

**T.C.**  
**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**  
**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI TEZLİ YÜKSEK LİSANS**  
**PROGRAMI**

**FARKLI KÜLTÜRLERE MENSUP TÜKETİCİLERİN TÜRK**  
**MUTFAĞININ GELENEKSEL TATLILARINA KARŞI TUTUMLARI:**  
**YENİ ÜRÜN DENEME KORKUSUNUN BU TUTUMLARA ETKİSİ**

**HAZIRLAYAN**  
**MUSTAFA UMUÇ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI**  
**PROF. DR. İSMAİL TOKMAK**

**ANKARA, 2024**

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS ORJİNALLİK RAPORU**

Tarih: 18/12/ 2024

Öğrencinin Adı, Soyadı: Mustafa Umuç

Öğrencinin Numarası: 22010198

Anabilim Dalı: Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı

Programı: Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Prof. Dr. İsmail TOKMAK

**Tez Başlığı: Farklı Kültürlere Mensup Tüketicilerin Türk Mutfağının Geleneksel Tatlılarına Karşı Tutumları: Yeni Ürün Deneme Korkusunun Bu Tutumlara Etkisi**

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 57 sayfalık kısmına ilişkin, 15/12/2024 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %7'dir. Uygulanan filtrelemeler:

1.Kaynakça hariç

2.Alıntılar hariç

3.Beş (5) kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Mustafa Umuç

ONAY

Tarih: 18/12/ 2024

Prof. Dr. İsmail Tokmak

İmza:

## TEŞEKKÜR

Tez yazım sürecinde sürekli desteğini gördüğüm tez danışmanım Prof. Dr. İsmail Tokmak'a,

Jüri hocalarım Prof. Dr. Mustafa Aksoy ve Doç. Dr. İlkey Yılmaz'a,

Çalışmaya katkılarından ötürü hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Nurten Beyter ve Öğr. Gör. Servet K. Güney'e teşekkürü bir borç bilirim.

## ÖZET

**Mustafa Umuç, Farklı Kültürlere Mensup Tüketicilerin Türk Mutfağının Geleneksel Tatlılarına Karşı Tutumları: Yeni Ürün Deneme Korkusunun Bu Tutumlara Etkisi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı, 2024**

Farklı kültürlerin farklı yeme – içme kültürleri, bu kültürlere mensup olan bireylerin diğerlerine karşı ön yargılarını da beraberinde getirmektedir. Farklı kültürlerin gıdaları için oluşan ön yargılar gıda neofobisini, yeni kültürleri tanımaya olan istek de gıda neofilisini ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmada kültürler arası kabul düzeylerini ölçmek amaçlanmıştır. Araştırmada nicel yöntem temel alınmıştır. İki aşamalı çalışmanın birinci aşamasında, Amerika Birleşik Devletleri'nin Pittsburg şehrinde yaşayan farklı kültürlerden gelen turizm ve gastronomi personeli 69 kişiye neofobi ve neofili düzeylerini ölçen anket çalışması yapılmıştır. İkinci aşamasında ise aynı 69 kişiye klasik Türk tatlılarından kabak tatlısı, kazandibi ve künefe tattırılarak beğeni testi yapılmıştır. Araştırma, 16 Eylül 2024 – 18 Ekim 2024 tarihleri arasında yürütülmüştür. Anketin ve beğeni testinin analizinde SPSS-25 paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasındaki beğeni testinde ürünlerin beğeni sıralaması en çok kabak tatlısı daha sonra künefe en az beğenilen ise kazandibi şeklindedir. Yapılan t-testi sonucunda gıda neofobisi bulunan bireylerle gıda neofilisi bulunan bireylerin tadım yaptırılan üç tatlıya ilişkin değerlendirmeleri arasında sadece kabak tatlısına ilişkin genel değerlendirmelerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Anketlerin geçerliliği için yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin geçerli olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin güvenilirliği için ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,914 olarak belirlenmiştir. Elde edilen değer 0,70 katsayısından yukarıda olması sebebiyle güvenilir olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gıda Neofobisi, Gıda Neofilisi, Türk Tatlıları, Beğeni Testi

## ABSTRACT

**Mustafa Umuç, Attitudes of Consumers from Different Cultures Towards Traditional Turkish Desserts: The Impact of Neophobia on These Attitudes, Başkent University, Institute of Social Sciences, Gastronomy and Culinary Arts Master's Degree with Thesis, 2024**

The diverse eating and drinking habits of different cultures often bring about biases among individuals belonging to these cultures. Prejudices toward the foods of other cultures result in food neophobia, while the desire to explore and experience new cultures leads to food neophilia. This study aims to measure the level of cross-cultural acceptance. A quantitative method was adopted for the research. In the first phase of the two-stage study, a survey assessing the levels of food neophobia and neophilia was conducted with 69 participants working in the tourism and gastronomy sectors in Pittsburgh, USA, who came from diverse cultural backgrounds. In the second phase, the same 69 participants were subjected to a preference test involving classic Turkish desserts: pumpkin dessert (kabak tatlısı), milk pudding with a caramelized bottom (kazandibi), and kunefe (künefe). The research was conducted between September 16, 2024, and October 18, 2024. The SPSS-25 software package was used to analyze the survey and the taste test. In the preference ranking from the taste test conducted in the second phase of the study, pumpkin dessert (kabak tatlısı) was the most liked, followed by künefe, while kazandibi was the least liked. According to the results of the t-test, a statistically significant difference was observed only in the general evaluations of pumpkin dessert between individuals with food neophobia and those with food neophilia regarding the three desserts tasted. The exploratory factor analysis conducted to determine the validity of the survey revealed that the scale was valid. For reliability, the Cronbach's Alpha coefficient of the scale was calculated as 0.914. Since the obtained value is above the coefficient threshold of 0.70, the scale is considered reliable.

**Keywords:** Food Neophobia, Food Neophilia, Turkish Desserts, Taste Test

# İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
RESİMLER LİSTESİ.....	viii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	ix
1.GİRİŞ.....	1
1.1.Araştırmanın Amacı.....	2
1.2.Araştırmanın Kapsamı.....	2
1.3.Araştırmanın Önemi.....	2
1.4.Araştırmanın Sorunsalı.....	3
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları.....	3
2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	5
2.1.Türk Mutfak Kültürünün Gelişimi.....	6
2.1.1.Orta Asya'da Türk mutfak kültürü.....	8
2.1.2. Selçuklu dönemi.....	10
2.1.3. Osmanlı dönemi.....	11
2.1.4.Cumhuriyet dönemi.....	15
2.2.Türk Mutfak Kültüründe Tatlılar.....	18
2.2.1. Künefe.....	22
2.2.2. Kabak Tatlısı.....	23
2.2.3. Kazandibi.....	24
2.3.Gıda Neofilisi.....	25
2.4. Gıda Neofobisi.....	27
2.4.1.Gıda neofobisini etkileyen faktörler.....	29
2.4.1.1.Bireysel özellikler.....	30
2.4.1.2.Yeni yiyeceklere dair bilgi ve ön yargı.....	31
2.4.1.3.Kültürel faktörler.....	31
3.YÖNTEM.....	33
3.1.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	33

3.2. Veri Toplama ve Değerlendirme Tekniği .....	34
3.3. Araştırmanın Hipotezleri .....	36
4.BULGULAR .....	37
4.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Analizler .....	37
4.2. Tatlılara İlişkin Beğeni Testi Sonuçları.....	38
4.2.1. Tatlılara ilişkin genel beğeni sonuçları .....	38
4.2.2. Ülkelerinin bulunduğu kıtalar esas alınarak yapılan analizler.....	40
4.3. Hipotez Testleri Sonuçları.....	46
5.SONUÇ VE ÖNERİLER .....	48
KAYNAKLAR .....	50
EKLER	
EK – 1 Etik Kurul Onayı	
EK – 2 Anket Formu	
EK – 3 Beğeni Testi Formu	

## TABLULAR LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
Tablo 2. 1. Selçuklu Yemekleri (Akkor, 2014). .....	11
Tablo 2. 2. Künefe Reçetesi (Şahin, 2012). .....	22
Tablo 2. 3. Künefe Şırası (Akid) Reçetesi (Şahin, 2012). .....	23
Tablo 3. 1. Gıda Neofobisi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi .....	35
Tablo 3. 2. Araştırmanın Hipotezleri .....	36
Tablo 4. 1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bilgiler .....	37
Tablo 4. 2. Beğeni Testi Sonuçları .....	38
Tablo 4. 3. Kıtalara Göre Kazandibi Tatlısının Beğeni Testi Sonuçları .....	41
Tablo 4. 4. Kıtalara Göre Künefe Tatlısının Beğeni Testi Sonuçları .....	43
Tablo 4. 5. Kıtalara Göre Kabak Tatlısının Beğeni Testi Sonuçları.....	44
Tablo 4. 6. Kıtalara Göre Üç Tatlının Beğeni Testlerinin Birlikte Değerlendirilmesine İlişkin Sonuçlar.....	45
Tablo 4. 7. Neofobik ve Neofilik Katılımcıların Tatlılara İlişkin Beğeni Düzeylerinin Karşılaştırılmasına Yönelik T Testi Sonuçları .....	47

