




Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, Vol. 6, Issue 1, 177-198, 2022

Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

YENİ YİYECEK FOBİSİ VE GASTRONOMİ TURİZMİNİN GELİŞMESİNE ETKİSİ: KALİTATİF BİR ÇALIŞMA

Food Neophobia and Its Effect on The Development of Gastronomic Tourism: A Qualitative Study

* Nuray TÜRKER 

** Emre AKMANOĞLU 

ÖZET

Gastronomi odaklı seyahatlerin önemli bir gelişme kaydettiği günümüzde insanlar yeni yiyecekler denemek, böylece destinasyonun kültürünü ve ürünlerini yiyecek ve içecekler yoluyla deneyimlemek için seyahat etmektedir. Bununla birlikte, yeni ürünler deneyimlemek isteyenler kadar yeni ve aşına olmadıkları yiyecek ve içeceklerden korkan insanlar da bulunmaktadır. Yiyecek neofobisi olarak adlandırılan bu korkular gastronomi turizminin gelişmesini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı, kişilerin yeni yiyecek fobilerini belirlemek ve yiyecek neofobisinin gastronomi turizminin gelişimi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada nitel bir araştırma deseni benimsenmiş olup amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak daha önce yurt dışına seyahat etmiş 16 kişi ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Elde edilen verilere içerik analizi ile çözümlenmiştir. Araştırmada yeni yemek deneyiminin kültür, din, hijyen gibi durumlardan etkilendiği belirlenmiştir. Çalışma, yiyecek neofobisinin gastronomi turizminin gelişmesini olumsuz yönde etkilediğini özellikle de turistlerin gastronomi turizmine yönelik taleplerinde azalmalara neden olabileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek Neofobisi, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Kültür

ABSTRACT

Today, when gastronomy-oriented travel has made a significant development, people travel to try new food, to experience the destination's culture and products through food and beverages. However, there are people who fear of trying new and unfamiliar food and beverages as well as individuals who want to experience new food. These fears, called food neophobia, can negatively affect the development of gastronomic tourism. In this context, the main purpose of this study is to determine individuals' food neophobias and to reveal the effect of food neophobia on the development of gastronomic tourism. A qualitative research design was adopted in the study, and online interviews were conducted with 16 people who had traveled abroad before using the purposive sampling method. The data were analyzed by content analysis. In the study, it was determined that the new food experience was affected by conditions such as culture, religion, and hygiene. The study shows that food neophobia negatively affects the development of gastronomic tourism, especially that it may cause a decrease in the demands of tourists for gastronomic tourism.

.Keywords: Food Neophobia, Gastronomy, Gastronomy Tourism, Culture



Yayın Bilgileri

Geliş tarihi: 09.01.2022

Kabul tarihi: 23.03.2022

İletişim Bilgileri

* nturker@karabuk.edu.tr

** eemre.akmanoglu@gmail.com



1. GİRİŞ

Gastronomi turizmi son yıllarda çekiciliği giderek artan bir turizm çeşididir. Turizm ile yiyecek ve içecek arasındaki bağlantıyı ifade eden gastronomi turizmi (Bekar ve Belpınar, 2015) yerel, benzersiz ve farklı yiyecekleri deneyimlemek amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerdir. Gastronomi turizmi yerel ekonomiye ve toplumsal kalkınmaya katkı sağlayan bir turizm çeşididir (Cömert ve Sökmen, 2017).

Günümüz turisti yeni yiyecekler denemek, geleneksel mutfakları tecrübe etmek, gastronomi ile ilgili etkinliklere katılmak amacıyla gastronomik değerleri ile öne çıkan turistik destinasyonlara seyahat etmektedir. Tüketiciler yeni ve benzersiz gıda deneyimi ve çeşitlilik aradıkları için yerel ve etnik gıdalara olan ilgileri de giderek artmaktadır (Tomic vd., 2019). Bazı insanlar yeni yiyecekleri denemeye istekli olmakta ve yeni yiyecekler yemekten büyük zevk almakta iken, diğerleri yeni yiyeceklere karşı korku duyabilir ve bu yiyecekleri yemekten kaçınabilir (Ritchey v.d., 2003). Yiyecek neofobisi olarak adlandırılan bu durum, bilinmeyen yiyecekleri yemeye isteksizlik olarak tanımlanır (Damsbo-Svendsen, Frøst ve Olsen, 2017).

Son yıllarda önem kazanan gıda neofobisi pek çok akademik çalışmaya konu olmuştur. Özellikle beslenme alışkanlıklarının kazanıldığı dönem olması itibarıyla ilgili alanyazında çocuklarda gıda neofobisi üzerine yapılan pek çok çalışma (Dovey vd., 2007; Cole v.d., 2017; Nicklaus, 2011; Smith vd., 2017; Lopez v.d.; 2019) bulunmaktadır. Bununla birlikte; son yıllarda yetişkinlerde gıda neofobisi (Ceylan ve Akar Şahingöz, 2019), gıda neofobisi ve kültür ilişkisi (Olabi vd., 2009), kişisel özelliklerle gıda neofobisi arasındaki ilişki (Pliner ve Hobden, 1992; Tuorila v.d., 2001; Kim, Eves ve Scarles, 2009; Ceylan ve Akar Şahingöz, 2019; Keskin ve Sezen, 2020) ile turizm ve yiyecek neofobisini birlikte ele alan çalışmalar (Kaplan, 2018) artış göstermiştir. Ancak ilgili alanyazında yiyecek neofobisi ve gastronomi turizmi ilişkisini inceleyen çok az çalışma bulunmaktadır.

Günümüzde özellikle gastronomi turizminin gelişmesi, bu seyahatlerde insanların farklı ülke ve yörelerin yiyecek ve içeceklerini tüketmeleri sebebiyle ziyaretçilerin yeni ve farklı yiyeceklere karşı tutumları büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, turistlerin yeni ve alışılmadık yiyeceklere karşı korkularını belirlemek ve yiyecek neofobisinin gastronomi turizminin gelişimi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

2. GASTRONOMİ TURİZMİ

Günümüzde insanların değişen beklenti ve isteklerine bağlı olarak her geçen gün yeni turizm türleri ortaya çıkmakta; farklı şehirler, bölgeler ve ülkeler yeni turizm destinasyonları olarak önem kazanmaktadır. Bu gelişen turizm türleri arasında yer alan gastronomi turizmi özellikle



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

mutfak kültürleri ile öne çıkan destinasyonlarda son yıllarda önemli gelişme göstermiştir. Gastronomi turizmi, benzersiz yeme-içme deneyimi elde etmek amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi turizmi “yiyeceklere, insanlara, çevreye, kültüre ve geleneksel mirasa ilişkin bilgi elde etmeyi sağlayan bir deneyim”dir (Lopez v.d.; 2019). Dünya Turizm Örgütü (2019), gastronomi turizmini “ziyaretçilerin gıda ve benzer ürün ve faaliyetlerle ilişkili deneyimini ifade eden bir turizm faaliyeti” olarak tanımlamaktadır.

Hall ve Mitchell (2002) gastronomi turizmini; gıda üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ziyaret etmek; özgün yemeklerin olduğu yerlere bu yiyecekleri deneyimlemek ve yöresel bir yemeğin yapım aşamalarını gözlemlemek amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlamıştır. Gastronomi turizmi yemekle ilgili her türlü deneyimi kapsamaktadır. Lopez v.d.’nin (2019) Ávila’ dan aktardığına göre gastronomi turizmi, bir yöreye özgü yeni yiyecek ve içecekleri deneyimlemek, içeriğini bilmek ve hatta hazırlamayı öğrenmek için yapılan tüm seyahatlerdir. Bu nedenle gastronomi turizmi, bir bölge ile özdeşleşmiş gastronomi kültürünü tanıma, öğrenme, yeme, tatma ve tadını çıkarma ile ilgilidir (WTO, 2019). Gastronomi turizmi, turistlere yeni duyular ve benzersiz mutfak deneyimleri sunmaktadır.

