

## TÜKETİCİLERİN SOKAK LEZZETLERİNE YAKLAŞIMLARININ NEOFOBİ TUTUMLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

### Evaluation of Consumers 'Approach to Street Taste in terms of Neophobia Attitudes

Arş. Görevlisi Aykut Göktuğ SOYLU  
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi  
soyluaykut93@gmail.com  
Orcid ID: 0000-0002-7402-2291

Dr. Öğretim Üyesi Hülya TAŞTAN  
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi  
hulyatastan@mersin.edu.tr  
Orcid ID: 0000-0003-1190-2758

Fatma EBAN  
fatmaeban1990@gmail.com  
Orcid ID: 0000-0002-0222-7108

Elif ASLANTÜRK  
elif87aslanturk@hotmail.com  
Orcid ID: 0000-0001-6426-330X

### Öz

Sokak lezzetleri, şehirlerin kültürel değerlerini yansıtan, şehir dokusuyla özdeşleşmiş yiyeceklerin sokakta sunulmasını ifade etmektedir. Yiyecek neofobisi ise yiyecekte yenilik korkusunu ifade eden bir kavramdır. Bu bağlamda yapılan çalışmanın amacı Mersin'e ziyarete gelen yerli turistlerin yiyecek neofobi düzeylerini ölçmek, yiyecek neofobi düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılaşma durumunu incelemek bununla birlikte Mersin'de sunulan sokak lezzetlerinden hangilerini tüketmeyi tercih etmeyeceklerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda toplamda 315 katılımcından anket vasıtası ile veri elde edilmiştir. Veriler istatistik paket programa aktarılarak analizlere tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu yiyecek neofobisine karşı nötr tutum sergilerken; bir kısmı yiyecek neofobisine sahip olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların yiyecek neofobisinin cinsiyet ve eğitim düzeylerine göre farklılaştığı belirlenmiştir. Araştırma sonunda Mersin sokak lezzetlerine karşı neofobinin aşılabilmesi adına önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Mersin, Sokak Lezzetleri, Yiyecek Neofobisi, Gastronomi.

## Abstract

Street foods refer to the food that reflects the cultural values of the cities and is identified with the urban texture. Food neophobia is a concept expressing the fear of innovation in food. The purpose of the study conducted in this context is to measure the food neophobia levels of the local tourists visiting Mersin, to examine the differentiation of the food neophobia levels according to demographic variables, and to determine which of the street foods offered in Mersin they would not prefer to consume. For this purpose, data was obtained from 315 participants in total through a questionnaire. The data were transferred to the statistical package program and subjected to analysis. According to the results of the analysis, while the majority of the participants displayed a neutral attitude towards food neophobia; some of them were found to have food neophobia. It was determined that the food neophobia of the participants differed according to their gender and education level. At the end of the research, suggestions were made to overcome the neophobia against Mersin street foods.

**Keywords:** Mersin, Street Foods, Food Neophobia, Gastronomy.

## Giriş

Değişim ve yenilik dünya üzerinde insan ırkının hayatı devam ettiği sürece var olacak olan iki olgudur. Bu iki olgunun en çok etkilediği sektörlerden biri de yiyecek ve içecek sektörüdür (Yiğit, 2018: 6). Yiyecek sektöründe yeni ve farklı gıdaların yer alması, yerel halkın bu gıdalarla tanışmasını ve dolayısıyla bu gıdaları tüketmesini sağlamaktadır (Ceylan ve Şahingöz, 2019: 773). Ancak bireyler bazen bu yeni ve bilinmeyen yiyecekleri sevmeme, bu yiyeceklerden şüphe duyma gibi davranışlar sergileyebilmektedirler (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençer, 2013: 675). Psikoloji dalında bireylerin vermiş oldukları bu tepkiler neofobi olarak tanımlanmaktadır. Yiyecek neofobisi “yeni yiyecekleri yemeye duyulan isteksizlik” ve “bilinmeyen yiyecekleri deneme önerilerini reddeden bir davranış biçimi” olarak açıklanmaktadır (Pliner ve Holden, 1992: 105; İflazoğlu, 2019: 26). Neofobi ise; insanların hayatlarında veya çevresinde meydana gelen yeniliklere karşı besledikleri korku olarak adlandırılmaktadır (Yiğit ve Doğdubay, 2020: 1).

Bir bölgenin yemek kültürü bölgeye özgü yiyecek, içecek türleri ve alışkanlıklarından oluşmaktadır. Sokak lezzetleri ise bir bölgenin yemek kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır (Ballı, 2018: 4). Dünya Sağlık Örgütüne göre sokak lezzetleri, “sokaklar ve benzer kamusal alanlarda önceden hazırlanmış ya da satıcı tarafından satış yerinde hazırlanarak sunulan, ilave bir işleme gerek kalmaksızın satış sırasında ya da daha sonrasında tüketilebilen yiyecek ve içecekler” olarak ifade edilmektedir (WHO, 1996: 2; Karsavuran, 2018: 248). Sokak lezzetleri sağlıklı olup olmadıkları ile ilgili insanların zihninde çeşitli soru işaretleri barındırır da bu yiyecekler her gün alınıp tüketilmektedir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018: 641). Bu yiyeceklerin tüketimi hem gelişmiş hem de Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yaygın durumdadır. Ülkenin bütün sokaklarında bu yiyeceklerin sunumu ve tüketimi yoğun şekilde görülmektedir (Ballı, 2018: 8).

