



KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Dergisi

KAYSERİ UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Makale Türü/Article Type: Araştırma Makalesi/Research Article

Gönderi Tarihi/Submission Date: 16.05.2025

Kabul Tarihi/Acceptance Date: 15.12.2025

Atıf/Cite: Öztürk, G., Ceylan, F., Koç, F., & Sarper, F. (2026). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin baharat kullanımında gıda neofobia ve aşinalığın rolü. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 1-23. Doi: 10.51177/kayusoder.1700447



This is an open access paper distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin baharat kullanımında gıda neofobia ve aşinalığın rolü*^Δ

The role of food neophobia and familiarity in the spice use of gastronomy and culinary arts department students

Gülsevdi ÖZTÜRK¹

Firuze CEYLAN²

Fatma KOÇ³

Fulya SARPER⁴

Öz

Bu çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin baharat kullanımı konusundaki tutumlarını ve bu tutumlarda gıda neofobia ile aşinalığın rolünü araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, katılımcıların cinsiyeti, yaşı, dünya mutfakları dersi alma durumları, baharat saklama yöntemleri ve baharat kullanım süreleri gibi değişkenler analiz edilmiştir. Katılımcılara baharatlara ne kadar aşina oldukları ve günlük yaşamlarında ne kadar baharat kullandıkları sorulmuştur. Çalışmada, öğrencilerin yeni ve farklı yiyeceklere karşı tutumlarını ölçmek için on sorudan oluşan gıda neofobia ölçeği kullanılmıştır. Araştırma bulguları; öğrencilerin gıda neofobia düzeyleri ve baharat aşinalıklarının baharat kullanımı üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur ($p<0,05$). Araştırma sonuçları; gıda neofobiası düşük olan öğrencilerin daha fazla baharat kullanma eğiliminde olduğunu ve farklı kültürlerin yiyeceklerini denemeye daha açık olduklarını göstermiştir. Buna karşılık, gıda neofobiası yüksek olan öğrencilerin ise

^Δ Yazarlar bu çalışmanın tüm süreçlerinin araştırma ve yayın etiğine uygun olduğunu, etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine uyduğunu beyan etmiştir. Aksi bir durumda Kayseri Üniversitesi KAYÜSOSDER Dergisi sorumlu değildir.

* Çalışma 8. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Araş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, gulsevdi.ozturk@omu.edu.tr

² Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, firuzeceylan@osmaniye.edu.tr

³ Dr. Öğr. Üyesi, Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, fatma.koc@siirt.edu.tr

⁴ Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, fulya.sarper@hbv.edu.tr

baharat kullanımında daha muhafazakâr davrandıkları ve yeni yiyecekleri denemekten kaçındıkları tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu sonuçlar, gastronomi eğitimi veren kurumların, öğrencilerin baharat ve yeni yiyeceklere olan yaklaşımlarını geliştirmek için eğitim programlarını nasıl şekillendirebileceği konusunda önemli bilgiler sunmaktadır. Bu çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi veren kurumların eğitim programlarını geliştirmeleri, öğrencilerin baharat kullanımı ve yeni yiyeceklere olan yaklaşımlarını anlamaları açısından önemlidir. Bu bağlamda, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin kariyer gelişiminde, kültürel farklılığın artırılması ve lezzet algılarına uyum sağlama yeteneklerinin geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda Neofobia, Aşinalık, Baharat kullanımı, Baharat tüketimi.

Abstract

This study aims to investigate the attitudes of gastronomy and culinary arts department students towards the use of spices and the role of food neophobia and familiarity in these attitudes. Within the scope of the research, variables such as participants' gender, age, status of taking world cuisine courses, spice storage methods and spice usage times were analyzed. Participants were asked how familiar they were with spices and how much spice they used in their daily lives. In the study, various expressions were used to measure students' attitudes towards new and different foods; These include statements such as 'I always try new and different foods', 'I don't trust new foods', 'I don't try food if I don't know what's in it', 'I like foods from different cultures'. The research revealed the effects of students' food neophobia levels and spice familiarity on spice use. Findings showed that students with low food neophobia tended to use more spices and were more open to trying foods from different cultures. On the other hand, students with high food neophobia were found to be more conservative in the use of spices and avoid trying new foods. These results provide important information on how institutions providing gastronomy education can shape their educational programs to improve students' approaches to spices and new foods. This study is important for institutions providing gastronomy and culinary arts education to develop their educational programs and to understand students' use of spices and their approaches to new foods. In this context, it plays an important role in the career development of gastronomy and culinary arts students, increasing cultural awareness and improving their ability to adapt to a wide range of tastes.

Keywords: Food Neophobia, Familiarity, Spice use, Spice consumption.

1.Giriş

İnsanlar, yaşamlarını sürdürürken düzen, denge, uyum ve bilinirlik gibi unsurları ön planda tutma ihtiyacı hissetmektedir. Bu unsurlar, onların hayatını öngörülebilir bir şekilde sürdürmelerine ve gelecekte karşılaşacakları olayları tahmin etmelerine olanak tanımaktadır. Bu nedenle, bireyler genellikle belirli sonuçlara ulaşmayı bekler ve bu sonuçların gerçekleşmesi için çeşitli tedbirler almaktadır. Ancak, yaşamlarında beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan yenilikler, belirsizlikler ve değişiklikler, genellikle bireylerde rahatsızlık yaratmaktadır. Bu tür durumlar, onları kaygılandırmakta ve bu kaygıdan kaçınmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Psikoloji literatüründe, bireylerin yeni ve belirsiz durumlara karşı duydukları bu rahatsızlık ve kaçınma eğilimi, "yenilik korkusu" ya da "neofobia" olarak adlandırılmaktadır (Rızaoğlu vd., 2013, s. 672). Yenilik korkusu, bireylerin alıştıkları rutinlerin dışına çıkmaktan kaçınmalarına ve mevcut durumu koruma eğiliminde olmalarına yol açmaktadır. Bu durum, değişimin kaçınılmaz olduğu durumlarda bile, bireylerin direnç göstermesine ve olası yeniliklerden uzak durmasına neden olabilir.

Neofobia, bireylerin yaşamlarını derinden etkileyen ve yeni bir durumla karşılaştıklarında kendilerini koruma altına aldıkları bir tepki olarak tanımlanmaktadır. Bu durum, insanların yeni bir ortama yerleşme (göç), yeni eşyalar kullanma ya da yeni yiyecekler deneme konusunda isteksizlik göstermelerinin temel nedenlerinden biridir. Bireyler, günlük rutinlerinde süreklilik sağlayarak, örneğin aynı saatte aynı işi yapma, tanıdık eşyaları aynı şekilde kullanma ya da alışkın oldukları gıdaları tüketme gibi davranışları bu korku nedeniyle devam ettirmektedirler. Bu tür davranışlar, yenilikten kaçınma ve bilinen, güvenli alanlarda kalma eğiliminin bir sonucudur (Öztürk, 2019, s. 28).

Neofobia, gıda tüketimi konusunda da etkili olan bir korkudur. İnsanların yeni yiyecekleri deneyimleme, kabul etme ve beğenme süreçleri oldukça zordur. Bunun yerine, tadını ve etkilerini bildikleri, alışkın ve aşına oldukları yiyecekleri tercih etme eğilimleri daha yüksektir. Gıda aşinalığı, bireylerin belirli bir yiyecek ya da mutfak hakkında sahip oldukları bilgi, deneyim ve algıları ifade eden çok boyutlu bir kavramdır. Bu aşinalık yalnızca doğrudan tüketimle değil, aynı zamanda reklam, medya ve sosyal çevre aracılığıyla edinilen bilgiyle de şekillenir. Öznel ölçümler bireylerin kendilerini ne kadar aşına gördüklerini, nesnel ölçümler ise bilgi kaynakları ve deneyim miktarını yansıtır (Baloglu, 2001). Araştırmalar, gıdaya aşinalığın tat algısı, tercih ve tüketim niyetleri üzerinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir (Aldridge vd., 2009; Heath vd., 2011; Mustonen vd., 2012). Birçok çalışma yeni gıdaların kabul edilmesinde ve bu gıdalara yönelik aşinalığın oluşmasında gıda neofobianın olumsuz etkisine vurgu yapmaktadır (Flight vd., 2003; Olabi vd., 2009; Pliner & Hobden, 1992; Raudenbush & Frank, 1999; Tuorila vd., 2001).