Gastronomi turizminde, seyahatin temel motivasyonu benzersiz yiyecek ve içecek deneyimi elde etmektir. Bu bağlamda insanlar bir bölgenin yöresel yemeklerini, farklı bir kültürü tanımak ve bu kültürle ilgili bilgi edinmek için seyahat etmektedirler. Birçok turist gastronomi turizmini yöresel yemekleri, yerel kültürü, gelenekleri ve yenilikleri deneyimlemenin bir yolu olarak görmektedir (Lai, Wang ve Khoo-Lattimore, 2019). Keza bir yörenin gastronomisi, turistlerin destinasyon seçiminde temel unsurlardan biri haline gelmiştir. Örneğin; turistlerin %15’i, destinasyon seçiminde gastronominin temel motivasyonları olduğunu belirtmektedirler (Berbel vd., 2019). Dolayısı ile yerel yiyecekler, bir bölgede gastronomi turizminin gelişmesinde kritik faktörlerin başında yer almakta olup bazı seyahatlerde esas amaç benzersiz bir yemek deneyimi elde etmektir. Bununla birlikte; yeni yiyecek fobisi turistlerin yerel yiyecek tercihlerini, tüketimlerini ve memnuniyetlerini olumsuz etkilemektedir (Promsivapallop ve Kannaovakun, 2020; Kim, Eves, ve Scarles, 2009; Ji v.d., 2016). Bu nedenle, yerel yiyecekler yeni yiyecek fobisi olan turistler için turizm faaliyetlerinin önemli bir parçası olarak görülmemektedir (Cohen ve Avieli, 2004).

Yöresel ve yenilikçi mutfak deneyimlerinin esas olduğu turizm faaliyetlerine katılanlar bazen günümüzde yiyecek korkusu olarak adlandırılan yiyecek neofobisi davranışı sergileyerek, yeni yiyecek ve içecekleri deneyimlemekten kaçınabilmektedir.



3. YENİ YİYECEK FOBİSİ (FOOD NEOPHOBIA)

Yiyecek neofobisi genellikle insanların yeni gıdaları denemede istekli olmamalarını veya bunlardan kaçınma eğilimlerini ifade eder (Dovey vd., 2007; Schnettler vd., 2013). Pliner ve Hobden (1992) tarafından ortaya atılan yiyecek neofobisi terimi, bir bireyin tüketimden kaynaklanabilecek olası bir zarar nedeniyle aşına olmadığı yiyecekleri denemeye istekli olmaması durumudur.

Yiyecek neofobisi, yeni yiyecekleri tatma korkusu, daha önce yediklerinden farklı olan tatları veya bilinmeyen kıvam ve renkte olan yiyecek ve içecekleri yemeye açık olmamak olarak ifade edilmektedir (Łoboś ve Januszewicz, 2019). Van Trijp ve Van Kleef'ye (2008) göre neofobi, kişilerin sağlıklarını korumak amacıyla, kendilerine nasıl bir etkiye bulunacağını bilmedikleri yiyecekleri deneyimleme aşamasında ortaya çıkan psikolojik ve davranışsal bir olaydır. “Yemek seçme” kavramından farklı olan yiyecek neofobisi yeni veya bilinmeyen yemekleri yemeyi reddetme eğilimi veya bu yemeklere maruz kalındığında tedirginlik yaşama durumudur (Taştan v.d., 2021).

Aslında yiyecek neofobisi, hayvanlar da dâhil olmak üzere omnivorların tipik bir özelliğidir. Tanıdık olmayan yiyecekleri yemeyi reddetmenin kökeni, hayvanların olası tehlikeli ve yaşamı tehdit eden yiyecek kaynaklarından kaçınarak hayatta kalma içgüdülerinde yatmaktadır (Tomic vd., 2019).

Bilinmeyen yiyeceğe maruz kalmanın neden olduğu güçlü duygusal tepkiler ve bu bozukluğun kişide kaygıya neden olması, yiyecek neofobisinin fobi olarak sınıflandırılmasına neden olmuştur (Łoboś ve Januszewicz, 2019). Yiyecek neofobisi insanın kişiliğinin bir yönüdür. Yeni yiyecekleri kabul etme veya bunlardan kaçınma eğilimi insanların kendilerine özgü olarak gelişen bir özelliktir (Birdir Sahilli, İflazoğlu ve Bildir, 2019). Bir kişide yiyecek neofobisinin neden ortaya çıktığı ile ilgili olarak henüz tam bir açıklama getirilememiştir. Neofobinin büyük ölçüde kalıtsal olduğu bilinmekle birlikte kişilerin yetiştiği çevrenin de bu korkunun oluşmasında bir etken olduğu ifade edilmektedir. Bu durum, biyolojik, psikolojik ve çevresel faktörler ve bu faktörlerin etkileşimi ile de ilişkili olabilir. Yeni yiyecek tüketimi sırasında yaşanan olumsuz deneyimler, doğuştan gelen neofobik tutumun güçlenmesine neden olabilmektedir (Łoboś ve Januszewicz, 2019; Soylu v.d., 2021).

Araştırmalar (Stoica ve Alexe, 2016; Muhammed vd., 2016), bilinmeyen yiyeceklerle duyulan korkunun sosyo-demografik faktörler, eğitim seviyesi, yaşam tarzı, gelir düzeyi, alışkanlıklar, iğrenme gibi kişinin özelliklerinden, psikolojik faktörler, motivasyon, reklam, moda, diğer insanların tavsiyesi, sağlık, inanç, yiyeceğe aşına olma gibi pek çok faktörden kaynaklandığını ortaya koymaktadır. Tuorila v.d. (1994) ise yiyecekte yenilik korkusunu üç temel nedene bağlamaktadır. Bunlar; yiyeceğin duyuşsal analizi, yeni yiyecekle ilgili bilgi



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

düzeyi ve kişisel faktörlerdir. Duyusal analiz, yiyeceğin rengi, şekli, kıvamı, lezzeti, gibi özellikleri ile ilişkili iken bilgi düzeyi, bireyin daha önce deneyimlediği yiyecekler ile ilgili olarak sahip olduğu bilgilere dayanır. Kişisel faktörler ise kişinin yaşı, cinsiyeti, eğitimi, mesleği, yaşam tarzı gibi faktörlerden oluşmaktadır. Fallon ve Rozin'e (1983) göre, yeni yiyecek korkusunun üç ana nedeni olabilir. Birincisi, gıdanın duyusal özelliklerinden hoşlanmama; ikincisi tehdit (yeni gıdaların olumsuz sonuçlarından korkmak); üçüncüsü, gıdanın kalitesine veya kaynağına yönelik olumsuzluklardır.

Pliner ve Salvy'ye (2006) göre, gıda neofobisi olan kişiler yeni gıdalara yönelik olumsuz algı ve endişelere sahip olabilirler. Bu nedenle yeni yiyecekler yerine alıştıkları gıdaları tercih etmektedirler. Doğdubay ve Yiğit'e (2017) göre alışılmış yiyecekleri tercih etme, beslenme açısından kolaylık sağlamakta, zamanla beslenme şekli döngüsel hale gelmekte, bu tutum insanların yeni yiyecekleri denemelerinde ve tüketmelerinde isteksiz davranmalarına neden olmaktadır. Yiyecek neofobisi, kişinin kültürüne, mevcut beslenme tarzına ve inançlarına göre şekillenmektedir. Farklı kültürlerden gelen insanların yeni yiyecek korkusunu belirlemek amacıyla Amerikalı ve Lübnanlı üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada Lübnanlı öğrencilerin yeni yiyecek deneme korkusunun Amerikalı öğrencilere oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Olabi vd., 2009). Keza March (1997) Müslüman öğrencilerin dini inançları gereği yeni yiyecek denemekten kaçındıklarını saptamıştır.