Türkiye kendine özgü bölgeden bölgeye mevsimden mevsime zenginleşen ve değişen birçok sokak lezzetine ve kültürüne sahiptir. Türk Sokak lezzetlerindeki bu zenginlik, bölgeler arasındaki yemek kültürü ve lezzet farklılıklarından da kaynaklanmaktadır (Bektarım, Çakıcı ve Ballı,2019:678). Türkiye’de Sokak lezzetleri denilince akla ilk olarak balık ekmeği, kebab, ıslak hamburger, döner, kokoreç, boza vb. lezzetler gelmektedir (Kültür ve turizm bakanlığı, 2007; Demir, Akdağ, Sormaz ve Özata, 2018: 591). Türkiye’nin önemli turizm kentlerinden biri olan Mersin coğrafi konumu, geçmiş yıllara uzanan tarihi ve kültürel birikimi, birçok medeniyete ev sahipliği yapması (Oskay, 2012: 185) ile yüksek bir gastronomi potansiyeline sahiptir ve dolayısıyla sokak yiyecekleri açısından da zengin bir kenttir. Literatür incelendiğinde, günümüze kadar yapılan çalışmaların sokak yiyeceklerinin hijyeni, gıda güvenliği ve ekonomik etkileri konusunda olduğu görülmektedir. Yapılan çalışma ile Mersin’i ziyaret eden turistlerin sokak lezzetlerine yaklaşımlarının neofobi tutumları açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla aşağıda sokak lezzetleri, neofobi kavramı ve Mersin sokak lezzetleri hakkında bilgiler sunulmuştur.

### **Sokak Lezzetleri Kavramı**

Son yıllarda değişen yaşam biçimleri, aile yapısı, tüketim alışkanlıklarındaki farklılıklar, bireylerin yemek pişirmek için zamanın kısıtlı olması, kentleşmenin artması ile kırsal kesimden şehir yaşamına yapılan göçler şehirlerdeki beslenme alışkanlıklarını etkilemiş ve değiştirmiştir (Demir, vd., 2018: 591-592; Choi, vd, 2013: 222). Değişen bu alışkanlıklar sonucunda hazır yiyeceklere ve sokak lezzetlerine olan talep artmıştır. Aslında yiyecek sektöründe insanların gereksinimlerini karşılayacak çok çeşitli restoran işletmesi bulunsa da tuhaf atıştırmalıklar sunan sonsuz sayıda sokak tezgâhı da müşteri çekmeye devam etmektedir (Buted ve Ylagan, 2014: 53). Ayakta atıştırılan bu lezzetleri tüketme alışkanlığı birçok ülkenin yeme-içme kültürünün bir parçası durumundadır (Cardoso, Companion ve Marras, 2014: 20; Ballı, 2016:8). Ayrıca Asya, Afrika, Latin Amerika ve Orta Doğu’daki peyzajın bir parçasıdır (Cardoso, Companion ve Marras, 2014: 20). Sokak lezzetleri, satıcılar için bir gelir kaynağı sağlarken, milyonlarca düşük ve orta gelirli tüketicinin günlük gıda tüketiminin de önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Mosupye ve Holly, 1999: 1278: FAO: 2009: 6). Bu yiyecekler yöreye has damak tatlarından oluşmakta, yörenin yeme içme kültürüne göre şekillenmekte ve gelişmektedir (Ballı, 2016: 4).

Literatürde sokak lezzetleri oldukça geniş kapsamlı olarak ifade edilmektedir (Karsavuran,2018: 248). Sokak lezzetleri tanımına ilk defa 1986 yılında Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından düzenlenen, Asya’da sokak lezzetleri ile ilgili bir bölgesel çalıştay da yer verilmiştir (Solunoğlu, 2018: 22). FAO, sokak lezzetlerini "özellikle caddelerde ve diğer halka açık yerlerde satıcılar tarafından hazırlanan ve / veya satılan hazır yiyecek ve içecekler" olarak tanımlamaktadır (FAO, 2009: 6; Demir vd., 2018: 592). Sokak lezzetlerinin temel özelliği tanımda ifade edildiği gibi sunuldukları yer, yani "sokak" tır. Ayrıca bu lezzetler gelişmekte olan birçok ülkede kent merkezlerinin ortak ve önemli özellikleridir (Solunoğlu, 2018: 23). Sokak lezzetleri satan işletmeler genellikle ulaşım merkezleri, okul bölgeleri gibi işlek yerlerin yakınında faaliyet göstermektedirler. Sokak lezzetleri tat ve malzemeler bakımından

lezzetli ve çeşitlidir (Choi, Lee ve Ok, 2013: 223-224). Bu lezzetler seyyar (mobil) yiyecek hizmetleri olarak da ifade edilmektedir (Ballı,2016: 9).

Sokak lezzetleri orta çağdan bugüne varlığını devam ettirmektedir (Solunoğlu, 2018: 21). İnsanlar, uzun yıllardan beri sokakta satılan ve genellikle ayaküstü tüketilen yiyecek ve içecekler ilgi duymakta ve fırsat buldukça bu lezzetleri tatmaktadırlar (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018: 640). Bu lezzetlere örnek olarak Türkiye’de *kebablar*, Venezuela’da mısır bazlı *arepalar*, Amerikada *hot-dog*, Rusya’da *köfte*, Orta Asya, Çin, Kore ve Güneydoğu Asya’da *kızartılmış böcekler*, Hindistan’daki *samosa*, Japonya’daki *takoyaki*, Meksika’daki *taco* gösterilebilir (Demir vd., 2018: 592). Sokak lezzetleri ev dışı yiyecek ve içecek tüketiminden oluşmakla birlikte karmaşık sosyoekonomik, kültürel ve tarihsel kökenlere sahiptir. Modern fast-foodların ortaya çıkmasına rağmen geleneksel sokak lezzetleri talep görmeye devam etmektedir (Buscemi vd., 2011: 1). Sokak lezzetleri ve fast foodlar restoran yiyecekleri karşılaştırıldığında daha hızlı olması, ucuz olması, kolay elde edilebilmesi ve ev yapımı gıdalar için cazip alternatifler sunması nedeniyle ayrılmaktadır. Ortak benzerlikler olmasına rağmen sokak lezzetleri ve fast- foodlar pazarlama tekniği, çeşitlilik, çevre, mülkiyet bakımından farklılık göstermektedir (Solunoğlu, 2018: 20-21).

