göre yapılan varyans analizi sonuçlarına göre Gaziantep'de anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Ancak, Hatay ili katılımcılarınca, "Gastronomi turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum" ve "Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder" ifadelerinde anlamlı bir fark bulunduğu, bu farklılığın "21-30" ile "31-40" yaş aralığındaki katılımcılar arasında olduğu ve "21-30" yaş aralığındaki katılımcıların diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre ilgili ifadelere daha fazla katıldıkları bulgulanmıştır. Bu veriden hareketle,

genç yaştaki katılımcıların Hatay gastronomi imajına yönelik pozitif algılara sahip oldukları söylenebilir.

Hatay ili katılımcılarının “gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “eğitim” düzeyine göre yapılan varyans analizine göre “Hatay yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir” maddesinde anlamlı bir fark bulunmuş olup, bu ifadeye “lisans ve üstü” eğitime sahip katılımcıların daha çok katıldıkları bulgulanmıştır. Gaziantep ili katılımcılarının “ilin gastronomi imajına yönelik görüşleri” ile “eğitim durumlarına” göre yapılan analizler sonucunda gastronomi imajı ifadelerine en fazla katılım oranlarının “lisans ve üstü”, “ilköğretim” ve “lise” gruplarında olduğu belirlenmiştir.

Gastronomi imajının katılımcılarda mesleğe göre farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiş ve analiz sonucunda gastronomi imajı ifadelerine en fazla katılım oranlarının Hatay ve Gaziantep illerinde “memur”lara ait olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, gastronomi imajının katılımcılarda gelire göre farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiş ve analiz sonucunda Hatay ili katılımcılarından “4001-5000TL” gelire sahip olanların “genel olarak Hatay’da ki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur” ifadesine yüksek ortalama ile katıldıkları belirlenmiştir. Aynı ifadeye en düşük katılım oranının ise “1001-2000 TL” arası gelire sahip olan katılımcılara ait olduğu görölmektedir. Gaziantep ili katılımcıları için aynı analiz gerçekleştirilmiş ve gastronomi imajı ile gelir arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Günümüzde gastronomi odaklı gerçekleştirilen seyahatlerde artış olduğu (Kivela ve Crotts, 2005; Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012; Lertputtarak, 2012; Bekar ve Kılıç, 2014) dolayısıyla, söz konusu seyahatlerin temelinde yeni yiyecekleri deneyimlemenin yer aldığı söylenebilir. Çalışmada, her iki ilin katılımcılarının %19’unun yeni yemek denemek için farklı illere ve ülkelere seyahat ettikleri, bu seyahatlerinde birbirinden farklı lezzetleri deneyimledikleri ve bu lezzetler için farklı fiyatlar ödedikleri tespit edilmiştir.

Literatürde yeni yiyecek deneme korkusu, beslenme kalitesi üzerinde büyük etkisi olan yiyecek seçimlerinin önemli bir belirleyicisi, aynı zamanda beslenmedeki çeşitliliğinin azlığı ve yetersiz besin alımı ile ilişkilendirilmiştir (Falciglia, vd., 2000; Pliner ve Salvy, 2006; Muhammad, vd., 2016). Yeni yiyecek deneme korkusu, zararlı yiyeceklerden korunmamızı sağlayarak bir avantaj olmasının yanı sıra besin çeşitliliğimizi daraltarak bir dezavantaj da olabilmektedir. Daha açık bir ifadeyle; yeni yiyecek deneme korkusu aynı yiyecekleri tekrar tekrar tüketmemize yol açarken diğer yiyeceklerden mahrum kalmamıza neden olmaktadır. Bu nedenle yeni yiyecek deneme korkusuna sahip bireyler dengesiz beslenmeden dolayı yeni yiyeceklerin sağlık avantajlarını kaybedebilirler. Yeni yiyecek deneme korkusu her iki şehirde büyük oranda nötr olmakla birlikte, yapılan detaylı analizler sonucunda her iki şehir halkının da belli bir oranda yeni yiyecek deneme korkusuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla,

her iki şehir halkının yeni yiyeceklere yönelik korkularını yenmeleri için nasıl bir yol izlemeleri gerektiği hakkında önerilerimiz şu şekildedir:

- Yeni yiyecek deneme korkusu çoğu zaman yeni yiyeceklerle ilgili bilgilerimizin yetersiz oluşundan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle yeni yiyecekler hakkında yeterli düzeyde bilgiye sahip olmamız, yeni yiyeceklere karşı güven duymamızı sağlayacak ve onları yeme isteğimizi arttıracaktır.
- Yeni yiyecek deneme korkusuna sahip olduğumuzda yeni yiyeceklerin lezzetsiz olmasını bekleriz çünkü yeni yiyeceklerin lezzet ve faydaları hakkında bilgilerimiz yalnızca kendi tecrübelerimize dayanmaktadır. Bu durumda, lezzetli yeni yiyeceklere maruz kalmamız ve onları keşfetmemiz yeni yiyeceklere karşı olumsuz tavrımızı değiştirmemizde yardımcı olacaktır. Böylece, yeni yiyecekler ile ilgili olumlu deneyimlerimiz, diğer yeni yiyecekler için genelleme yapmamıza olanak vererek yeni yiyecek deneme korkumuzun azalmasına yardımcı olacaktır.
- Yiyecekleri sevmemiz ve tüketmemiz üzerinde önemli bir role sahip olan sosyal etki; bizleri çevremizde bulunan kişilerden etkilenmeye ve etkilediğimiz kişilerin tükettiği benzer yiyecekleri denemeye sevk etmektedir. Bu nedenlerle neofobik bireyler sosyal ortamlarda bulunma sıklıklarını arttırıp yeni yiyecek deneme konusunda pozitif eğilim gösteren bireylerle vakit geçirebilirler. Bu durum onların yeni yiyecek deneme korku düzeylerini hafifletecek hatta yeni yiyeceği denemeye istekli olmalarını sağlayacaktır.

Mevcut çalışmanın literatürde iki gastronomi şehrini bu bağlamlarda ele alan ilk araştırma olması nedeniyle, bundan sonra yapılacak çalışmalar için yol gösterici bir nitelik taşıyacağı öngörülmektedir. Gastronomi turizminin o bölgenin gelişmesinde yerel yönetimler ve yerel halk etkili olabilmektedir. Özellikle yerel halkın turizm konusundaki tutumları önemli bir belirleyicidir. Çünkü turizmi olumsuz algılayan yerel halk bölgedeki turizm faktörlerini birçok yönden sekteye uğratabilir. Dolayısıyla bu çalışmanın gastronomi turizminin geliştirilmesinde rol alan yerel yönetimlere ve paydaşlara da yol göstereceğine, pazarlama stratejilerinde önemli katkılar sağlayabileceğine inanılmaktadır.

Yerel halkın gastronomi turizmine yönelik ilgisi, ilin gastronomik imajına yönelik görüşleri ve yeni yiyecek deneme korkusunun Unesco gastronomi şehirleri olan Gaziantep ve Hatay illeri halkı ile sınırlandırılarak yapılan bu çalışma kapsamı genişletilerek; farklı illerde, aynı veya farklı değişkenlerle (durumsal, davranışsal-psikolojik) ve farklı öznelere gerçekleştirilebilir. Bununla birlikte, aynı anket, farklı dillerde hazırlanarak, her iki ili ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlere de uygulanabilir. Öte yandan, bu çalışmada nicel yöntemlerle veri toplanmış olup, yeni çalışmalarda nitel yöntemlerle veri toplanarak, yeni yiyecek denemeye karşı olan korkunun nedenleri daha detaylı incelenebilir.