Gastronomi ve gastronomi turizminin gelişmesine bağlı olarak yiyecek ve içecek sektörü de büyük bir gelişme göstermiştir. Yeni reçeteler, moleküler mutfak gibi mutfak trendlerinin gelişmesine bağlı olarak ortaya çıkan yeni yiyecekler, farklı ülkelerin ve etnik kültürlerin sunduğu yiyecekler, yeni pişirme yöntemleri ve malzemeler her geçen gün tüketicilere yeni deneyimler sunmaktadır. Günümüzün değişen tüketim anlayışı, tüketicilerinin yeni ve farklı olanı deneme isteği ile birlikte yiyecek ve içecek işletmeleri, farklı kültürlerle ait olan yiyecekleri menülerine koymaktadırlar. Ancak tüketicilerin, özellikle de belirli yemekleri tüketmeye alışkın olan kişilerin yeni yiyecekleri kabullenmesi pek de kolay değildir (Yiğit ve Doğdubay, 2020).

İnsanlar daha önce deneyimledikleri ve tüketmeye alışkın oldukları yiyecekleri yemeye eğilimlidirler. Bu bağlamda insanlar yeni mutfak akımları kapsamında üretilen gıdalara karşı daha temkinli hareket etmektedirler. Türker ve Süzer'in (2021) yerli turistlerin yeni mutfak trendlerine (moleküler ve füzyon mutfak) karşı tüketim tercihlerini belirlemek amacıyla Safranbolu'da yaptıkları araştırmada ziyaretçilerin en mesafeli olarak yaklaştıkları mutfak akımının moleküler mutfak olduğu belirlenmiştir.

Yeni yiyecek korkusu ve gastronomi turizmi arasında da önemli bir ilişki bulunmaktadır. Turistler genellikle gittikleri yörelerde yöresel yemekleri tüketmeye isteklidirler. Ancak yeni yiyecek korkuları olan ziyaretçiler yerel yemekleri deneyimlemekten kaçınmaktadır.



Çokuludağ (2020) da araştırmasında yeni yiyecek fobisinin turistlerin yeme alışkanlıklarını ve tercihlerini etkilediğini belirlemiştir. Gastronomi turistlerinin yeni yiyecek deneme korkusunun yiyecek tercihlerin nasıl etkilediğini araştıran Kaplan (2018), yeni yiyecek deneme korkusuna sahip olan turistlerin gastronomi turizmine daha az katıldıklarını belirlemiştir.

4. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, insanların yiyeceklere karşı olan neofobik davranışlarını ve yiyecek neofobisinin gastronomi turizminin gelişmesi üzerindeki etkisine yönelik algılarını belirlemektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, “*algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma*”dır (Yıldırım ve Şimşek, 2008:39). Nitel araştırmada bir problemin çözümüne ilişkin görüşme, gözlem, doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemleri kullanılır (Baltacı, 2019).

Bu çalışmada daha önce yurtdışında bulunmuş ve farklı yiyecekler deneyimlemiş olan 8’i kadın 16 kişi ile çevrimiçi görüşme yapılmıştır. Amaçlı örnekleme yönteminin kullanıldığı çalışmada ilgili alanyazından yararlanılarak hazırlanan ve 17 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan amaçlı örnekleme yönteminde, bir konu hakkında etraflı bilgisi ve deneyimi olan bireyler veya gruplar belirlenir ve örneklem olarak seçilir (Cresswell ve Plano Clark, 2011).

Araştırmada kullanılan sorular yazarlar tarafından oluşturulmuş olup soruların kapsam geçerliliğini sağlamak için Turizm Fakültelerinde görev yapan yedi uzmanının görüşlerine başvurulmuştur. Bu amaçla mail yoluyla uzman kişilere ulaşılmış, uzman değerlendirme formundan alınan geri bildirimlere göre görüşme formu revize edilmiş, bir soru görüşme formundan çıkarılmıştır.

Araştırmanın verileri Covid 19 pandemisi nedeniyle 2020 Kasım ve 2021 Ocak ayları arasında çevrimiçi olarak toplanmıştır. Yapılan görüşmeler araştırmaya katılanların izinleri alınarak kaydedilmiştir Görüşmeler katılımcıların, aktarımına ve ayırdıkları zamana göre 15-25 dakika arasında değişiklik göstermiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiş, bulgular farklı üç ana tema üzerinden yorumlanmıştır. Çalışmada kullanılan 17 soru ve üç ana tema Tablo 1’de verilmiştir.



Tablo 1: Araştırmada Kullanılan Sorular ve Ana Temalar

Tema 1: Kavramın bilinirliği
1. Gıda/yiyecek neofobisi kavramını daha önce duydunuz mu?
2. Gastronomi turizmi kavramını daha önce duydunuz mu?
Tema 2: Gıda/yiyecek neofobisi
1. Daha önce hiç yapmadığınız şeyleri denemekten korkar mısınız? Yoksa hoşunuza mı gider? En çok neyi deneyimlemek istersiniz?
2. Daha önce hiç yemediğiniz bir yiyeceği/yemeği yemeye korkar mısınız? (Cevap evet ise) Bu korkunuzun sebebi nedir?
3. Daha önce hiç yemediğiniz bir yiyeceği/yemeği yemeye ne kadar açıksınız? Yeni yiyecekler ilginizi çeker mi? Neden?
4. Farklı ülkelerin ya da etnik grupların yemeklerini denemek ister misiniz? Örneğin hangi ülkelerin ya da kültürlerin yemeklerini deneyimlemek istersiniz?
5. Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenir misiniz? Örneğin hangi ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini beğenirsiniz?
6. Yeni yiyecek deneyiminde dini inancınız sizi etkiler mi? Nasıl etkiler?
7. Bugüne kadar dendiğiniz en tuhaf, alışılmadık yiyecek hangisidir? Bu yiyeceğin tadı hoşunuza gitti mi? Denemekten hoşlandınız mı?
8. Kesinlikle denemem dediğiniz herhangi bir yiyecek var mı? Neden?
9. Sizce gıda neofobisinin üstesinden gelinbilir mi, bununla ilgili olarak neler yapılabilir?
Tema 3: Gastronomi turizmi ve yeni yiyecek deneme fobisi ilişkisi
1. Kendi ülkeniz içinde başka bir bölgeye seyahat ettiğinizde her zaman beslenme alışkanlıklarınıza yakın yiyecekleri mi yersiniz?
2. Yabancı bir ülkeye gittiğinizde o ülkenin yemeklerini deneyimlemeye ne kadar açıksınız? Her öğün bu ülke yemeklerini yiyebilir misiniz? Yoksa sadece dener sonrasında kendi kültürünüze yakın yiyecekleri mi yersiniz?
3. Yurt dışında bir gastronomi turuna katılacak olsanız, hangi destinasyonları tercih etmezsiniz? Neden?
4. Bir gastronomi turuna gittiğinizde tadına bakmak için bile olsa böcek yer misiniz? (Cevap hayır ise) Neden?
5. Bir gastronomi turuna gittiğinizde daha önce hiç yemediğiniz köpek eti, eşek eti, iguana eti, timsah eti, maymun beyni, kurtçuklar, çekirge vb. yiyecekleri denemek ister misiniz? Neden?
6. Yeni yiyecek deneme fobisi, sizce farklı ya da alışılmadık yiyecekler sunan destinasyonlarda gastronomi turizminin gelişmesini nasıl etkiler?



Bulgular

Turistlerin yeni yiyecek deneme fobilerini ve bu durumun gastronomi turizminin gelişmesi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır. Tablo 2 katılımcıların demografik bilgilerini göstermektedir.