Raudenbush ve Frank (1999, ss. 267-269), neofobik kişilerin ve neofobik olmayan kişilerin bildikleri ve aşına oldukları yiyeceklerle benzer tepkiler verdiğini, ancak neofobik kişilerin yeni ve aşına olmadıkları yiyeceklerle karşı daha olumsuz değerlendirmeler yaptığı sonucuna ulaşmışlardır (ss. 267-269). Yeni gıda ürünlerine aşinalık, neofobianın etkilerini azaltmaktadır. Gıda hakkında olumlu bilgi sağlanması ve yeni gıda ürününe tanıdık yiyeceklerin eklenmesi yiyeceğin kabulünü arttırmaktadır (Stallberg-White & Pliner, 1999, s. 212; Tuorila vd., 1998, s. 425). Ayrıca gıda neofobia, tüketilen yiyecek çeşitliliğini olumsuz etkileyen bir durumdur. Neofobia, bireyin yeni tatları deneme arzusunu olumsuz etkileyen (Fenko vd., 2015) bireylerin yiyecek çeşitliliğini kısıtlayan ve beslenme yetersizliği ile monotonluğa neden olan bir davranış kalıbı olarak değerlendirilmektedir (Park & Cho, 2016, s. 223). Koivisto vd., (1997) tarafından 2-17 yaş arası çocuklara sahip İsveçli ailelerle yapılan çalışmada, yüksek gıda neofobianın servis edilen yiyecek sayısını düşürdüğü ve daha az yiyecek denenmesiyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cooke vd., (2006) çalışması, yiyecek neofobiaya olan bireylerin farklı yiyeceklerle daha sık karşılaştıklarında, zamanla tükettikleri yiyecek çeşitliliğinin arttığını ortaya koymuştur. Yiyeceklerle maruz kalınması ve daha fazla yiyeceğin deneyimlenmesi neofobik bireyin neofobia seviyesini düşürmezken tüketilen yiyecek çeşitliliğini arttırmaktadır.

Jang ve Kim (2015, ss. 92-94) gıda neofobia, kültürel aşinalık ve menü gibi yiyecek tüketimindeki dış faktörlerin ABD'li müşterilerin etnik yiyecekleri deneme konusundaki isteksizliğini etkileyip etkilemediğini incelemek amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmada Kore yaşam tarzlarına, müziklerine, filmlerine ve pembe dizilerine maruz kalarak Kore kültürüne olan aşinalığın artırılmasının, yeni etnik yiyecekleri kabul etmede bir engel olan gıda neofobiayı azalttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Hwang ve Lin (2010) tarafından beslenme bilgisinin tüketicilerin Asya yiyeceklerini seçmesinde önemli olup olmadığı ve beslenme bilgisinin tüketicilerin yeni

yiyecekleri deneme isteğini artırıp artıramayacağı belirlemek amacıyla ABD’de bir çalışma yürütmüşlerdir. Bu çalışmada, gıda neofobianın tüketicilerin Asya mutfağına aşinalığını etkilemede önemli bir rol oynadığını dolayısıyla tüketicilerin Asya menü öğelerine yönelik genel tutumunu ve satın alma niyetlerini etkilediği ayrıca tüketici aşinalığını artırmanın yeni etnik yiyecekleri denemedeki potansiyel engel olan gıda neofobiasını ortadan kaldıracılabileceği sonucuna ulaşmışlardır.

Knaapila vd., (2017) tarafından yapılan çalışmada, baharatların kokusundan hoşlanma ve bu baharata olan aşinalığın; doğru koku tanımlamasında, ilgili baharatın tüketilmesinde ve kullanılmasında ayrıca yiyecek neofilisi konusunda olumlu yönde etkili olduğu vurgulanmaktadır. Yine aynı çalışmada baharat kokusuna tekrar tekrar maruz kalınması ile baharatların kokusundan hoşlanmanın kademeli olarak artırabileceğinin sonucuna ulaşmışlardır.

İlgili alan yazın incelendiğinde yiyeceğe maruz kalma, yiyecek hakkında bilgi edinme, farklı kültürleri öğrenme, küçük yaşlarda yiyeceğe maruz kalma durumunun gıda neofobia seviyesini azalttığını vurgulayan çalışmaların (Flight vd, 2003; Hwang & Lin, 2010; Knaapila vd., 2017; Park & Cho, 2015; Pliner, 1999; Raudenbush & Frank 1999) olmasına karşın baharat tüketiminde aşinalık ve gıda neofobia ilişkisini inceleyen yerli literatürde bir çalışmaya rastlanamamıştır.

İlgili alan yazın incelendiğinde, tekrarlı maruz kalmanın (repeated exposure) ve yiyeceklerle erken yaşta tanışmanın gıda neofobia seviyesini düşürdüğünü gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Özellikle uyaran aşinalığının neofobik ve neofilik katılımcıların yeni yiyeceklere ilişkin beklenti ve tat değerlendirmelerini değiştirdiği, maruz bırakma yoluyla tüketilen ve kabul edilen yiyecek sayısının arttığı bildirilmiştir (Maratos & Staples, 2015; Park & Cho, 2016).

Baharatlar ve baharat kokuları özelinde yapılan çalışmalarda da aşinalık ile algılanan hoşlanma ve tanıma yeteneği arasında pozitif ilişkiler saptanmıştır. Sık kullanan bireyler baharat kokularını daha doğru tanımlamakta ve onlara daha yüksek hoşlanma puanı vermektedir. Buna karşılık yüksek gıda neofobia puanları, baharat kokularından alınan hoşlanma ve tanıma skorlarıyla negatif ilişkili bulunmuştur. Bu sonuçlar, baharatlara yönelik tüketim alışkanlıklarının (ör. evde/ailesinde baharat kullanım sıklığı, çocuklukta maruz kalma) hem duysal tanımayı hem de yeni/egzotik baharatların kabulünü etkileyebileceğini göstermektedir (Knaapila vd., 2017).

Ayrıca, baharatlı/acı yemek tercihlerinin gelişiminde kültürel maruziyet, tekrar eden maruz kalma ve kişilik özelliklerinin (ör. sensation seeking) etkili olduğu; sık tüketimin algılanan yakıcılığı azalttığı ve zamanla tercihi artırdığı bildirilmektedir. Bu bulgular, gastronomi öğrencileri gibi yiyeceklerle yoğun teması olan gruplarda baharat çeşitliliğinin kullanımının aşinalığı arttırarak gıda neofobiayı düşürebileceğini öne sürmektedir (Byrnes & Hayes, 2013).

Bununla birlikte, yerli (Türkiye) literatürde doğrudan “baharat aşinalığı ile gıda neofobia arasındaki ilişkiyi” özel olarak inceleyen kapsamlı bir çalışma bulunmamıştır; Türkiye’de gıda neofobiayı ölçen ve gastronomi/mutfak öğrencilerini kapsayan çalışmalar mevcuttur, ancak bunlar genellikle genel gıda neofobia düzeylerini rapor etmekte olup, baharat çeşitliliği–aşinalık ilişkisine odaklanmamıştır. Bu nedenle sunulan çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin kullandıkları baharat çeşitliliği ile gıda neofobia/aşinalık düzeyleri arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyerek literatürde bir boşluğu doldurmaktadır (Geçgin & Özbek, 2024; Palamutoğlu vd., 2022).

Dolayısıyla mevcut literatür, gıda neofobia ile yiyeceğe aşinalık arasındaki ilişkinin oldukça güçlü olduğunu ortaya koyarken, baharat kullanımına yönelik aşinalığın

bu ilişkiyi nasıl şekillendirdiği konusunda sınırlı bilgi sunmaktadır. Özellikle gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri gibi mesleki açıdan yiyeceklerle yoğun etkileşim hâlinde olan grupların incelenmesi, hem teorik açıdan gıda neofobia–aşinalık ilişkisine yeni bir boyut kazandıracak hem de gastronomi eğitiminde müfredatın çeşitlendirilmesi ve duyuşal deneyimlerin artırılması açısından uygulamaya yönelik önemli ipuçları sağlayacaktır.

2. Yöntem

Bu çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin baharat kullanımı konusundaki tutumlarını ve bu tutumlarda gıda neofobia ile aşinalığın rolünü araştırmayı amaçlamaktadır. Amaç doğrultusunda gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin gıda neofobia ve aşinalık düzeylerinin kullanılan baharat çeşitliliği ile ilişkisi araştırılmış ve aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü okuyan öğrencilerin gıda neofobia seviyesi nedir?

Gıda neofobia baharat aşinalığını nasıl etkilemektedir?