### Mersin Sokak Lezzetleri

Dünyadaki tüm toplumların kendilerine ait bir mutfak kültürü ve beslenme biçimi vardır (Serçoğlu, 2014: 36). Türkiye’nin de iklim yapısının ve farklı kültürlerin entegrasyonu ile şekillenen bir coğrafi bölgede oluşunun etkisiyle yemek kültürü zenginlik göstermektedir. Türk yemek kültürünün de bir parçası olan ayakta atıştırılan veya sokak yiyeceklerini tüketme alışkanlığı (Ballı, 2016: 10) yaşamın bir parçasıdır. Mersin ili, Akdeniz, Arap kültürü ve Güneydoğu’nun yansımalarını taşımakta ve içinde yaşayan birçok farklı etnik köken sebebiyle geniş bir yemek kültürüne sahiptir. Bu nedenle Mersin’e özgü lezzetlerde tatlılar, ana yemekler ve mezelerin çoğunda farklı kültürlerin izlerini görmek mümkündür<sup>1</sup>.

Mersin’ de sokakta yemek yeme kültürüne, kültürel yapı, tarihi geçmişi, iklimin elverişliliği ve yerel halkın gün içerisinde sıklıkla yemek yeme alışkanlığına sahip oluşu gibi nedenlerden ötürü sıklıkla rastlanılmaktadır. Bununla birlikte, Mersin özelinde her sokak üzerinde birden fazla sokak yiyeceğinin bulunması ile neredeyse her yerde sokak lezzetleri ile karşılaşılabilir. Kendine has bir yerel mutfağı da olan Mersin’ de sokak lezzeti olarak sayılabilecek yiyecekler ve içecekleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür<sup>2</sup>;

• **Yemekler:** Tantuni, Tarsus kebabı, mumbar (bumbar), şırdan, kokoreç, balık ekmek, tavuk döner, et döner, ciğer, kebab.

<sup>1</sup> <https://yolcu360.com/blog/mersinde-ne-yenir/>, <https://lezzetler.com/mersin-mutfak-kulturu-vt19186>

<sup>2</sup> <https://yemek.com/mersin-yemekleri/>, <https://onedio.com/haber/en-iyisini-mersin-de-bulabileceginiz-12-lezzet-325359>, <http://www.hurriyet.com.tr/seyahat/dunden-bugune-mersin-lezzetleri-40390589>, <https://alkislarlayasiyorum.com/m/content/210879/sokak-lezzetleri-mersin>, <https://onedio.com/haber/mersin-e-gelipte-bu-yemekleri-tatmadiysaniz-cok-sey-kaybetmissinizdir-393328>, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/kulturatlasi/mersinde-mutfak-kulturu>, <http://arsiv.ajans5.com/detay/2011/11/24/illerimiz-hangi-meyvesi-ile-meshur.html>.

- **Atıştırmalıklar:** Süt mısırı, kâğıt helva, pamuk şeker, elma şekeri, tost, sokak poğaçası, sokak sandviçleri, gözleme, sıkma, Tarsus simidi, gevrek simit, midye dolma.
- **İçecekler:** Atom, şalgam, meyan şerbeti, yayık ayranı, sıkma meyve suları, salep.
- **Tatlılar:** Cezerye, kerebiç, bici bici, karakuş, sarı burma, irmikli cevizli Şam tatlısı, taş kadayıf, mamul, halka tatlı, lokma tatlı, tulumba tatlısı, kireçte kabak tatlısı.
- **Meyveler:** Hint inciri.

### **Yiyecekte Yenilik Korkusu (Neofobi)**

Yiyecekte yenilik korkusu en basit tanımıyla bilinmeyen yiyecekleri yemekteki isteksizlik olarak tanımlanmaktadır. Bu, sevilmeyen yemekleri yemekteki isteksizliği ifade eden “yemek seçme” kavramından farklıdır (Knaapila vd., 2007: 573). Yiyecekte yenilik korkusu, yeni veya bilinmeyen yemekleri yemeyi reddetme eğilimi veya bu yemeklere maruz kalındığında tedirginlik yaşama olarak da tanımlanmaktadır (Elkins ve Zickgraf, 2018: 36). Tuorilla ve arkadaşları (2001) ise yeni yiyeceklerden kaçınma eğilimini, diğer bir ifadeyle yiyecekte yenilik korkusunu bireyleri zehirli olma potansiyeline sahip yiyeceklerden koruyan biyolojik açıdan anlamlı bir mekanizma olarak ifade etmişlerdir. Choe ve Cho’ya (2001) göre yiyecekte yenilik korkusu, geleneksel olmayan, çeşitli etnik yiyecekleri denemeye aşinalık ve istekliliği önemli derecede öngörmektedir.

Yemek seçimlerini etkileyen faktörler hem doğuştan hem de öğrenilmiş olabilir. Yani, Neofobi-büyük ölçüde kalıtsal olmasına rağmen bireylerin yetiştiği çevrenin de bir sonucu olabilmektedir. Çevre faktörlerine ebeveyn veya akranların taklidi ve ebeveynin eğitim uygulamaları örnek olarak verilebilir. Çocuklar yiyeceklerin yenildiği sosyal bağlam ve tüketimin psikolojik sonuçlarına bağlı olarak, tekrar tekrar maruz kaldıkları yiyecekleri tüketmeyi tercih etmekte veya yiyecekleri sevmeyip, reddetmektedirler (Schnettler vd., 2017: 2). Bilinmeyen yemeğe ilişkin korku sosyo-demografik faktörler, eğitim seviyesi ve yaşam tarzı, şehirleşme düzeyi, gelir düzeyi, uyarılma, reklam, moda, diğer insanların tavsiyesi ve alışkanlıklardan ileri gelmektedir (Stoica ve Alexe, 2016: 35). Muhammad vd., (2016) ise neofobi üzerinde etkisi olan faktörleri; psikolojik faktörler, motivasyon, yiyeceğe aşinalık, sağlık, inanç, duyumsallık-duygusallık, beklenen sonuçlar (yüksek kolesterol içerdiğine inanıldığı için yumurta yememe veya vitamini yüksek olduğu için brokoli yeme gibi) ve iğrenme olarak sıralamışlardır.