Tablo 2: Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Meslek	Görüşme Tarihi	Görüşme Süresi (Dk.)
K1	38	Kadın	Lisans	İşçi	20.11.2020	25.10
K2	32	Kadın	Doktora	İngilizce öğretmeni	21.11.2020	25.33
K3	38	Kadın	Yüksek Lisans	Drama öğretmeni	24.11.2020	15.01
K4	23	Erkek	Lisans	Barmen	19.11.2020	21.25
K5	38	Erkek	Doktora	Akademisyen	16.12.2020	17.26
K6	24	Erkek	Lisans	Garson	17.12.2020	23.46
K7	25	Erkek	Lisans	Pastacı	19.12.2020	18.18
K8	23	Kadın	Lisans	Aşçı yardımcısı	20.12.2020	16.15
K9	33	Erkek	Yüksek Lisans	Almanca öğretmeni	25.12.2020	22.35
K10	25	Erkek	Lisans	Aşçı yardımcısı	28.12.2020	21.20
K11	23	Kadın	Lisans	Aşçı	4.01.2021	22.02
K12	25	Kadın	Lisans	Anasınıfı öğretmeni	7.01.2021	17.36
K13	27	Erkek	Lisans	Muhasebeci	10.01.2021	19.39
K14	32	Kadın	Yüksek Lisans	Akademisyen	12.01.2021	18.55
K15	34	Erkek	Doktora	Akademisyen	13.01.2021	21.25
K16	22	Kadın	Lisans	Hemşire	15.01.2021	25.18

- Katılımcıların yarısı kadın yarısı ise erkektir.
- Katılımcıların tamamı lisans derecesine sahip olup altı tanesi ise Yüksek Lisans ya da Doktora yapmıştır.
- Katılımcıların yaş ortalamaları 28,8'dir.



- Katılımcılar işçi, öğretmen, hemşire, akademisyen, aşçı, muhasebeci gibi farklı meslek grupları mensuplarıdır.

Tema 1: Kavramın bilinirliği

Bu bölümde gastronomi turizmi ve gıda neofobisinin katılımcılar tarafından bilinirliği ile ilgili bulgular incelenmiştir.

Kod 1. Katılımcıların 10 tanesi gıda neofobisi kavramını daha önce duymuştur. K1, K2, K4, K6, K13 ve K16 ise gıda/yiyecek neofobisi kavramı hakkında bilgi sahibi değildir.

Kod 2. Gastronomi turizmi kavramı bilinen bir kavram olup katılımcıların tamamı bu kavram hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir. K15 gastronomi turizmini “*en çok sevdiği turizm çeşidi*” olarak tanımlamıştır. Bu durum gıda neofobisi kavramının gastronomi turizmi kavramına kıyasla daha çok bilinir olduğunu göstermektedir. Tablo 3 katılımcıların gastronomi turizmi ve gıda neofobisi kavramları ile ilgili bilgilerini göstermektedir.

Tablo 3: Kavramların katılımcılar tarafından bilinirliği

Katılımcılar	Kod 1		Kod 2
	Evet	Hayır	Evet
K1		✓	✓
K2		✓	✓
K3			✓
K4		✓	✓
K5	✓		✓
K6		✓	✓
K7	✓		✓
K8	✓		✓
K9	✓		✓
K10	✓		✓
K11	✓		✓
K12	✓		✓
K13		✓	✓
K14	✓		✓
K15	✓		✓
K16		✓	✓



Tema 2: Gıda/yiyecek neofobisi

Katılımcıların gıda neofobilerini belirlemek amacıyla 9 koddan yararlanılmıştır.

Kod 1. K2, K3, K4, K8, K9, K11, K12, K13, K14 ve K15 daha önce hiç yapmadığı şeyleri denemekten korkmadıklarını belirtmişlerdir. K1, K5, K6, K7, K10 ve K16 ise az da olsa yeni şeyleri deneyimlemekten çekinmektedir. Katılımcıların deneyimlemek istedikleri aktiviteler şöyle sıralanmaktadır: K1, K3 ve K8 '*paraşütle atlamak*'; K10 '*yüksekten atlamak*'; K12 '*yüksekten denize atlamak*'; K6 '*Bungee jumping ve rafting yapmak*'; K2 ve K4, '*yeni şeyler keşfetmek*'; K7, K11, K12, K14 ve K15 '*yeni yiyecekler denemek*'; K5 '*geyik eti yemek*'; K9 ve K16 ise '*egzotik meyveler denemek*' istediklerini belirtmişlerdir. Bu durum katılımcıların yeni şeyler denemeye açık olduklarını ve genel itibarıyla yüksek adrenalin içeren aktivitelerle katılmak istediklerini göstermektedir.

Kod 2. Katılımcıların yarısı daha önce hiç yemediği bir yiyecek ya da yemeği yemekten korkmamaktadır. K1, K3, K5, K7, K12, K13, K14 ve K15 yeni yiyecekleri denemekten çekinmediklerini ifade ederken; K4, K6, K8, K9, K10, K11 ve K16 ise yeni yiyecek denemekten kısmen korktuklarını belirtmişlerdir. K3, K4, K5 ve K8 yeni yiyecek denemeden önce sağlığı tehdit etme ihtimali nedeniyle '*içeriğini bilmeleri gerektiğini*' ifade etmişlerdir. K6 ve K10 '*dini sebeplerden*', K12 '*kültürel kaynaklı*' olarak etkilenebileceğini, K9 ve K11 ise '*sağlık kaynaklı korkularının olduğunu*' K16 '*denemeden önce yemeğin nasıl yapıldığını görmek ve bilmek istediğini*' belirtmiştir.

Yeni yiyecek deneme konusunda en olumsuz tutuma sahip olan katılımcı K2'dir. K2 bu korkusunun nedeninin '*geçmişte yaşamış olduğu kötü deneyim kaynaklı*' olduğunu belirtmiştir. K2 bu durumu şöyle ifade etmiştir;

'Öğrenci olduğum dönemde yurttan kaldığım süre boyunca, ders, sınav benzeri nedenlerden dolayı yemeğe sıklıkla geç kalıyordum ve çorba hep soğuk oluyordu. Bu nedenle çorbanın tadını alamıyordum ve farklı bir çorbaymış gibi geliyordu. Aynı zamanda bizim ailede tabağındaki yemeği bitirmek zorundasın. Bu da bende yemeklere karşı özellikle çorbalara karşı bir fobi oluşturdu.'

Bu durum yiyecek neofobisinde geçmiş tecrübelerin etkili olabileceğini göstermektedir.

Kod 3. Katılımcıların yarısı (K1, K3, K4, K7, K10, K13, K14 ve K15) daha önce hiç yemedikleri bir yiyeceği/yemeği yemeye açıktırlar. Bununla birlikte; K5, K6, K8, K11, K12 ve K16 yeni yemek deneme konusunda çekimserdir. K2'nin yeni yiyecek denemeye karşı tutumu ise '*ilgisini çekmediği*' gerekçesi ile olumsuzdur. Kişilerin tanıdık ve tanıdık olmayan yiyecekleri deneme isteklerini ve denedikleri yiyeceklerle karşı tepkilerini belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında Pliner, Eng ve Krishnan (1995), katılımcıların



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

tanıdık olmayan yiyecekleri deneme konusunda oldukça isteksiz olduklarını ortaya koymuştur.

K5, K6, K11 ve K12'nin yeni yemekleri denemesi için '*görüntüsünün cezbetmesi*' gerekmekte; K1, K14, K15 ve K16 için ise '*hijyenik olması*' önem taşımaktadır. K6 yiyeceklerin '*kendi kültüründen uzak olmaması*' ve '*yiyecek yapım sürecini görmesi*' halinde yeni yiyecek deneyimleyebileceğini ifade etmektedir. K9 ve K10'un da yeni yiyeceklerle karşı '*meraklı*' oldukları görülmektedir.

Erkek katılımcıların kadın katılımcılara kıyasla yeni yiyecek denemeye daha açık oldukları görülmektedir. Bu durum, kişilerin gıda neofobisi düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Siegrist, Hartmann ve Keller (2013) çalışmalarında erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek yiyecek neofobisi düzeyine sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde; Kim, Eves ve Scarles (2009) kadın tüketicilerin tatilleri sırasında erkeklere kıyasla yerel ve yeni yiyecekleri denemeye daha istekli olduklarını belirlemiştir.

