

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN GIDA NEOFOBİSİ DÜZEY VE NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Ahmet Çetin
Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler MYO,
E-mail: cetina@pau.edu.tr

Prof. Dr. Hasan Hüseyin Soybalı
Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi,
E-mail: hsoybalı@aku.edu.tr

Özet

Bu çalışma yeni yiyeceklerden kaçınma (Food Neophobia) ve yeni yiyecekleri denemeye aşırı istekli olma (Food Neophilia) açısından turizm öğrencilerinin okudukları bölümler ve cinsiyetlerine göre aralarındaki farklılıkları araştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca araştırmada yeni yiyecek denemekten kaçınmanın nedenlerine ilişkin sonuçlara ulaşmak hedeflenmiştir. Belirtilen amaçlara ulaşmak için Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmaya katılan 196 öğrenciden toplanan verilerin analizi sonucunda gastronomi bölümünde okuyan öğrenciler ile turizm rehberliği bölümünde okuyan öğrenciler arasında yeni yemeklerden kaçınma konusunda anlamlı farklılık olduğu, yeni yiyecekleri denemeye aşırı isteklilik konusunda da Gastronomi bölümü öğrencileri ile turizm işletmeciliği ve turizm rehberliği öğrencileri arasında farklılıklar bulunduğu ortaya çıkmıştır. Yeni yiyeceklerden kaçınma nedenlerinde ise yemeğe bağlı hızlı ortaya çıkabilecek sağlık sorunları ve dini hassasiyetlerin ön plana çıkan nedenler olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Yeni yiyecek deneme korkusu, gastronomi, turizm öğrencileri*

AN EXAMINATION OF THE LEVEL AND CAUSES OF FOOD NEOPHOBIA AMONG TOURISM STUDENTS

Abstract

This study intends to look at the variations in food neophilia and neophobia among tourism students based on their departments and gender. In addition, it was aimed to reach conclusions about the reasons for avoiding trying new foods in the study. Data were gathered from the students enrolled in the Pamukkale University Faculty of Tourism through the questionnaire approach in order to accomplish the mentioned objectives. According to the analysis of the data gathered from the 196 students who took part in the research, there were differences between students studying in the gastronomy department and students studying in the tourism guidance department in terms of avoiding new foods, as well as between gastronomy department students and tourism management and tourism guidance students in terms of having an excessive willingness to try new foods. It was found that the most common reasons for avoidance of novel foods were religious sensitivity and potential health problems caused by food.

Keywords: *Food neophobia, gastronomy, tourism students.*

Giriş

Günümüzde turist deneyiminin önemli bir parçası haline gelen yerel yiyecek sunumu ve tüketimi turizmin gelişimi ve destinasyon çekiciliği açısından önemli bir yer tutmaktadır. Turistler seyahat ederken yerel kültür ve geleneklerin yanı sıra yerel mutfağı deneyimlemekle de ilgilenmektedir. Bireylerin davranışlarının önemli bir motivasyonu olan merak, turistlerin

destinasyon seçimini etkilemekte ve o yere özgü gıda katılımı ve tercihinin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kim, Eves ve Scarles, 2009; Kim ve Eves, 2012). Yerel gıdanın ve buna bağlı yerel mutfakların gelişimi farklı yemeklerin diğer kültürlerle ait bireyler tarafından deneyimlenmesini kolaylaştırmakla beraber farklı yiyeceklerin bu bireyler tarafından kabulü ve tüketiminin anlaşılması ve araştırılmasının önemi anlaşılmış ve bu konuda çalışmalar artmaya başlamıştır. Bazı kültürlerin yeni yiyeceklere çeşitli sebeplerle temkinli yaklaşması, bireylerin kişisel ve fizyolojik gelişimleriyle ilgili yeni yiyeceklere karşı olumsuz tutumları bu araştırmaların temelini oluşturmaktadır. Yeni ve farklı yiyecekleri denemede yaşanan korku ve isteksizlik literatürde yeni gıda korkusu (Gıda Neofobisi) adı altında incelenmektedir. Bireylerin yeni ve farklı yiyecekleri çeşitli nedenlerle kendilerine bir tehdit olarak görmeleri durumu yöresel mutfakları ve ürünlerini tercih etmede olumsuz tutumlara neden olmaktadır. Bu yüzden farklı ülke ve kültürleri Pazar olarak hedefleyen destinasyonların bu ülke ve kültürlerdeki bu tür davranışlara yönelik araştırmaları dikkatle yapması destinasyon pazarlaması açısından da oldukça önemlidir.