KAYNAKÇA

- [1]. Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O. & Benli, S. (2015). Bir seyahat motivasyon aracı olarak gastronomi: Hatay'ı ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motivasyonları, yiyecek-içecek deneyimleri ve seyahat memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators* (EITOC, 2015), 28-30 Mayıs 2015, Konya/Türkiye, Vol. 3, ss.448-464, ISBN:978-605-9119-16-0 (2.C.).
- [2]. Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin,
- [3]. Akin, A. (2018). Gaziantep'in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde demografik değişkenlerin etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 299, 316.
- [4]. Aksoy, M. (2014). *Gastronomi ve yemek tarihi ders notları*, Ankara, Gazi Üniversitesi.
- [5]. Aksoy, M. Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79- 88.
- [6]. Aksoy, M., İflazoğlu, N., & Canbolat, C. (2016). Avrupa aşçılık tarihi: Antik Yunan'dan Sanayi Devrimi'ne. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3 (1), 54-62.
- [7]. Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yasar University*. 30.8, 5049-5063.
- [8]. Alonso, A. D., & Yi Liu. (2011). "The potential for marrying local gastronomy and wine: The case of the Fortunate Islands". *International Journal of Hospitality Management*, 30, 974-981, Elsevier Ltd.
- [9]. Alpar, R. (2011). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [10]. Alpar, R. (2014). *Uygulamalı istatistik ve geçerlilik-güvenilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [11]. Alphan, E. (2017). *Turistik destinasyonlarda yerel yiyecek tüketimine etki eden faktörler üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [12]. Al-Shawaf, L., Lewis, D. M., Alley, T. R., & Buss, D. M. (2015). Mating strategy, disgust, and food neophobia. *Appetite*, 85, 30-35.
- [13]. Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- [14]. Armelagos, G. J. (2014). Brain evolution, the determinates of food choice, and the omnivore's dilemma. *Critical reviews in food science and nutrition*, 54(10), 1330-1341.
- [15]. Armesto López, X. A., & Martin, B. G. (2006). Tourism and quality agro-food products: An opportunity for the Spanish countryside. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 97(2), 166-177.
- [16]. Arsunar, F. (1962). *Gaziantep folkloru*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- [17]. Arvola, A., Lahtenmaki, L., & Tuorila, H. (1999). Predicting the intent to purchase unfamiliar and familiar cheeses: The effects of attitudes, expected liking and food neophobia. *Appetite*, 32(1), 113-126.
- [18]. Asperin, A. E., Phillips, W. J., & Wolfe, K. (2011). Exploring food neophobia and perceptions of ethnic foods: The case of Chinese and Thai cuisines.
- [19]. Aşkın, S. (2015). *Gaziantep ilinin ekonomik kalkınma ve verimliliğine turizm sektörünün etkisi*. Fırat'tan Volga'ya medeniyetler köprüsü. Adıyaman Üniversitesi Yayınları. Yayın no: 13.
- [20]. Babat, D. (2015). *Gaziantep'in turistik mekanları*. Fırat'tan Volga'ya medeniyetler köprüsü. Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi Yayınları.

- [21]. Babat, D., Gökçe, F., & Kocabozdoğan, K. (2016). Hatay'da farklı bir lezzet: Kabak tatlısı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 77-85.
- [22]. Babat, D., Gökçe, F., & Varışlı, A. (2017). Hatay mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinde, yöresel yiyecek üreticilerinin rolü. *Proceedings Book*, 816.
- [23]. Backstrom, A., Pirttila-Backman, A. M., & Tuorila, H. (2003). Dimensions of novelty: a social representation approach to new foods. *Appetite*, 40(3), 299-307.
- [24]. Backstrom, A., Pirttila-Backman, A. M., & Tuorila, H. (2004). Willingness to try new foods as predicted by social representations and attitude and trait scales. *Appetite*, 43(1), 75-83.
- [25]. Bakırcı, G. T., Bucak, T., & Turhan, K. N. (2017). Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 5/Special issue2*. 230-240.
- [26]. Baloglu, S. & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation, *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- [27]. Barcellos, M. D. D., Aguiar, L. K., Ferreira, G. C., & Vieira, L. M. (2009). Willingness to try innovative food products: a comparison between British and Brazilian consumers. *BAR-Brazilian Administration Review*, 6(1), 50-61.
- [28]. Barrena, R., & Sanchez, M. (2012). Neophobia, personal consumer values and novel food acceptance. *Food Quality and Preference*, 27(1), 72-84.
- [29]. Baysal, A., & Küçükbaşlan, N. (2007). *Beslenme ilkeleri ve menü planlaması*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- [30]. Baysan, S. (2002). *Didim kıyı alanı örneğinde turizmin çevresel etkileri konusunda yerli halkın tutumları*. Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları IV. Ulusal Konferansı, 599-608.
- [31]. Bekar, A., & Kılıç, B. (2014). Turistlerin gelir düzeylerine göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (1), 19-26.
- [32]. Benton, D. (2004). Role of parents in the determination of the food preferences of children and the development of obesity. *International journal of obesity*, 28(7), 858.
- [33]. Bertozzi, L. (1998). Tipicidad alimentaria y dieta mediterránea. *El color de la alimentación mediterránea. Elementos sensoriales y culturales de la nutrición*, 15-41.
- [34]. Birch, L. L. (1999). Development of food preferences. *Annual review of nutrition*, 19(1), 41-62.
- [35]. Birch, L. L., & Fischer, J. O. (1998). Appetite and eating behaviour in children and adolescents. *Pediatrics*, 101, 539-549.
- [36]. Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
- [37]. Bolivar VJ., & Flaherty L. (2004). Genetic control of novel food preference in mice. *Mamm Genome*. 15:193-8.
- [38]. Brillat-Savarin, J. A. (2009). *The physiology of taste: or meditations on transcendental gastronomy*. M. F. K. Fisher (Ed.). London: Everymans Library, 61.
- [39]. Budak, S. (2008). *Antakya mutfağı*, Antakya Rotary Kulübü Kültür Yayını. ISBN 978 605-89977.
- [40]. Caber, M., Yılmaz, G., Kiliçarslan, D., & Öztürk, A. (2018). The effects of tour guide performance and food involvement on food neophobia and local food consumption intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1472-1491.

- [41]. Camarena, D. M., Sanjuán, A. I. & Philippidis, G. (2011). Influence of ethnocentrism and neo-phobia on ethnic food consumption in Spain. *Appetite*, 57, 121-130.
- [42]. Canbolat, C. & Yaman, M. (2017). Hatay ilinde yaşayan farklı dini inançlara mensup bireylerin gastronomik etkileşimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 96-104.
- [43]. Capiola, A., & Raudenbush, B. (2012). The effects of food neophobia and food neophilia on diet and metabolic processing. *Food and Nutrition Sciences*, 3(10), 1397.
- [44]. Carmichael, B. A. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management*, 21(6), 601-611.
- [45]. Cengiz, K. (2016). "Bi(r) yerli olmak: anlatılanlar ve imgeler üzerinden Antakyalılık". Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- [46]. Chang, R. C., Kivela, J. & Mak, A. H. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: when east meets west. *Tourism Management*, 32(2), 1-38.
- [47]. Chang, R. C., Kivela, J., & Mak, A. H. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of tourism research*, 37(4), 989-1011.
- [48]. Choe, J.Y. & Kim, S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention, *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007>
- [49]. Chung, L., Chung, S. J., Kim, J. Y., Kim, K. O., O'Mahony, M., Vickers, Z., et al. (2012). Comparing the liking for Korean style salad dressings and beverages between US and Korean consumers: Effects of sensory and non-sensory factors. *Food Quality and Preference*, 26(1), 105-118.
- [50]. Cooke, L. J., Haworth, C. M., & Wardle, J. (2007). Genetic and environmental influences on children's food neophobia. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 86(2), 428-433.
- [51]. Cooke, L., Wardle, J., & Gibson, E. L. (2003). Relationship between parental report of food neophobia and everyday food consumption in 2-6-year-old children. *Appetite*, 41(2), 205-206.
- [52]. Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yildirim, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- [53]. Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (1):64-70.
- [54]. Cömert, M., & Durlu Özkaya, F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (2), 62-66.
- [55]. creative-cities/creative-cities-map (t.y.) 26.12.2018 tarihinde <https://en.unesco.org/> adresinden alınmıştır.
- [56]. creativecities/sites/creativecities/files/unesco_uccn_en_180530_final.pdf (t.y.) 08.11.2018 tarihinde <https://en.unesco.org/> adresinden alınmıştır.
- [57]. Crompton, J. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image, *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23. <https://doi.org/10.1177/004728757901700404>.
- [58]. cuisine-of-civilizations (t.y.) 02.12.2018 tarihinde <http://hataygastronomi.com/en/> adresinden alınmıştır.
- [59]. Cusack, I. (2000). African cuisines: recipes for nation building?. *Journal Of African Cultural Studies*, 13, 2, 207-205.
- [60]. Çağlı, I.B., (2012). *Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: gastronomi turizmi örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