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
Şekil 4. 1. Beğeni Testi Sonuçların İlişkin Radar Grafiği .....	39
Şekil 4. 2. Kazandibi Tatlısının Kıtalara Göre Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği.....	42
Şekil 4. 3. Künefe Tatlısının Kıtalara Göre Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği .....	43
Şekil 4. 4. Kabak Tatlısının Kıtalara Göre Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği	44
Şekil 4. 5. Kıtalara Göre Üç Tatlının Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği.....	45

## RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim. 2. 1. Türklerin Etki Ettiği Coğrafya (Türk Tarih Kurumu, 2024). ..... 8

## SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD Amerika Birleşik Devletleri

Vb. Ve Benzeri

# 1.GİRİŞ

İnsanlar beklenmedik durumlarla karşılaştıklarında hayal kırıklıkları yaşayabilmekte, bunun önüne geçebilmek için güvendikleri alanlarda kalmak istemektedirler. Beklentiler doğrultusunda yeniliklerden veya belirsizliklerden de kaçınmaktadırlar. Beklentilerin karşılanmaması durumunda ortaya çıkabilecek psikolojik süreçler bireylerin uzak durmak istedikleri durumlardır. Psikolojideki bu kavram neofobi (yenilik korkusu) olarak tanımlanmıştır. 1950’li yıllarda psikologların hafıza ve merak üzerinden korku ve endişeyi ölçmek için yaptıkları çalışmada bu kavram ön plandadır. Neofobi kavramının alt başlıklarından birisi de yiyecekte yenilik korkusu olarak ifade edilmektedir. Yiyecekte yeni yemek korkusu yaşayan bireyler yeni olan ya da tanımadığı yiyecekleri tüketmekte negatif refleksler göstermektedir. Yeni ürünlere uzak olmak bu bireylerde karakter özelliği olarak da ifade edilmektedir. Gıda neofobisinin geçmişine bakıldığında, sebebinin gıdanın zehirli yahut zararlı olabileceği fikri olduğu bilinmektedir. Günümüzde ise bu bağlam değişmiş ve anlamı farklılaşmıştır (Hoş, 2021).

İnsanlığın her zaman önemli bir ihtiyacı olan beslenme, yeme içme pratiklerinin ve tercihlerinin de zaman zaman değişmesine sebep olmuştur. Alışkanlıklar oluşurken tercih edilmeyen gıdaları ve güvenli alanları da beraberinde getirmiştir. Beslenme alışkanlıkları şüpheli bir tavrın ortaya çıkmasına da sebep olmaktadır. Beslenme alışkanlıklarına sadık olan bireylerin yanında yeniliklere ve beklenmedik durumlara açık olan bireyler de görülmektedir. Gıda neofobisine sahip olmayan ve hatta yenilik arayışında olan bireyler de “neofil (yenilik sever)” olarak tanımlanmaktadır. Neofobide olduğu gibi neofili de bir bireysel karakter özelliği olarak ifade edilmektedir. Özetle; neofobi, yeni gıdalara güvenmeme, neofili; yenilik arama olarak tanımlanabilir (Aksoy, 2007).

İnsanların belli gıdaları tercih etmesi ve o gıdalara alışması, diğer ürünlere tutumunu değiştirebilmektedir. Özellikle gündelik tüketimlerde bilinen gıdaların tüketimi bireyler için büyük oranda güven teşkil etmektedir. Sağlanan güven avantaj sağlasa da tüketilen ürünlerde uzun vadede sıradanlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Sıradanlaşan beslenme alışkanlıkları ile beraber bireylerin yeniliklere olan isteğini de olumsuz etkilemektedir (Hoş, 2021).

Kültürel farklılıklarla ortaya çıkabilecek neofobi davranışı, yürütülen çalışmanın ana fikrini oluşturmuştur. “Türk tatlılarına dair diğer ülke vatandaşlarının algısı nedir?” sorusundan hareketle çalışma yürütülmüştür.

### **1.1.Araştırmanın Amacı**

Bireylerde oluşan alışkanlıklar ve benzer rutinler yeme – içmede de oluşmaktadır. Gıdalara bireylerin aşına olması gıda tüketimlerinde önemli bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin tüketmesi gereken ürünler ile ürüne dair bilgileri arasında doğrusal bir ilişki görülebilmektedir. Ürüne dair aşinalıklar bireylerde ürünü kabul etme veyahut reddetme olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu durum neofobi ve neofili kavramlarını göstermektedir (Çıtak, 2021).

Yürütülen bu çalışmanın temel amacı araştırmaya katılan bireylerin neofobik ve neofilik algılarını ölçmektir. Araştırmanın buna bağlı alt amaçlarından biri ise Türk mutfağına özgü tatlılardan; kabak tatlısı, künefe ve kazandibi tatlılarının Türk Mutfak Kültürüne yabancı olan katılımcılara tattırılarak beğeni düzeylerinin ölçülmesidir. Araştırmanın amaçlarından biri ise katılımcıların neofobi veya neofili düzeylerine göre beğeni testi sonuçları arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığının belirlenmesidir.

Türk mutfağının bilinirlik düzeyini ölçerek literatüre katkı sağlamak da bu bağlamda çalışmanın bir diğer amacıdır. Ayrıca gıda neofobisine dair literatüre Türk mutfağı çerçevesinde katkı sunulması amaçlanmıştır.

### **1.2.Araştırmanın Kapsamı**

Araştırma, Amerika Birleşik Devletleri'nin Pittsburg şehrindeki Omni Otel çalışanlarından araştırmaya katılmaya gönüllü olan ve hiçbirisi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmayan katılımcılara yönelik olarak tasarlanmıştır. Katılımcıların tamamı Türk Mutfak Kültürüne yabancıdır. Araştırma kapsamında öncelikle katılımcıların gıda neofobisi veya neofilisi düzeyleri ölçülmüştür. Daha sonra katılımcıların künefe, kabak tatlısı ve kazandibi tatlılarına yönelik beğeni testleri yapılmıştır. Üçüncü aşamada elde edilen verilerin analizi ile neofobi-neofili düzeylerinin beğeni testi sonuçları üzerinde bir farklılık yaratıp yaratmadığı analiz edilmiştir.

### **1.3.Araştırmanın Önemi**

Gıda neofobisi ve neofilisi gastronomide son yıllarda kavram olarak önem kazanmaktadır. Dünya'da farklı kültürlerin etkileşiminin artmasıyla beraber bazı bireylerde yeni ürünlere ilgi artarken bazılarında tersine daha tutucu bir bakış açısı ortaya çıkmaktadır. Türk mutfağının uluslararası platformlarda bilinirliğinin artması ve bu alanda yapılan çalışmalara katkı sunmak açısından bu çalışmanın önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Yapılan literatür taramasında Türk Mutfağına ilişkin, farklı kültürlerle mensup ve Türk Mutfak Kültürüne yabancı olan bireylerin değerlendirmelerine ilişkin bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde gastronomi sektöründeki bireyler üzerinden yürütülen çalışmada Türk mutfağına dair algının ölçülmesi önemli bir faktördür. Türk mutfağı algısı ve Türk mutfağı ürünlerinin, bu kültüre dair bilgisi olmayan bireylerdeki düzeyinin ölçülmesinin ve bilimsel olarak incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Ulusal yazında Türk mutfağına ilişkin ürünlere yönelik yapılan gıda neofobisi çalışmalarının da yeterli sayıda olmadığı düşünülmektedir. Yabancı kültürlerin bakış açısıyla yapılacak beğeni testi sonuçlarının, katılımcıların neofobi ve neofili düzeyleri esas alınarak karşılaştırılacak olması da bu çalışmada elde edilecek sonuçların literatüre bu açıdan da katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

#### **1.4.Araştırmanın Sorunsalı**

Nefobi ve neofilin bireylerin karakter özellikleri olduğu yapılan çalışmalarda ortaya konulmuştur. Bireyler kendileri için yeni olan ya da tanımadıkları ürünleri tüketmeme davranışı sergileyebilmektedir. Tercih ederken daha istekli ya da çekinik davranmaları neofobik ya da neofil olmaları ile ilintilidir (Çıtak, 2021). Bu bilgiler ışığında çalışmanın oluşmasına sebep olan sorular şu şekildedir;

- \* Türk tatlıları, Türk mutfağına dair bilgisi olmayan insanlar tarafından nasıl değerlendirilmektedir?
- \* Farklı kıtalardan ve kültürlerden gelen katılımcıların değerlendirmelerinde farklılıklar var mıdır?
- \* Gıda neofobisi ve gıda neofilisi yüksek olan katılımcıların değerlendirmelerinde farklılıklar var mıdır?