Yapılan bu çalışma ise konuyu biraz daha farklı bir boyuttan ele almak üzere tasarlanmıştır. Gıda neofobisi tüketici bakış açısıyla pek çok çalışmaya konu olurken üretici bakış açısıyla konunun kısıtlı bir şekilde ele alındığı görülmüştür. Bu yüzden bu çalışmada gelecekte birçok turizm destinasyonunda hizmet üretecek olan turizm öğrencileri üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Çünkü turistlerin yerel yiyeceklere karşı tutumu her ne kadar önemliyse bu yiyeceklerin üretimi, pazarlanması ve sunumu da son derece önemlidir. Bu sebeple turizmin çeşitli alanlarında eğitim alan öğrencilerin yeni ve farklı yiyeceklere karşı tutumlarının belirlenmesi ve araştırılması da son derece önemli görülmektedir.

Literatür

İnsanlar, birçok kültür ve hazırlama tarzını içeren çok sayıda gıdaya erişim fırsatına sahiptir. İnsanoğlu, tüm etoburlar arasında en çeşitli beslenme alışkanlıklarıyla yaşamını sürdüren canlıdır (Capiola ve Raudenbush, 2012). Bununla birlikte Günümüzde dünyada dijitalleşmenin artışı ve buna bağlı olarak bilgi alışverişinde ortaya çıkan hızla birlikte gastronomi alanındaki gelişmeler beslenme alışkanlıkları üzerinde de önemli değişimleri ortaya çıkarmaktadır. Artan turizm hareketliliği ve gastronomi açısından ülke sınırlarının ortadan kalkmasıyla farklı yiyecek ve içecek işletmeleri faaliyete geçmektedir. Yiyecek ve içecek sektörü, gastronomi bilim dalının gelişimiyle birlikte her geçen gün bünyesine yeni yenilikler katmaktadır. Özellikle günümüz tüketicilerinin yeni ve farklı olanı tüketme isteği ile birlikte

yiyecek ve içecek işletmeleri, farklı kültürlere ait olan yiyecekleri menülerine koymaktadırlar. (Yiğit ve Doğdubay, 2020). Bu tür işletmelere karşı tüketicilerin beklenti ve tutumlarına yönelik olarak çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Son dönemlerde yeni yiyecek deneme korkusu, farklı mutfakların tüketicisi tarafından kabul ve bu yiyecekleri tketicisiyle ilişkili olarak literatürde yerini almıştır. Yiyecekte yenilik korkusu, etnik restoran ürünlerinin tercihinde büyük bir etki edebilmektedir. Turistlerin destinasyon seçiminde olası bir çekici faktör olarak yerel yiyeceklerin önemi uzun zamandır bilinmektedir (Kivela ve Crotts, 2006; Henderson, 2009; Kim vd., 2009,). Dolayısıyla yerel yiyecekler destinasyonlar açısından önemli bir pazarlama unsuru olabilirken turistlerin bu yiyeceklerle karşı tutumu da önem kazanmaktadır. Bu yüzden pazarlamada tüketicisi açısından önemli görülen bu kavram; bu tür ürünlerin üretilmesinde, sunulmasında ve tanıtılmasında görev alacak bireyler açısından da ele alınması ve incelenmesi gereken bir konudur.

Neophobia, Yunanca neos= yeni ve phobein=korku kelimelerinden gelmektedir (Kaplan, 2018). Yeni şeylere karşı duyulan korku Dilimizde neofobi ve yenilik korkusu olarak kullanılmaktadır. Gıda neofobisi (Yeni yiyecek korkusu) sevilmeyen bilindik yiyecekleri yeme isteksizliğinden (yemek seçme) farklı olarak aşına olunmayan yemekleri yeme isteksizliği olarak tanımlanmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992; Galloway, Lee ve Birch, 2003). Yeni yiyecek korkusu, yeni veya tanıdık olmayan yiyecekleri yeme korkusu ve herhangi bir risk almama davranışını ifade etmektedir.

Yeni yiyecek korkusu (food neophobia) genellikle 2-6 yaş arası çocuklarda sıklıkla görülen bir durum olmasına rağmen yetişkinlik döneminde de çeşitli nedenlerle insanların yaşadığı bir sorundur. rnek olarak, çocuklar kimyasal, toksik veya zararlı ürünlerle ilişkilendirilen acı tadı olan yiyecekleri doğal olarak reddederler ve zaman içerisinde aile, evre ve olumsuz deneyimler bu reddedişin ilerleyen yaşlarda da devam etmesine neden olabilir. Buna bağlı olarak gıda neofobisi olgusu, başlangıçta, potansiyel olarak toksik bitkilerin yutulmasını engellediği (Rozin ve Vollmecke, 1986) için evrimsel açıdan faydalı olan bir hayatta kalma mekanizması olarak kabul edilse de (Birch, Gunder, Grimm-Thomas ve Laing, 1998) ocuklar için ilerleyen yaşlarda dengesiz beslenme sorunlarının ortaya çıkmasına (Kelder, Perry, Klepp, ve Lytle, 1994; Marcontell, Laster ve Johnson, 2002) sınırlı sosyal işlevselliğe ve psikolojik zorluklara yol açabilen (Marcontell vd. 2002) nemli bir konu olduğu ifade edilmektedir.