- [61]. Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1,(2), 39-51.
- [62]. Çavuşoğlu, M. (1994). The cuisine of Gaziantep. *SkyLife Aralık Sayısı*.48-52.
- [63]. Çiftçi, H. (1971). *Osmanlı Devleti' nin son yıllarında Gaziantep'te sanat ve ticaret dalları*. Gaziantep:Yeni Matbaa.
- [64]. D'Antuono, L. F., & Bignami, C. (2012). Perception of typical Ukrainian foods among an Italian population. *Food Quality and Preference*, 25, 1-8.
- [65]. Dalby, A. (2013). *Siren feasts: a history of food and gastronomy in Greece*. Routledge. <https://books.google.com/books>.
- [66]. Damsbo-Svendsen, M., Frost, M. B., & Olsen, A. (2017). A review of instruments developed to measure food neophobia. *Appetite*, 113, 358-367.
- [67]. De Boer, J., Helms, M., & Aiking, H. (2006). Protein consumption and sustainability: diet diversity in EU-15. *Ecological Economics*, 59(3), 267-274.
- [68]. De Silva, G. G. (2003). *International dictionary of gastronomy*. HippocreneBooksInc: New York.
- [69]. definition/creative (t.y.) 08.11.2018 tarihinde <https://en.oxforddictionaries.com/> adresinden alınmıştır.
- [70]. definition/neophilia (t.y.) 28.10.2018 tarihinde <https://en.oxforddictionaries.com/> adresinden alınmıştır.
- [71]. Demattè, M. L., Endrizzi, I., Biasioli, F., Corollaro, M. L., Pojer, N., Zampini, M., ... & Gasperi, F. (2013). Food neophobia and its relation with olfactory ability in common odour identification. *Appetite*, 68, 112-117.
- [72]. Demir, A. (1996), *Çağlar içinde Antakya*. İstanbul: Akbank Yayınları.
- [73]. Demirer, H. R. (2010). *Yöresel ürün ve coğrafi işaretler: Fransa ve Türkiye üzerine bir inceleme*. Yayınlanmamış doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [74]. Derinalp-Çanakçı, S. (2016). *Kapadokya'nın bir gastro-turizm destinasyonu olarak değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi. Mersin Üniversitesi Mersin.
- [75]. Dimitrovski, D., & Crespi-Vallbona, M. (2017). Role of food neophilia in food market tourists' motivational construct: The case of La Boqueria in Barcelona, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 475-487.
- [76]. Dolgoplova, I., Teuber, R., & Bruschi, V. (2015). Consumers' perceptions of functional foods: trust and food-neophobia in a cross-cultural context. *International journal of consumer studies*, 39(6), 708-715.
- [77]. Dovey, T. M., Staples, P. A., Gibson, E. L., & Halford, J. C. (2008). Food neophobia and 'picky/fussy' eating in children: A review. *Appetite*, 50.
- [78]. Du Rand, G. E., & Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current issues in tourism*, 9(3), 206-234.
- [79]. Durlu-Özkaya, F., & Can, A. (2012). Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türk Tarım Dergisi*, 206, 28-33.
- [80]. Edwards, J. S. A., Hartwell, H. L., & Brown, L. (2010). Changes in food neophobia and dietary habits of international students. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 23(3), 301-311.

- [81]. Eertmans, A., Victoir, A., Vansant, G., & Van den Bergh, O. (2005). Food-related personality traits, food choice motives and food intake: Mediator and moderator relationships. *Food Quality and Preference*, 16(8), 714-726.
- [82]. Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263.
- [83]. Eren, R., & Çelik, M. (2017). Çevrimiçi gastronomi imajı: Türkiye restoranlarının tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.
- [84]. Eren, S. (2007). Türk mutfağı ve HACCP sistemi; mutfak profesyonellerinin HACCP bilgilerinin ölçülmesi. 1. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*. Antalya.73- 83.
- [85]. Everett, H. J. (2005). *Class acts: Culinary tourism in newfoundland and labrador*. Yayınlanmamış doktora tezi, Memorial University of Newfoundland, Kanada.
- [86]. Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- [87]. Fakeye, P. C. & Crompton, J. L. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10-16.
- [88]. Falciglia, G. A., Couch, S. C., Gribble, L. S., Pabst, S. M., & Frank, R. (2000). Food neophobia in childhood affects dietary variety. *Journal of the American Dietetic Association*, 100 (12), 1474-1481.
- [89]. Fallon, A. E., & Rozin, P. (1983). The psychological bases of food rejections by humans. *Ecology of Food and Nutrition*, 13(1), 15-26.
- [90]. Ferguson, P. P. (2000). Is Paris France?. *French Review*, 1052-1064.
- [91]. Fernández-Ruiz, V., Claret, A., & Chaya, C. (2013). Testing a Spanish-version of the food neophobia scale. *Food Quality and Preference*, 28(1), 222-225.
- [92]. Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Information. (International Social Science Council)*, 27(2), 275-292.
- [93]. Flight, I., Leppard, P., & Cox, D. N. (2003). Food neophobia and associations with cultural diversity and socio-economic status amongst rural and urban Australian adolescents. *Appetite*, 41(1), 51-59.
- [94]. Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. NY: Basic Books.
- [95]. Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
- [96]. Frank, R. A., & Raudenbush, B. (1998). Individual differences in approach to novelty: The case of human food neophobia. In R. R. Hoffman, M. F. Sherrick, & J. S. Warm (Eds.). *Viewing psychology as a whole: The integrative science of William N. Dember* (pp. 227-245). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- [97]. Frank, R. A., Reilley, S. P., Schroth, F. E., Werk, C. D., & Wehner, B. (1997). Food neophobia reflects novelty seeking, not sensation seeking, or anxiety. In *Annual Meeting of the Society for Ingestive Behavior, Baltimore, MD*.
- [98]. Galloway, A. T., Lee, Y., & Birch, L. L. (2003). Predictors and consequences of food neophobia and pickiness in young girls. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(6), 692-698.
- [99]. Gálvez, J. C. P., López-Guzmán, T., Buiza, F. C., & Medina-Viruel, M. J. (2017). Gastronomy as an element of attraction in a tourist destination: the case of Lima, Peru. *Journal of Ethnic Foods*, 4(4), 254-261.