### **Yöntem**

#### **Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları**

Araştırmanın amacı, Mersin’e ziyarete gelen yerli turistlerin neofobi düzeylerini ölçmek ve bu bağlamda Mersin’de sunulan sokak lezzetlerinden hangilerini tüketmeyi tercih etmeyeceklerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- 1- Yerli turistlerin cinsiyetleri ile yiyecek neofobileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- 2- Yerli turistlerin medeni durumları ile yiyecek neofobileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- 3- Yerli turistlerin yaşları ile yiyecek neofobileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- 4- Yerli turistlerin meslekleri ile yiyecek neofobileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- 5- Yerli turistlerin aylık kişisel gelirleri ile yiyecek neofobileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- 6- Yerli turistlerin mezuniyet durumları ile yiyecek neofobileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- 7- Yerli turistler Mersin’de Sokak lezzeti olarak sunulan içeceklerden hangilerini tercih etmemektedirler?
- 8- Yerli turistler Mersin’de Sokak lezzeti olarak sunulan yiyeceklerden hangilerini tercih etmemektedirler?
- 9- Yerli turistler Mersin’de sokak lezzeti olarak sunulan tatlılardan hangilerini tercih etmemektedirler?

### **Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak 19 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Veriler araştırmaya katılmayı kabul eden yerli turistlerle yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Anketin ilk kısmında kişisel bilgileri içeren sorular yer almaktadır. Anketin ikinci kısmında Pliner ve Hobden (1992: 109) tarafından geliştirilen “Yiyecek Neofobi Ölçeği” yer almaktadır. İlgili ölçek toplam on sorudan meydana gelmektedir. Çalışmada, ilgili ölçeğin Yiğit (2018) tarafından Türkçe’ye uyarlanmış versiyonu kullanılmıştır. Yiğit (2018) çalışmasında, ölçeğin Cronbach’s Alpha değeri 0,875 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin aritmetik ortalaması 2,32-3,31 arasında değerler almıştır. Ölçeğin standart sapma değerleri ise 0,97 ile 1,33 arasındadır. Anketin üçüncü kısmında katılımcılara Mersin’de sokak lezzeti olarak sunulan yiyecek, içecek ve tatlıların fotoğrafları gösterilmiş, bunlardan hangilerini yemek istemeyecekleri sorulmuştur. Mersin sokak lezzeti olarak gösterilecek fotoğrafların belirlenmesinde uzman görüşüne başvurulmuş, sonuç olarak toplamda atom ve şalgam olmak üzere iki içeceğin, tantuni, şırdan, kokoreç, balık ekmek, döner, kebab, midye dolma, sıkma, poğaça ve sandviç olmak üzere 10 yiyeceğin ve bici bici, cezerye, kerebiç, karakuş, sarı burma, mamül, hint inciri, taş kadayıf ve şam tatlısı olmak üzere 9 tatlının fotoğraflarına yer verilmiştir.

### **Evren ve Örneklem**

Araştırmanın çalışma evrenini Mersin’e gelen yerli turistler oluşturmaktadır. Mersin’e gelen yerli turist sayısı 2018 istatistiklerine göre 1.123.309 kişidir (Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). Sekaran (2003) 10.000 ve üzeri evren büyüklüğünde,

örneklem büyüklüğünün 384 gözlem olması gerektiğini belirtmektedir. Bu nedenle, araştırmada sınırsız evren formülünden ( $n=P.Q.Z2\alpha/H2$ ) yararlanılmıştır (Ergin, 1992: 88). Örnek büyüklüğünü maksimize eden oran ( $p: 0,50$ ) dikkate alınmış, %5 anlam düzeyi ve %5 örneklem ile örneklem büyüklüğü 384 gözlem olarak belirlenmiştir.

### **Verilerin Toplanması**

Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Anket uygulaması 11-14 Ocak 2021 tarihleri arasında Mersin müze ve ören yerlerinde, turistik destinasyonlarında turist olduğunu belirten katılımcılar ile gerçekleştirilmiştir. Gerek dünyada gerekse Türkiye’de yaşanan COVID-19 pandemisi nedeni ile hedeflenen örneklem büyüklüğüne ulaşılamamış, araştırma 315 gözlem ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan kayıp veri analizi, çoklu sapan ve çoklu normal dağılım testlerinde çıkarılması gereken herhangi bir anket tespit edilemediğinden analizlere 315 gözlem ile devam edilmiştir.

### **Verilerin Analizi**

Araştırma genel tarama modellerinden ilişkişel tarama modeli kullanılarak tasarlanmıştır. İlişkişel tarama modeli, iki veya daha çok sayıdaki değişken arasında toplu bir değişim veya bu değişimin derecesini ortaya koymayı amaçlayan modeldir (Karasar, 2013: 79). Bu bağlamda 315 gözlem istatistik paket programına aktarılmış, kayıp veri analizi, çoklu sapan ve çoklu normal dağılım testleri uygulanmış, ölçek güvenilirliği ve geçerliğini belirlemek üzere testlere tabi tutulmuştur. Sonrasında verilere betimleyici analizler, frekans analizi, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Analizlere geçilmeden önce 10 maddeden oluşan “Yiyecek Neofobi Ölçeği” nin iç güvenilirliğini test etmek amacıyla Cronbach Alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır. Test sonucunda Cronbach Alpha güvenilirlik istatistiği 0,823 olarak tespit edilmiştir. Hair, Black, Babin ve Anderson’a (2010) göre 0,70 değeri sınır güvenilirlik değeridir. Bu değerin üzerindeki ölçekler iyi düzeyde güvenilirlerdir. Bu bağlamda ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir.