Yeni yiyeceklere karşı bu korku ve endişenin belirli bir durumdan kaynaklanan davranışsal bir özellik olarak ortaya çıkmasına ek olarak, bireyin göreceli tercihlerine bağlı olarak tanıdık olmayan yiyecekleri reddetmek gibi kişisel bir özellik olarak da ortaya çıkabilmektedir (Pliner, Pelchat, ve Grabski, 1993: 111; Birch & Fischer, 1998). Yeni yiyecekleri tatma isteksizliği, çeşitli durumsal faktörlerden kaynaklanabilir. Örneğin, yeni gıda alımı sabit arzular, yemeğe yönelik tutumlar veya kaçınma gibi kişisel özelliklerin sonucu olabilir. (Pliner ve diğerleri, 1993). Endişe, öfke gibi davranışsal ve psikolojik sorunlar ve duygusallık, yaş, cinsiyet gibi ekonomik, kültürel ve demografik faktörlere ek olarak ve eğitim ile yemeğin nasıl koktuğu, tadı ve nasıl sunulduğunun tümü yemek seçimini etkiler (Rigal ve diğerleri, 2006; Wadolowska, Babicz-Zielinska ve Czarnocinska, 2008).

Fallon ve Rozin'e (1983) göre, bireylerin yeni yiyecekleri reddetmelerinin üç ana nedeni vardır. Birincisi, gıdanın duyuşal özelliklerinden hoşlanmama; ikincisi tehdit (korku yeni gıda tüketmenin olumsuz sonuçları); üçüncüsü, yiyeceğin kalitesine veya kaynağına karşı güvensizliktir. Tourilla vd. (1994)'de yeni yiyecek deneme korkusunun nedenlerini üç grupta ele almışlardır. Yiyeceğin şekil, renk, lezzet ve doku gibi duyuşal özelliklerinin değerlendirildiği duyuşal analiz basamağı, sonrasında yeni yiyeceğe ilişkin bireyin sahip olduğu bilgi seviyesi (Martins, Pelchat ve Pliner, 1997), bu konuda yapılan çalışmalar yiyecekleri daha önce denemiş olmanın, bilgi sahibi olmanın, gıda neofobisi seviyesinden bağımsız olarak yiyeceği tekrar yeme isteğini büyük ölçüde artırdığı göstermektedir (Tourilla vd. 2001) ve bireyin hayata karşı duruşu ve algısıyla alakalı kişisel faktörlerdir. Bireysel gıda seçimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi, beslenme alışkanlıklarını ve yeni gıdaların sosyal, kültürel ve coğrafi ortamlarına uygun olarak anlaşılmasını sağlar.

Yeni yiyeceklere karşı korku duyan birçok insan olduğu gibi onların aksi yönde hareket eden birçok insan da yer almaktadır. Bunlar yabancı yiyecekleri aktif olarak arayan, onları heyecan verici, ilginç, egzotik ve cazip bulan ve bunu hayatlarının bir parçası haline getiren insanlar. Birçok medeniyet içerisinde bu tür insanlar için yabancı yemeklere aşinalık ve rahatlık, sofistike olabilmenin bir parçası, eğitim ve deneyimi gösterebilmenin ve kültürel sermayenin temellerinden biri olarak kabul edilmiştir. Gıda neofilik olarak adlandırabileceğimiz bu insanlar gastronomi turizminin ve yerel yemek kültürlerinin yayılımının en önemli öncüleridir.

Gıda neofiliyi yiyecek ve içeceklerle ilgili her türlü denemeye açık olma ve hatta bunun ileri derecede isteme anlamına gelmektedir. Yeni ve heyecan verici lezzetler arayan, bunlara

deneme konusunda yüksek motivasyona sahip maceraperest kişiler genellikle gıda neofilik olarak adlandırılabilir (Pliner ve Hobden, 1992). Gıda neofili, gıda neofobinin aksi bir anlamı ifade eder ve aralarında fizyolojik ve psikolojik farklar vardır. Bu farklardan en önemlisi gıda neofobikler ve neofilikler gıda maddeleri sunulduğunda tükürük tepkisi açısından farklılık göstermeleridir. Yeni gıda maddeleri, tanıdık gıda maddeleri veya kontrol grubu yiyecekler sunulduğunda, neofobiklerin tükürük tepkilerinde azalma görülürken, neofiliklerin uyarılardan bağımsız olarak tükürük tepkilerinde artış olduğu görülmüştür. Gıda neofobikleri ve neofilikler için yeni gıdaların derecelendirmeleri de farklılık göstermektedir (Raudenbush vd. 2003). Neofobiklerin yiyeceklere ilişkin beğeni durumları neofilik bireylere göre daha düşük ve yoğunluk raporları daha yüksektir (Tourila vd. 1994). Bu çalışmalar fizyolojik farklılıklardan psikolojik tercihlere ve yeni gıdalara karşı tutuma kadar, gıda neofobikleriyle neofilikler arasındaki çeşitli farklılıklar olduğunu göstermektedir (Capiola ve Raudenbush, 2012).