Kod 4. Katılımcıların neredeyse tamamı farklı ülkelerin ya da etnik grupların yemeklerini denemeye isteklidirler. K3, K4, K6, K7, K12, K14, K15 ve K16 İtalyan; K1, K5, K8, K9 ve K11 Hint; K5 ve K2 Meksika; K10 Çin; K6 Amerikan; K7 ve K13 ise İspanyol yemeklerini denemek istemektedirler.

Katılımcıların deneyimlemek istedikleri ülke mutfaklarının İtalya, İspanya, Meksika ve Hindistan olmasının nedeni; bu ülkelerin gastronomik açılarından zengin bir mutfak kültürüne sahip olmalarına ve bazı ülkelerin Türk mutfağına benzer özellikler göstermelerine bağlı olabilir. Hint ve Çin mutfağı göz ardı edilirse bu tercihlerde Afrika, Asya ülkelerinin yer almaması kültürel farklılıkların yemek tercihleri üzerinde etkili olmasıyla ilişkili olabilir. Dolayısıyla katılımcıların kendi yemek kültürlerinden farklı yiyecekleri denemeye istekli olmamaları katılımcıların yeni yiyeceklerden çekindiklerini göstermektedir.

Kod 5. Katılımcılar farklı ülkelerin yemeklerini beğenmektedir. K2, K4, K3, K5, K6, K7, K10, K11, K12, K14, K15 ve K16 İtalyan yemeklerini; K1, K8 ve K9 Hint yemeklerini; K1 Fransız yemeklerini; K7 ve K13 İspanyol yemeklerini; K10 Meksika yemeklerini; K9 Japon ve Asya ülkeleri yemeklerini; K12 ise Amerikan yemeklerini beğenmektedir. Bu durum katılımcıların kendi kültürlerine çok da uzak olmayan ülkelerin yiyecekleri tercih ettiklerini göstermektedir.

Kod 6. Katılımcıların yeni yemek deneyimlerinde din etkili bir faktördür. K2, K4, K5, K6, K8, K9, K11, K12, K14, K15 ve K16 yeni yiyecek deneyiminde dini inancın etkisinin belirleyici olduğunu belirtmişlerdir. K1, K10 ve K13 yiyecek deneyiminde dini inancından kısmen etkilenirken; K3 ve K7 yeni yiyecek deneyiminde dini inancın etkili olmadığını ifade



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

etmişlerdir. Dolayısı ile kültür kadar dini inançların da kişilerin yeni yiyecek deneyimlerini etkileyebileceği görülmektedir.

Kod 7. Katılımcılar daha önce kendi kültürel ve dini yemek alışkanlıklarının dışında farklı ve alışılmadık buldukları yiyecekleri denemişlerdir. Katılımcılardan K1, K6, K11 ve K14 daha önce *Suşi*; K2 *Saltibarsciai çorbası*; K3 *domuz burger*; K5 *deve eti*; K7 ve K15 *ceylan eti*; K8 ve K16 *yengeç, havyar, istakoz*; K9 *liçi*; K10 ve K13 *domuz pastırması*; K12 *kalamar yemiştir*. K2, K5, K7, K8, K9, K10, K14, K15 ve K16 kendileri için farklı ve alışılmadık olan bu yiyecekleri beğenirken; K1, K4, K6, K11, K12 ve K13 ise beğenmemiştir. Katılımcılardan üçü *Suşi* denemiş ancak beğenmemiştir. Bu durum insanların yiyeceklere karşı tutumlarının kültürel farklılıklardan kaynaklanabileceğini göstermektedir.

Kod 8. Katılımcıların denemekten korktukları ya da çekindikleri pek çok yiyecek bulunmaktadır. Örneğin; K2 *ahtapotu*; K3, K13 ve K14 *örümceği*; K5 *çabuk bozulan süt ürünlerinden yapılan ürünleri*; K6, K9, K15 ve K16 *domuzu*; K9 *kokoreçi*; K7 *yarasayı*; K8, K12 *solucanı*; K12 ve K11 *böceği* asla denemeyeceklerini belirtmişlerdir. K2, K3, K8 ve K12 *'görüntüsü hoş olmadığı için'*; K5, K7 ve K9 *'hijyenik ve sağlıklı olmadığından'* bu yiyecekleri tüketmekten kaçınmaktadır. Bununla birlikte K6, K9, K15 ve K16 bu yiyeceklerin *haram* olduğu için asla yenmemesi gerektiğini ifade etmişlerdir. K1, K4 ve K10 ise yeni yiyecekleri denemeye açtıkları.

Kod 9. Katılımcıların çoğunluğu gıda neofobisinin üstesinden gelinebileceğine inanmaktadır. K1, K3, K4, K7, K9, K10, K12, K13, K14 ve K15 gıda neofobisinin zamanla yenilebileceğini belirtmiştir. K2 ve K16 gıda neofobisinin *'bir noktaya kadar yenilebileceğine'* inanmaktadır. K5, K11 ve K8 ise gıda neofobisinin üstesinden gelinmesinin zor hatta imkânsız olduğunu ifade etmişlerdir.

K2, K4, K5, K7, K9, K10, K12, K14 ve K15 bu durumun üstesinden gelmek için *'bu yiyecekleri denemeye devam etmenin'* önemli olduğuna inanmaktadır. K11 *'füzyon mutfak çalışmasıyla'*; K7 ve K16 *'yiyeceğin içeriği paylaşırsa'*; K4 ise *'başka yiyeceklerle karıştırılarak'* bu durumun üstesinden gelinebileceğini belirtmiştir.



Tablo 4 katılımcıların gıda neofobisi ile ilgili cevaplarını göstermektedir.

Tablo 4: Katılımcıların gıda/yiyecek neofobisi

Katılımcılar	Kod 1		Kod 2		Kod 3		Kod 4	Kod 5	Kod 6		Kod 7	Kod 8	Kod 9	
	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Mutfaklar	Mutfaklar	Evet	Hayır	Yemekler	Yiyecekler	Evet	Hayır
K1	✓			✓	✓		Hint	Hint	✓		Suşi		✓	
K2		✓	✓			✓	Meksika	İtalyan	✓		Saltibarsciai çorbası	Ahtapot	✓	
K3		✓		✓	✓		İtalyan	İtalyan		✓	Domuz burger	Örümcek	✓	
K4		✓	✓		✓		İtalyan	İtalyan	✓				✓	
K5	✓			✓		✓	Hint, Meksika	İtalyan	✓		Deve eti	Çabuk bozulan süt ürünleri		✓
K6	✓		✓			✓	İtalyan, Amerikan	İtalyan	✓		Suşi	Domuz	✓	
K7	✓			✓	✓		İtalyan, İspanyol	İtalyan, İspanyol		✓	Ceylan eti	Yarasa	✓	
K8		✓	✓			✓	Hint	Hint	✓		Yengeç, havyar, istakoz	Solucan		✓
K9		✓	✓			✓	Hint	Hint	✓		Liçi	Domuz, kokoreç	✓	
K10	✓		✓		✓		Çin	İtalyan, Meksika	✓		Domuz pastırması		✓	
K11		✓	✓			✓	Hint	İtalyan, Japon, Asya ülkeleri	✓		Suşi	Böcek		✓
K12		✓		✓		✓	İtalyan	İtalyan, Amerikan	✓		Kalamar	Solucan, böcek	✓	
K13		✓		✓	✓		İspanyol	İspanyol			Domuz pastırması	Örümcek	✓	
K14		✓		✓	✓		İtalyan	İtalyan	✓		Suşi	Örümcek	✓	
K15		✓		✓	✓		İtalyan	İtalyan	✓		Ceylan eti	Domuz	✓	
K16	✓		✓			✓	İtalyan	İtalyan	✓		Yengeç, havyar, istakoz	Domuz	✓	



Tema 3: Gastronomi turizmi ve yeni yiyecek deneme fobisi ilişkisi

Tema 3, yeni yiyecek deneme fobisinin gastronomi turizmi ve gelişimi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla hazırlanan 6 koddan oluşmaktadır.