### **Bulgular**

Araştırma kapsamında anket uygulamasına katılan 315 yerli turiste yönelik gerçekleştirilen betimleyici test sonuçları incelendiğinde, katılımcıların %62,5’inin kadın, %37,1’inin erkek olduğu, %25,4’ünün 24 yaş ve altında, %53,3’ünün 25 ile 34 yaş aralığında, %15,2’sinin 35 ile 44 yaş aralığında ve %5,7’sinin 45 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların %57,1’i bekâr, %41’i ise evli olduğunu belirtmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında, %29,5’nin 0 ile 1000 TL, %7,6’sının 1001 ile 2000 TL, %17,8’inin 2001 ile 3000 TL, %14,9’unun 3001 ile 4000 TL, %11,7’sinin 4001 ile 5000 TL ve % 15,9’unun 5001 TL ve üzeri aylık kişisel geliri olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %14,3 ’ünün ilk/ortaöğretim ve lise mezunu olduğu, %59’unun ön lisans/lisans mezuniyeti bulunduğu ve %26’sının lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların meslek grupları incelendiğinde, %30,5’inin kamu çalışanı, %23,8’inin özel sektör çalışanı, %22,2’sinin

öğrenci, %1'inin emekli, %18,1'inin çalışmıyor olduğu ve %2,2'sinin diğeri meslek dallarından birinde çalıştığı tespit edilmiştir. Katılımcılara ilişkin demografik verilere Tablo 1'de yer verilmiştir.

**Tablo. 1.** Katılımcıların Kişisel Bilgilerine İlişkin Tanımlayıcı Analiz Sonuçları

Değişken	n	f	%	Değişken	n	f	%
<b>Gelir Durumu</b>	307			<b>Meslek Grubu</b>	308		
0-1000 TL		93	29,5	Kamu çalışanı		96	30,5
1001-2000 TL		24	7,6	Özel sektör çalışanı		75	23,8
2001-3000 TL		56	17,8	Öğrenci		70	22,2
3001-4000 TL		47	14,9	Emekli		3	1
4001-5000 TL		37	11,7	Çalışmıyor		57	18,1
5001-TL ve üstü		50	15,9	Diğeri		7	2,2
<b>Eğitim</b>	313			<b>Yaş</b>	314		
İlk/Ortaöğretim/Lise*		45	14,3	24 yaş ve altı		80	25,4
Ön lisans/Lisans		186	59	25-34 yaş		168	53,3
Lisansüstü		82	26	35-44 yaş		48	15,2
<b>Cinsiyet</b>	314			45 yaş ve üstü		18	5,7
Kadın		197	62,5	<b>Medeni durum</b>	309		
Erkek		117	37,1	Bekâr		180	57,1
				Evli		129	41

\*Merkezi limit teoremi esas alınarak kategoriler birleştirilmiştir.

Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği'ne verdikleri cevaplara ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Analize geçilmeden önce ölçekteki "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" maddeleri ters kodlanmıştır. Analiz sonuçlarına göre en yüksek ortalamaya sahip ifade "yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir" ( $\bar{X}=4,10$ ) maddesi olmuştur. Sırası ile "ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem" ( $\bar{X}=4,07$ ) ve "daha önce yemediğim yiyeceği denemekten korkarım" ( $\bar{X}=4,04$ ) maddeleri de en yüksek ortalamaya sahip diğeri maddelerdir. Yiyecekte yenilik korkusu skoru temel olarak yiyecekte yeniliğe açık (neofilik), nötr ve yiyecekte yenilik korkusuna sahip (neofobik) olmak üzere üç basamak olarak incelenmektedir. Tespit edilen skor 10-18 değerleri arasında ise katılımcılar neofilik, 19-31 arasında nötr ve 32-50 aralığında ise neofobik olarak tanımlanmaktadır (Olabi, Najm, Baghdadı ve Morton 2009: 354; Tuorila vd., 2001: 30; Henriques, Silva ve Herbert, 2009: 85; Choe ve Cho, 2011: 673; Flight, Leppard ve Cox, 2003: 55).

Tablo 2'de çalışmaya katılan 315 katılımcının, Yiyecek Neofobi Ölçeği'ne vermiş olduğu yanıtlara göre yiyecek neofobi skoru 29,84 olarak belirlenmiştir. Buna göre katılımcılar yiyecek neofobisine ilişkin nötr kategorisinde yer almaktadırlar.



**Tablo. 2.** Yiyecek Neofobi Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İfade Numarası	İfadeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1*	Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim.	2,04	0,65
2	Yeni yiyeceklere güvenmem	3,90	0,68
3	Ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	4,07	0,65
4*	Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	2,00	0,67
5	Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	3,99	0,69
6*	Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	1,88	0,64
7	Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım	4,04	0,68
8	Yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir.	4,10	0,64
9*	Yemek seçmem her şeyi yerim	1,85	0,71
10*	Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	1,97	0,68
TOPLAM		29,84	6,69

\* İşaretili ifadeler analizden önce ters kodlama yöntemi ile kodlanmıştır.

Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği'ne verdiği cevaplara göre oluşturulan frekans tablosuna göre, katılımcılardan hiçbiri yiyecekte yeniliğe açık değildir. Katılımcıların büyük bir bölümü nötr kategorisinde yer almakla birlikte 49 katılımcı yiyecekte neofobiye sahip olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların neofobi sınıflandırılması Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo. 3.** Yiyecekte Neofobi Değerlerinin Sınıflandırmaya Göre Dağılımı

Yiyecekte Neofobi Sınıfları	Frekans
10-18 Aralığı: Yiyecekte Yeniliğe Açık (Neofilik)	0
19-31 Aralığı: Nötr	266
32-50 Aralığı: Yiyecekte Neofobiye Sahip	49
<b>Toplam</b>	<b>315</b>

Katılımcıların yiyecek neofobilerinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek adına bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların yiyecek neofobileri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Kadın katılımcıların yiyecek neofobi skor ortalamalarının erkek katılımcılara göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo. 4.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Neofobi skoru	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	t-değeri	Anlam düzeyi
	Kadın	197	4,08	0,401	2,283	0,023*
	Erkek	117	3,96	0,440		

\*p<0,05

Katılımcıların yiyecek neofobilerinin medeni durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek adına bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların yiyecek neofobileri medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Analiz sonuçları Tablo 5’te verilmiştir

**Tablo. 5.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Neofobi skoru	Medeni Durum	n	Ortalama	Standart Sapma	t-değeri	Anlam düzeyi
	Bekar	180	4,03	0,435	-0,472	0,637
	Evli	129	4,05	0,384		

p<0,05

Katılımcıların yiyecek neofobilerinin yaşlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek adına tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların yiyecek neofobileri yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Analiz sonuçları Tablo 6’da verilmiştir