Bu sorular araştırmanın oluşmasında önemli bir faktördür. Gıda neofilisi ve neofobisine dair verileri somut bilgiler ve Türk mutfağı üzerinden derlemeye yönelten sorular bu şekilde oluşmuştur.

#### **1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları**

Çalışma ABD'nde yer alan ve 308 çalışanı bulunan bir otelde yapılmış ve araştırmaya 69 çalışan katılmıştır. Araştırma bu 69 katılımcıdan elde edilen verilerle sınırlıdır. Araştırmanın ikinci sınırlılığı ise araştırmanın fiilen 16 Eylül 2024 – 18 Ekim 2024 tarihleri

arasında yürütülmesidir. Belirtilen tarih aralığında içerisinde otelde bulunmayan çalışanların (izin, hastalık vb.) çalışmaya dâhil edilememesine sebep olmuştur. Araştırmanın üçüncü sınırlılığı verilerin likert ölçeğinde anket formu ile toplanması ve elde edilen verilerin kesikli verilerden oluşmasıdır. Bu veri toplama yönteminde katılımcılar belirli sayıda kategori arasından tercih yapmak durumundadırlar. Araştırmanın dördüncü sınırlılığı ise tadım sürecine yönelik üretilecek tatlıların en doğru şekilde üretilerek lezzetini kaybetmeden katılımcılara ulaştırılması sürecinde karşılaşılan maddi sınırlılıklardır. Daha geniş bir katılımcı grubuna ulaşılamamasının temelinde araştırmanın maddi sınırlılığı yer almaktadır.

## 2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Toplumlar kendi yapıları ve özelliklerine bağlı olarak farklı mutfak kültürü özellikleri taşımaktadırlar. Türkiye Cumhuriyeti ve daha önceki Türk devletleri coğrafi, ekonomik ve kültürel faktörleri sebebiyle zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Anadolu coğrafyasında; Akdeniz coğrafyası, Arap ve Kafkas coğrafyası ile etkileşimde olarak farklı kültürlerle sürekli etkileşim halinde olunmuştur. Bunun yanı sıra coğrafi faktör olarak yüz ölçümü bakımından iklim ve coğrafya, çeşitliliğin artmasına katkı sunmaktadır. Bunun yanında sosyal olarak farklı etnik gruplar ve hayat tarzları da zenginliğe katkı sunmaktadır. Orta Asya'da Türklerin daha sade bir yemek anlayışına sahip oldukları bilinmektedir. Selçuklu ve Osmanlı Mutfağı'nda ise farklı olarak daha çeşitli ürünlere sahip bir mutfak kültürü görülmektedir. Türk mutfak kültürünün temellerindeki farklı bakış açılarının hepsi geniş bir kültürün oluşmasını sağlamıştır. Yaşanan etkileşimler ortaya çıkan Türk mutfağı algısını da şekillendirmiştir (Şanlıer, 2005).

Türk mutfağının kapsamına bakıldığında Orta Asya, Selçuklu, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti'nin mutfak kültürlerinin tamamı, üretilen ürünler, kullanılan gıda ve ekipmanlar, muhafaza şekilleri, teknikler ve yeme – içme adabı anlaşılmaktadır. Bu terimlerin dışında iklim ve coğrafya özellikleri, farklı kültürel etkileşimler, etnik yapılar ve harici etmenler gelişmeye devam eden Türk mutfak kültürünü oluşturmaktadır. Türk mutfağını ve kültürünü genel hatlarıyla ortaya koyan bazı maddeler de aşağıda sıralanmıştır (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2019).

\* Farklı yörelerde değişkenlik gösteren üretim, kültürler, coğrafi etkilerden dolayı bölgesel farklılıkların belirgin olduğu bir mutfak kültürü vardır.

\* İklim ve coğrafyaya bağlı tarımsal üretimin de etkisiyle tahıl, çeşitli sebze ve tencere yemeklerinin tüketimi hâkimdir.

\* Orta Doğu etkileşimi ve karasal iklim etkisiyle kebab ve hamur işi ürün tüketimi fazladır.

\* Başka mutfak kültürlerinde yaygın olan bazı teknikler ya da sunumlar Türk mutfağında görülmez. Bunlardan öne çıkanlar; sebze haşlama, soteleme ve bu yöntemle garnitür olarak tüketilmesi şeklindedir.

\* Ekmek, sofraların vazgeçilmez unsurudur.

\* Yağ kullanımı önemli bir yer tutmaktadır. Bölgelere göre yağ türleri değişiklik göstermektedir.

\* Bulgur sadece pilav olarak değil, sebze yemeklerinde ve çorbalarda da kullanılmaktadır.

\* Yemeklerde sos sonradan eklenmez, yiyecekler sosla beraber pişmektedir.

\* Sunum ve görsellikten ziyade yemeğin lezzeti ön plandadır. Sunuma özen gösterilmemektedir.

\* Baharatlar önemli bir yer tutmaktadır. Baharatın ön planda olduğu bölgeler genellikle Arap kültürü ile etkileşimi olanlardır.

\* Fermente ürünler ve özellikle yoğurt önemli bir yer tutar. Yoğurt tek başına tüketilebildiği gibi kıvam arttırıcı olarak da kullanılmaktadır.

Bu başlık kapsamında; Türk mutfağını oluşturan etmenler, gelişim süreci, Orta Asya Türklerinin mutfak kültürü, Selçuklu, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti'nde mutfak kültürü, Türk tatlıları gibi konularda detaylara yer verilecektir.

## **2.1. Türk Mutfak Kültürünün Gelişimi**

Yeme – içme biçimlerini ve genel olarak mutfak kültürünü belirleyen süreç; hazırlama, pişirme, saklama, tüketim gibi aşamalardan oluşmaktadır. İfade edilen süreçlerden farklı olarak sürece katkı sunan; mutfak ekipmanları, hammadde gıdalar, yaşıntıyı etkileyen dış etmenler, geçmişten günümüze aktarılan bilgiler gibi değerler de kültürü şekillendiren öğelerdir (Solmaz ve Altın, 2018).

Mutfak kültürünün oluşumu açısından göze çarpan ilk coğrafya Mezopotamya'dır. Devamında başka mutfak kültürlerini (Anadolu ve Çin) oluşturması açısından önemlidir. Anadolu mutfak kültürünü etkileyen en önemli üç mutfak kültürü; Roma, Antik Mısır ve Antik Yunan olarak dikkat çekmektedir. Roma mutfağının temelini oluşturduğu en önemli mutfak kültürü ise güncel Avrupa mutfak kültürüdür. Doğu'da özellikle Doğu Asya bölgesini etkileyen hâkim kültürün Çin mutfak kültürü olduğu görülmektedir (Üner, 2014).

Türklerin Anadolu'ya gelişi ve varlık göstermesi mutfak kültürü gelişim sürecinin son halkası olarak görülmektedir. Anadolu'da da gelişim devam etmiş olsa da kültürel etkileşim açısından en önemli aşama Orta Asya'dan göç olarak bilinmektedir. Orta Asya'daki birikim, göç esnasında öğrenilenler ve Anadolu'da öğrenilen yeni ürünler sentez

bir kültürü ortaya çıkarmıştır. Selçuklu devleti Türk – İslam tarihinin önemli aşamalarından biridir. İslamiyet ile beraber beslenme kültüründe de değişimler yaşanmıştır. Çeşitli yeme – içme yasakları İslâmiyet ile beraber ortaya çıkmıştır. Domuz eti, leş hayvanların etinin yasaklanması gibi yeme – içme yasakları İslâmiyet ile beraber gelmiştir. Yeme – içme yasakları olarak oruç gibi dini vecibeler de görülmektedir (Gürsoy, 2014). Selçuklu dönemi hayvancılığına bakıldığında büyükbaş ve küçükbaşların hem etleri hem sütleri tüketilmektedir. Tarım ile üretilen yahut yabancı bitkiler ve baharatlar da tüketilmektedir. Selçuklu döneminde kullanılan sofraya ekipmanlardan bazıları; kaşık, çatal, bıçak, tabak şeklindedir. Üretim ve mutfakta kullanılan ekipmanlar; kaşık, çatal, bıçak, tabak, kepeç, tencere, kazan, güveç, testi, sürahi, elek ve kalbur olarak görülmektedir (Üner, 2014).