Kod 1. Katılımcılar ülke içinde başka bir bölgeye seyahat ettiklerinde genellikle rutin beslenme alışkanlıklarının dışında yiyecek tüketmektedirler. K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14 ve K15 seyahatleri sırasında günlük beslenme alışkanlıklarının dışında yiyecekler tüketme eğiliminde iken; K2 ve K16 günlük beslenme alışkanlıklarının dışına çıkamamaktadır. Yapılan araştırmalar (Türker ve Süzer, 2021; Zağralı ve Akbaba, 2015; Sezgin ve Tanrısevdi, 2021) turistlerin genellikle seyahat ettikleri yerlerdeki yöresel yemekleri tüketme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Kod 2. Katılımcılar yabancı bir ülkeye gittiklerinde kendi kültürlerinin dışındaki yiyecekleri deneyimlemeye ve tüketmeye isteklidirler. K1, K3, K9, K10, K11, K13, K14 ve K15 yurt dışı seyahatlerinde o ülkenin yiyeceklerini yediklerini belirtmişlerdir. Bu durum, katılımcıların yarısının yeni yiyeceklere açık olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte; bu yiyeceklerin damak tadına uygun olması büyük önem taşımaktadır. K1, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K13, K14 ve K15 yabancı ülke yiyeceklerini denemeye açık olduklarını, damak zevkine uygun ise bu yiyecekleri yemeye devam edeceklerini belirtmişlerdir. K2, K5, K12 ve K16 yabancı ülkeye yaptıkları seyahatlerde Türk yemekleri ya da Türk damak tadına uygun yemekleri tüketmek istediklerini ifade etmişlerdir. K2, K4, K6, K7, K8 ve K16 bu durumu söyle ifade etmektedirler:

K2: *‘Kendi kültürüme yakın olanı denerim ve kültürüme yakın olanı yemeye devam ederim.’*

K4: *‘Deneyimlerim, sonrasında kültürüme yakın olan yiyecekleri tüketirim.’*

K6, K7 ve K8: *‘Denerim, damak zevkime uygunsa yemeye devam ederim.’*

K16: *‘Yediğim yiyecek kültürüme yakın olmayınca kendimi güvende hissetmiyorum.’*

Kod 3. Katılımcılara yurt dışında bir gastronomi turuna katılacak olsalar hangi destinasyonları tercih etmeyecekleri sorulmuştur. K1 *Almanya*; K2, K3, K5, K6, K7, K11, K14, K15 ve K16 *Çin*; K2, K3 ve K6 *Japonya*; K6 *Kore*; K5 *Hindistan, Afrika ve Uzakdoğu*; K7 *Kazakistan*; K4 *Filipinler ve Sudan*; K8, K10 ve K12 *Asya ülkeleri*; K9 ve K13 *Afrika ve kuzey kutbu* destinasyonlarını tercih etmeyeceklerini ifade etmişlerdir. Bu durum Çin ve Asya ülkelerinin ağırlıklı olarak tercih edilmeyen destinasyonlar olduğunu göstermektedir. Katılımcılar bunun nedenini aşağıdaki gibi açıklamaktadırlar:

K1, K4, K9 ve K13: *‘Mutfak kültürlerinin iyi olmadığını düşünüyorum.’*

K2, K8, K10, K11, K12, K14, K15 ve K16: *‘Bu kültürler bize oldukça uzak.’*



K8, K6: *'Pişirme teknikleri farklı'*

K3: *'Yemeklerinin görsel çekiciliği yok'*

K5 *'Hijyenik değil'*

Kod 4. Katılımcıların çoğunluğu bir gastronomi turuna katıldıklarında asla böcek yemeyeceklerini belirtmişlerdir. K1, K2, K3, K4, K5, K6, K8, K11, K12, K14, K15 ve K16 böceklerden yapılan yiyecekleri ya da böcekleri denemeye ya da yemeye istekli değildirler. Bu durum katılımcıların böcek türü gıdalara karşı neofobik davranışlar sergilediklerini göstermektedir. Ancak; K7, K9, K10 ve K13 bu yiyecekleri denemeye açıktırlar.

Katılımcılar bu gıdalara karşı olumsuz tutumlarının nedenlerini şöyle ifade etmektedirler; K3, K6, K12, K14 ve K15 bu yiyeceklerin *'göze hitap etmediğini'*; K1 ve K2 *'bu yiyecekleri sağlıklı bulmadıklarını'*; K4, K11 ve K16 *'böcek görünce tiksindiklerini'*; K8 *'böcek yemekten korktuğunu'*; K5 ise *'inanç ve kültürüne uygun olmadığını'* ifade etmiştir.

Kod 5. Katılımcılar bir gastronomi turuna gittiklerinde köpek eti, eşek eti, iguana eti, timsah eti, maymun beyni, kurtçuklar, çekirge vb. yiyecekleri denemeye istekli değildirler. K2, K4, K5, K6, K9, K11, K12, K14, K15 ve K16 bu tür yiyecekleri asla denemek istemediklerini belirtmişlerdir. Bu durum beslenmenin kültürel kaynaklı olduğunu göstermekte olup yiyecek neofobisinin temelinde de yiyeceklerin kültüre uygun olmaması yatmaktadır. Ancak; K1 *iguana eti*; K3 *timsah eti*; K7 ve K13 *çekirge*; K8 *maymun beyni* ve K10 ise *köpek eti* haricindeki etleri deneyebileceğini belirtmişlerdir. Bu soruyu olumsuz yanıtlayan tüm katılımcılar bunun nedeni olarak *'kendi kültürüne uygun olmaması'*ni göstermişlerdir. K5 bu etlerin *'damak tadına uymadığını'*; K8 *'göze hitap etmediğini'*; K11 *'sağlıklı olmadığını'* ifade etmiştir. K3, K4 ve K10 ise bu hayvanların bazılarının ev hayvanı olması nedeniyle *'aralarında duygusal bir bağ olduğundan'* bu hayvanları yemeyi reddetmektedirler.

Kod 6. Katılımcılar yeni yiyecek deneme fobisinin gastronomi turizminin gelişmesini olumsuz etkilediğine inanmaktadır. K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12, K13, K14, K15 ve K16 yiyecek deneme fobisinin gastronomi turizminin gelişmesini ve gastronomi turizmi destinasyonlarını olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmiştir. K7 bu durumun ekonomik etkisine dikkati çekmiştir. Bu bulgular ilgili alanyazındaki sonuçlarla da örtüşmektedir. Kaplan (2018), yeni yiyecek deneme korkusu olan turistlerin gastronomi turizmine daha az katıldıklarını belirtmektedir.

Tablo 5 katılımcıların yiyecek neofobisinin gastronomi turizmi üzerindeki etkisi ile ilgili cevaplarını göstermektedir.



Tablo 5: Gastronomi Turizmi ve Yeni Yiyecek Deneme Fobisi İlişkisi

Katılımcılar	Kod 1		Kod 2		Kod 3	Kod 4		Kod 5		Kod 6	
	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Ülke	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır
K1		✓	✓		Almanya		✓	✓		✓	
K2	✓			✓	Çin, Japonya		✓		✓	✓	
K3		✓	✓		Çin, Japonya		✓	✓		✓	
K4		✓	✓		Filipinler, Sudan		✓		✓	✓	
K5		✓		✓	Çin, Hindistan, Afrika, Uzak doğu		✓		✓	✓	
K6		✓	✓		Çin, Japonya, Kore		✓		✓	✓	
K7		✓	✓		Çin	✓		✓		✓	
K8		✓	✓		Asya Ülkeleri		✓	✓		✓	
K9		✓	✓		Afrika ve Kuzay Kutbu	✓			✓	✓	
K10		✓	✓		Asya Ülkeleri	✓		✓		✓	
K11		✓	✓		Çin,		✓		✓		✓
K12		✓		✓	Asya Ülkeleri		✓		✓	✓	
K13		✓	✓		Afrika ve Kuzay Kutbu	✓		✓		✓	
K14		✓	✓		Çin		✓		✓	✓	
K15		✓	✓		Çin		✓		✓	✓	
K16	✓			✓	Çin		✓		✓	✓	



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turistlerin yiyecek neofobisinin ve bu korkunun gastronomi turizminin gelişmesi üzerine olan etkisinin belirlenmesinin amaçlandığı 16 katılımcı ile yapılan kalitatif çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır;

Katılımcılar gastronomi turizmi kavramını bilmektedirler ancak tüm katılımcıların yiyecek neofobisi kavramına aşina olmadıkları görülmektedir.