**Tablo. 6.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması

Neofobi skoru	Yaş	n	Ortalama	Standart Sapma	F-değeri	Anlam düzeyi
	24 yaş ve altı	80	4,02	0,396	1,186	0,315
	25-34 yaş	168	4,03	0,408		
	35-44 yaş	48	4,00	0,489		
	45 ve üstü	18	4,21	0,404		

p<0,05

Katılımcıların yiyecek neofobilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek adına tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Analiz yapılmadan önce Merkezi limit teoremine (Mayers, 2013: 77). Uygunluğun sağlanması açısından “ilk/ortaöğretim” ve “lise” kategorileri birleştirilmiştir. Analiz sonucuna göre katılımcıların yiyecek neofobileri eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Analiz sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo. 7.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	Eğitim Düzeyi	n	Ortalama	Standart Sapma	F-değeri	Anlam düzeyi
Neofobi skoru	İlk/Ortaöğretim/Lise**	45	4,16	0,457	4,244	0,015*
	Önlisans/Lisans	186	3,98	0,401		
	Lisansüstü	82	4,09	0,418		

\*p<0,05

\*\*Merkezi limit teoremi esas alınarak kategoriler birleştirilmiştir.

Tek yönlü ANOVA ile tespit edilen farklılığın hangi değişkenler arasında olduğunu belirlemek adına Scheffe analizine başvurulmuştur. Analiz sonucuna göre ilk/ortaöğretim ve ön lisans/lisans mezunu katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre ilk/ortaöğretim mezunu katılımcıların yiyecek neofobilerinin ön lisans/lisans mezunu katılımcıların yiyecek neofobilerine kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo. 8.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Scheffe Analizi

Neofobi skoru	Eğitim Düzeyi		Ortalama Farkı	Anlam düzeyi
	İlk/Ortaöğretim/Lise	ön lisans/Lisans	0,17720	0,038*

\*p<0,05

Katılımcıların yiyecek neofobilerinin gelirlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek adına tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların yiyecek neofobileri gelirlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Analiz sonuçları Tablo 9’da verilmiştir

**Tablo. 9.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	Gelir	n	Ortalama	Standart Sapma	F-değeri	Anlam düzeyi
Neofobi skoru	0-1000tl	93	4,04	0,402	1,251	0,285
	1001-2000tl	24	4,14	0,386		
	2001-3000tl	56	4,08	0,455		
	3001-4000tl	47	3,91	0,479		
	4001-5000tl	37	4,06	0,368		
	5001tl ve üstü	50	4,03	0,407		

Katılımcıların yiyecek neofobilerinin çalışma durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek adına tek yönlü ANOVA uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre katılımcıların yiyecek neofobileri çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Analiz sonuçları Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo. 10.** Katılımcıların Yiyecek Neofobi Ölçeği Skorlarının Çalışma Durumlarına Göre Karşılaştırılması

	<b>Çalışma Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F-değeri</b>	<b>Anlam düzeyi</b>
<b>Neofobi skoru</b>	Kamu	96	4,0250	,41902	0,669	0,648
	Özel sektör	75	4,0227	,48562		
	Öğrenci	70	4,0114	,36695		
	Emekli	3	3,9000	,17321		
	Çalışmıyor	57	4,1175	,40976		
	Diğer	7	4,1571	,45040		

p<0,05

Katılımcılara Mersin sokak lezzetlerinden fotoğraflar gösterilmiş, “Mersin’de hangi yiyecek, içecek ve tatlıları tüketmek istemezsiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya verdiği cevaplar frekans analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların birden fazla seçeneği seçebilecekleri belirtilmiştir. Analiz sonuçlarına göre katılımcılar Mersin sokak lezzetlerinden içecek olarak şalgam (139) ve atom (126), yiyecek olarak şırdan (161), midye dolma (120), kokoreç (114), tantuni (86), döner (78), sandviç (76), kebab (60), sıkma (59), balık ekmek (54), poğaç (54), tatlı olarak bici bici (105), mamül (94), kerebiç (83), şam tatlısı (79) ve hint inciri (74), taş kadayıf (74), cezerye (65), karakuş (53), sarı burma (51) tüketmek istemediklerini belirtmişlerdir. Sadece dört katılımcı listede bulunan yiyecek, içecek ve tatlıların hepsini tüketebileceğini belirtmiştir. Analiz sonuçları Tablo. 11’de verilmiştir.

**Tablo. 11.** Katılımcıların Tüketmek İstemeyecekleri Sokak Lezzetlerine İlişkin Frekans Tablosu\*

<b>Değişken</b>	<b>n</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Yiyecekler</b>	863*		
Şırdan		161	18,6
Midye Dolma		120	13,9
Kokoreç		114	16,7
Tantuni		86	9,9
Döner		78	9
Sandviç		76	8,8
Kebab		60	8,8
Sıkma		59	6,8
Balık Ekmek		54	6,2
Poğaç		54	6,2
Hiçbiri		1	0,1
<b>İçecekler</b>	271*		
Şalgam		139	51,2
Atom		126	46,4
Diğer (Kaynar, Boza, Sebze suları)		4	1,4
Hiçbiri		2	0,7
<b>Tatlılar</b>	679*		
Bici Bici		105	15,4
Mamül		94	13,8

Kerebiç		83	12,2
Şam Tatlısı		79	11,6
Hint İnciri		74	10,8
Taş Kadayıf		74	10,8
Cezerye		65	9,5
Karakuş		53	7,8
Sarı Burma		51	7,5
Hiçbiri		1	0,1

\*: Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

## Sonuç ve Öneriler

Mersin sokak lezzetlerinin yiyecek neofobisi bağlamında incelendiği çalışma bulgularına bakıldığında, 266 katılımcının yiyecek neofobisi konusunda nötr bir tutumda oldukları, 49 katılımcının da yiyecek neofobisine sahip oldukları görülmektedir. Araştırmanın bu açıdan Yiğit (2018)'in çalışmasına göre benzerlik ve farklılıkları bulunmaktadır. İlgili çalışmada 47 katılımcının yiyecekte yeniliğe açık, 261 katılımcının nötr ve 105 katılımcının ise yiyecekte yenilik korkusuna sahip olduğu bulgulanmıştır (Tablo 3). Buna göre çalışmada yiyecekte yeniliğe açık katılımcıların bulunmuyor olması araştırma sonuçları açısından dikkat çekicidir.