- [100].Gathen, C. (2016). *Benefits of networks within cultural and creative industries the case of the unesco creative cities network with a particular focus on gastronomy*. Unpublished Master's Thesis, Mid Sweden University, Östersund.
- [101].Gaziantep Ticaret Odası, (2011). Hayat boyu rekabet projesi, turizm ve hayat boyu öğrenme açısından Gaziantep ili mevcut durum analiz raporu.
- [102].Gaziantep Turizm Elçileri Derneği (GTED). (2011). Gaziantep Turizm Analizi Projesi (GTAP), 25, <https://www.ika.org.tr/upload/yazilar/2011-DFD-Raporlari-757200.pdf>.
- [103]. gaziantep-mutfagi-brosuru.pdf (t.y.) 13.12.2018 tarihinde <http://www.gcvb.org.tr/yayinlarimiz/> adresinden alınmıştır.
- [104].Gillespie, C., & Cousins, J. (2012). *European gastronomy into the 21st century*. Routledge.
- [105].Giritlioğlu, İ., & Bulut, E. (2015). Yerel halkın bakış açısına göre Gaziantep turizmi ve sürdürülebilirlik. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (1), 25-31.
- [106]. Goody, J. (2013). Yemek, mutfak sınıf, karşılaştırmalı sosyoloji çalışması. (Çev. M. Günay Güran). İstanbul, Pinhan Yayınevi.
- [107]. Göğüş, O. (1997). *İlk İnsanlardan Bugüne Çeşitli Yönleriyle Gaziantep*. Gaziantep, Ofset Cihan.
- [108]. Gökırmaklı, Ç., Balcı, F., Bayram, M., Kaplan, M., Bayram, Ö., & Tiryakioğlu, A. (2017). Gaziantep'in Bazı Geleneksel Lezzetlerinin Tarihsel Gelişimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 59, 69.
- [109]. Greggor, A. L., Thornton, A., & Clayton, N. S. (2015). Neophobia is not only avoidance: improving neophobia tests by combining cognition and ecology. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 6, 82-89.
- [110]. Guidetti, M. & Cavazza, N. (2008). Structure of the relationship between parents' and children's foodpreferences and avoidances: An explorative study. *Appetite*, 50, 83-90.
- [111]. Güler, O. , Harçın, S., & Tor Kadioğlu, C. (2017). Yiyecek-İçecek İşletmeleri Yöneticileri Gözünden Gaziantep'in "Dünya Gastronomi Şehri" Ünvanının Değerlendirilmesi. 1. *Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik Ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2017) Bildiriler Kitabı* 28-30 Eylül 2017/ 805-813.
- [112]. Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.
- [113]. Hall, C. M., & Mitchell, R. (2001). Wine and Food Tourism. In N. Douglas, N. Douglas & R. Derrett (Eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 307-329). Wiley.
- [114]. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- [115]. Hançer, Ş., & Mancı, A. R. (2017). Yerel halkın turizme bakış açısının belirlenmesi üzerine bir araştırma: Diyarbakır. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 70, 91.
- [116]. Harrington, R. J. (2005). Defining Gastronomic Identity Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3),129-152.
- [117]. Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- [118]. Hartmann, C., Shi, J., Giusto, A., & Siegrist, M. (2015). The psychology of eating insects: A cross-cultural comparison between Germany and China. *Food quality and preference*, 44, 148-156.

- [119]. Hassan, M. W., & Hall, C. M. (2003). The demand for halal food among Muslim travellers in New Zealand. In *Food tourism around the world* (pp. 81-101).
- [120]. Hatay İli Tarım Ve Kırsal Kalkınma Strateji Planı.pdf. (t.y.) 28.10.2018 tarihinde http://www.dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.gov.tr_201_SW4S72EX_ adresinden alınmıştır.
- [121]. Hatipoğlu, Aysu. (2010). *İnançların gastronomi üzerindeki etkileri: Bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- [122]. Hegarty, J. A., & O'Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- [123]. Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, 111(4), 317-326.
- [124]. Hendy, H. M., & Raudenbush, B. (2000). Effectiveness of teacher modeling to encourage food acceptance in preschool children. *Appetite*, 34(1), 61-76.
- [125]. Henriques, A. S., King, S. C., & Meiselman, H. L. (2009). Consumer segmentation based on food neophobia and its application to product development. *Food Quality and Preference*, 20(2), 83-91.
- [126]. Hjalager, A., M., Corigliano, M., A. (2000). Food for tourists determinants of an image. *International Journal Of Tourism Research*, 2, 281-293.
- [127]. Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- [128]. Hobden, K., & Pliner, P. (1995). Effects of a model on food neophobia in humans. *Appetite*.
- [129]. <http://www.gaziantep.gov.tr/> 25.01.2019 tarihinde erişilmiştir.
- [130]. <http://www2.unwto.org/> 16.12.2018 tarihinde erişilmiştir.
- [131]. <https://ich.unesco.org/en/home> 08.11.2018 tarihinde erişilmiştir.
- [132]. Hursti, U. K. K., & Sjöden, P. O. (1997). Food and general neophobia and their relationship with self-reported food choice: familial resemblance in Swedish families with children of ages 7-17 years. *Appetite*, 29(1), 89-103.
- [133]. Hwang, J., & Lin, T. N. (2010). Effects of food neophobia, familiarity, and nutrition information on consumer acceptance of Asian menu items. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(2), 171-187.
- [134]. Ibeh, K., Brock, J. K. U., & Zhou, Y. J. (2004). The drop and collect survey among industrial populations: theory and empirical evidence. *Industrial Marketing Management*, 33(2), 155-165.
- [135]. Ignatov, E. (2003). *The Canadian culinary tourists: How well do we know them?* (Master's thesis, University of Waterloo).
- [136]. Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235.
- [137]. İnce, C., & Samatova, G. (2018). Gastronomi turizmi kapsamında yaşayan Kırgız mutfağının farkındalık düzeyi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 369, 386.
- [138]. [index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5be4141a1a4fb6.61854215](http://www.tdk.gov.tr/). 08.11.2018 tarihinde, <http://www.tdk.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [139]. İslamoglu, A. H., (2002). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım.

- [140]. Jaeger, S. R., Rasmussen, M. A., & Prescott, J. (2017). Relationships between food neophobia and food intake and preferences: Findings from a sample of New Zealand adults. *Appetite*, 116, 410-422.
- [141]. Ji, M., Wong, I. A., Eves, A., & Scarles, C. (2016). Food-related personality traits and the moderating role of novelty-seeking in food satisfaction and travel outcomes. *Tourism Management*, 57, 387-396.
- [142]. Johns, N., Edwards, J. S., & Hartwell, H. (2011). Food neophobia and the adoption of new food products. *Nutrition & Food Science*, 41(3), 201-209.
- [143]. Jordana, J. (2000). Traditional foods: challenges facing the European food industry. *Food Research International*, 33(3-4), 147-152.
- [144]. Kabaran, S. (2011). *Ailelerin besin seçiminin çocukların besin seçimi ve yeni besin deneme fobisi üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- [145]. Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikler*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- [146]. Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- [147]. Kaltenborn, B. R. P., Andersen, O., Nellemann, C., Bjerke, T., & Thrane, C. (2008). Resident attitudes towards mountain second-home tourism development in Norway: The effects of environmental attitudes. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 664-680.
- [148]. Kaplan, A. (2018). *Gastronomi turistlerinin gıda seçiminde neofobi neofili etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- [149]. Kaptan, S. (1991). *Bilimsel araştırma ve istatistik teknikleri*. Ankara: Rehber Yayınevi.
- [150]. Karadağ, M., & Kuzu, Ş. L. (2018). The cosmopolitan and entrepreneurial city: Urban reimagination in Gaziantep. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(3).
- [151]. Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi* (23. Bs.). Ankara: Nobel Yayın.
- [152]. Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi kavramlar ilkeler teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- [153]. Kargiglioğlu, Ş., & Akbaba, A. (2016). Yerli gastro turistlerin eğitim seviyeleri ve yaş gruplarına göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları: Gaziantep'i ziyaret eden gastroturistler üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 87-95.
- [154]. Kargiglioğlu, Ş., (2015). *Gaziantep'te gastronomi turizmi: Gaziantep'i gastronomi turizmi kapsamında ziyaret eden yerli turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir.
- [155]. Karim, A. S., & Chi, C.G.Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: an empirical examination of destinations food image. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19,(6), 531-555.
- [156]. Kaypak, Ş., & Uçar, A. (2018). Antakya kentinin yemek kültürüne bakışı, *International Journal of Academic Value Studies*, Vol: , Issue: pp:190-202 (ISSN:2149-8598)
- [157]. Khoo, S. L., & Badarulzaman, N. (2014). Factors determining George Town as a city of gastronomy. *Tourism Planning & Development*, 11(4), 371-386.
- [158]. Kılınç, O., & Kılınç, U. (2018). Yöresel gastronomik değerlerin ürüne dönüşme düzeyi: Antalya il merkezi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 6/Special issue3 (2018) 394-410*.