Bu çalışmada Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin gıda neofobi ve neofili düzeyleri, çeşitli demografik değişkenlere göre farklılıkları ve neofobi nedenleri belirlenmeye çalışılmış, verilerin toplanma araç ve yöntemleri, elde edilen verilerin analizi ve yorumlar ilgili bölümlerde sunulmuştur.

Yöntem

Çalışmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın temelini farklı alanlarda turizm eğitimi alan öğrencilerin yeni yemek deneme korkusu ve yeni yemek deneme alışkanlıklarındaki farklılıklar ve yeni yemek deneme korkusuna sahip olanların bu korkuyu ne ile ilişkilendirdiklerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu amaca yönelik veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen ve 10 maddeden oluşan Gıda Neofobi Ölçeği (FNS) kullanılmıştır. Ölçekte olumlu ve olumsuz maddeler yer almaktadır ve FNS'nin olumsuz maddelerine yüksek puanları, tanıdık olmayan yiyeceklerden beklenen düşük beğeniyi ve yabancı mutfaklara düşük aşinalığı (Pliner ve Hobden, 1992) ve ayrıca bilinmeyen yiyecekleri denemeye yönelik düşük istekliliği göstermektedir (Tuorila vd. 2001). Olumlu maddelerin puanlarının yüksek olması ise aşina olunmayan yemekleri deneme arzusunun yüksek olduğunu göstermektedir. Anket formunun ikinci bölümünde ise yeni yemek deneme korkusunun nedenlerine ilişkin 5 ifade yer almıştır.

Araştırma Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi, Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümlerinde okuyan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. 2021-2022 eğitim öğretim yılında Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi bölümünde 332, Turizm İşletmeciliği bölümünde 216 ve Turizm Rehberliği Bölümünde 319 öğrenci eğitim almaktadır. Bu öğrencilerin hepsine sosyal medya grupları üzerinden, mail ve whatsapp grupları üzerinden online anketler gönderilmiş ve 196 cevap alınmıştır. Elde edilen verilere ilişkin bulgular ve analizler bir sonraki bölümde yer almaktadır.

Bulgular ve analizler

Veri toplama aşamasında Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesinde yer alan her bir bölümden yaklaşık sayıda öğrenciden veri toplanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın üniversite öğrencileri üzerinde yapıyor olması nedeniyle benzer gruplarda yoğunlaşacağı varsayılan yaş, gelir ve eğitim düzeyi gibi sorulara çalışmada yer verilmemiştir. Bu yüzden sadece turizm fakültesinde hangi bölümde okudukları ve cinsiyetlerine ilişkin sorulara ölçekte yer verilerek bunlara ilişkin bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik özelliklerin dağılımı

		Cinsiyet		Toplam	%
		Kadın	Erkek		
Bölüm	Gastronomi	39	27	66	33,7
	Turizm İşletmeciliği	28	34	62	31,6
	Turizm Rehberliği	33	35	68	34,7
Toplam		100	96	196	100

Araştırmaya dahil olan öğrencilerin %33,7 (66)’si Gastronomi, %31,6 (62)’si Turizm işletmeciliği ve %34,7 (68)’si ise Turizm Rehberliği bölümlerinde eğitim almaktadır. Diğer demografik değişken cinsiyet ise %51 (100)’i kadın ve %49 (96) erkek olarak dağılım göstermektedir.

Yapılan araştırma sonucunda, kullanılan FNS ölçeğini oluşturan yeni yemek deneme korkusu ve yeni yemek deneme arzusu faktörlerine ilişkin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri Tablo2’de verilmiştir.

Tablo 2: Faktörlerin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri

Faktör	Anket Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Güvenilirlik Cronbach’s Alpha	Madde sayısı
Neofobi	196	2,5184	,86592	,815	5

Neofili	196	3,5531	,96239	,870	5
---------	-----	--------	--------	------	---

Ortaya çıkan Cronbach's Alfa değerleri (0,815-0,870) incelendiğinde ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2018).

Ölçekte yer alan ifadelere katılım durumlarını görmek için NFS ölçek maddelerinin ve yeni gıda neofobisi nedenleri maddelerinin ortalamaları değerlendirilmesi amacıyla Ölçek maddelerinin toplam ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'de verilmiştir. Tablo oluşturulurken her bir madde bölümler bazında da analiz edilmiş ve bölümlere göre maddelerin ortalama ve standart sapma değerleri tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Ölçek maddelerinin genel ve bölümlere göre ortalama ve standart sapma değerleri