Gıda neofobiaya sahip öğrencilerin tükettiği baharat çeşitliliğini nasıl etkilemektedir?

Çalışmanın evrenini Gastronomi ve mutfak sanatlarında okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Gönüllü katılan yedi devlet üniversitenin (Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Denizli Pamukkale Üniversitesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi) öğrencileri de örneklem grubunu oluşturmuştur. Araştırma kapsamında, katılımcıların cinsiyeti, yaşı, dünya mutfakları dersi alma durumları, baharat saklama yöntemleri ve baharat kullanım süreleri gibi değişkenler analiz edilmiştir. Katılımcılara baharatlara ne kadar aşina oldukları ve günlük yaşamlarında ne kadar baharat kullandıkları sorulmuştur. Sorular literatür incelenerek araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmada yer alan baharatların seçimi için; Oğan, (2019) çalışmalarından yararlanılmıştır. Katılımcıların gıda neofobia durumlarını değerlendirmek için ise Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen “gıda neofobia ölçeği” kullanılmıştır.

Gıda neofobia skorunun belirlenmesinde, gıda neofobia aritmetik ve standart sapma değerleri kullanılmaktadır (Flight vd., 2003; Olabi vd., 2009). Çalışmada kullanılan 5’li Likert ölçek, katılımcıların ifadelerle katılma derecelerini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır ve puanlama şu şekilde yapılmıştır: 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Az katılıyorum, 3= Orta katılıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Çok katılıyorum. Bu Likert puanları, gıda neofobia skoruna dönüştürülerek her ifade için 10 ile 50 arasında puan verilmiştir; yani “Kesinlikle katılmıyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcı 1, “Az katılıyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcı 2 puan, “Orta katılıyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcı 3 puan, “Katılıyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcı 4 puan ve “Çok katılıyorum” seçeneğini işaretleyen katılımcı 5 puan almıştır (Yiğit, 2018).

Buna göre;

- 10-18 değerleri arasında ise düşük gıda neofobia,
- 19-31 arasında ise orta gıda neofobia
- 32-50 düzeyi ise yüksek gıda neofobia olarak nitelendirilmektedir (Yiğit, 2018).

Bu sınıflandırma, gıda neofobia (yeni yiyecekleri deneme konusundaki isteksizlik veya korku) düzeylerini belirlemek için kullanılan bir ölçeğe dayanmaktadır.

10-18 değerleri arasında düşük gıda neofobia: Bu aralığa giren bireyler, yeni yiyecekleri denemeye karşı oldukça açık fikirli ve isteklidirler. Yeni tatlar ve yiyeceklerle karşılaşma durumunda genellikle çekingenlik yaşamazlar. Yiyecek denemeye yönelik merakları ve cesaretleri yüksektir.

19-31 değerleri arasında orta gıda neofobia: Bu gruptaki bireyler, yeni yiyecekleri deneme konusunda temkinli olabilirler. Bazı yiyecekler konusunda rahat olabilirken, diğerleriyle ilgili şüphe veya çekingenlik yaşayabilirler. Denemeye açık olmakla birlikte, bazı yiyeceklerle karşı isteksizlik gösterebilirler.

32-50 düzeyi arasında yüksek gıda neofobia: Bu aralığa giren bireyler, yeni yiyecekleri denemekten büyük ölçüde kaçınan, yeni tatlara karşı dirençli kişilerdir. Bu bireyler, genellikle tanıdık yiyecekleri tercih eder ve yemek konusunda risk almak istemezler. Yeni yiyeceklerle karşılaştıklarında ciddi bir isteksizlik veya endişe duyarlar.

Bu sınıflandırma, bireylerin yiyecek tercihlerini ve gastronomik maceracılıklarını anlamak açısından önemlidir. Literatürde düşük gıda neofobia düzeyine sahip bireylerin dünya mutfaklarına, farklı tatlara ve yeni yiyecek deneyimlerine daha açık oldukları; yüksek gıda neofobia düzeyine sahip bireylerin ise çoğunlukla tanıdık yiyeceklerle yöneldikleri ve yenilikten kaçındıkları belirtilmektedir (Damsbo-Svendsen, vd., 2017; Pliner & Hobden, 1992; Tuorila vd., 2001; Pliner & Salvy, 2006;). Bu bağlamda gıda neofobia, yalnızca bireylerin yiyecek seçimlerini değil, aynı zamanda kültürel çeşitlilik ve gastronomik keşfe yönelik tutumlarını da şekillendiren önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada kullanılan Gıda Neofobia Ölçeği'nin yapısı doğrultusunda, 1, 4, 6, 9 ve 10 numaralı maddeler yiyeckte yeniliğe açıklık düzeyini ölçmek üzere ters kodlama yöntemi ile analiz edilmiştir; 2, 3, 5, 7 ve 8 numaralı maddeler ise yiyeckte yenilik korkusu düzeyini belirlemektedir. Ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach's Alpha (α) katsayısı ile değerlendirilmiş ve 0,790 olarak bulunmuştur. Analizler, $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde yürütülmüştür.

Bu araştırma için etik kurul izni Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Kurulu'nun 29.01.2025 tarihli ve 01 numaralı kararı ile alınan izinle yürütülmüştür.

3.Bulgular ve tartışma

Çalışmada elde edilen veriler tablolar halinde sunulmuş ve bu veriler üzerinden yapılan istatistiksel analizlerin sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Dağılımları

Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Kadın	198 51,3
	Erkek	188 48,7
	Toplam	386 100,0
Demografik Değişkenler	n	%
Yaş	18-22 yaş arası	289 74,9
	23-27 yaş arası	77 19,9
	28-32 yaş arası	7 1,8
	33-37 yaş arası	10 2,6
	38-42 yaş arası	2 0,5
	43 yaş ve üzeri	1 0,3
	Toplam	386 100,0

Araştırmaya dâhil edilen öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, %51,3 kadın, %48,7 erkek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde; %74,9’u 18-22 yaş, %19,9’u 23-27 yaş, %1,8’i 28-32 yaş, %2,6’sı 33-37 yaş, %0,5’i 38-42 yaş, %0,03’ü ise 43 yaş ve üzerinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 2: Çalışmaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Baharat Kullanım Durumları

Baharat Kullanımı ile İlgili Sorular	n	%
Baharat kullanım nedenleri	Lezzet	258 66,7
	Görsellik	29 7,5
	Sağlık	43 11,1
	Alışkanlık	56 14,4
Baharat kullanım alışkanlığı kazanımına etkili faktörler	Damak zevki	192 50,1
	Aile	151 38,8
	Medya	43 11,1
Baharatları birbirinden ayırt ederken “en çok” hangi duyuşsal faktörlere dikkat edildiği	Koku	141 37,0
	Tat	177 45,5
	Renk	66 17,0
	Etiket	2 0,5
Baharat seçiminde etkili olan çevresel faktörler	Aile üyeleri	257 66,8
	Akrabalar	26 6,7
	Arkadaşlar	54 13,9
	Gazete ve dergiler	8 2,1
	Sosyal medya	41 10,5

Not. N=386

Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin baharat kullanım nedenlerine bakıldığında sırasıyla %66,7’si lezzet; %14,4’ü alışkanlık, %11,1’i sağlık ve %7,5’ise görsellik; olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların baharat kullanım alışkanlığı kazanımına bakıldığında; %50,1’inde damak zevki, %38,8’inde aile ve %11,1’inde medya faktörlerinin etkili olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların 'baharatları ayırt etme sürecinde en etkili duyuşal faktörler %45,5 oranında tat, %37,0 oranında koku, %17,0 oranında renk ve %0,5 oranında etiket olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, baharat seçiminde tat ve kokunun baskın rol oynadığını, ambalaj bilgileri gibi görsel ipuçlarının ise sınırlı etkisi olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların baharat seçiminde etkili olan çevresel faktörleri incelendiğinde ise %66,8 oranında aile üyeleri, 13,9 oranında arkadaşları, %10,5 oranında ise sosyal medyanın etkili olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: *Baharatla İlgili Ders Alma ve Baharat Miktarının Tariflere Etkisinin Olup Olmamasının Dağılımı*

		n	%
Dünya mutfakları dersi alma durumu	Evet	212	54,9
	Hayır	174	45,1
	Toplam	386	100,0
Yemeklerde baharat kullanım miktarında tariflerin etkisi	Evet	326	84,5
	Hayır	60	15,5
	Toplam	386	100,0

Ankete katılan katılımcıların dünya mutfakları dersi alma durumları incelendiğinde, katılımcıların %54,9'u dersi aldığını, %45,1'i ise dersi almadığını ifade etmiştir.