Katılımcılar yeni şeyler/aktiviteler (yüksekten atlamak, paraşütle atlamak, Bungee jumping, rafting gibi) denemeye açıktırlar. Katılımcılar özellikle yüksek adrenalin içeren aktivitelere katılmak istemektedir. Ancak bu durum yeni yiyecekleri deneme konusunda da geçerli değildir. Katılımcıların yarısı yeni yiyecek denemekten korkarken yarısının böyle bir korkusu yoktur. Bu korkunun nedeni katılımcıların kültüründen, dini inançlarından ve sağlıkla ilgili endişelerinden kaynaklanmaktadır. Nitekim yiyecek neofobisi ile ilgili olarak yapılan araştırmalar (Olabi vd., 2009; March, 1997) yeni yiyecek korkusunun kaynağının kültürel farklılıklar, din ve sağlıkla ilgili endişeler olabileceğini ortaya koymaktadır. Çalışmada ilgili alanyazının (Siegrist, Hartmann ve Keller, 2013; Kim, Eves ve Scarles, 2009) aksine kadın katılımcıların daha çok yiyecek neofobisine sahip oldukları belirlenmiştir.

Katılımcılar Türk mutfak kültürüne yakın ülkeler (Örneğin; İtalyan, İspanyol, Meksika gibi) ile zengin mutfak kültürüne sahip ülkelerin (Örneğin; Hint) yiyecek ve içeceklerini denemek istemektedirler. Ancak; Asya ülkeleri mutfaklarına yönelik olarak genellikle mesafeli bir tutuma sahiptirler. Katılımcılar en çok İtalyan yemeklerini beğenmektedirler.

Katılımcıların yeni yemek deneyimlerinde din belirleyici bir faktördür. Katılımcılar, dini inançlarına uymayan yiyecekleri denemek ve yemekten kaçınmaktadırlar. Ayrıca; yemek alışkanlıklarına uymayan sıra dışı yiyecekleri (Örneğin; örümcek, yarası, solucan, böcek gibi) yemekten korkmakta ve haram olduğu ve hijyenik olmadığı gerekçesi ile tüketmekten kaçınmaktadırlar. Bununla birlikte; kendi kültürlerine, yemek alışkanlıklarına ve dini inançlarına uymayan farklı ve alışılmadık yiyecekleri (Örneğin deve eti, ceylan eti, yengeç, havyar, istakoz v.b.) deneyen katılımcılar bu yemekleri beğenmişlerdir.

Katılımcılar gıda neofobisinin üstesinden gelinebileceğine inanmaktadır. Başka yiyeceklerle karıştırma, füzyon mutfak uygulamaları, korkunun üstüne gidilmesi bu korkunun yenilebilmesinde yararlı olabilir. Geçmişte yaşanan olumsuz deneyimlerin ortadan kaldırılabilmesi için bu yiyecekleri denemeye devam etmek etkili olabilir. Böylece kişinin ön yargıları kırılarak kişinin yiyeceğe karşı olan duyuşsal tutumu değişebilir.

Katılımcılar ülke içinde başka bir bölgeye seyahat ettiklerinde genellikle günlük beslenme alışkanlıklarının dışında yiyecekler tüketme eğilimindedirler. Katılımcılar seyahat ettikleri



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

yerlerdeki yöresel yemekleri tüketmeyi tercih etmektedirler. Bu seyahat yabancı bir ülkeye yönelik olarak gerçekleştiğinde katılımcılar bu ülkelerin yemeklerini tüketmeye pek de istekli değildirlir. Ancak; farklı ülkelerin mutfaklarını denemeye açıktırlar. Bu ülke mutfağının kendi damak tadına uyması ve kendi yemek kültürüne yakın olması halinde bu ülke mutfaklarını tüketme eğilimi artmaktadır. Yurt dışına yapılacak bir gastronomi turunda Çin en tercih edilmeyen ülke olup bu durum Çin’de farklı hayvanların tüketilmesi ile ilişkilidir. Bir gastronomi turunda tüketilmesi asla kabul görmeyen yiyecek ise böceklerdir. Katılımcıların en güçlü neofobik tutumlarının böceklere karşı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca köpek eti, eşek eti, iguana eti, timsah eti, maymun beyni, kurtçuklar, çekirge vb. yiyecekler de yemekten en çok kaçınılan gıdalardır.

Katılımcılar yeni yiyecek deneme fobisinin gastronomi turizminin gelişmesini olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Nitekim bu sonuçlar ilgili alanyazındaki bulgularla (Kaplan, 2018) da örtüşmektedir.

Bu araştırmanın sonuçları yeni konseptler, yeni mutfaklar ve yeni gastronomik lezzetler tasarlamak ve uygulamak isteyen yiyecek ve içecek işletmeleri için çok önemlidir. Turizm işletmeleri menülerini ya da yeni gastronomik ürün tasarımlarını turistlerin yeni yiyecek korkularını dikkate alarak düzenlemelidirler. Örneğin, bu yiyecekler kişilerin sevdikleri yiyecekler ile karıştırılabilir. Katılımcıların yeni yiyecek denemeye karşı tutumlarının olumsuz olma nedenlerinden biri sağlık ve hijyenle ilgili endişeleridir. Bu bağlamda işletmeler temizlik ve hijyen koşullarına azami dikkat etmelidirler. Yiyecek-içecek işletmelerinin müşterilerine uygun bir yemek deneyimi sunmaları için turistlerin gıda tüketimini etkileyen unsurları doğru bir şekilde anlamaları gerekmektedir. Ayrıca yerel ölçekte turizm tanıtma ve pazarlama faaliyetleri ile uğraşan kurum ve işletmeler yiyecek fobisi olan turistleri yerel mutfağı denemeye teşvik etmek amacıyla gıda imajı çalışmaları yapmalıdırlar.

Araştırmada bazı katılımcılar *denemeden önce yemeğin nasıl yapıldığını görmek ve bilmek istediğini* belirtmişlerdir. Bu nedenle yemeğin hazırlık aşamasının detaylı olarak tanımlanması, fotoğraflarının konulması, hatta videolarının yayınlanması yeni yiyecekler denemekten çekinen tüketiciler için yararlı olabilir. Bu bağlamda yemeğin içeriği, kullanılan malzemeler, pişirme yöntemi vb. bilgiler ile yemeğin görsellerinin yer aldığı menülere yerleştirilen karekodlar yararlı olacaktır. Bu bağlamda farklı ya da etnik yiyecekler sunan işletmeler menülerini detaylı olarak tanımlamalıdırlar. Ayrıca yiyecek-içecek işletmeleri yiyecek korkusuna neden olabilecek içerikler, menüler hakkında aşçıları eğitmeli, hizmet içi eğitimler düzenlemelidir.

Tüketicilerin yeni yiyecek korkularını yenebilmeleri için bazı uygulamalar gerçekleştirilebilir. Örneğin; yeni yiyeceklere karşı önyargının kırılabilmesi için belirli aralıklarla bu gıdalar denenebilir. Tüketicilerin önyargıları bilişsel kaynaklı olabilir. Bu



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

nedenle tüketici bu yiyecekler hakkında daha çok bilgi sahibi olmak için araştırma yapabilir. Ayrıca tüketiciler bu korkularını yenmek için farklı ve etnik yiyeceklerin sunulduğu tadım etkinliklerine katılabilirler.