Faktör	Madde	ss.	Ort.	Bölüm	ss.	Ort.
Neofobi	2-Ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	1,205	2,816	Gastronomi	1,133	2,712
				Turizm İşl.	1,308	2,838
				Turizm Reh.	1,186	2,897
	3-Yeni yiyeceklere güvenmem.	0,982	2,346	Gastronomi	0,846	2,075
				Turizm İşl.	1,013	2,387
				Turizm Reh.	1,026	2,573
	5-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	1,070	2,331	Gastronomi	0,902	2,015
				Turizm İşl.	1,031	2,403
				Turizm Reh.	1,188	2,573
	7-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten çekinirim.	1,185	2,433	Gastronomi	1,071	2,333
				Turizm İşl.	1,169	2,483
				Turizm Reh.	1,310	2,485
8-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir.	1,244	2,663	Gastronomi	1,063	2,378	
			Turizm İşl.	1,247	2,871	
			Turizm Reh.	1,364	2,750	
Neofili	1-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	1,110	3,551	Gastronomi	0,974	3,863
				Turizm İşl.	1,211	3,322
				Turizm Reh.	1,084	3,455
	4-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	1,107	3,673	Gastronomi	0,942	3,939
				Turizm İşl.	1,121	3,387
				Turizm Reh.	1,190	3,676
	6-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	1,152	3,877	Gastronomi	1,126	4,151
				Turizm İşl.	1,200	3,661
				Turizm Reh.	1,096	3,808
	9-Yemek seçmem her şeyi yerim.	1,284	2,969	Gastronomi	1,219	3,333
				Turizm İşl.	1,277	2,677
				Turizm Reh.	1,287	2,882
10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	1,268	3,693	Gastronomi	1,150	4,000	
			Turizm İşl.	1,249	3,435	
			Turizm Reh.	1,348	3,632	
Neofobi neden	Dini hassasiyetler	1,407	2,556	Gastronomi	1,518	2,409
				Turizm İşl.	1,411	2,516
				Turizm Reh.	1,288	2,735
	Uzun dönemde ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	1,141	2,438	Gastronomi	1,118	2,363
				Turizm İşl.	1,188	2,354
				Turizm Reh.	1,122	2,588
	Ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	1,178	2,484	Gastronomi	1,179	2,197
				Turizm İşl.	1,182	2,451
				Turizm Reh.	1,113	2,794

	Alerjik reaksiyonlar	1,196	2,301	Gastronomi	1,159	2,090
				Turizm İşl.	1,298	2,290
				Turizm Reh.	1,112	2,514
	Vegan, vejeteryan	0,979	1,744	Gastronomi	0,789	1,500
				Turizm İşl.	0,882	1,677
				Turizm Reh.	1,151	2,044
Faktör1	Neofobi	0,865	2,518	Gastronomi	0,755	2,303
				Turizm İşl.	0,858	2,596
				Turizm Reh.	0,941	2,655
Faktör2	Neofili	0,962	3,553	Gastronomi	0,867	3,857
				Turizm İşl.	0,953	3,296
				Turizm Reh.	0,990	3,491

Tablo 3 incelendiğinde Turizm Rehberliği öğrencilerinin *Ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem, Yeni yiyeceklere güvenmem, Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem, Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten çekinirim* maddelerine katılım ortalamalarının diğer bölümlere göre daha yüksek olduğu, *Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir* maddesinde ise Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ölçekteki gıda neofili düzeylerini belirlemek için kullanılan olumlu ifadeler de ise; *Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, Yemek seçmem her şeyi yerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* Maddelerinin tamamında Gastronomi bölümü öğrencilere ait ortalamalar yüksektir. Ancak olumsuz ifade ortalamalarında en yüksek puanlara sahip Turizm Rehberliği öğrencilerinin burada en düşük ortalamalara sahip olmadıkları görülmüştür.

Gıda neofobisinin bölümler bazında öğrenciler açısından öne çıkan nedenlerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; sırasıyla *ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları, dini hassasiyetler, uzun dönemde ortaya çıkabilecek sağlık sorunları, alerjik reaksiyonlar ve vegan, vejeteryan* maddelerinin hepsinde Turizm rehberliği bölümü öğrencileri yüksek ortalamaya sahiptir. Bölümlerin birlikte ortalamalarına bakıldığında ise ilk sırada *dini hassasiyetler* maddesi gelmektedir. Ayrıca olumsuz maddeleri neofobi, olumlu maddeleri neofili olarak faktörleştirerek ortalamalarına bakıldığında Turizm Rehberliği bölümü öğrencilerinin neofobi düzeyleri en yüksek gastronomi öğrencilerini ise en düşük olarak belirlenmiştir.