Madde ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip ifadelerin “yediğim yiyecek konusunda çok seçiciyimdir” ( $\bar{X}=4,10$   $SS=+0,64$ ), “ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem” ( $\bar{X}=4,07$   $SS=0,65$ ) ve “daha önce yemediğim yiyeceği denemekten korkarım” ( $\bar{X}=4,04$   $SS=0,68$ ) maddeleri olduğu görülmektedir (Tablo 2). İlgili maddelerin ortak özellikleri, direkt olarak yiyecek neofobisi ile ilgili olmalarıdır. Buna göre, katılımcıların yiyecek neofobisi bağlamında seçici oldukları ve yiyecek neofobisine yönelik bir tutum içerisinde buldukları söylenebilir.

Katılımcıların yiyecek neofobisine ilişkin tutumları fark testleri aracılığı ile incelenmiştir. Katılımcıların yiyecek neofobisinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Araştırmada kadın katılımcıların yiyecek neofobisi ortalamalarının erkek katılımcılara kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4). Bu açıdan araştırma Üzülmöz (2018) ve Sivrikaya'nın (2019) çalışmasını destekler niteliktedir; ancak Yiğit (2018), Kaplan (2018), Öztürk (2019) ve Ceylan ve Şahingöz'ün (2019) çalışmalarını ise desteklememektedir. Katılımcıların yiyecek neofobisinin eğitim durumlarına göre de anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Tablo 7). Katılımcıların eğitim durumları yükseldikçe yiyecek neofobilerinin azaldığı söylenebilir (Tablo 8). Bu bağlamda araştırma, Üzülmöz (2018), Yiğit (2018), Öztürk (2019), ve Ceylan ve Şahingöz'ün (2019) çalışmalarını desteklemektedir; ancak Kaplan (2018) ve Sivrikaya'nın (2019) çalışmalarını desteklememektedir. Ayrıca Üzülmöz (2018) çalışmasında kadın katılımcıların erkek katılımcılara kıyasla korkularını daha sık açığa vurduklarını bu nedenle cinsiyetler arasındaki farklılığın mümkün olabileceğini ileri sürmektedir. Bununla birlikte kişilerin eğitim düzeylerinin artması neticesinde farklı kültürleri, insanları, mutfakları ve yiyecek türlerini tanıma isteğinin artmasının bireylerin neofobi düzeylerinin düşük olmasına sebep olduğunu belirtmesi

araştırma sonucunda elde edilen bu sonucu destekleyici niteliktedir (Üzülmez, 2018: 139). Katılımcıların yiyecek neofobisinin medeni durum, yaş, gelir ve meslek değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir (Tablo 6,9,10). Araştırmanın gerçekleştirildiği destinasyon ve incelemeye alınan örneklemdeki farklılıklar, bu durumun bir sonucu olarak görülebilir.

Katılımcıların Mersin’de tüketmek istemeyecekleri sokak lezzetleri incelendiğinde Mersin’e özgü veya Mersin’de sıklıkla tüketilen sokak lezzetlerinin tüketilmek istenmediği tespit edilmiştir. Bu durumun Mersin gastronomisinin yeterince bilinmemesi nedeni ile oluştuğu düşünülebilir. Bunun yanı sıra, yapılan çalışmalarda turistler COVID-19 pandemisinin çıkış sebebi olarak Çin’deki yerel yiyecekleri göstermektedirler. Bu nedenle yakın gelecekte turistlerin yerel yiyeceklere daha şüpheli yaklaşacağı ve öncelikle daha bilindik yiyeceklere yönelecekleri (Türker, 2020: 217), yiyeceklerde hijyen ve temizlik arayışının sıklıkla yaşanacağı (Türker, 2020:212-213) tahmin edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında Mersin sokak lezzetlerine şüphe ile yaklaşılması beklenebilecek bir durumdur. Bu sorunun aşılabilmesi için öncelikle sokak lezzetleri açısından merdiven altı üretime engel olunması, temiz ve hijyenik üretimin sağlanması ve denetlenmesi gerekmektedir. Sonrasında turistlerin Mersin gastronomisi ve sokak lezzetleri hakkında bilgilendirilmesi getirilebilecek öneriler arasındadır.

## Kaynakça

- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1* (2016) 3-17.
- Bektarım, N., Çakıcı, C. ve Ballı, E. (2019). Sokak Lezzetleri Tüketim Sıklığı, The Third International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship And Sustainability, Mersin, Ocak 2019,678-684.
- Buscemi, S., Barile, A., Maniaci, V., Batsis, J.A., Mattina, A., and Verga, S., (2011). “Characterization Of Street Food Consumption In Palermo, Possible Effects On Health”. *Nutrition Journal*, 10, 119.
- Buted, D. R. and Ylagan A. P. (2014). “Street Food Preparation Practices”. *Asia Pasific Journal of Education, Arts and Sciences*, 1(2), 53-60.
- Cardoso, R. C. V., Companion, M., Marras, S.R. (2014). Street food culture, economy, health and governance. Milton Park: Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group.
- Ceylan, V. ve Akar Şahingöz, S. (2019). Yetişkin Bireylerde Gıda Neofobi Düzeyinin Belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 772-784.
- Choe, J. Y. ve Cho, M. S. (2011). Food Neophobia And Willingness To Try Non-Traditional Foods For Koreans. *Food Quality and Preference*, 22(7), 671-677.
- Choi, J., Lee, A., and Ok, C. (2013). “The Effects Of Consumers’ Perceived Risk And Benefit On Attitude And Behavioral İntention: A Study Of Street Food”. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 30, 222-237.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 637-651.

- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü. ve Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* 2(1), 589-601.
- Elkins, A., ve Zickgraf, H. F. (2018). Picky Eating and Food Neophobia: Resemblance and Agreement in Parent/Young Adult Dyads. *Appetite*, 126, 36-42.
- Ergin, D. Y. (1992). Örneklemin Temsil Ediliciliği. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 73-95.
- FAO. (1989). Street foods. A summary of FAO studies and other activities relating to street foods. Rome: FAO.
- FAO. (2009). Good Hygienic Practices In The Preparation And Sale Of Street Food In Africa, Rome: FAO.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7. b.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Flight, I., Leppard, P. ve Cox, D. N. (2003). Food Neophobia and Associations with Cultural Diversity and Socio-Economic Status Amongst Rural and Urban Australian Adolescents, *Appetite*, 41, 51-59.
- Henriques, A. S., Silva, C. K. ve Herbert, L. M. (2009). Consumer Segmentation Based on Food Neophobia and Its Application to Product Development, Food Quality and Preference, 20, 83-91.
- İflazoğlu, N. (2019). Unesco Gastronomi Şehirlerinde Gastronomi Turizmi ve Yeni Yiyecek Deneme Korkusu (Food Neophobia): Hatay ve Gaziantep Örneği, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- İrigüler, F. ve Öztürk, B. (2016). *Street Food as a Gastronomic Tool in Turkey*. II. International Gastronomic Tourism Congress Proceedings, İzmir.
- Kaplan, A. (2018). *Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi-Neofili Etkisi*. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın.
- Karsavuran, Z. (2018). "Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi". *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6 (1): 246-265.
- Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., ... Perola, M. (2007). Food Neophobia Shows Heritable Variation In Humans. *Physiology & Behavior*, 91(5), 573-578.
- Mayers, A. (2013). *Introduction to statistics and SPSS in psychology*. London: Pearson.
- Mosupye, F., Holly, A. (1999). Microbiological quality and safety of ready-to-eat street-vended foods in johannesburg, South Africa. *Journal of Food Protection*, 62(11), 1278-1284.
- Muhammed, R., İbrahim, M.A., Ahmad, R., ve Hanan, F. (2016). Psychological Factors on Food Neophobia among the young Culinarian in Malaysia: Novel food preferences. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222: 358-366.

- Olabi, A., Najm, N. E. O., Baghdadi, O. K. Ve Morton, J. M. (2009). Food Neophobia Levels of Lebanese and American College Students, *Food Quality and Preference*, 20, 353-362.
- Oskay, C. (2012). Mersin Turizminin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 185-202.
- Öztürk, G. (2019). *Etnik Gıdaya Yönelik Tutum ile Kültürleşme, Kültürel Açıklık ve Neofobinin İlişkisi: Samsun Gürcü Mutfağı Örneği*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Pliner, P. L. & Hobden, K. (1992). Development Of A Scale To Measure The Trait Of Foodneophobia İn Humans. *Appetite*, 19(2), 105–120.
- Rızaoğlu, B., Ayazlar, R. A., ve Gençer, K. (2013). Yiyecek deneyimiyle ilgili bireysel eğilimlerin sosyo-demografik özellikler açısından değerlendirilmesi: Kuşadası'na gelen yabancı turistler örneği. 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık, Kayseri, 669-687.
- Schnettler, B., Höger, Y., Orellana, L., Miranda, H., Lobos, G., Sepúlveda, J., ... Salinas-Oñate, N. (2017). *Food neophobia, life satisfaction and family eating habits in university students*. *Cadernos de Saúde Pública*, 33(3).
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 36-46.
- Sivrikaya, K., K. (2019). *Gıda Neofobisi ve Heyecan Arama Kişilik Özelliklerinin Yabancı Turistlerin Geleneksel Türk Yemeklerini Satın Alma Niyetine Etkisi*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.
- Stoica, M. & Alexe, P. (2016). Factors Influencing Food Neophobia. A Brief Review. *Journal Of Research On Trade, Management And Economic Development Volume 3, Issue 2(6)*.
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: İstanbul ve Gaziantep Örnekleri*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmış Doktora tezi.
- Türker, G., Ö. (2020). Covid-19 Salgını Turizm Sektörünü Nasıl Etkiler? Turizm Akademisyenleri Perspektifinden Bir Değerlendirme, *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207-224.
- Yiğit, S. (2018). *Etnik Mutfak Ürünlerinin Tercihinde Neofobinin Etkisi (Karşılaştırmalı Bir Uygulama)*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Balıkesir.
- Yiğit, S ve Doğdubay, M. (2020). Tüketicilerin Yiyecekte Yenilik Korkusu Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, . 4 (1) : 1-16.
- 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.
- WHO. (1996). Essential safety requirements for street-vended foods. Rome, Erişim Tarihi: 25.11.2020.
- Winarno, F. G., Allain, A. (1991). Street Foods İn Developing Countries: Lessons From Asia. *Food, Nutrition and Agriculture*, 1(1), 11-18.



## İnternet Kaynakçası

<http://arsiv.ajans5.com/detay/2011/11/24/illerimiz-hangi-meyvesi-ile-meshur.html>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<http://www.hurriyet.com.tr/seyahat/dunden-bugune-mersin-lezzetleri-40390589>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://alkislarlayasiyorum.com/m/content/210879/sokak-lezzetleri-mersin>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://lezzetler.com/mersin-mutfak-kulturu-vt19186>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://onedio.com/haber/en-iyisini-mersin-de-bulabileceginiz-12-lezzet-325359>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://onedio.com/haber/mersin-e-gelipte-bu-yemekleri-tatmadiysaniz-cok-sey-kaybetmissinizdir-393328>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/kulturatlas/mersinde-mutfak-kulturu>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://yemek.com/mersin-yemekleri/>,Erişim tarihi:03.01.2021.

<https://yolcu360.com/blog/mersinde-ne-yenir/>,Erişim tarihi:03.01.2021.

[untitled \(fao.org\)](#)

<https://mersin.ktb.gov.tr/TR-73541/istatistikler.html>, erişim tarihi: 03.01.2021.