- [159]. Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.
- [160]. King, S. C., Meiselman, H. L., & Henriques, A. (2008). The effect of choice and psychographics on the acceptability of novel flavors. *Food Quality and Preference*, 19(8), 692-696.
- [161]. Kirshenblatt-Gimblett, B. (2004). Foreword to culinary tourism, ed. Lucy M. Long, xi-xiv. *Kentucky: The University Press of Kentucky*.
- [162]. Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- [163]. Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- [164]. Knaapila, A., Silventoinen, K., Broms, U., Rose, R. J., Perola, M., Kaprio, J., & Tuorila, H. M. (2011). Food neophobia in young adults: genetic architecture and relation to personality, pleasantness and use frequency of foods, and body mass index a twin study. *Behavior Genetics*, 41(4), 512-521.
- [165]. Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., & Perola, M. (2007). Food neophobia shows heritable variation in humans. *Physiology & Behavior*, 91(5), 573-578.
- [166]. Koivisto Hursti, U. K., Magnusson, M. K., & Algers, A. (2002). Swedish consumers' opinions about gene technology. *British Food Journal*, 104(11), 860-872.
- [167]. Koivisto, U. K., & Sjöden, P. O. (1996). Food and general neophobia in Swedish families: Parent-child comparisons and relationships with serving specific foods. *Appetite*, 26(2), 107-118.
- [168]. Kopar, M. (2015). *Lezzetler diyarı Gaziantep*. Fırat'tan Volga'ya medeniyetler köprüsü. Adıyaman Üniversitesi Yayınları. Yayın no: 13.
- [169]. Köleoğlu, N. (2018). Turizmin etkilerine karşı yerel halkın algılarının değerlendirilmesi: Gelibolu tarihi alan bölgesinde bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2), 214-231.
- [170]. Köroğlu, A., Acun, A., Çözeli, F. E., & Oflaz, M. (2018). Tahtakuşlar mirasının keşfi: Yerel halkın tutumları üzerine bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3).
- [171]. Közleme, O. (2012). *Türk mutfak kültürü ve din*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- [172]. Krätke, S. (2010). 'Creative Cities' and the rise of the dealer class: a Critique of Richard Florida's approach to urban theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 835 - 853.
- [173]. Kudo, K. (2008). *Role of food neophobia, food attitudes and written information on the acceptance of novel fish products: A cross-cultural study*. Unpublished master's thesis, Portland State University, Portland.
- [174]. Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18 Nisan, Antalya.
- [175]. Lafraire, J., Rioux, C., Giboreau, A., & Picard, D. (2016). Food rejections in children: Cognitive and social/environmental factors involved in food neophobia and picky/fussy eating behavior. *Appetite*, 96, 347-357.

- [176]. Lakićević, M., Žarevac, M., & Pantić, N. (2012). Gastronomic festivals in rural regions of Serbia. *Megatrend Review*, 9(1).
- [177]. Landry, C. (2008). *The creative city a toolkit for urban innovators*. (2nd ed.). London - Sterling, VA. Routledge.
- [178]. Law, R, Cheung, C and Lo, A. (2004). The relevance of profiling travel activities for improving destination marketing strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16, 6.
- [179]. Lertputtarak, S. (2012). The relationship between destination image, food image, and revisiting Pattaya, Thailand, *International Journal of Business and Management*, 7(5), 111-121.
- [180]. Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30-48.
- [181]. lists?multinational=3&display=1=inscriptionID#tabs (t.y.) 10.11.2018 tarihinde <https://ich.unesco.org/en/> adresinden alınmıştır.
- [182]. Long, L. (2004). Culinary tourism: Exploring the other through food. *Lexington: The University Press of Kentucky*, 20-21.
- [183]. Long, L. M. (1998). Culinary tourism. A folkloristic perspective on eating and otherness. *Vol. 55, Iss. 3, (Jan 1, 1998)*: 181.
- [184]. López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomy, tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.
- [185]. Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of tourism research*, 39(1), 171-196.
- [186]. Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2017). The effects of food-related personality traits on tourist food consumption motivations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 1-20.
- [187]. Martins, Y., Pelchat, M. L., & Pliner, P. (1997). "Try it; it's good and it's good for you": Effects of taste and nutrition information on willingness to try novel foods. *Appetite*, 28(2), 89-102.
- [188]. Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism management*, 33(6), 1329-1336.
- [189]. Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of tourism research*, 27(2), 391-411.
- [190]. McFarlane, T., & Pliner, P. (1997). Increasing willingness to taste novel foods: effects of nutrition and taste information. *Appetite*, 28(3), 227-238.
- [191]. Meiselman, H. L., King, S. C., & Gillette, M. (2010). The demographics of neophobia in a large commercial US sample. *Food Quality and Preference*, 21(7), 893-897.
- [192]. Miller, S. B. (2004). *Disgust The Gatekeeper Emotion*, The Analytic Press, Inc., Publishersm101 West Street, Hillsdale.
- [193]. Mitchell, R. & Hall, C. M. (2003) Consuming tourists: Food tourism consumer behaviour. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (Eds.) *Food tourism around the world: Development, Management and Markets* (pp. 60-80). Oxford: Butterworth Heinemann.
- [194]. Muhammad, R., Ibrahim, M. A., Ahmad, R., & Hanan, F. (2016). Psychological factors on food neophobia among the young culinarian in Malaysia: Novel food preferences. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 358-366.
- [195]. Musterd, S., ve Kovács, Z. (2013). Place-making and policies for competitive cities, Oxford: Wiley-Blackwell.

- [196]. Mustonen, S., Oerlemans, P., & Tuorila, H. (2012). Familiarity with and affective responses to foods in 8–11-year-old children. The role of food neophobia and parental education. *Appetite*, 58(3), 777-780.
- [197]. Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [198]. Nelson, V. (2015). Place reputation: representing Houston, Texas as a creative destination through culinary culture. *Tourism Geographies*, 17(2), 192-207.
- [199]. Nestle, M., Wing, R., Birch, L., DiSogra, L., Drewnowski, A. et al. (1998). Behavioral and social influences on food choice. *Nutrition Reviews*, 56(5), 50-64
- [200]. Nordin, S., Broman, D. A., Garvill, J., & Nyroos, M. (2004). Gender differences in factors affecting rejection of food in healthy young Swedish adults. *Appetite*, 43(3), 295-301.
- [201]. nüfus-ve-dagilimi (t.y.) 25.01.2019 tarihinde <http://www.hatay.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [202]. Okuyucu, A., & Somuncu, M. (2012). Kültürel mirasın korunması ve turizm amaçlı kullanılmasında yerel halkın algı ve tutumlarının belirlenmesi: Osmaneli ilçe merkezi örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 4(1), 37-51.
- [203]. Olabi, A., Najm, N. E. O., Baghdadi, O. K., & Morton, J. M. (2009). Food neophobia levels of Lebanese and American college students. *Food Quality and Preference*, 20(5), 353-362.
- [204]. Olsen, S. O., Scholderer, J., Brunsø, K., & Verbeke, W. (2007). Exploring the relationship between convenience and fish consumption: a cross-cultural study. *Appetite*, 49(1), 84-91.
- [205]. Ozgen, L. (2014). Academicians' attitude towards "New Foods". *Food and Public Health*, 4(6), 259-265.
- [206]. Öner, S., & Aydoğdu, A. (2017). yerel halkın gastronomi turizmine karşı farkındalık ve tutumu: Kastamonu örneği. *1st International Sustainable Tourism Congress*, Kastamonu-Turkey.
- [207]. Öter, Z., & Özdoğan, O. N. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2).
- [208]. Özdamar, K. (1999). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- [209]. Özgen, L., & Türkmen, F. (2018). Yeni yiyeceklere yaklaşım ölçeğinin geçerlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 229-243.
- [210]. Özgürel, G., Değişgel, S., & Eröz, S. S. (2015). Tunceli ili kırsal turizm potansiyeli ve yerel halkın turizme yönelik bakışları. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (2), 64-76.
- [211]. Özsabuncuoğlu, Ö. (2009). *Dört mevsim Gaziantep yemekleri*. Gaziantep: Artı Yayın.
- [212]. Pearson, D., & Pearson, T. (2016). Branding food culture: UNESCO creative cities of gastronomy. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 28(2), 164-176.
- [213]. Pearson, D., & Pearson, T. (2017). Branding food culture: UNESCO creative cities of gastronomy. *Journal of Food Products Marketing*, 23(3), 342-355.
- [214]. Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior?. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901-917.
- [215]. Pliner, P. (1994). Development of measures of food neophobia in children. *Appetite*, 23(2), 147-163.
- [216]. Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19(2), 105-120.