Selçuklu İmparatorluğu'nun mutfak kültürü, İslam dünyası ve Orta Asya geleneklerinden etkilenmiş olup, özellikle tahıl, et ve baharat kullanımının yoğun olduğu zengin bir mutfak mirası bırakmıştır. Temel besin maddeleri buğday ve arpa gibi tahıllardır; buğdaydan yapılan ekmekler ve et yemekleri, özellikle kuzu eti, Selçuklu sofralarında yaygın olarak yer alır. Selçukluların saray mutfağında baharat çeşitliliği de önem taşımakta olup, yemeklere farklı tatlar ve aromalar katılmıştır. Bu dönemde ayrıca süt ve süt ürünlerinden yapılan yemekler de oldukça yaygındır, bu yönüyle Selçuklu mutfağı, Orta Asya göçebe geleneğinin Anadolu'ya uyarlanmış hâlini yansıtır. Selçuklu mutfağındaki bu çeşitlilik, Osmanlı İmparatorluğu'nun mutfak kültürüne de temel teşkil etmiş; Anadolu coğrafyasındaki farklı malzemeler ve pişirme yöntemleri Osmanlı mutfağına aktarılmıştır. Bu bağlamda Selçuklu mutfağı, günümüz Türk mutfağının temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir (Seçim, 2018).

Osmanlı ve Cumhuriyet dönemleri Türk mutfak kültürünün önemli aşamalarıdır. Osmanlı İmparatorluğu en kritik aşaması olarak düşünülmektedir. Toprak varlığı, ulaşabildiği farklı gıdalar, çok kültürlülük, özellikle klasik dönemde görülen ekonomik güç ve son dönemlerde artan kültürel etkileşim Osmanlı Devleti'nin Türk mutfak kültürü açısından önemini göstermektedir. Tüm bu sürecin neticesinde etkileşim ile ortaya çıkan kültürün bir füzyon mutfak olduğu ifade edilmektedir (Üner, 2014).

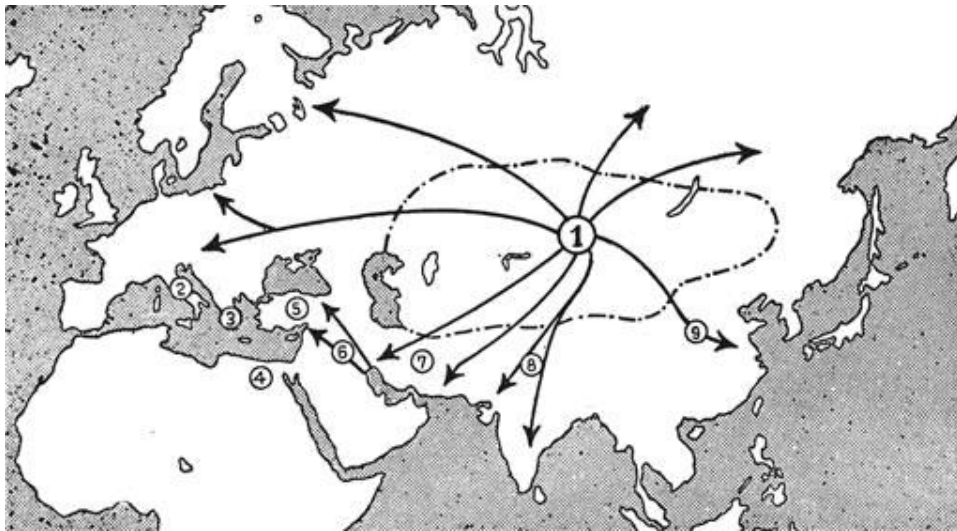
Füzyon ise anlam itibarıyla iki kelime ile ifade edilmektedir; kaynaşma ve birleşme. Pratikte mutfak kültüründe; farklı coğrafyaların yemeklerinin farklı teknikler ile üretilmesi olarak tanımlanabilir. Füzyon mutfak için pratikte yapılan bu tanımlama, Türk mutfak kültürünün oluşumu açısından örtüşmesi sebebiyle füzyon mutfak olarak da tanımlanmaktadır (Alabacak, 2018).

Türk mutfak kültürünü oluşturan; Orta Asya, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemleri gelişim sürecinin alt başlıkları olarak incelenecektir.

### 2.1.1.Orta Asya'da Türk mutfak kültürü

Orta Asya'da Türklerin bozkır steplerinde dağınık bir göçebe bir hayata sahip oldukları bilinmektedir. Göçebe yaşantının dezavantajlarının yanı sıra avantajlarının da olduğu bilinmektedir. Avantajlarından biri kazandırdığı hareket kabiliyetidir. Bu hareket kabiliyeti ulaşılabildikleri coğrafyalarda farklı milletler ile iletişim kurabilmelerini sağlamıştır. Türklerin hayvancılık ve hayvan evcilleştirme açısından at ve koyun varlığına sahip oldukları bilinmektedir. Hayvancılık için ilkbahar mevsiminde meralar ve yaylalar tercih edilirken, sonbaharda vadileri tercih ettikleri bilinmektedir. Türklerde yazılı kaynakların varlığı Orta Asya'da çok az olması sebebiyle Çin kaynaklarından elde edilen bilgilerden biri de Türklerin “suyun ve otun peşinde” gittikleridir. Türklerin Orta Asya'da bilinen ilk gıdaları koyun ve at eti olarak ön plandadır. Hayvancılığa bağlı olarak süt ve süt ürünleri de önemli ürünlerindendir. Tarımsal üretim olarak sadece buğdaya rastlanmaktadır. Sebze ve meyve ise en kısıtlı olan ürünlerdendir. Hunların ise keçi ve deve gibi hayvanları da yetiştirdiği bilinmektedir. Büyükbaş hayvanların bakımı açısından en büyük dezavantaj kışın gereken yüksek miktarda yem ve göçe uyum sağlayamamaları olarak ifade edilmektedir. Bu sebeplerle de büyükbaş hayvancılık tercih edilmemiştir (Arıkan, 2018).

Resim. 2. 1. Türklerin Etki Ettiği Coğrafya (Türk Tarih Kurumu, 2024).



Resim 2.1.'de gösterilen yerler numara sırasına göre şöyledir;

- (1) Anayurt,
- (2) Orta Avrupa,

- (3) Ege,
- (4) Mısır,
- (5) Eti,
- (6) Sümer,
- (7) İran,
- (8) Hint,
- (9) Çin (Türk Tarih Kurumu, 2024).

Sıralanan listede etkileşim kurulan medeniyetler ifade edilmiştir.

Coğrafya şartları Orta Asya’da birçok faktörü etkilerken mutfak kültürünü de etkilemiştir. Türkler için sadece coğrafi şartlar değil göç unsuru da önemli bir etmen olarak kabul edilmektedir. Bu iki kavramında birbiriyle ilintili olduğu ifade edilebilir. Göç ve coğrafya etmenleri sebebiyle ürünlerin kurutulduğu bilinmektedir. Yaz mevsiminde, sıcaklığın yüksek olduğu dönemlerde ürünler kurutulup muhafaza edilir, kış mevsiminde tüketilirdi. Tüketim genellikle göç edilen yeni yerleşim yerlerinde yapılmaktaydı. Ürünlerin kurutulması hacminin azalmasına da sebep olduğu için göç esnasında kolaylık sağladığı bilinmektedir. Göç ve hareket tükettikleri protein ürünlerini ve formlarını da belirlemiştir. Özellikle at ve sığır etinin kurutulduğu görülmektedir. Günümüzdeki pastırma mantığında bir kurutma yapılmaktadır. At binilen ulaşım zamanlarında tüketilmektedir. Bu anlamda göçebe mutfak kültürünün en önemli ürünü olmuştur. Pastırmaya eski Türklerde “yazok” tabiri kullanılmaktadır. Sonbaharda hazırlanan ve kurutma tekniği kullanılan pastırma bahar mevsiminde tüketilmektedir. Eski Türkçede “yaz ok ye” denilmektedir. Günümüz Türkçesindeki karşılığı ise “baharda ye” şeklindedir. Baharda tüketimin bir sebebi de ilkbahar mevsiminde hayvanların zayıflamasıdır. Bu sebeple baharda et ve protein alımı ancak pastırma ile sağlanabilmektedir. Pastırma ve peynir gibi ürünlerin kurutulması geçmişten beri kullanılan bir tekniktir. Günümüzde de kullanılan bu tekniğin Türkler için geçmişi Orta Asya’ya kadar dayanmaktadır. Orta Asya’daki ihtiyaç kadar önemli olmasa da bugün hala Anadolu’nun vazgeçilmez gıdaları arasındadır. Türk tarihinin ve edebiyat tarihinin önemli kaynaklarından biri olan Divân-ı Lûgati’t – Türk kitabında kurutulmuş et yer almaktadır. Dönemindeki karşılığı ise *kak et* olmuştur (Sandıkçioğlu, 2016).