Bölümler arasında gıda neofobisi, gıda neofilisi ve gıda neofobisi nedenlerini belirten maddelere ilişkin fark analizi için One Way Anova testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda arasında fark bulunan maddeler, homojenlik testi ve Anova sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4: Bölümler arası farkların belirlenmesine yönelik Anova analizi sonuçları

F	Maddeler	Homojenlik testi		ANOVA
		Levene	Sig.	Sig
1	3-Yeni yiyeceklere güvenmem.	2,242	0,10	0,012
	5-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	4,656	0,01	0,008
2	1-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	3,47	0,03	0,015
	4-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	4,27	0,01	0,018
	6-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	1,38	0,25	0,045
	9-Yemek seçmem her şeyi yerim.	0,46	0,62	0,012
	10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	2,54	0,08	0,036
N	3-Ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	0,032	0,96	0,012
	5-Vegan, vejeteryan	3,45	0,03	0,004

Analiz sonuçları incelendiğinde gıda neofobisi maddelerinden *yeni yiyeceklere güvenmem ve etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem* maddelerinde gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu aynı zamanda *yeni yiyeceklere güvenmem* maddesinin homojen dağılım sergilediği görülmüştür. Gıda neofobisi ile ilgili maddelerin fark durumlarında ise; *Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, Yemek seçmem her şeyi yerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* maddelerinde bölümlere göre anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiş *Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, Yemek seçmem her şeyi yerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* maddelerinin homojen dağılım sergilediği görülmüştür. Gıda neofobisinin nedenlerine ilişkin fark analizi sonucunda; *ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları ve vegan, vejeteryan* maddelerinde bölümler arası anlamlı farklılıklar olduğu ve *ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları* maddesinin homojen dağılım gösterdiği bulgulanmıştır.

Fark analizleri sırasında homojen dağılım dikkate alınmış, homojen dağılımın sağlandığı durumlarda LSD testi sonuçlarına yer verilmiştir. Homojen dağılımın sağlanamadığı durumlarda ise Tamhane T2 test sonuçları dikkate alınmıştır. Tablo 5’de Anova sonuçlarına göre aralarında anlamlı farklılık bulunan bölümlere ilişkin Post Hoc istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 5: Bölümlere göre aralarında anlamlı farklılık bulunan maddelerin Post Hoc değerleri

Faktör	Madde	Bölüm	Bölüm	LSD	Tamhane
Neofobi	3-Yeni yiyeceklere güvenmem.	Gastronomi	Turizm Reh.	0,003	
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	5-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	Gastronomi	Turizm Reh.		0,008
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
Neofili	1-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Gastronomi	Turizm İşl.		0,019
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
		Gastronomi	Turizm İşl.		0,010

	4-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	6-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Gastronomi	Turizm İşl.		0,016
		Turizm İşl.			
	9-Yemek seçmem her şeyi yerim.	Turizm Reh.			
		Gastronomi	Turizm İşl.	0,004	
			Turizm Reh.	0,040	
		Turizm İşl.			
	10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	Turizm Reh.			
		Gastronomi	Turizm İşl.	0,012	
Turizm İşl.					
Neden	3-Ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	Turizm Reh.			
		Gastronomi	Turizm Reh.	0,003	
		Turizm İşl.			
	5-Vegan, vejeteryan	Turizm Reh.			
		Gastronomi	Turizm Reh.		0,005
		Turizm İşl.			
	Turizm Reh.				

Post hoc analizleri sonucunda gıda neofobisi maddelerinden *yeni yiyeceklere güvenmem ve etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem* maddelerinde Gastronomi bölümü ve turist rehberliği bölümü öğrencileri arasında farklılık bulunduğu görülmektedir. Gıda neofilisi maddelerinden *sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* maddelerinde Gastronomi bölümü ve Turizm işletmeciliği bölümü öğrencileri arasında farklılık bulunduğu, *yemek seçmem her şeyi yerim* maddesinde ise Gastronomi bölümü ile Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümleri arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmüştür. Gıda neofobisinin nedenlerine ilişkin fark analizinde ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları ve vegan, vejeteryan maddelerinde Gastronomi bölümü ve Turizm Rehberliği bölümleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Yemek yapmayı sevenler ve düzenli yemek yapanlar ile neofobi ve neofili ilişkisini gösteren korelasyon analizi sonuçları tablo 6'da gösterilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi, Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği bölümü öğrencilerinin gıda neofobisi ve yemeklere karşı tutumlarını ölçmek amaçlanmıştır. Araştırma sırasında yapılan analizlerde cinsiyet değişkenine göre gıda neofobisi ve gıda neofilisi konusunda anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu sonuç (Tourilla vd. 2001; Okumuş, Dedeoğlu ve Shi, 2021) çalışmalarıyla uyumsuzken, (Koivisto ve Sjoden, 1996; Nordin vd., 2004; Olabi vd. 2015; Kaplan, 2018; Yiğit, 2018, Birdir, İflazoğlu ve Birdir, 2019; Ceylan ve Şahingöz, 2019) çalışmalarıyla uyumlu bir sonuçtur.