Yemek yaparken tariflere göre kullanılan baharatın miktarı farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirilirken, katılımcıların %84,5'i yaptıkları yemeklere göre baharat miktarını değiştirdiğini, %15,5'i ise yaptıkları yemeklere göre baharat miktarını değiştirmediğini ifade etmiştir.

Tablo 4: *Baharat Saklama Süresinin ve Saklama Şekillerinin Dağılımı*

	İfadeler	n	%
Baharatların Saklanma Süresi	1 ay	34	8,8
	3 ay	332	86,0
	6 ay	11	2,8
	Son kullanım tarihine kadar	9	2,3
	Toplam	386	100,0
Baharatları Saklama Şekli	Paketinde	58	15,0
	Cam kavanozda	117	30,3
	Teneke kutuda	33	8,5
	Ahşap kutuda	178	46,1
	Toplam	386	100,0

Ankete katılan katılımcıların baharatları saklama sürelerini incelendiğinde, katılımcıların %8,8'i baharatları 1 ay sakladığını, %86,0'sı baharatları 3 ay sakladığını, %2,8'i baharatları 6 ay sakladığını, %2,3'ü ise baharatları son kullanım tarihine kadar sakladığını belirtmiştir. Bu sonuç Demirçivi & Altaş (2016, s. 104–105) tarafından yapılan çalışmada, üniversite öğrencilerinin baharat tüketimi ve muhafaza alışkanlıklarının incelenmesi sonucunda elde edilen, öğrencilerin %32,3'ünün baharatları ilk üç ay içinde kullandıkları sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Ankete katılan katılımcıların baharatları saklama yöntemlerine bakıldığında, katılımcıların %15,0'i baharatları paketinde sakladığını, %30,3'ü baharatları cam kavanozda sakladığını, %8,5'i baharatları teneke kutuda sakladığını, %46,1'i ise baharatları ahşap kutuda sakladığını belirtmiştir. Çalışma bulguları Oğan vd., (2018, s. 233) kadınların baharat tüketimi üzerine yaptıkları çalışmada baharatların muhafaza şekilleri %30,5'inin cam kavanoz, %50,5'inin orijinal ambalajında sakladığı sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Tablo 5: Üniversite Öğrencilerinin Baharatlarla Aşinalık Durumunun Dağılımı

BAHARATLAR		Ürünü tanııyorum.	Ürünü tanyorum ama tadına bakmadım.	Ürünün tadına baktım ama kullanmıyorum.	Ara sıra ürünü kullanıyorum.	Ürünü düzenli olarak kullanıyorum.
Anason	n	46	149	114	73	4
	%	11,9	38,6	29,5	18,9	1,0
Defneyaprağı	n	12	48	59	191	76
	%	3,1	12,4	15,3	49,5	19,7
Fesleğen	n	6	42	43	185	110
	%	1,6	10,9	11,1	47,9	28,5
Hardal	n	8	36	129	172	41
	%	2,1	9,3	33,4	44,6	10,6
İsot	n	10	14	62	164	136
	%	2,6	3,6	16,1	42,5	35,2
Kajun	n	83	69	54	129	51
	%	21,5	17,9	14,0	33,4	13,2
Kakule	n	82	99	110	79	16
	%	21,2	25,6	28,5	20,5	4,1
Karabiber	n	10	5	5	40	326
	%	2,6	1,3	1,3	10,4	84,5
Kırmızı Toz biber	n	10	6	6	25	339
	%	2,6	1,6	1,6	6,5	87,8
Kimyon	n	11	6	12	54	303
	%	2,8	1,6	3,1	14,0	78,5
Kişniş	n	32	48	112	117	77
	%	8,3	12,4	29,0	30,3	19,9
Köri	n	22	14	51	144	155
	%	5,7	3,6	13,2	37,3	40,2
Mahlep	n	71	69	90	127	29
	%	18,4	17,9	23,3	32,9	7,5
Nane	n	9	7	15	47	308
	%	2,3	1,8	3,9	12,2	79,8
Pul biber	n	9	4	11	22	340
	%	2,3	1,0	2,8	5,7	88,1
Reyhan	n	23	41	64	127	131
	%	5,9	10,5	16,4	32,9	33,3

Tablo 5 (Devamı)

BAHARATLAR		Ürünü tanııyorum.	Ürünü tanıyorum ama tadına bakmadım.	Ürünün tadına baktım ama kullanmıyorum.	Ara sıra ürünü kullanıyorum.	Ürünü düzenli olarak kullanıyorum.
	%	6,0	10,6	16,6	32,9	33,9
Safran	n	36	110	113	105	22
	%	9,3	28,5	29,3	27,2	5,7
Sumak	n	10	19	27	129	201
	%	2,6	4,9	7,0	33,4	52,1
Susam	n	9	5	10	120	242
	%	2,3	1,3	2,6	31,1	62,7
Tarçın	n	11	10	23	117	225
	%	2,8	2,6	6,0	30,3	58,3
Tarhun	n	120	91	94	68	13
	%	31,1	23,6	24,4	17,6	3,4
Vanilya	n	12	15	53	125	181
	%	3,1	3,9	13,7	32,4	46,9
Yenibahar	n	38	61	76	114	97
	%	9,8	15,8	19,7	29,5	25,1
Zencefil	n	8	24	71	153	130
	%	2,1	6,2	18,4	39,6	33,7
Zerdeçal	n	13	35	70	130	138
	%	3,4	9,1	18,1	33,7	35,8

Not. N=386

Tablo 5'te katılımcıların baharatlara ilişkin aşinalık durumları incelenmiştir ve katılımcıların verdikleri cevapları sonucunda aşinalık olan ve düzenli olarak tüketilen baharatlar %58,3 tarçın, %62,7 susam, %52,1 sumak, %88,1 pul biber, %79,8 nane, %87,8 kırmızı toz biber ve %84,5 karabiberdir. Katılımcıların cevapları sonucunda aşinalık olan ve ara sıra tüketilen baharatlara bakıldığında, %33,7'si zerdeçal, %39,6 zencefil, %29,5 yenibahar, %32,4 vanilya, %32,9 reyhan, %32,9 mahlep, %37,3 köri, %33,4 kajun, %42,5 isot, %44,6 hardal, %47,9 fesleğen ve %49,5 defneyaprağıdır. Katılımcıların cevapları sonucunda aşinalık olan, tadına bakılan ancak tüketilmeyen baharatlar %29,3 safran, %29,0 kişniş, %28,5 kakule, %33,4 hardal ve %38,6 anasondur. Katılımcıların cevapları sonucunda aşinalık olan ancak tadı bilinmeyen baharatlar %38,6 anason ve %28,5 safrandır. Katılımcıların cevapları sonucunda aşinalık olmayan ve tadı bilinmeyen baharatlar %31,1'i tarhun olarak saptanmıştır.

Tablo 6: Üniversite Öğrencilerin Baharat Tüketme Sıklıklarının Dağılımı

BAHARATLAR		Her gün	Gün aşırı	Haftada 1 kez	15 günde 1 kez	Ayda 1 kez	Hiç kullanmıyorum.
Anason	n	5	6	19	13	90	253
	%	1,3	1,6	4,9	3,4	23,3	65,6
Defneyaprağı	n	9	13	59	65	167	73
	%	2,3	3,4	15,3	16,8	43,3	18,9
Fesleğen	n	24	23	73	69	124	73
	%	6,2	6,0	18,9	17,9	32,1	18,9
Hardal	n	7	14	44	59	113	148
	%	1,8	3,6	11,4	15,3	29,3	38,3
İsot	n	32	30	86	53	134	51
	%	8,2	7,8	22,3	13,7	34,7	13,2
Kajun	n	8	24	53	32	79	190
	%	2,1	6,2	13,7	8,3	20,5	49,2
Kakule	n	5	8	21	20	74	258
	%	1,3	2,1	5,4	5,2	19,2	66,8
Karabiber	n	221	88	43	18	12	4
	%	57,3	22,8	11,1	4,7	3,1	1,0
Kırmızı toz biber	n	232	82	46	17	5	4
	%	60,1	21,2	11,9	4,4	1,3	1,0
Kimyon	n	149	102	72	31	25	7
	%	38,6	26,4	18,7	8,0	6,5	1,8
Kişniş	n	22	25	62	42	91	144
	%	5,7	6,5	16,1	10,9	23,6	37,3
Köri	n	32	44	109	61	84	56
	%	8,3	11,4	28,2	15,8	21,8	14,5
Mahlep	n	9	9	47	57	87	177
	%	2,3	2,3	12,2	14,8	22,5	45,9
Nane	n	171	100	41	45	16	10
	%	44,3	25,9	10,6	11,7	4,1	2,6
Pul biber	n	247	64	33	20	7	15
	%	64,0	16,6	8,5	5,2	1,8	3,9
Reyhan	n	50	38	74	62	75	87
	%	13,0	9,8	19,2	16,1	19,4	22,5
Safran	n	11	15	35	41	72	212
	%	2,8	3,9	9,1	10,6	18,7	54,9
Sumak	n	71	61	104	58	50	42
	%	18,4	15,8	26,9	15,0	13,0	10,9
Susam	n	54	62	125	76	49	20
	%	14,0	16,1	32,4	19,7	12,7	5,2
Tarçın	n	70	60	106	75	57	18
	%	18,1	15,5	27,5	19,4	14,8	4,7