Aynı usulde üretilen bir diğer ürün ise kurut olmuştur. Orta Asya bozkırında Türklerin en önemli gıdalarından biri olmuştur. Ana malzemesi yoğurt olan bu ürünün önemi “*kurutu olanın açlığı olmaz*” şeklinde ifade edilmiştir. Hem göçebe hem savaşçı toplum için

kurutulmuş ürünlerin önemi dikkat çekmektedir. Kurutma tekniği aynı zamanda içindeki su tamamen uzaklaştırılarak bozulmayan, uzun süre muhafaza edilen ürünleri ortaya çıkarmıştır. Süt ürünlerinin uzun süre korunabilmesi açısından da kurutma yöntemi önemlidir (Sandıkçoğlu, T. 2016).

Türklerin geçmişten gelen mutfak kültürü açısından Orta Asya görüldüğü üzere önemli bir noktadadır. Günümüzde dahi kullanılan bazı ürün muhafaza tekniklerinin Orta Asya'dan geldiği görülmektedir. Bu açıdan Türk mutfak kültürünün gelişiminde önemli bir aşama olduğu görülmektedir.

### **2.1.2. Selçuklu dönemi**

Göçebe yaşam kültürünün etkisi ile Mezopotamya ve Anadolu'ya yerleşen Selçuklular tarımsal üretim ile ilgilenmişlerdir. Verimli topraklarda yapılan tarım, beslenme ihtiyaçlarını karşılamıştır. Tarım ve beslenme yerleşik hayatı kalıcı hale getirmiştir. Yerleşik hayat Türk mutfak kültürünün gelişimine önemli katkılar sunmuştur. Göçebe ve yerleşik hayatın beslenme açısından en önemli farkı tarımsal üretim ve tüketimdir. İslâmiyet ile beraber gelen sade yaşam anlayışı, bu döneme ait bilgilerin derlenmesini zorlaştırmaktadır (Şahin, 2008). Selçuklu döneminde, günümüzdeki gibi evlerin içinde yemek yapılan ayrı bir kısım inşa edilmiş ve bu kısma *aşlık* denilmiştir. Yemekler iki ayrı öğünde tüketilmiştir. Öğünlerin ismi sırasıyla kuşluk ve akşam ifade edilmiştir. Kuşluk vakti, öğlen saatlerin yakın bir vakittir. Kuşluk vaktinde uzun süre tok tutan besinler ve hamur işleri tüketilmiştir. Geçmişte Türk mutfak kültüründe kuşluk vakti yemeği modern zamanlarda evrensel olarak bilinen brunch yemeği ile benzerlik göstermektedir (Demirgöl, 2018).

Orta Asya Türklerinde görülen fazla et tüketimi Selçuklularda da devam etmektedir. Özellikle küçükbaş et tüketimi gazladır. Koyun ve keçi tüketimi en bilinenlerdir. Et yemeklerinden en dikkat çeken büryandır. Büryan günümüzde de tüketilmesiyle bilinmektedir. Günümüzde Siirt ve Bitlis bölgesinde yapılmakta ve bu bölgeyle anılmaktadır. Türk mutfak kültürünün zenginliği ve tarihi açısından önemli bir göstergedir. Selçuklu döneminin sık tüketilen ve günümüze gelen ürünlerinden biri de toyga çorbasıdır. Günümüzde de Türkiye'nin farklı bölgelerinde yapılmaktadır. Selçuklu Devleti döneminde, kendisinde önceki ve sonraki dönemlerdeki gibi sebze tüketimi yaygın olmadığı bilinmektedir. Selçuklu döneminin dikkat çeken ürünlerinden biri de sakatatlardır. Selçuklu sofrada adabı özelliklerine günümüzde de rastlanmaktadır. Ekmek parçalarının yere dökülmesinin istenmemesi, bunun için sofraya serilmesi, sini denilen tepsilerin yüksekte

konumlandırılması, sofraya önce büyüklerin oturulması, önce büyüklerin başlaması günümüzde de devam eden ritüellerdir (Kızıldemir ve ark., 2014).

Selçuklu dönemi yemeklerine bakıldığında; ara yemekler, ana yemekler, tatlılar, şerbetler ve içecekler olarak sınıflandırma yapılabilmektedir.

Tablo 2. 1. Selçuklu Yemekleri (Akkor, 2014).

Çorbalar	Buğday çorbası, ciğer çorbası, kuru buğday çorbası, tandır çorbası, tutmaç
Ara Yemekler	Sirkeli patlıcan, kulice (simit), bazlamaç, biberli pilav, mercimekli şekerli tirit, arpa ekmeği, sirkeli ciğer, şalgam turşusu, girde ekmeği, , ispanaklı bulgurlu borani, mercimek yemeği, sımsarmak, bulamac, börek, borani, kadid (pastırma-kak et), kabak kalyesi
Ana Yemekler	Herise, balık tavası, Patlıcanlı çömlek kebabı, nohutlu yahni, kalye, hassetten lokma, kalya-i birinci (kavurmalı pilav), etli şalgam, biryan, patlıcan kalyesi, gerdaniye, ateşte kuzu, fırın kebabı, söğülme tavuk, şişte keklik ya da bildircin, Balık tandır, baş (kelle), paça, beyin, tirit, ciğer kebabı, tavuk kebabı, yağlı ördek, kimyonlu keklik, sih-i kebab
Tatlılar	Bal helvası, türkmek helvası, nişasta helvası, kadayıf, fıstıklı helva, faluze, un helvası, faluze, memnuniye, akide şeker, hoşaf, yassı kadayıf, badem şekeri, mahoş nebet şekeri, pirinç tatlısı, ceviz helvası, badem helvası, zafiranlı nükül,
Şerbetler ve İçecekler	Sirkencubin, süt şerbeti, pekmez şerbeti, bal şarabı, nardenk şerbeti, şeker şerbeti, limonlu bal şerbeti, buhsun, kar şerbeti, bekni, kırmızı, üzüm şerbeti, ayran, bal şerbeti, gülşarap şerbeti

### 2.1.3. Osmanlı dönemi

Türk mutfak kültürü her ne kadar Türklerin varlığının bilindiği en eski zamanlara Asya'ya dayansa da İç Asya'da, Orta Doğu'da, Kafkasya bölgesinde ve belki de en önemlisi sayılabilecek Anadolu'da varlığını göstermiştir. Anadolu sahasında her ne kadar farklı Türk devletleri kurulmuş olsa da mutfak kültürü açısından en dikkat çeken devlet Osmanlı İmparatorluğu olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'nun mutfak kültürünü zenginleştiren etmenlerin başında gelen durum ise farklı kültürleri içinde barındırması olmuştur. Kendi kültürlerini her ne kadar kendi cemiyetlerinde bu gruplar yaşatsa da toplumsal etkileşimler mutfak kültürünün belli alanlarda sınırlı kalmasını engellemiştir. Batı, Doğu ve Güney'deki toprak kazanımları birbirinden farklı kültürlerin Osmanlı'da ortak geniş bir kültürün oluşumunu sağladığı görülmektedir (Başaran, 2016).

Çok milletli ya da çok halklı olarak ifade edilebilecek yapı çok kültürlü yapıyı da beraberinde getirmektedir. Osmanlı'nın çok milletli ve kültürlü yapısı bulunsa da bu yapı ile devlet arasında genellikle ortak hedef olduğu görülmektedir. Ortak hedef içerisinde farklı kültürler farklı isimlendirmelerle anılmış ve kültürlerinin ortaya çıkardığı ürünlerin bilinmesinde de etkili olmuştur. Osmanlı'nın kültürel politikası, kültürlerin devam ettirilebilmesi açısından da önemlidir. Kültürler, kendi kimlikleriyle devam etse de ortak kültürün etkisiyle kendi kültürlerinde değişimler yaşanmıştır. Benzeşmelerin ortak kültürü oluşturduğu da dikkat çekmektedir (Başaran, 2016).