Yapılan çalışma sonucunda turizm bölümlerinde okuyan öğrencilerin gıda neofobisi düzeylerinin orta seviyelerde olduğu görülmüştür. Grupları oluşturan Gastronomi Bölümü öğrencileri, Turizm İşletmeciliği öğrencileri ve Turist rehberliği öğrencileri arasında gıda neofobisi düzeyinin daha yüksek olduğu doğrudan yeme içme üretiminde yer alan Gastronomi bölümü öğrencilerinin ise en düşük olduğu görülmüştür. Gastronomi bölümü öğrencilerinde düşük gıda neofobisi beklenen bir sonuçtur. Çünkü literatürde bahsedildiği üzere yeni yiyecekler hakkında bilgi sahibi olmak ve daha önce benzer yiyeceklere aşına olmak neofobi düzeyini düşüren bir faktördür (Pliner ve Hobden, 1992; Martins vd. 1997; Galloway, Lee ve Birch, 2003; Olabi vd. 2009). Rehberlik öğrencilerinin gıda neofobisinin yüksek çıkması (Birdir vd. 2019) yaptıkları çalışmayla uyumludur. Birdir vd. (2019) yaptıkları çalışmada rehber adaylarının gıda neofobisinin ortalamanın üstünde bir skora sahip olduklarını bulgulamışlardır Ayrıca rehberlik öğrencilerinin %54,3'ünün “yeni yiyecek deneme korkusuna sahip (neophobic) olduğu, %45'inin nötr olduğu ve %0,8'inin ise, “yeni, yiyecek denemeye açık (neophilic)” olduğu belirlemişlerdir.

Çalışmada gıda neofobisinin nedenlerine ilişkin yapılan analizlerde genel olarak dini hassasiyetlere bağlı olarak öğrencilerin gıda denemekten kaçındıkları ortaya çıkmıştır. Literatürde Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, (2019) gastronomi öğrencileri üzerinde İslami açıdan haram ürünlere bakış açılarını belirlemek ve gastronomi profesyoneli olma yolunda oluşabilecek ikilemelerini tespit etmek için yaptıkları çalışmada, katılımcılara İslami açıdan haram ürün hakkındaki düşüncelerini belirtmelerini istemişler ve katılımcıların çoğunluğunu alkol tüketmediğini, haram ürünlere karşı hassasiyeti olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla beraber bu durumun profesyonel gelişim açısından sorun yaratabileceğinin de farkında olduklarını belirtmişlerdir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlarla uyumlu olarak yeni yemek deneme korkusunda ülkemizde dini hassasiyetlerin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Bununla birlikte sağlık problemlerine yol açabilme ihtimali ile yeni gıdalara karşı temkinli oldukları bu sonucunda Koivisto ve Sjöden, (1996) çocuklar ve aileleri üzerine yaptıkları çalışmada ortaya çıkan nedenlerden (sağlık ve olumsuz sonuçlara neden olabileceği) nedenleri ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Gıda neofobisinin genellikle bilgi yetersizliği ve aşına olunmayan yemeklerden kaynaklandığı göz önüne alındığında Turizm Rehberliği öğrencilerinin ve Turizm İşletmeciliği öğrencilerinin çalıştıkları bölge, tur planladıkları bölge ya da tura rehberlik edecekleri bölge yemekleri hakkında daha önce araştırma yapmaları ve bilgi edinmeleri yeni yiyeceklere karşı

tutumlarında olumlu yönde bir gelişim sağlayacaktır. Yeni yiyeceklere açık olmak turizmin her alanında çalışanlar için önemlidir. Çünkü ister hazırladıkları turlar olsun ister gezdirdikleri gruplar olsun bunları satın alacak olan ya da deneyimleyecek olan turistler buralarda sunulan yemekler hakkında bilgi sahibi olmak isteyecektir. Kendi bilmediğini başkasına pazarlamak ya da anlatmak zor olacağından bu öğrencilerin çalışma hayatında zorluklar yaşaması muhtemeldir.

Turizm eğitimi veren üniversitelerin Gastronomi bölümlerinde zaman zaman farklı kültürlerle ait yemekleri hazırlamaları ve bunları sadece Gastronomi bölümünde okuyan öğrencilere değil tüm Turizm bölümü öğrencilerine deneterek bu yiyecekler hakkında bilgi vermeleri gıda neofobi düzeyinin düşürülmesinde etkili olacaktır. Ayrıca farklı mutfaklarda uzman şeflerin okullara davet edilerek çeşitli atölye çalışmalarının düzenlenmesi ve bilgilendirme toplantılarının gerçekleştirilmesi de bu korkunun önlenmesinde etkili olacaktır.

Bireylerin dini inançları ve inançlarına uygun yaşayabilmeleri uluslararası hukuk çerçevesinde güvence altına alınmış en temel insani haklardan biridir. Dolayısıyla inancı gereği çeşitli yiyecek ve içecekleri denemek istemeyenler bu konuda asla zorlanamaz ve bu durumun onların mesleki gelişimlerini engellemesine de izin verilmemelidir. Dini sebeplerle yeni yiyecekleri denemek istemeyen bireyler için işletmelerin o yemeklerin hazırlanmasında diğer çalışanları yönlendirmeleri veya başka çalışanlara tadımını yaptırmaları mümkün olabilir. Bu konudaki bir diğer öneri de dini hassasiyetlere sahip turizm çalışanlarının son yıllarda dünyada ve ülkemizde sayısı her geçen gün artan insanların dini inançlarına uygun tatil yapabilecekleri işletmeleri de kariyer portföylerine dahil etmeleri yönünde olacaktır.