- [217]. Pliner, P., & Melo, N. (1997). Food neophobia in humans: Effects of manipulated arousal and individual differences in sensation seeking. *Physiology & behavior*, *61*(2), 331-335.
- [218]. Pliner, P., & Salvy, S. J. (2006). *Food neophobia in humans*. In R. Shepherd, & M. Raats (Eds.), *The psychology of food choice* (pp. 75-89). King's Lynn: UK: Biddles Ltd.
- [219]. Pliner, P., Eng, A., & Krishnan, K. (1995). The effects of fear and hunger on food neophobia in humans. *Appetite*, *25*(1), 77-87.
- [220]. Pliner, P., Pelchat, M., & Grabski, M. (1993). Reduction of neophobia in humans by exposure to novel foods. *Appetite*, *20*(2), 111-123.
- [221]. Rand, G. E. D., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *14*(3-4), 97-112.
- [222]. Raudenbush, B., & Frank, R. A. (1999). Assessing food neophobia: The role of stimulus familiarity. *Appetite*, *32*(2), 261-271.
- [223]. Raymond, C., & Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of sustainable tourism*, *15*(5), 520-540.
- [224]. Ribeiro de Andrade Previato, H. D., & Behrens, J. H. (2015). Translation and validation of the food neophobia scale (FNS) to the Brazilian Portuguese. *Nutricion Hospitalaria*, *32*(2).
- [225]. Rice, T. (2002). *Bizans'ta günlük yaşam*. (Çev. B. Altınok). İstanbul: Özne Yayınları.
- [226]. Richards, G. (2003). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?. In *Tourism and gastronomy* (pp. 17-34). Routledge.
- [227]. Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, creativity and development* (Vol. 10). Routledge.
- [228]. Rigal, N., Frelut, M. L., Monneuse, M. O., Hladik, C. M., Simmen, B., & Pasquet, P. (2006). Food neophobia in the context of a varied diet induced by a weight reduction program in massively obese adolescents. *Appetite*, *46*(2), 207-214.
- [229]. Ritchey, P. N., Frank, R. A., Hursti, U. K., & Tuorila, H. (2003). Validation and cross-national comparison of the food neophobia scale (FNS) using confirmatory factor analysis. *Appetite*, *40*(2), 163-173.
- [230]. Ronteltap, A., Van Trijp, J. C. M., Renes, R. J., & Frewer, L. J. (2007). Consumer acceptance of technology-based food innovations: lessons for the future of nutrigenomics. *Appetite*, *49*(1), 1-17.
- [231]. Rosi, M. (2014). Branding or sharing? The dialectics of labeling and cooperation in the unesco creative cities network. *City, Culture and Society*, *5*, 107-110.
- [232]. Roßbach, S., Foterek, K., Schmidt, I., Hilbig, A., & Alexy, U. (2016). Food neophobia in German adolescents: Determinants and association with dietary habits. *Appetite*, *101*, 184-191.
- [233]. Rozin, P. (1988). Cultural approaches to human food preferences. *Nutritional modulation of neural function*, 137-153.
- [234]. Rozin, P. (1990). The importance of social factors in understanding the acquisition of food habits. In E. D. Capaldi & T. L. Powley (Eds.), *Taste, experience, and feeding* (pp. 255-269). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- [235]. Rozin, P., & Fallon, A. (1980). The psychological categorization of foods and non-foods: A preliminary taxonomy of food rejections. *Appetite*, *1*(3), 193-201.
- [236]. Rozin, P., & Vollmecke, T. A. (1986). Food likes and dislikes. *Annual review of nutrition*, *6*(1), 433-456.

- [237]. Sahilli Birdir, S. (2009). *Yaz tatilinden beklenen faydalara göre turist pazarının bölümlendirilmesi: Antalya'da yapılan bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- [238]. Sahilli Birdir, S., İflazoğlu, N., & Birdir, K. (2018). Hatay yöresel mutfağının coğrafi işaret potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Isbn Numarası: 978605256006.
- [239]. Salman, D. (2010). Rethinking of cities, culture and tourism within a creative perspective. *Pasos*, 8(3), 1-5.
- [240]. Sánchez-Cañizares, S. M., & López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 15(3), 229-245.
- [241]. Sanjuán-López, A., Philippidis, G., & Resano-Ezcaray, H. (2011). How useful is acceptability to explain economic value? An application on the introduction of innovative saffron products into commercial markets. *Food Quality and Preference*, 22, 255-263.
- [242]. Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International journal of hospitality management*, 23(1), 15-24.
- [243]. Schickenberg, B., van Assema, P., Brug, J., & de Vries, N. K. (2008). Are the Dutch acquainted with and willing to try healthful food products? The role of food neophobia. *Public Health, Nutrition*, 11(5), 493-500.
- [244]. Schnettler, B., Crisóstomo, G., Sepúlveda, J., Mora, M., Lobos, G., Miranda, H., & Grunert, K. G. (2013). Food neophobia, nanotechnology and satisfaction with life. *Appetite*, 69, 71-79.
- [245]. Schnettler, B., Grunert, K. G., Miranda-Zapata, E., Orellana, L., Sepúlveda, J., Lobos, G., ... & Höger, Y. (2017). Testing the Abbreviated Food Technology Neophobia Scale and its relation to satisfaction with food-related life in university students. *Food Research International*, 96, 198-205.
- [246]. Schulze, G., & Watson, N. V. (1995). Comments on 'flavor neophobia in selected rodent species'. Biological perspectives on motivated activities. *Ablex Publishing Corporation, Norwood, New Jersey*, 229-230.
- [247]. Schwartz, M. (2011). *Chefs' Perceptions of local food, networking and culinary identity*. Unpublished master thesis, Wilfrid Laurier University, Ontario.
- [248]. Selwood, J. (2003). The Lure of food: Food as an attraction in destination marketing. *Prairie Perspectives*, 4, 142-161.
- [249]. Serinkaya, E. Y. (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *Artium*, 5(1), 27-41.
- [250]. Seyidoğlu, H. (2000). *Bilimsel araştırma ve yazma el kitabı*. (8. Bs.). İstanbul: Güzem Yayınları.
- [251]. Shenoy, S. S. (2005). *Food tourism and the culinary tourist*. A Thesis Presented to Graduate School of Clemson University, USA: South Carolina.
- [252]. Siegrist, M., Hartmann, C., & Keller, C. (2013). Antecedents of food neophobia and its association with eating behavior and food choices. *Food Quality and Preference*, 30(2), 293-298.
- [253]. Slimani, N., Fahey, M., Welch, A., Wirfält, E., Stripp, C., Bergström, E., ... & Veglia, F. (2002). Diversity of dietary patterns observed in the European prospective investigation into cancer and nutrition (EPIC) project. *Public Health Nutrition*, 5(6b), 1311-1328.
- [254]. Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802.