Osmanlı İmparatorluk mutfağının Türk mutfak kültürünü oluşturan önemli aşamalardan birisi olduğu bilinmektedir. Osmanlı mutfak kültürünün temellerinde de Orta Asya, İran, Anadolu, Selçuklu ve Arap mutfak kültürünün önemli yer tuttuğu görülmektedir (Işın, 2018). Osmanlı İmparatorluğu daha önce de ifade edildiği üzere çok farklı etnik ve dini aidiyete sahip insanı barındıran bir topluma sahiptir. Fetihlerle beraber genişleyen coğrafya, geçmişinden gelen kültür mirası vb. faktörler birleştiğinde önemli ve geniş bir kültürü oluşturmuştur. Osmanlı'da saray mutfağı olarak bilinen mutfak kültürünün oluşmasının temeli İstanbul'un fethine dayandığı söylenilebilir. II. Mehmet'in İstanbul'u fethetmesi ve Fatih unvanını almasıyla beraber Topkapı Sarayı yaptırılmıştır. Yapılış tarihi 1475 – 1478 yılları arasındadır. Dönemi için görkemli sayılsa da sürekli eklemeler yapılan ve Osmanlı son dönemleri için eski kalmış bir yapıya sahiptir (Yerasimos, 2005).

Saray Mutfağı olarak ifade edilebilecek bir mutfak kültürünün oluşumu Topkapı Sarayı'na dayansa da Osmanlı Devleti'nin ilk sarayı Topkapı Sarayı değildir. Edirne'de I. Murat devrinde Osmanlı'nın ilk sarayı inşa edilmiştir (1361 – 1389). I. (Yıldırım) Bayezit de devamında Edirne sarayını kullanmıştır (1489 – 1402). Buna karşılık Osmanlı'nın İstanbul'un fethiyle beraber güçlü bir mutfak kültürü inşa etmeye başladığı görülmektedir. İstanbul'un fethiyle beraber artan çok kültürlü yapı, tedarik imkânları, sarayın güçlenmesi gibi durumlar göz önüne alındığında mutfak kültürünün de ilerleme kaydettiği görülmektedir. İstanbul'un fethi ve fethedilen diğer toprakların kültürü ve imkânları da Osmanlı'nın mutfak kültürünü dönüştürmüş ve zenginleştirmiştir (Işın, 2018).

Osmanlı Devleti'nde mutfak kültürünün oluşumunda dinin ve dini yaşantının etkisi yüksektir. İslâmiyet etkisinden dolayı Batı mutfak kültürüyle arasında önemli farklılıklar ortaya çıkmıştır. Dini inanç etkisiyle yasaklanan ürünler ve ritüeller Batı mutfağı ile Osmanlı mutfağı arasındaki en belirgin farklılıklardır (Yerasimos, 2005). İslamiyet etkisi ile alkol ve

domuz eti gibi yasakların varlığı hem sosyal hayatı ve yeme – içme kültürünü düzenlemiş hem de gelenekselleşen ritüelleri ortaya çıkarmıştır. İslamiyet ve göç etkisiyle İran ve Arap coğrafyasından etkileşim de gerçekleşmiştir (Şavkay, 2000).

Ortaya çıkan ritüeller dini boyutu sebebiyle manevi bir kimlik de taşımaktadır. Yemek sadece yeme – içme eylemi olarak değil bağlamının dışında bir manevi kimliğe sahiptir. Yemeğin dini, kültürel, manevi bağlamda değerlendirilebileceği başlıklar ise;

- Doğum yemekleri,
- Ölüm yemekleri,
- Ramazan, iftar, sahur yemekleri,
- Düğün yemekleri,
- Bayram yemekleri ve tatlıları,
- Padişahın tahta çıkması şeklinde sıralanabilmektedir (Işın, 2018).

Düğün yemeklerinde en çok tercih edilen ürünler zerde ve pilav olarak karşımıza çıkmaktadır. Hatta pilav üzerine zerde koyularak sunulduğu bilinmektedir. Düğün ertesinde gelin, arkadaşları ve akrabalarının gelenek olarak tiritli paça yapılır ve tüketilirdi. Doğum adetleri de aynı şekilde belli yeme – içme ritüelleri ile tamamlanmaktadır. Doğum gerçekleştiğinde tebrik etmeye gelen misafirlere lohusa şerbeti takdim edilirdi. Dini açıdan incelenebilecek bir diğer ürün de tatlı olarak dikkat çekmektedir. Aşure tatlısı hicrî takvime göre Muharrem ayında yapılan ve herkese ikram edilen bir üründür (Işın, 2018).

Osmanlı mutfağının yapısına sosyolojik olarak bakıldığında iki önemli başlık göze çarpmaktadır. Bunlar saray ve halk mutfağı olarak sıralanabilir. Saray mutfağı incelendiğinde temellerinin Topkapı Sarayı'nda atıldığı bilinmektedir. Dönemin bilinen malzeme varlığından dolayı günümüzden farklı ürünler ya da günümüzdeki pişirilmeyen ürünlere sık rastlanmaktadır. Bu da günümüz gastronomi birikimiyle bakıldığında alışlagelen ürünlerden olmadığı kanaatini ortaya çıkarmıştır (Öztoprak, 2015).

Saray mutfağının bir diğer önemli unsuru ise kullanılan ürünlerin tek bir yerden değil, her ürünün Anadolu'da en kaliteli üretildiği yerden teminidir. Farklı yerlerden temin edilen ürünler sebebiyle çeşitliliğin geniş olduğu bir mutfak olduğu ifade edilmektedir. Halk mutfağı, saray mutfağına nazaran hakkında daha az bilgi bulunan bir mutfaktır. Ekonomik ve benzeri sebeplerle daha mütevazı bir kültürün hâkim olduğu görülmektedir. Halk mutfağı ürünleri incelendiğinde üretimi yapılan yiyecekler ile buldukları coğrafyanın

hammadeleri paralellik göstermektedir. Tarımsal olarak incelendiğinde de bakliyat, çeşitli etler, tahıllar ve sebze ürünlerine rastlanmaktadır. Pişirme tekniği olarak da genel olarak ürün kullanımıyla da saray mutfağına kıyasla daha sade ve basit olduğu bilinmektedir (Tekin, 2012).

Osmanlı mutfak kültürünü oluşturan diğer ürünlere bakıldığında et ürünü olarak özellikle küçükbaş hayvan kullanımı dikkat çekmektedir. Kullanılan küçükbaş hayvanlara bakıldığında en yaygın türleri koyun ve kuzu etidir. Kümes hayvanları içerisinde tavuk en yaygın olan üründür. Osmanlı mutfağında günümüze kıyasla av eti tüketiminin daha fazla olduğu bilinmektedir. Deniz ürünleri ve balık da tüketilen protein ürünleri arasındadır. Özellikle İstanbul'un fethi sonrasında deniz ürünlerinin ağırlığı artmıştır. İstanbul Boğazı ve Marmara Denizi deniz ürünleri çeşitliliği açısından önemli bir yer tutmaktadır. Zeytinyağı tüketimi de özellikle sebze ürünlerinin pişirilmesinde kullanılmaktadır. Baklagiller açısından günümüzde de tüketimi bilinen mercimek, kuru fasulye, nohut gibi ürünler kullanılmaktadır (Özkuş, 2018).

Baharat kullanımı açısından da Osmanlı mutfağı zengin bir birikime sahiptir. En çok kullanılan aroma verici ürünler ve baharatlar; karanfil, tarçın, yenibahar, kakule olarak ön plana çıkmaktadır. Lezzet verme amacıyla kullanılan diğer bazı ürünler ise şu şekildedir: nane, dereotu, sumak ve maydanoz. Tatlılar, Osmanlı mutfak kültüründe yer tutan önemli ürünlerden biridir. Önemi "helvahane" ismi verilen tatlı üretilen ayrı yerler olması açısından da yüksektir. Günümüze kadar gelen Osmanlı mutfak kültürünün en yaygın ürünleri ise güllaç, lokum ve baklava olarak dikkat çekmektedir. (Ünal, 2019).