Tablo 6 (Devamı)

BAHARATLAR		Her gün	Gün aşırı	Haftada 1 kez	15 günde 1 kez	Ayda 1 kez	Hiç kullanmıyorum.
Tarhun	n	9	10	46	39	53	229
	%	2,3	2,6	11,9	10,1	13,7	59,3
Vanilya	n	49	45	95	70	77	50
	%	12,7	11,7	24,6	18,1	19,9	13,0
Yenibahar	n	32	32	63	65	76	118
	%	8,3	8,3	16,3	16,8	19,7	30,6
Zencefil	n	45	45	64	64	96	72
	%	11,7	11,7	16,6	16,6	24,9	18,7
Zerdeçal	n	41	41	69	68	88	79
	%	10,6	10,6	17,9	17,6	22,8	20,5

Tablo 6'ya göre %66,8'inin kakule, %65,6'sının anason, %59,3'ünün tarhun, %54,9'unun safran, %49,2'sinin kajun %45,9'unun mahlep, %38,3'ünün hardal, %37,3'ünün kişniş, %30,6'sının Yenibaharı üniversite öğrencilerinin hiç tüketmedikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin her gün tükettiği baharatlar incelendiğinde ise %57,3 karabiber, %60,1 kırmızı toz biber, %38,6 kimyon, %44,3 nane, %64,0 pul biber olduğu belirlenmiştir. Oğan vd. (2018, s.235) çalışmasında kadınların en çok kullandıkları baharatın %34,3'ünün kırmızı pul biber, Yıldız & Kılınç (2010, s.21) kırmızıbiber, nane, kekik ve karabiberi Türk mutfağında en çok kullanılan baharatlar olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sonuçlar ilgili çalışmalarla benzerlik göstermektedir.

Tablo 7: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Gıda Neofobia Ölçeğine Verdikleri İfadelerin Dağılımı

İFADELER		Kesinlikle katılmıyorum.	Az katılıyorum.	Orta katılıyorum.	Katılıyorum.	Çok katılıyorum.	x _i	ss
1.Sürekli yeni ve farklı yiyecekler denerim. (-)	n	107	72	144	40	23	2,45	1,13
	%	27,7	18,7	37,3	10,4	6,0		
2.Yeni yiyeceklere güvenmem. (+)	n	172	115	82	9	8	1,87	0,96
	%	44,6	29,8	21,2	2,3	2,1		
3.İçinde ne olduğunu bilmediğim yiyecekleri denemem. (+)	n	96	103	81	34	72	2,69	1,41
	%	24,9	26,7	21,0	8,8	18,7		
4.Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim. (-)	n	145	92	100	27	22	2,14	1,13
	%	37,6	23,8	25,9	7,0	5,7		
5.Etnik yiyecekler bana tuhaf görüldüğü için yemem.	n	180	120	62	4	20	1,87	1,05
	%	46,6	31,1	16,1	1,0	5,2		

Tablo 7 (Devamı)

İFADELER		Kesinlikle katılmıyorum.	Az katılıyorum.	Orta katılıyorum.	Katılıyorum.	Çok katılıyorum.	$\bar{x}$	ss
6.Sosyal etkinliklerde farklı yiyecekleri denerim. (-)	n	187	75	81	24	19	1,95	1,12
	%	48,4	19,4	21,0	6,2	5,0		
7.Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım. (+)	n	166	101	93	16	20	2,02	1,13
	%	43,0	26,2	21,5	4,1	5,2		
8.Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir. (+)	n	93	104	96	45	48	2,61	1,30
	%	24,1	26,9	24,9	11,7	12,4		
9.Yemek seçmem, her şeyi yerim. (-)	n	58	55	111	80	82	2,12	1,23
	%	15,0	14,2	28,8	20,7	21,3		
10.Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim. (-)	n	167	83	73	34	29	3,16	1,31
	%	43,3	21,5	18,9	8,8	7,6		

Not. $N=386$

Tablo 7’de görüldüğü gibi, yöntem kısmında da belirtilen, kullanılan gıda neofobia ölçeğinde 1, 4, 6, 9 ve 10 ifadeler katılımcıların yiyecekte yeniliğe açıklık skorlarını ve yiyecekte yenilik korkusu skorlarını belirlemek için ters kodlama yöntemi kullanılarak analizden önce kodlanmıştır. Ölçekteki 1, 4, 6, 9 ve 10 numaralı ifadeler yiyecekte yeniliğe açıklık düzeyini 2, 3, 5, 7 ve 8 numaralı ifadeler ise yiyecekte yenilik korkusu düzeyini ölçmektedir. Neofobia ölçeğinde belirtilen her bir ifadeye ilişkin frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır.

Üniversite öğrencilerinin gıda neofobia ölçeğini ilişkin ifadelere katılma oranları incelendiğinde en düşük oran % 1,87 ile “Yeni yiyeceklere güvenmem. (+)” ve “4.Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim. (-)” ifadeleri; en yüksek ifade oranı ise %3,16 oranı ile “Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim. (-)” ifadesidir.

Tablo 8: Katılımcıların Ortalama Gıda Neofobi Değeri

N	$\bar{x}$	ss
386	22,88	1,17

Tablo 8’e bakıldığında, gıda neofobia ölçeğine vermiş olduğu cevaplara göre gıda neofobia skoru 22,88 olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencileri gıda neofobia sınıfında orta düzey gıda neofobia kategorisinde yer almaktadır.

Tablo 9: Üniversite Öğrencilerinin Gıda Neofobia Değerlerinin Kategorilere Göre Dağılımı

Gıda neofobia değerleri	n	%	$\bar{x}$	ss
0-18 değerleri arasında düşük neofobia	114	29,5	14,0	1,1
19-31 değerleri arasında orta derece neofobia	232	60,1	25,0	1,2
32-50 değerleri arasında yüksek neofobia	40	10,4	41,0	1,3
Toplam	386	100,0	22,88	1,17

Not. Grup ortalamaları aralık merkezleri alınarak hesaplanmıştır.

Üniversite öğrencilerinin gıda neofobia skoru değerlerinin kategorilere göre dağılımı incelendiğinde katılımcıların %10,4'ünün yüksek, %60,1'inin orta ve %29,5'inin ise düşük neofobia kategorisinde yer aldığı belirlenmiştir. İstatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 10: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Gıda Neofobia Skorları ile Baharat Aşinalığı Arasındaki İlişki

Grup istatistiği					Test istatistiği	Önem düzeyi	Farklılığa neden gruplar
	GıdaNeofobia Skoru	n	$\bar{x}$	ss	F	p	
Anason	Düşük	114	2,70	0,94	3,310	0,038*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	2,58	0,96			
	Yüksek	40	2,25	0,92			
Defne Yaprağı	Düşük	114	3,88	1,00	9,214	0,000*	Düşük ile yüksek; orta ile yüksek
	Orta	232	3,71	0,97			
	Yüksek	40	3,10	1,12			
Fesleğen	Düşük	114	4,11	0,92	6,215	0,002*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	3,87	0,95			
	Yüksek	40	3,50	1,15			
Hardal	Düşük	114	3,66	0,87	5,227	0,006*	Düşük ile yüksek; orta ile yüksek
	Orta	232	3,51	0,84			
	Yüksek	40	3,15	1,00			
Kajun	Düşük	114	3,30	1,38	10,481	0,000*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek; orta ile yüksek
	Orta	232	2,97	1,32			
	Yüksek	40	2,17	1,35			
Kakule	Düşük	114	2,86	1,10	6,838	0,001*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek
	Orta	232	2,56	1,12			
	Yüksek	40	2,12	1,24			
Kişniş	Düşük	114	3,69	1,10	12,892	0,000*	Düşük ile yüksek; orta ile yüksek
	Orta	232	3,40	1,12			
	Yüksek	40	2,62	1,35			
Köri	Düşük	114	4,22	0,87	12,148	0,000*	Düşük ile yüksek; orta ile yüksek
	Orta	232	4,05	1,06			
	Yüksek	40	3,27	1,44			