- [255]. Sobal, J., Bisogni, C. A., Devine, C. M., & Jastran, M. (2006). A conceptual model of the food choice process over the life course. *Frontiers in Nutritional Science*, 3, 1.
- [256]. Somut-olmayan-kültürel-mirasın korunması-sözleşmesi hak html (t.y.) 09.12.2018 tarihinde <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-50837/> adresinden alınmıştır.
- [257]. Soner, F. (2013). *Gastronomy Tourism: A Solution For Small Cities Marketing and Local Development*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- [258]. Stoica, M., & Alexe, P. (2016). Factors influencing food neophobia: A brief review. *Journal of Research on Trade, Management and Economic Development*, 3, 2(6), 35-41.
- [259]. Stratton, L. M., Vella, M. N., Sheeshka, J., & Duncan, A. M. (2015). Food neophobia is related to factors associated with functional food consumption in older adults. *Food Quality and Preference*, 41, 133-140.
- [260]. Şahin, K. (2012). *Hatay Mutfak Kültürü ve Yemekleri*. T.C. Hatay Valiliği, Hatay: Yayın No: 16. Pozitif Matbaa.
- [261]. Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara:Seçkin Yayıncılık.
- [262]. Tanska, M., Babicz Zielinska, E. & Chaillot, A. (2017). Attitudes of elderly people towards new and unfamiliar food. *Handel Wewnętrzny*, 1(366), 368-376.
- [263]. Taşkıran, E. (2005). *Otel işletmelerinde liderlik ve yöneticilerin liderlik yönelimleri:İstanbul'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma*.Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- [264]. Taştan, H. & İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın Unesco gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 6/Special issue3*, 384-393.
- [265]. Teye, V., Sönmez, S. F. & Sırakaya, E. (2002). "Residents' attitudes towards tourism development", *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 668-688.
- [266]. Tokuz. G. (1995). *Gaziantep yemekleri*. Gaziantep Üniversitesi Vakfı Yayınları, Gaziantep, Gaziantep Üniversitesi Basımevi.
- [267]. Tokuz. G. (2002). *Gaziantep ve Kilis mutfak kültürü*. Birinci baskı, Gaziantep Üniversitesi Vakfı Yayınları, Gaziantep, Gaziantep Üniversitesi Basımevi.
- [268]. Ton Nu, C., Patrick MacLeod, P. & Jacques Barthelemy, J. (1996) Effects of age and gender on adolescents food habits and preference. *Food Quality & and Preference*, 7, (3/4), 251-262.
- [269]. Törnwall, O., Silventoinen, K., Hiekkalinna, T., Perola, M., Hely Tuorila, H., & Kaprio, J. (2014). Identifying flavor preference subgroups. Genetic basis and related eating behavior traits. *Appetite*, 75, 1-10.
- [270]. TR-149194/gastronomi.html (t.y.) 22.11.2018 tarihinde <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [271]. TR-96254/kultur.html. (t.y.) 20.10.2018 tarihinde <http://www.kultur.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [272]. Trichopoulou, A., Soukara, S., & Vasilopoulou, E. (2007). Traditional foods: a science and society perspective. *Trends in Food Science & Technology*, 18(8), 420- 427.
- [273]. Tuorila, H., Leahtenmaki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12, 29-37.

- [274]. Tuorila, H., Meiselman, H. L., Bell, R., Cardello, A. V., & Johnson, W. (1994). Role of sensory and cognitive information in the enhancement of certainty and liking for novel and familiar foods. *Appetite*, 23(3), 231-246.
- [275]. turkiye/gaziantep/neyenir/gazantep mutfagi. (t.y.) 12.12.2018 tarihinde <https://www.kulturportali.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [276]. TURKPATENT/ 23.12.2018 tarihinde <https://www.turkpatent.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [277]. TURKPATENT/geographicalRegisteredList/ (t.y.) 12.01.2019 tarihinde <http://www.turkpatent.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [278]. Türk, H. & Şahin, K. (2004). Antakya geleneksel yemek kültürü. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 1-17.
- [279]. Türkmen, F., & Dönmez, Y. (2015). Korunan alanların turizme açılmasına ilişkin yerel halkın görüşleri (Yenice örneği). *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 189-204.
- [280]. UCCN. (2018). *UNESCO Creative Cities Network: Creativity for Sustainable Development*. https://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/unesco_uccn_en_2018.pdf
- [281]. Uçuk, C., Özkanlı, O., Alkan, Y. (2017). Yaratıcı şehirler ağı'nın gastronomi turizmine etkisi: Gaziantep ili kadayıf ve künefe işletmeleri üzerine bir araştırma. 4. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, Ankara, 121-222.
- [282]. Ural, A., & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve Spss ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [283]. Üzülmez, M. (2018). *Yabancı turistlerin Türk mutfağı seçim motivasyonlarının neofobi ve neofili düzeylerine göre incelenmesi: İstanbul'da bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- [284]. Üzümcü, O.O. (2018). *Gastronomi kültürü ve gastronomi turizmi açısından Likya bölgesini ziyaret eden turistler üzerine bir inceleme*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- [285]. Veeck, A. (2010). Encounters with extreme foods: Neophilic/neophobic tendencies and novel foods. *Journal of Food Products Marketing*, 16(2), 246-260.
- [286]. Verbeke, W., & Poquiqui López, G. (2005). Ethnic food attitudes and behaviour among Belgians and Hispanics living in Belgium. *British food journal*, 107(11), 823-840.
- [287]. Wądołowska, L., Babicz-Zielińska, E., & Czarnocińska, J. (2008). Food choice models and their relation with food preferences and eating frequency in the Polish population: POFPRES study. *Food policy*, 33(2), 122-134.
- [288]. Wolf, E. (2002). Culinary tourism: A tasty economic proposition. *Retrieved in June*, 25, 2007.
- [289]. Wu, K., Raab, C., Chang, W., & Krishen, A. (2016). Understanding Chinese tourists' food consumption in the United States. *Journal of Business Research*, 69(10), 4706-4713.
- [290]. Xiaomin, C. (2017). "City of Gastronomy" of UNESCO creative cities network: From international criteria to local practice. *社会システム研究*, 2017, 55-67.
- [291]. Yamada, Y., Kawabe, T., & Ihaya, K. (2012). Can you eat it? A link between categorization difficulty and food likability. *Advances in cognitive psychology*, 8(3), 248.
- [292]. Yarış, A. (2014). *Mardinde gastronomi turizmi: Turist görüşlerine ilişkin bir uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin

- [293]. Yazıcıoğlu, İ., & Alphan, E. (2017). Turistik destinasyonlarda yerel yiyecek içecek tüketime etki eden faktörlerin analizi. *4th International Congress of Tourism & Management Researches*, 12-14 Mayıs, Girne/Kıbrıs, 116-129.
- [294]. Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [295]. Yılmaz, R. (2018). *Yeni gıdalar ve gıda bileşenleri*.25.11.2018 tarihinde <https://www.gidahatti.com/yeni-gidalar-ve-gida-bilesenleri-77183/> adresinden alınmıştır.
- [296]. Yiğit, S. (2018). *Etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisi karşılaştırmalı bir uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- [297]. Yiğit, S., & Doğdubay, M. (2017). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerde yiyecekte yenilik korkusu (food neophobia): Balıkesir üniversitesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5, 162-168.
- [298]. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.
- [299]. Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism management*, 22(4), 363-372.
- [300]. Yükselen, C. (2000). *Pazarlama araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [301]. Zelinsky, W. (1985). The Roving Palate: North America's ethnic restaurant cuisines. *Geoforum*, 16(1), 51-72.
- [302]. Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host guest interaction in the urban rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.

EKLER

EK.1 VERİ TOPLAMA ARACI

UNESCO GASTRONOMİ ŞEHİRLERİNDE GASTRONOMİ TURİZMİ VE YENİ YİYECEK DENEME KORKUSU (FOOD NEOPHOBIA): HATAY ve GAZİANTEP ÖRNEĞİ, ANKET FORMU



Sayın Katılımcı,

Elinizdeki anket, Unesco Gastronomi Şehri seçilen Hatay ve Gaziantep şehirlerinde yaşayanların yeni yiyecek deneme tutumlarını irdeleyen ve Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı'nda yazılmakta olan bir yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilecek bilgiler, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak olup, kesinlikle **GİZLİ** tutulacaktır. İşbirliğiniz ve katkılarınızdan dolayı teşekkür eder, saygılar sunarız.