Yeme – içme alışkanlıkları zaman zaman ritüelleri oluştursa da dini ya da kültürel ritüeller yeme – içme alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Osmanlı mutfak kültüründe de hem Türk mutfak kültürü ve gelenekleri açısından hem de İslamiyet inancına bağlı olarak ritüellerin ortaya çıktığı bilinmektedir. Düğünler, ölüm yemekleri, bayramlar ve benzeri toplu yemekler Osmanlı mutfak kültüründeki gelenekselleşen ziyafetlerdir. Sosyal hayat içerisinde bu yemeklere önem verildiği ifade edilmektedir. Yemekler, verilen önem üzerine müşterek bir faaliyete dönüşmüş ve ortak tabaklarda tüketim görülmektedir. Sini adı verilen büyük tepşiler de bu tüketim içinde yerini almıştır. Buna bağlı olarak toplumsallaşma artmıştır. (Kara, 2020).

Osmanlı mutfak kültürü sadece kendi dönemiyle kısıtlı kalmamış, Cumhuriyetle beraber oluşan yeni modern Türk mutfak kültürünün temellerinde de yer almıştır. Klasikleşen

reçetelerin modern mutfakta da kendine kalıcı bir yer edindiği bilinmektedir. Sadece klasik uygulamalar olarak değil, tekniklerin kullanılması ve klasik reçetelerin modern yorumlarının hazırlanması açısından da önemli bir referans olduğu görülmektedir. Dünya gastronomi çalışmalarında da kendine yer bulmuştur (Yılmaz, 2021).

Osmanlı Dönemi mutfak kültürü, zengin ve çeşitli yapısıyla dikkat çekmektedir. Saray mutfağı ve halk mutfağı arasındaki farklar, kullanılan malzemelerin çeşitliliği ve yemek pişirme teknikleri, bu kültürün temel özelliklerindedir. Sosyal ritüeller ve toplumsal ilişkilerdeki yeri, Osmanlı mutfağının sadece bir yemek kültürü olmaktan öte, bir yaşam biçimi olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda Cumhuriyet ile beraber değişen mutfak kültürüne kaynaklık etmesi açısından da Türk mutfak kültürünün önemli aşamalarından birisi olmuştur.

#### **2.1.4.Cumhuriyet dönemi**

Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçişte Türk mutfak kültürünün önemli değişimler yaşadığı görülmektedir. Geçmişten gelen önemli bir gastronomi birikimi olduğu bilinmektedir. Bu birikime ek olarak kurulan yeni ulus – devletin amaçları ve kültürel atmosferine bağlı olarak yeni kültürel birikimler eklenmiştir. Cumhuriyet'in getirdiği yeni kültürel gelişmelerin elbette mutfak kültüründe de etkileri görülmektedir. Osmanlı Devleti'nden gelen birikimin daha da ileriye gittiği görülmüştür (Sönmez, 2005).

Yukarıda ifade edilen geçişe bakıldığında Osmanlı'nın son dönem yapısına da dikkat çekmek gerekmektedir. Osmanlı Devleti'nin son dönemine bakıldığında halk mutfağı ile saray mutfağındaki farklılıkların daha da ön plana çıktığı bilinmektedir. Saray mutfağının Batı etkisiyle zenginleştiği bilinmektedir. Fransız etkisi belirginleşen, mutfak malzemeleri ve gıda açısından da bu etkinin dikkat çektiği bir dönem olduğu ifade edilmektedir. Halk mutfağı tarafıyla bakıldığında da sadece bölgesindeki üretime göre gelişmiş mütevazı bir kültürün hâkim olduğu görülmektedir. Cumhuriyet döneminde artık saray mutfağı kavramı ortadan kalkmış ve toplumun ortak mutfak kültürü inşa edilmiştir (Altıntaş, 2010). Cumhuriyet ile birlikte birbiriyle bağı olmayan saray ve halk mutfak kültürü birleştirilerek tek bir mutfak kültürü oluşturmak temel amaçtır. Kurulan yeni devletin politikaları doğrultusunda amaç olan modernleşme, mutfak kültürünün de inşasında amaçtır. Modern, ulusal ve sosyal farklılıklarla ayrılmayan bir mutfak kültürünün oluşması Cumhuriyet ile birlikte olmuştur (Bilgin, 2011).

Cumhuriyet modernleşmesi amacı doğrultusunda yürütülen bazı politikalar şu şekildedir; eğitim kurumlarında yemek dersleri verilmesi, Batı'dan Osmanlı son döneminde elde edilen bilgilerin Türk mutfağı ile harmanlanarak sentez ve tek bir mutfak kültürünü ileriye götürülmesi, bunun yanı sıra sadece lezzete yönelik değil hijyene yönelik standartların oluşturulması da bu kapsamdadır (Gürsoy, 2012). Cumhuriyet modernleşmesi ile ortaya çıkan bir diğer durum da büyük şehirlere göçün artması ve kadınların sosyal hayatta daha fazla yer edinmesidir. Kadınlar sosyal hayatın yanı sıra daha da önemlisi iş hayatında daha fazla yer edinmişlerdir. Kadınların iş hayatına daha fazla katılması evde üretilen pratik yemeklerin ve restoranların önemini arttırmıştır. Osmanlı son döneminde açılan ve önem kazanan restoranların sayısı da Cumhuriyet dönemi itibariyle artmıştır (Yıldız, 2013).

Cumhuriyetle beraber değişen ve gelişen mutfak kültürü araç – gereç kullanımı da değişmiştir. Özellikle Avrupa toplumunun kullandığı mutfak gereçleri Türkiye Cumhuriyeti'nde yaygın hale gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin de etkisi bu dönemde büyüktür. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak eski tip ocaklar yerini modern fırınlara bırakmıştır. Gıda muhafazasında da klasik mahzenlerin yerini buzdolapları almıştır. İfade edilen tüm teknikler ve araç – gereçlerde ciddi değişimler yaşanmıştır (Çakır, 2014).

Cumhuriyet dönemi gastronomisini ilerleten ve eğitim yönüyle güçlendiren yazılı ve görsel medya olmuştur. Yemek kitapları, yemek dergileri, gazete yazıları özellikle etkili olmuştur. Yemek üretimine dair eğitim amacıyla yazılan kitaplar aynı zamanda mutfak kültürünün tanıtılması ve geniş kitlelere ulaşmasında yer almıştır (Öztürk, 2014). Cumhuriyet döneminin en önemli yemek kitabı ise Ekrem Muhittin Yeğen'in yazdığı "Türk Mutfağı" kitabıdır. Yeni Türk mutfağını anlatması yanı sıra birçok insana ulaşması da bu sayede olmuştur. Daha önce de ifade edildiği üzere pratik yemek üretiminin ön plana çıkması yemek kitaplarını da dönüştürmüştür. En önemli örneği ise Mükremin Halil Yinanç'ın "Pratik Yemek Kitabı"dır (Yeğen, 2017).

Radyo ve Televizyon, bir diğer iletişim aracı olarak mutfak kültürünün temsilinde rol üstlenmiştir. Osmanlı Devleti'nin son döneminden farklı bir teknolojik gelişme olarak dikkat çekmektedir. 1950'li yıllarda yoğun olarak başlayan radyo yayınları yemek tariflerinin tanıtılmasında ve geniş kitlelere ulaşmasında kullanılan ilk teknolojik iletişim aracıdır. 1970'li yıllar ise Türk toplumunda televizyonun geniş kitlelere ulaştığı yıllar olmuştur. Televizyonun yaygınlaşmasıyla beraber yapılan programlar, belgeseller Türk mutfağının t

görsel temsilini arttırmıştır. Günümüze kadar gelen ve devam eden bu mutfak programları özellikle kadın seyirciler tarafından ilgiyle takip edilmiştir. Sadece popülerliğiyle değil mutfak kültürünün yaygınlaşması ve tanıtımı açısından da ön plandadır (Demir, 2015).

Türk mutfak kültürü Cumhuriyet döneminde yöresel mutfakların da ön plana çıktığı bir dönem olmuştur. Bölgesel mutfak kültürleri ortak mutfak kültürümüze de katkı sunmuştur. Beraberinde mutfak kültürünün de kimlik kazandığı görülmüştür. Her bölge ön plana çıkan ürünleri ve tarzlarıyla bilinmeye başlamıştır. Günümüzde de bu bilgi ve tecrübe benzeri şekilde devam etmektedir. Ege bölgesi mutfak kültüründe zeytinyağlı ve sebze yemeklerinin yaygın olması, Doğu mutfak kültüründe et ve baharat tüketiminin çok fazla tercih edilmesi gibi hususların bilinirliği artmıştır. (Karaca, 2016).