Tablo 10 (Devamı)

Grup istatistiği		Test istatistiği		Önem düzeyi	Farklılığa neden gruplar		
GıdaNeofobia Skoru	n	$\bar{x}$	ss	F	p		
Mahlep	Düşük	114	3,18	1,12	5,318	0,005*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	2,88	1,28			
	Yüksek	40	2,47	1,15			
Nane	Düşük	114	4,80	0,51	5,218	0,006*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	4,63	0,86			
	Yüksek	40	4,32	1,22			
Safran	Düşük	114	2,99	1,08	3,040	0,049*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	2,94	0,98			
	Yüksek	40	2,52	1,43			
Tarçın	Düşük	114	4,53	0,82	4,220	0,015*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	4,37	0,93			
	Yüksek	40	4,05	1,06			
Zencefil	Düşük	114	4,19	0,90	4,966	0,007*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek
	Orta	232	3,89	0,97			
	Yüksek	40	3,72	1,13			

p< 0,05

Üniversite öğrencilerinin gıda neofobia değerlerinin baharat aşinalığı durumlarına göre karşılaştırıldığında anason, defneyaprağı, fesleğen, hardal, kajun, kakule kişniş, köri, mahlep, nane, safran, tarçın, zencefil baharatlarının aşinalık durumunda gruplar arasında istatistiksel olarak farklılıklar anlamlıdır (p<0,05).

Katılımcıların gıda neofobia değerlerine göre aşinalık durumu değerlendirildiğinde yüksek neofobiya sahip öğrencilerin baharatlara daha az aşınayken düşük gıda neofobia skoruna sahip bireylerin bu baharatlara daha fazla aşına oldukları saptanmıştır. Bu sonuçlar yeni gıdaların kabul edilmesinde ve bu gıdalara yönelik aşinalığın oluşmasında gıda neofobiasının olumsuz etkisi yönündeki (Flight vd., 2003; Olabi vd., 2009; Pliner & Hobden, 1992; Raudenbush & Frank, 1999; Tuorila vd., 2001) alan yazını desteklemektedir.

Tablo 11: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Gıda Neofobia Skorları ile Baharat Tüketim Sıklığı Arasındaki İlişki

Grup İstatistiği					Test İstatistiği	Önem Düzeyi	Farklılığa Neden Gruplar
	Gıda Neofobia Skoru	n	$\bar{x}$	ss	F	p	
Defne Yaprağı	Düşük	114	3,88	1,00	9,214	0,000*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	3,71	0,97			
	Yüksek	40	3,10	1,12			
Fesleğen	Düşük	114	3,26	1,65	9,378	0,000*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek
	Orta	232	2,62	1,22			
	Yüksek	40	2,45	1,51			
Kajun	Düşük	114	2,42	1,48	4,563	0,011*	Düşük ile yüksek
	Orta	232	2,07	1,40			
	Yüksek	40	1,70	1,09			
Kırmızı Tozbiber	Düşük	112	5,55	0,74	4,725	0,009*	Düşük ile orta
	Orta	229	5,21	1,11			
	Yüksek	40	5,12	1,24			

Tablo 11 (Devamı)

Grup İstatistiği					Test İstatistiği	Önem Düzeyi	Farklılığa Neden Gruplar
	Gıda Neofobia Skoru	n	$\bar{x}$	ss	F	p	
Nane	Düşük	112	5,15	1,14	6,797	0,001*	Düşük ile yüksek; orta ile yüksek
	Orta	229	4,83	1,29			
	Yüksek	40	4,87	1,85			
Kırmızı Pulbiber	Düşük	112	5,65	1,34	11,602	0,000*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek
	Orta	229	5,12	1,34			
	Yüksek	40	4,65	1,73			
Tarçın	Düşük	112	4,39	1,40	10,533	0,000*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek
	Orta	229	3,68	1,38			
	Yüksek	40	3,60	1,54			
Vanilya	Düşük	112	3,75	1,66	4,558	0,011*	Düşük ile orta
	Orta	229	3,28	1,46			
	Yüksek	40	3,07	1,60			
Zencefil	Düşük	112	3,58	1,80	9,188	0,000*	Düşük ile orta; düşük ile yüksek
	Orta	232	3,01	1,55			
	Yüksek	40	2,40	1,17			
Zerdeçal	Düşük	114	2,71	1,35	4,217	0,015*	Düşük ile Orta; düşük ile yüksek
	Orta	232	2,41	1,06			
	Yüksek	40	2,15	1,31			

p< 0,05

Üniversite öğrencilerinin gıda neofobia değerlerinin baharat tüketim sıklığına göre karşılaştırıldığında defneyaprağı, fesleğen, kajun, kırmızı toz biber, nane, kırmızı pulbiber, tarçın, vanilya, zencefil, zerdeçal baharatlarının tüketim miktarı ve gıda neofobia skorları karşılaştırıldığında gruplar arasında istatistiksel olarak farklılıklar anlamlıdır(p<0,05).

Katılımcıların gıda neofobia değerlerine göre baharat tüketim miktarları karşılaştırıldığında yüksek neofobiya sahip bireylerin kullandıkları baharat çeşitliliği düşüken düşük gıda neofobia skoruna sahip bireylerin daha fazla baharat çeşitliliğine sahip oldukları belirlenmiştir.

Alan yazında gıda neofobiası, tüketilen yiyecek çeşitliliğini olumsuz etkileyen bir durum olarak değerlendirilmekte ve neofobia, bireyin yeni tatları deneme arzusunu olumsuz etkileyen bireylerin yiyecek çeşitliliğini kısıtlayan ve beslenme yetersizliği ile monotonluğa neden olan bir davranış kalıbı olarak değerlendirilmektedir (Fenko vd., 2015; Park & Cho, 2015) bu bulgular ile literatür desteklenmektedir.

Tablo 12: Katılımcıların Dünya Mutfakları Dersi Alma Durumlarına göre Baharat Aşinalığının Değerlendirmesi

Baharat	Ders alma durumu	n	$\bar{x}$	ss	Test İstatistiği	Anlamlılık
					F	p
Anason	Evet	212	2,59	0,95	0,137	0,712
	Hayır	174	2,57	0,97		
Defne yaprağı	Evet	212	3,91	0,91	22,134	0,000*
	Hayır	174	3,44	1,08		
Fesleğen	Evet	212	4,08	0,85	24,071	0,000*
	Hayır	174	3,70	1,08		
Hardal	Evet	212	3,54	0,82	5,154	0,024*
	Hayır	174	3,50	0,94		
İsot	Evet	212	4,03	0,94	0,456	0,991
	Hayır	174	4,05	0,95		
Kajun	Evet	212	3,03	1,38	0,346	0,966
	Hayır	174	2,93	1,37		
Kakule	Evet	212	2,75	1,20	2,227	0,136
	Hayır	174	2,43	1,06		
Karabiber	Evet	212	4,77	0,71	4,814	0,029*
	Hayır	174	4,67	0,85		
Kırmızı toz biber	Evet	212	4,76	0,78	0,141	0,707
	Hayır	174	4,74	0,79		
Kimyon	Evet	212	4,70	0,78	4,400	0,037*
	Hayır	174	4,55	0,79		
Kışniş	Evet	212	3,50	1,19	0,720	0,397
	Hayır	174	3,29	1,15		
Köri	Evet	212	4,08	1,05	0,869	0,352
	Hayır	174	3,94	1,13		
Mahlep	Evet	212	3,08	1,25	0,456	0,989
	Hayır	174	2,75	1,20		
Nane	Evet	212	4,68	0,80	2,042	0,154
	Hayır	174	4,60	0,87		
Pulbiber	Evet	212	4,60	0,87	15,036	0,000*
	Hayır	174	4,83	0,63		
Reyhan	Evet	212	4,67	0,88	13,779	0,033*
	Hayır	174	3,86	1,15		
Safran	Evet	212	3,07	1,02	2,104	0,148
	Hayır	174	2,71	1,09		
Sumak	Evet	212	4,32	0,91	0,663	0,416
	Hayır	174	4,21	1,03		
Susam	Evet	212	4,56	0,79	1,224	0,269
	Hayır	174	4,43	0,83		
Tarçın	Evet	212	4,41	0,89	0,248	0,619
	Hayır	174	4,34	0,95		
Tarhun	Evet	212	2,45	1,20	0,317	0,574
	Hayır	174	2,29	1,16		
Vanilya	Evet	212	4,25	0,94	0,255	0,614
	Hayır	174	4,04	1,07		
Yenibahar	Evet	212	3,58	1,19	10,523	0,001*
	Hayır	174	3,26	1,38		
Zencefil	Evet	212	4,05	0,92	3,027	0,083
	Hayır	174	3,86	1,03		
Zerdeçal	Evet	212	3,93	1,05	0,518	0,113
	Hayır	174	3,83	1,14		