Doç. Dr. Sevda BİRDİR

Nurhayat İFLAZOĞLU

Mersin Üni. Turizm Fakültesi
Gastronomi ABD. e-mail: birdirss@mersin.edu.tr

Mersin Üniv. SBE.
e-mail: niflazoglu@gmail.com

Demografik Özellikleriniz	
1.Cinsiyetiniz	: <input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
2. Yaşınız	: <input type="checkbox"/> 21-30 <input type="checkbox"/> 31-40 <input type="checkbox"/> 41-50 <input type="checkbox"/> 51-60 <input type="checkbox"/> 61+
3.Medeni Durumunuz:	<input type="checkbox"/> Bekar <input type="checkbox"/> Evli
4.Eğitiminiz	: <input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Önlisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü
5. Mesleğiniz:	<input type="checkbox"/> İşletme Sahibi <input type="checkbox"/> Yönetici <input type="checkbox"/> Memur <input type="checkbox"/> Serbest meslek <input type="checkbox"/> İşçi <input type="checkbox"/> Öğrenci <input type="checkbox"/> Diğer
6. Geliriniz	: <input type="checkbox"/> 1001-2000 TL <input type="checkbox"/> 2001-3000 TL <input type="checkbox"/> 3001-4000 TL <input type="checkbox"/> 4001 – 5000 <input type="checkbox"/> 5001 TL ve üstü
7. Yeni yemek denemek için hiç seyahat ettiniz mi?	<input type="checkbox"/> Evet (Nereye? Lütfen belirtiniz →) <input type="checkbox"/> Hayır Soru 10'a gidiniz.
8. Denemek için seyahat ettiğiniz yemeklerin adlarını yazınız:	
9. Lütfen bu seyahat(lerin) her biri için harcadığınız para miktarını yaklaşık olarak belirtiniz(TL)	

10. Lütfen, her ifadeyi durumunuzu yansıtır derecesine göre işaretleyiniz	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1. Farklı kültürlerden insanların ne yediğini merak ederim	①	②	③	④
2. Farklı kültürlerin yemeklerini tatmak için seyahat ederim	①	②	③	④	⑤
3. Etnik yemekler yemeği severim	①	②	③	④	⑤

11. Lütfen, her ifadeyi yeni yiyecek deneme durumunuzu yansıtmaya derecesine göre işaretleyiniz	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Yeni yiyeceklere güvenmem	①	②	③	④	⑤
2. İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem.	①	②	③	④	⑤
3. Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	①	②	③	④	⑤
4. Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	①	②	③	④	⑤
5. Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir	①	②	③	④	⑤
6. Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	①	②	③	④	⑤
7. Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	①	②	③	④	⑤
8. Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	①	②	③	④	⑤
9. Neredeyse her şeyi yerim	①	②	③	④	⑤
10. Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim	①	②	③	④	⑤

12. Lütfen, her ifadeyi durumunuzu yansıtmaya derecesine göre işaretleyiniz	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Gastronomi Turizminin Hatay ili için önemli olduğunu düşünüyorum.	①	②	③	④	⑤
Hatay, yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (Baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir.	①	②	③	④	⑤
Hatay'da turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	①	②	③	④	⑤
Hatay'da satılan yiyecek-içecek ürünleri Hatay mutfağını temsil eder	①	②	③	④	⑤
Genel olarak Hatay'daki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	①	②	③	④	⑤
Genel olarak Hatay'daki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	①	②	③	④	⑤

12. Lütfen, her ifadeyi durumunuzu yansıtmaya derecesine göre işaretleyiniz	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Gastronomi Turizminin Gaziantep ili için önemli olduğunu düşünüyorum.	①	②	③	④	⑤
Gaziantep, yemekleri dışında gastronomi ürünlerine (Baharat, kuruyemiş, pişirme araç-gereçleri vb.) sahiptir.	①	②	③	④	⑤
Gaziantep'te turistleri bölgeye çekmek için festival ve mutfak aktiviteleri düzenlenir	①	②	③	④	⑤
Gaziantep'te satılan yiyecek-içecek ürünleri Gaziantep mutfağını temsil eder	①	②	③	④	⑤
Genel olarak Gaziantep'teki yiyecek-içecek ürünleri lezzetli ve kalitelidir	①	②	③	④	⑤
Genel olarak Gaziantep'teki yiyecek-içecek ürünlerinin fiyatı uygundur	①	②	③	④	⑤

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Nurhayat İFLAZOĞLU
Doğum Tarihi : 04.05.1984
E-mail : niflazoglu@gmail.com

Öğrenim Durumu :

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Ön Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Anadolu Üniversitesi	2013-2015
Lisans	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Gazi Üniversitesi	2012-2016
Lisans	Konaklama İşletmeciliği	Anadolu Üniversitesi	2015-2019
Yüksek Lisans	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Mersin Üniversitesi	2016-2019

ESERLER

Makaleler

1. Taştan, H. & **İflazoğlu, N.** (2018). Hatay'ın Unesco gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies -Jotags 6/Special issue3*, 384-393.
2. Aksoy, M., **İflazoğlu, N.**, & Canbolat, C. (2016). Avrupa aşçılık tarihi: Antik Yunan'dan Sanayi Devrimi'ne. *Journal of Recreation and Tourism Research- JRTR*, 3 (1), 54-62.
3. Aksoy, M., Akbulut, A.B., & **İflazoğlu, N.** (2016). Mevlevilikte mutfak kültürü ve Ateşbaz-ı Veli makamı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies - Jotags 4(1)*, 96-103.
4. Karabina, S., **İflazoğlu, N.**, Karakuş, H., & Kuvvetli, M. (2016). Mutfaktaki kutsal emanet. *Zeytin Bilimi- 6(2)*, 99-104.

Bildiriler

1. Çakıcı, A.C. & **İflazoğlu, N.** (2019). Kalabalık restoran algısının davranışsal niyetlere etkisi. *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium*, Anamur/ Mersin / Turkey. 149-156.
2. Sahilli Birdir, S., **İflazoğlu, N.**, & Birdir, K. (2019). Turist rehberi adaylarında yeni yiyecek deneme korkusu (neophobia). *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium*, Anamur/ Mersin / Turkey. 241-249.
3. Sahilli Birdir S., **İflazoğlu, N.**, & Birdir, K. (2018). Bir turist destinasyonu olarak Türkiye'nin imajı: Amerika örneği. *2. Uluslararası Turizmin Geleceği; İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*, Mersin Üniversitesi, Mersin. 358-369.

4. Taştan, H. & **İflazoğlu, N.** (2018). Hatay'ın Unesco gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Gasronomi Kongresi*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
5. Sahilli Birdir S., **İflazoğlu, N.**, & Birdir, K. (2018). Hatay yöresel mutfağının coğrafi işaret potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, İskenderun Teknik Üniversitesi, Hatay. 358-369.
6. Karabina, S., **İflazoğlu, N.**, Karakuş, H., & Kuvvetli, M. (2016). Mutfaktaki kutsal emanet, Poster Bildiri. *V.Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi*, Ankara.

İş/Staj Deneyimleri

1. İnlet Tower Hotel & Suites (Gastro-Pubhouse) / ABD (2019). İş tanımı: Chef de Partie.
2. Marriott Downtown Hotel Anchorage / ABD (2018). İş tanımı: Chef de Partie.
3. Alaska Jewish Campus/ABD (2018). İş tanımı: Banquet Chef.
4. Marriott Downtown Hotel Anchorage / ABD (2016-2017). İş tanımı: Chef de Partie.
5. Rixos Premium Tekirova Hotel / ANTALYA (2016). İş tanımı: Demi Chef de Partie.
6. Altındağ Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, ANKARA (2016). İş tanımı: Yiyecek İçecek Hizmetleri, Stajyer Öğretmen.
7. Hilton Anchorage Downtown Hotel / ABD (2015). İş tanımı: A la Carte Cook.
8. Kincaid Grill Anchorage / ABD (2015). İş tanımı: Prep. Cook.
9. NH Hotel Dessau/ ALMANYA (2014). İş tanımı: Trainee.
10. Hilton Sarıgerme Resort&Spa Hotel/ MUĞLA (2013-2014). İş tanımı: Commis Chef 1/ Demi Chef.