Kaynaklar

- Birch, L. L., Gunder, L., Grimm-Thomas, K., & Laing, D. G. (1998). Infants' consumption of a new food enhances acceptance of similar foods. *Appetite*, 30(3), 283–295
- Birch, L. L., & Fisher, J. O. (1998). Development of eating behaviours among children & adolescents. *Pediatrics*, 101, 539–549.
- Birdir, S. S., İflazoğlu, N., & Birdir, K. (2019). Turist rehberi adaylarında yeni yiyecek deneme korkusu (neophobia). *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 551-561.
- Capiola, A., & Raudenbush, B. (2012). The effects of food neophobia and food neophilia on diet and metabolic processing. *Food and Nutrition Sciences*, 3(10), 1397-1403.
- Ceylan, V., & Şahingöz, S. A. (2019). Yetişkin bireylerde gıda neofobi düzeyinin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 7 (2), 772-784.

- Galloway, A. T., Lee, Y., & Birch, L. L. (2003). Predictors and consequences of food neophobia and pickiness in young girls. *Journal of the American Dietetic Association*, 103(6), 692-698.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, 111, 317-326.
- Kaplan, A. (2018). Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi– Neofili Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kelder, S. H., Perry, C. L., Klepp, K. I., & Lytle, L. (1994). Longitudinal tracking of adolescent smoking, physical activity and food choice behaviors. *American Journal of Public Health*, 84, 1121–1126.
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423–431.
- Kim, Y., Yuan, J., Goh, B.K. & Antun, J.M. (2009), Web marketing in tourism: A content analysis of web sites in West Texas. *Journal of Culinary Science and Technology*, 7, 52-64.
- Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458–1467.
- Kivela, J. & Crofts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy’s influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30, 354-377
- Koivisto Hursti, U. K. & Sjöden, P. O. (1996). Reasons for rejection of food items in swedish families with children aged 2-17. *Appetite*, 26, 89-103.
- Marcontell, D. K., Laster, A. E., & Johnson, J. (2002). Cognitive-behavioral treatment of food neophobia in adults. *Journal of anxiety disorders*, 16(3), 341-349.
- Martins, Y., Pelchat, M. L. ve Pliner, P. (1997). Try it; It’s Good and It’s Good For You: Effects of Taste and Nutrition Information on Willingness to Try Novel Foods, *Appetite*, 28, 89-102
- Nordin, S., Broman, D. A., Garvill, J., & Nyroos, M. (2004). Gender differences in factors affecting rejection of food in healthy young Swedish adults. *Appetite*, 43, 295-301
- Okumuş, B., Dedeoğlu, B.B. & Shi, F. (2021). Gender and generation as antecedents of food neophobia and food neophilia. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100773.
- 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, 353- 362.
- Olabi, A., Neuhaus, T., Bustos, R., Cook-Camacho, M., Corvi, T. & Abdouni, L. (2015). An investigation of flavor complexity and food neophobia. *Food Quality and Preference*, 42, 123–129.
- Pliner, P., & Hobden, K. L. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19, 105-120.

- Pliner, P., Pelchat, M., & Grabski, M. (1993). Reduction of neophobia in humans by exposure to novel foods. *Appetite*, 20(2), 111–123.
- Raudenbush, B., Corley, N., Flower, N. R., Kozlowski, A. & Meyer, B. (2003). Cephalic Phase Salivary Response Differences Characterize Level of Food Neophobia, *Appetite*, (41)2, 211-212.
- Rozin, P. & Vollmecke, T. A. (1986). Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition*, 6, 433-456.
- Sandıkçı, M., Mutlu, H. & Mutlu A.S. (2019). Mutfaklarda Profesyonellik ve İslam Çatışması. *2nd International Halal Tourism Congress*, ss. 318-328, 04-06 April 2019, Antalya, Türkiye.
- Tuorila, H., Meiselman, L., Bell, R., Cardello, A. V. ve 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.
- Tuorila, H., Meiselman, H. L., Bell, R., Cardello, A. V., & Johnson, W. (1994). Role of sensory and cognitive information in the enhancement of certainty and linking for novel and familiar foods. *Appetite*, 23(3), 231-246.
- 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.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (5. Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık
- Wolf, K. & Larsen, S. (2019). Are food-neophobic tourists avoiding destinations?. *Annals of Tourism Research*, 76, 346-349.
- Yiğit, S. (2018). *Etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisi karşılaştırmalı bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yiğit, S. & Doğdubay, M. (2020). Tüketicilerin yiyecekte yenilik korkusu düzeyleri üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 1-16.