Not. N=386

Tablo 12’de katılımcıların baharat aşinalığı ile dünya mutfakları dersi almaları arasındaki istatistiksel olarak anlamlı farklılığın belirlenmesi için yapılan test sonuçları verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; dünya mutfakları dersi alan öğrencilerin defneyaprağı, fesleğen, hardal, karabiber, kimyon, pul biber, reyhan ve yenibahara daha fazla aşına oldukları sonucuna ulaşılmıştır ve istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$).

4. Sonuç

Bu çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin baharat kullanım tutumları ile gıda neofobiası ve aşinalık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgular, öğrencilerin baharat kullanımında en baskın etkenin lezzet olduğunu göstermektedir (%66,7). Bu sonuç, Demirçivi ve Altaş (2016) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin baharat kullanımının büyük ölçüde lezzet odaklı olduğunu ortaya koyan bulgularla paralellik göstermektedir. Bunun yanı sıra, öğrencilerin baharat kullanım alışkanlıklarının şekillenmesinde aile etkisinin de önemli bir rol oynadığı (%38,8) görülmüştür; bu durum, daha önceki çalışmalarda yemek yapma ve baharat kullanımı konusundaki sosyal öğrenme ve aile etkisi vurgusunu desteklemektedir (Gök vd., 2020; Pliner & Melo, 1997).

Katılımcıların baharatları ayırt etme kriterleri incelendiğinde, tat (%45,5) ve koku (%37,0) ön plana çıkmaktadır; etiketin önemsiz bulunması (%0,5) ise ambalaj bilgilerinin karar sürecine etkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, duyuşal özelliklerin gıda tercihlerini belirlemede kritik rol oynadığını gösteren önceki çalışmalarla uyumludur. Chen ve Antonelli (2020) tarafından yapılan bir çalışmada, görsel ve koku ipuçlarının çevredeki yiyecekleri tanımlamada, yiyecek seçimini yönlendirmede ve yeme hafızasında önemli katkılar sağladığını belirtmektedir. Ayrıca, duyuşal kalite sinyallerinin (örneğin, tat ve koku) tüketicilerin satın alma kararları üzerinde etkili olduğu gösterilmiştir (Jürkenbeck & Spiller, 2021). Buna karşılık, ambalaj üzerindeki etiketlerin, özellikle duyuşal özellikleri tanımlayan etiketlerin, tüketici tercihini etkileyebileceği, ancak bu etkinin sınırlı olabileceği de bildirilmiştir (Swahn vd. 2012).

Baharat kullanım sıklığı ve gıda neofobia arasındaki ilişki, yeni yiyecekleri denemeye açıklığın baharat deneyimleriyle paralel olduğunu göstermektedir. Örneğin, baharat miktarını değiştirerek yemeklerini kişiselleştiren veya çeşitli baharatları denemeye açık olan bireyler, yeni yiyecekleri deneme konusunda da daha cesur davranmaktadır. Bu bulgu, Pliner ve Hobden (1992) ile Knaapila vd. (2017) tarafından bildirilen, gıda neofobia ile yiyeceklere yönelik deneme davranışı arasındaki negatif ilişkinin bir doğrulaması olarak değerlendirilebilir.

Dünya mutfakları dersi alan öğrencilerin belirli baharatlara (defneyaprağı, fesleğen, kimyon, pul biber vb.) daha aşına olmaları, eğitim yoluyla baharat çeşitliliğine maruziyetin aşinalığı artırdığını göstermektedir. Bu durum, eğitimsel müdahalelerin gıda neofobiayı azaltmada etkili olabileceğini öne sürmekte ve literatüre somut bir katkı sunmaktadır. Özellikle, duyuşal eğitim programlarının çocuklarda gıda neofobiayı azalttığı ve yeni yiyecekleri denemeye yönelik istekliliği artırdığı gösterilmiştir. Örneğin, Kore’de yapılan bir çalışmada, 7-9 yaş arasındaki öğrencilerde 12 oturumluk bir tat eğitimi programı sonrasında gıda neofobia skorlarının anlamlı şekilde düştüğü ve yeni yiyecekleri denemeye yönelik istekliliklerinin arttığı bulunmuştur (Park, & Cho, 2016). Benzer şekilde, duyuşal eğitim programlarının çocukların gıda neofobiayı azalttığı ve yeni yiyecekleri denemeye yönelik istekliliği artırdığı bildirilmiştir (Mustonen & Tuorila, 2010). Bulgular ayrıca, öğrencilerin günlük olarak kullandığı baharatların (%57–64

arasında değişen karabiber, kırmızıbiber, pul biber vb.) Türkiye mutfağına özgü, sık kullanılan baharatlar olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan az kullanılan veya hiç kullanılmayan baharatlar, kültürel farkındalığın sınırlı olduğu ve bireylerin yeni tatlara açıklığının daha düşük olduğu durumlarla paralellik göstermektedir. Bu gözlem, kültürel alışkanlıkların ve gıda neofobianın baharat kullanımını şekillendirmede birlikte etkili olduğunu göstermesi açısından literatüre katkı sağlamaktadır (Tuorila vd., 2001; Pliner & Salvy, 2006).

Sonuç olarak, bu çalışma gastronomi öğrencilerinin baharat kullanımında lezzet, alışkanlık ve aile etkisinin bir arada rol oynadığını; duyuşal özelliklerin, eğitim ve kültürel maruziyetin ise bireylerin yeni tatları deneme eğilimini etkilediğini ortaya koymaktadır. Literatüre katkısı, özellikle Türkiye’de gastronomi öğrencilerinde baharat aşinalığı ile gıda neofobia arasındaki ilişkiyi doğrudan inceleyen ilk kapsamlı çalışmalardan biri olmasıdır. Bu bağlamda çalışma, hem eğitimsel yaklaşımların hem de kültürel alışkanlıkların baharat kullanımını ve yeni yiyecekleri deneme davranışını nasıl şekillendirdiğine dair önemli kanıtlar sunmaktadır.

Yaş gruplarına göre yeni yiyecekleri deneme istekliliği farklılıkları üzerine daha detaylı bir çalışma yapılabilir. Bu çalışmada, yaşın yiyecek tercihlerindeki rolü ve yaş ilerledikçe yeni yiyecekleri denemede ortaya çıkan cesaret ya da isteksizlik nedenleri incelenebilir. Özellikle yaşın alışkanlıklar, deneyimler ve tercihler üzerindeki etkisi vurgulanabilir. Katılımcıların baharat kullanımı ile gıda neofobia arasındaki ilişki üzerine daha kapsamlı bir araştırma yapılabilir. Baharatları sık kullanan bireylerin yeni yiyecekleri denemede daha istekli olup olmadıkları ve hangi baharatların bu eğilimi artırdığı incelenebilir. Dünya mutfakları eğitimi alan öğrencilerin farklı baharatlara aşinalığının arttığı tespit edildiği için, bu tür eğitimlerin öğrenci ve profesyonel aşçılar üzerinde yarattığı etkiyi ölçen daha kapsamlı bir çalışma yapılabilir. Eğitimlerin, öğrencilerin gıda neofobia seviyesini nasıl azalttığı, yeni tatlara olan yaklaşımlarını nasıl değiştirdiği araştırılabilir. Yerel mutfak kültürleri ile bazı baharatların kullanım sıklığı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırma yapılabilir. Özellikle bazı baharatların kültürel nedenlerle daha az tercih edilmesi, bireylerin gastronomik çeşitliliğe ve dünya mutfaklarına açık olup olmadığını belirleyebilir. Bu çalışmada, küresel mutfakların etkisi ve yerel mutfakların sınırları detaylı olarak ele alınabilir.