Turistlerin yiyecek korkularını anlayabilmek için daha fazla nitel ve nicel araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bundan sonraki araştırmalarda yemek seçiminde ve gıda ile ilgili neofilik davranışlarda kültürün ve inancın etkisi incelenmelidir. Zira bu çalışmanın sonuçlarının da ortaya konduğu gibi turistlerin ulusal kültürleri ve dini inançları yiyecek seçimlerini etkilemektedir. Ayrıca, gelecek araştırmalarda Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin, farklı turist gruplarının özellikle de yerel gastronomiyi deneyimlemek amacıyla seyahat eden turistlerin yiyecek korkuları incelenebilir. Çünkü ziyaretçilerin yerel yiyeceklerle karşı tutumları bir destinasyonun özellikle de gastronomi turizmi destinasyonlarının imajını ve müşterinin tekrar ziyaret ve tavsiye davranışını etkilemektedir. Böylece potansiyel turistlerin yiyeceklerle ilgili motivasyonları, beklentileri ve karar verme davranışları doğrultusunda destinasyon pazarlama stratejileri belirlenebilir.

KAYNAKÇA

- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*. 5 (2), 368-388. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/898942>
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 100171.
- Birdir Sahilli, S., İflazoğlu, N., & Birdir, K. (2019). Turist rehberi adaylarında yeni yiyecek deneme korkusu. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*. 3(4), 551-561.
- Ceylan, V., & Akar Şahingöz, S. (2019). Yetişkin bireylerde gıda neofobi düzeyinin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 772-784. DOI: 10.21325/jotags.2019.391
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in tourism. Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Cole, N. C., An, R., Lee, S. Y., Donovan, S. M., (2017). Correlates of picky eating and food neophobia in young children: A Systematic Review and Meta Analysis. *Nutrition Reviews*, 75 (7): 516-532
- Cordeiro, C. M., & Van Hal, J. W. (2021). A systems approach to understanding creative innovation in gastronomy services. 30th Reser International Congress, 21st - 22nd of January, University of Alcalá, Madrid, Spain, 1-10 <https://repository.tno.nl//islandora/object/uuid:bb0fcc3a-db67-4db2-9ecd-facb076c6e4c>



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

- Cresswell, J.W., & Plano Clark, V.L. (2011). *Designing and conducting mixed method research*. 2nd Sage; Thousand Oaks, CA: [Google Scholar]
- Çokuludağ, D. (2020). The effect of food neophobia on tourist food consumption and preferences in Turkey, Istanbul Bilgi University Institute of Graduate Programs Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Damsbo-Svendsen, M., Frøst, M. B., & Olsen, A. (2017). A review of instruments developed to measure food neophobia. *Appetite*, 113, 358-367.
- Doğdubay, M. & Yiğit, S. (2017). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerde yiyecekte yenilik korkusu (food neophobia): Balıkesir Üniversitesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5(2), 162-168.
- Dovey, T. M., Staples, P. A., Gibson, E. L., & Halford, J. C. (2007). Food neophobia and 'picky/fussy' eating in children: a review. *Appetite*, 50(2-3), 181-193.
- Fallon, A. E., & Rozin, P. (1983). The psychological bases of food rejections by humans. *Ecology of Food and Nutrition*, 13(1), 15–26.
- Hall, C.M., & Mitchell, R. (2002). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in australia and new zealand: from fusion cuisine to food networks. In A.M. Hjalager & G. Richards (Eds.) *Tourism and Gastronomy (188–206)*. London: Routledge.
- 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.
- Kaplan, A. (2018). Gastronomi turistlerinin gıda seçiminde neofobi-neofili etkisi. Adnan Menderes Üniversitesi, SBE, Yiyecek İçecek İşletmeciliği Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Keskin, E. & Sezen, N. (2020). Restoranları deneyimleyen misafirlerin neofobi ve neofili düzeylerinin belirlenmesi: Kapadokya örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1592-1606.
- Kim, G. Y., 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, 423-431.
- Lai, M. Y., Wang, Y., ve Khoo-Lattimore, C. (2020). Do food image and food neophobia affect tourist intention to visit a destination? The case of Australia. *Journal of Travel Research*, 59(5), 928-949.
- Łoboś, P., & Januszewicz, A. (2019). Food neophobia in children. *Pediatric Endocrinology Diabetes and Metabolism*. 25 (3): 150-154. DOI: <https://doi.org/10.5114/pedm.2019.87711> <https://www.termedia.pl/Food-neophobia-in-children,138,37573,1,1.html>
- López, T., Hernández, Y., Sánchez, L. and Pastaz, M. (2019) Gastronomic tourism: attitudes, motivations and satisfaction of the visitor in Cantons of Tungurahua, Ecuador.



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

American Journal of Industrial and Business Management, 9, 699-719. doi: 10.4236/ajibm.2019.93047.

- March, R. (1997). Diversity in Asian outbound travel industries: A comparison between Indonesia, Thailand, Taiwan, South Korea and Japan. *International Journal of Hospitality Management*, 16(2), 231–238.
- Muhammed, R., İbrahim, M.A., Ahmad, R., & Hanan, F. (2016). Psychological factors on food neophobia among the young culinarian in Malaysia: Novel food preferences. *Procadia-Social and Behavioral Scinces*, 222: 358-366.
- Nicklaus, S. (2011). Children's acceptance of new foods at weaning. Role of practices of weaning and of food sensory properties. *Appetite*, 57: 812-815
- 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 Prefence*, 20, 353-362
- Pliner, P., Eng, A. & Krishnan, K. (1995). The effects of fear and hunger on food neophobia in humans. *Appetite*, 25(1), 77–87.
- Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19(2), 105-120.
- Pliner, P., & Salvy, S. (2006). Food neophobia in humans. In R. Shepherd & M. Raats (Eds.), *The psychology of food choice: Frontiers in nutritional science* (pp. 75–92), CABI.
- Promsivapallop, P. & Kannaovakun, P. (2020). Factors influencing tourists' destination food consumption and satisfaction: A cross-cultural analysis, *Asia-Pacific Social Science Review*. 20(2), 87–105.
- 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.
- 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.
- Sezgin, E.K., & Tanrısevdi, A. (2021). Uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları ve beklentileri: Aydın ili örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*. 7(13), 68-93.
- 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.
- Smith, A. D., Herle, M., Fildes, A., Cooke, L., Steinsbekk, S., & Llewellyn, C. H. (2017). Food fussiness and food neophobia share a common etiology in early childhood. *The Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 58 (2): 189-196.
- Soylu, A. G., Taştan, H., Eban, F., & Aslantürk, E. (2021). Tüketicilerin sokak lezzetlerine yaklaşımlarının neofobi tutumları açısından değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve*



Yeni Yiyecek Fobisi ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma

Nuray TÜRKER, Emre AKMANOĞLU

Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1): 151-167.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1666808>

- 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.
- Tomić Maksan, M., Deronja, K., Tudor Kalit, M., & Mesić, Ž. (2019). Food neophobia as a determinant of consumer behaviour in ethnic food consumption. *Ekonomski misao i praksa*, (2), 579-595.
- Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L. & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods, *Food and Quality and Preference*, 12, 29-37
- Tuorila, H., Meiselman, 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, 231-246.
- Türker, N., Süzer, Ö. (2021). Tourists' food and beverage consumption trends in the context of culinary movements: The case of Safranbolu, *International Journal of Gastronomy and Food Science* doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100463>.
- Van Trijp, H. C. & Van Kleef, E. (2008). Newness, value and new product performance. *Trends in Food Science and Technology*, 19(11), 562-573.
- WTO (2019). UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/97892844208>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yiğit, S. & Doğdubay, M. (2020). Tüketicilerin yiyecekte yenilik korkusu düzeyleri üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4 (1), 1-16.
- Zağralı, E. & Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir yarımadasını ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 10 (40), 6633-6644.