BEYANLAR

Beyan Başlığı	Açıklama / Metin
Araştırmanın Etik Yönü	Bu araştırma için etik kurul izni Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Kurulu’nun 29.01.2025 tarihli 01 toplantı nolu ve 2025/56 kod ile alınan izinle yürütülmüştür.
Çıkar Çatışması Beyanı	Çalışmanın yazarları bu çalışmada, sonuçları veya yorumları etkileyebilecek herhangi bir maddi veya diğer asli çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.
Yazar Katkı Oranı	Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamışlardır.
Finansal Destek Beyanı	Bu çalışma herhangi bir kurum ya da kuruluş tarafından maddi olarak desteklenmemiştir.
Üretken Yapay Zekâ Beyanı	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir üretken yapay zekâ aracının kullanılmadığını Arş Gör. Gülsevdî ÖZTÜRK, Dr. Öğr. Üyesi Firuze CEYLAN, Dr. Öğr. Üyesi Fatma KOÇ ve Dr. Öğr. Üyesi Fulya SARPER beyan ederiz.

KAYNAKÇA

- Aldridge, V., Dovey, T. M., & Halford, J. C. (2009). The role of familiarity in dietary development. *Developmental Review*, 29 (1), 32–44. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2008.11.001>
- Baloglu, S. (2001). Image variations of Turkey by familiarity index: Informational and experiential dimensions. *Tourism Management*, 22(2), 127–133. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00049-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00049-2)
- Bulut, K. (2019). *Beş yıldızlı otellerde çalışan aşçıların baharat kullanım alışkanlıkları üzerine yaptıkları bir araştırma* (Tez No. 559011) [Yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden erişildi.
- Byrnes, N. K., & Hayes, J. E. (2013). Personality factors predict spicy food liking and intake. *Food Quality and Preference*, 28(1), 213–221. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2012.09.008>
- Chen, P. J., & Antonelli, M. (2020). Conceptual models of food choice: influential factors related to foods, individual differences, and society. *Foods*, 9(12), 1898. <https://doi.org/10.3390/foods9121898>
- Cooke, L., Carnell, S., & Wardle, J. (2006). Food neophobia and mealtime food consumption in 4–5 years old children. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3(14), 1–6. <https://doi.org/www.ijbnpa.org/content/3/1/14>.
- Damsbo-Svendsen, M., Frøst, M. B., & Olsen, A. (2017). A review of instruments developed to measure food neophobia. *Appetite*, 113, 358–367. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.02.032>
- Demirçivi, B. M., & Altaş, A. (2016). Üniversite öğrencilerinin baharatlara ilişkin bilgileri ve tüketim tercihleri: Aksaray Üniversitesinde bir uygulama, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 88–112. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.50>.
- Fenko, A., Leufkens, J. M., & Van Hoof, J. J. (2015). New product, familiar taste: effects of slogans on cognitive and affective responses to an unknown food product among food neophobics and neophilics. *Food Quality and Preference*, 39, 268–276. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.07.021>

- 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. [https://doi.org/10.1016/S0195-6663\(03\)00039-4](https://doi.org/10.1016/S0195-6663(03)00039-4)
- Geçgin, E., & Özbek, H. Ş. (2024). Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin gıda neofobi düzeyinin ölçülmesi. *Coğrafya, Planlama ve Turizm Stüdyoları*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.5505/gpts.2024.41636>
- Gök, T., İsakova, D., & İnce, C. (2020). Aile Yemekleri, Yeme Davranışları ve Fast-Food Tüketim Sıklığı İlişkisi: KTMU Örneği. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(2), 216–232. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/johti/article/833356>
- Heath, P., Houston-Price, C., & Kennedy, O. B. (2011). Increasing food familiarity without the tears. A role for visual exposure?. *Appetite*, 57(3), 832–838. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.05.315>
- 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. *Appetite*, 29(1), 89–103. <https://doi.org/10.1006/appe.1997.0108>
- 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. <https://doi.org/10.1080/19368620903455286>
- Jang, S. S., & Kim, D. (2015). Enhancing ethnic food acceptance and reducing perceived risk: the effects of personality traits, cultural familiarity, and menu framing. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 85–95. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.03.011>
- Jürkenbeck, K., & Spiller, A. (2021). Importance of sensory quality signals in consumers' food choice. *Food Quality and Preference*, 90, 104155. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104155>
- Knaapila, A., Laaksonen, O., Virtanen, M., Yang, B., Lagström, H., & Sandell, M. (2017). Pleasantness, familiarity, and identification of spice odors are interrelated and enhanced by consumption of herbs and food neophilia. *Appetite*, 109, 190–200. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.11.025>

Öztürk, G., Ceylan, F., Koç, F., & Sarper, F., (2026). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin baharat kullanımında gıda neofobia ve aşinalığın rolü.

Maratos, F. A., & Staples, P. (2015). Attentional biases towards familiar and unfamiliar foods in children. The role of food neophobia. *Appetite*, 91, 220–225. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.003>

Mustonen, S., & Tuorila, H. (2010). Sensory education decreases food neophobia score and encourages trying unfamiliar foods in 8–12-year-old children. *Food Quality and preference*, 21(4), 353–360. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2009.09.001>

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. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.01.027>

Oğan, Y., Sarper, F., Özer, E. Z., & Çekiç, İ. (2019). Kadınların baharat tüketimi üzerine bir araştırma. *Researcher*, 7(2), 226–244. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2151633>

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. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2009.01.005>

Öztürk, G. (2019). *Etnik gıdaya yönelik tutum ile kültürleşme, kültürel açıklık ve neofobi'nin ilişkisi: Samsun Gürcü Mutfağı örneği* (Tez No. 574095) [Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi] Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden erişildi.

Palamutoğlu, R., Palamutoğlu, M. İ., Kantar, A. G., Çorapçı, B., Kazak, M., & Kasnak, C. (2022). Üniversite öğrencilerinin et tüketimi ve gıda neofobisinin değerlendirilmesi. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3), 144–153. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ahievransaglik/article/1138878>

Park, B. K., & Cho, M. S. (2016). Taste education reduces food neophobia and increases willingness to try novel foods in school children. *Nutrition Research and Practice*, 10(2), 221–228. <https://doi.org/10.4162/nrp.2016.10.2.221>

Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19(2), 105–120. [https://doi.org/10.1016/0195-6663\(92\)90014-W](https://doi.org/10.1016/0195-6663(92)90014-W)

- Pliner, P., & Melo, N. (1997). Food neophobia in humans: Effects of manipulated arousal and individual differences in sensation seeking. *Physiology & Behavior*, 61(2), 331–335. [https://doi.org/10.1016/S0031-9384\(96\)00406-4](https://doi.org/10.1016/S0031-9384(96)00406-4)
- Pliner, P., & Salvy, S. J. (2006). Food neophobia in humans. In the psychology of food choice (pp. 75–92). Wallingford UK: Cabi. <https://doi.org/10.1079/9780851990323.0075>
- Raudenbush, B., & Frank, R. A. (1999). Assessing food neophobia: The role of stimulus familiarity. *Appetite*, 32, 261–271. <https://doi.org/10.1006/appe.1999.0229>
- Rızaoğlu, B., Ayazlar, R. A., & Gençer, K. (2013). Yiyecek deneyimiyle ilgili bireysel eğilimlerin sosyodemografik özellikler açısından değerlendirilmesi: Kuşadası'na gelen yabancı turistler örneği. İçinde K. Karamustafa, Ö. Şanlıoğlu & K. Güllü (Eds.), *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı* (ss. 669–687). Detay Yayıncılık.
- Stallberg-White, C., & Pliner, P. (1999). The effect of flavor principles on willingness to taste novel foods. *Appetite*, 33, 209–221. <https://doi.org/10.1006/appe.1999.0263>
- Tuorila, H. M., Meiselman, H. L., Cardello, A. V., & Leshner, L. L. (1998). Effect of expectations and the definition of product category on the acceptance of unfamiliar foods. *Food Quality & Preference*, 9, 421–430. [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(98\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(98)00012-3)
- Tuorila, H., Lähteenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29–37. [https://doi.org/10.1016/S0950-3293\(00\)00025-2](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(00)00025-2)
- Yaldız G., & Kılınç E. (2010). Rize ili kentsel alanda tüketicilerin baharat tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 5(2), 28–34. www.teknolojikarastirmalar.com
- Yiğit, S. (2018). *Etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisi (karşılaştırmalı bir uygulama)* (Tez No. 511709) [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden erişildi.