Yöresel mutfaklarda öne çıkan bir bölge de Karadeniz Bölgesi'dir. Mısır unu, lahana, hamsi gibi ürünlerin yerel anlamda önemi yüksektir. Bu ürünlerin üretimi hammadde olarak üretimi mutfak kültürlerinde tarifler şekillenmesine de sebep olmuştur. Hamsi, Karadeniz bölgesindeki birçok türde ürünün ana malzemesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Karadeniz için simge sayılmaktadır. Karadeniz denilince hamsi, hamsi denilince Karadeniz akıllara gelmektedir (Özdemir, 2016). Güneydoğu Anadolu mutfak kültüründe de kebab ve baklavalardan yaygın olduğu görülmektedir. Arap mutfak kültürü etkisiyle mezelerde dâhil olmak üzere ortak kültürün etkileri bilinmektedir. Osmanlı mutfak kültüründe İstanbul'un merkezde olduğu bilinmektedir. Cumhuriyet dönemiyle birlikte bu bölgelerdeki tarifler ve teknikler tüm Türkiye Cumhuriyeti'ni bölgelerine yayılmıştır (Tekin, 2018).

Cumhuriyet dönemi ile birlikte yaşanan değişimler sadece reçete ve ürünlerle kısıtlanmamıştır. Sosyal hayat ve kültürel yaşantıda da bu değişimler yaşanmıştır. Toplumda kadının ve erkeğin rolü değiştikçe mutfak kültürüne de bu değişimler yansımıştır. Değişimin yaşandığı en önemli alan kadınlar iş hayatındaki yeri ve rolünün değişmesidir. Bu değişime bağlı olarak mutfaktaki rolü de değişmiştir. Geleneksel yapıda ve Osmanlı'dan Cumhuriyet'e dönüşen zaman zarfında kadınların "ev kadını" olarak algılanması hatta yemek kitaplarının bu isimle çıkarılması durumu dikkat çekmektedir. Modern Cumhuriyet ile birlikte bu algılar değişmiş ve gerek eğitim gerek iş hayatında kadınların varlığı ve önemi artmıştır. Yaşanan bu değişime bağlı olarak mutfak işlerinin daha fazla eşit bir sorumluluk olduğu düşüncesi artmıştır (Kaya, 2019).

Cumhuriyet dönemi ile birlikte sosyal sınıfların durumu da Osmanlı Devleti'nden farklı gelişmiştir. İstanbul ve hanedan merkezli yönetime bağlı olarak sadece yöneticilerin

önemli bir sınıf olarak karşımıza çıktığı bir yapı vardır. Cumhuriyet ile birlikte orta sınıf kavramının daha belirgin hale geldiği görülmektedir. Elbette bu tabakalaşma üst ve orta sınıfın erişebildiği bir kültürü de ortaya çıkarmıştır. Orta ve üst sınıf vatandaşların ulaşabildiği yemek kültürünün Batı tarzı mutfak kültürünü de içerdiği görülmektedir. Ev tipi üretimde buna Batı tarzı ekipmanların da eklendiği bilinmektedir. Kısmen orta ve alt sınıf vatandaşların daha ekonomik sayılabilecek tüketimlerinin olduğu, geleneksel tüketim ve kültürün devam ettiği bilinmektedir. Aynı zamanda orta ve alt sınıf vatandaşlar hammadde ürün tedarik ederlerken yerel ve daha ekonomik ürünleri tercih etmektedirler. Sosyoekonomik olarak görülen farklılıklar sebebiyle de bir başka mutfak kültürü farklılaşması yaşanmıştır (Ergün, 2017).

Görüldüğü üzere Cumhuriyet dönemi yeni bir mutfak kültürü inşa ederken geçmişten gelen kültürel birikime güncel Dünya'nın birikimlerini de eklemiştir. Sonucunda hem güncel mutfak kültürünün dinamikliği hem de geçmişteki birikim korunmuştur. Beraberindeki toplumsal dönüşümler de görülmektedir.

## **2.2. Türk Mutfak Kültüründe Tatlılar**

Türk mutfak kültürüne ve geçmişine bakıldığında tatlıların önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Bu sebeple bu çalışma kapsamında Türk Mutfağının önemli bir parçası olan tatlılar daha detaylı olarak ele alınacaktır.

Toplumsal yaşantıda, ortak tören ve kutlamalarda özellikle Osmanlı Devleti'nden günümüze tatlılar vazgeçilmez olmuştur. Sünnet, düğün, bayram başta olmak üzere toplantılar, davetler gibi buluşmalarda sıkça tüketilmekteydi (Bilgin, 2014). En yaygın tüketilen tatlılar ise Osmanlı'dan günümüze kadar gelen ve halen tüketilen; kadayıf, sütlü tatlılar, baklava ve lokumdur. Günümüzde tüketilmesinin yanı sıra köklü geçmişleri de dikkat çekmektedir (Sert, 2016).

Osmanlı'dan günümüze gelen ve en dikkat çeken tatlı baklava olmuştur. Saray mutfak kültüründe de yaygın olarak tüketildiği bilinmektedir. Osmanlı toplumu içinse özel gün tatlısı olduğu ifade edilmektedir. Baklava üretiminde ince yufkalar kullanılmaktadır. Ara katlarında ceviz ya da fıstık kullanılabilir. Şerbetli tatlılardandır. Baklavanın kökeninin Orta Asya Türklerine kadar dayandığı rivayet edilmektedir. Osmanlı dönemi itibarıyla bugün bilinen formuna dönüşmüştür (Erten, 2018). Baklava üretildiği bölgeye göre de değişkenlik arz etmektedir. Gaziantep baklavası Antep fıstığı ve çok ince yufkalar ile yapılmaktadır. Ege'de baklava üretiminde ceviz kullanımına rastlanmaktadır. Evlerde daha

az katman ile yapıldığı bilinmektedir. Bir diğer farklılık gösteren konu kullanılan malzemelerin yanı sıra tekniklerdir. Baklavada geçmişten günümüze geleneksel yöntemlerle üretim tercih edilmektedir. Birçok eski işletme hala geleneksel usulde baklava üretmektedir. Geleneksel yöntemde baklava hamuru el ile açılmaktadır. Çıtır olması en çok beklenen unsurlardandır. Şurup ya da günümüzde bilinen adıyla şerbeti yapılırken su, şeker, limon kullanılmaktadır. Şerbetin durumu, hamurun açılma şekli, pişirme süresi vb. birçok faktör baklavanın kalitesini etkilemektedir (Bilgin, 2014).

Şerbetli tatlıların birçoğunda kadayıf kullanılmaktadır. Kadayıf tatlısı olarak bilinen bir tatlı da bilinmektedir. İnce tel şehriyeler ve şekerli şerbetle yapılmaktadır. Genellikle içine ceviz eklenmektedir. Kadayıfın da kendi içinde farklı isimlendirmelerde türleri olduğu ifade edilmektedir. En sık kullanılan türleri; burma kadayıf, künefe ve tel kadayıftır. Tel kadayıf, diğer kadayıf ürünleri gibi ceviz veya fıstık ile üretilmektedir. Bu iki üründen biri kullanır ve sarılarak üretilir. Burma kadayıf ise tel kadayıftan farklı olarak kalın teller kullanılarak yapılmaktadır. Formu rulo şeklindedir (Sert, 2016).

Kadayıf günümüzde Mardin’de mahreç işareti de alan ve yaygın tüketilen ürünlerden biridir. Günümüz Türk mutfağında da önemli ürünlerden biri olduğu görülmektedir. Arap kültürü ile olan etkileşim neticesinde ortak kültürün ürünlerinden biri olduğu ifade edilmektedir. Araplar tarafından *kataif* olarak tanımlanmaktadır. Kadayıfın tatlı ürünü olarak üretilmesi yaklaşık bin yıl önceye kadar gitmektedir. Yüzyıllardır ceviz ve şekerle birlikte tüketildiği bilinmektedir. Günümüzde Türkiye’de Güneydoğu Anadolu’da önemli ürünlerden biridir (Özkaya ve ark. 2020).

Aynı ürünle üretilen bir diğer tatlı ise künefe olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de en yaygın olduğu bölge başta Hatay olmak üzere çevre illeridir. Künefenin ana bileşenleri kadayıf, yöresel tuzsuz peynir ve şerbet şeklindedir. Kadayıf ve tuzsuz peynir bileşimi özel araç – gereçlerle pişirildikten sonra şerbet eklenir. Üzerine de genellikle fıstık ilave edilmektedir. Peynir tuzsuz olmasıyla tatlı ve yumuşak yapıya yardımcı olmaktadır (Erten, 2018).

Osmanlı Devleti önemli tatlılarından olup günümüze kadar gelen ürünlerden biri de lokumdur. Hem atıştırmalık olarak hem de tatlı olarak önemli bir yere sahiptir. Türk mutfak kültürünün ve Türk tatlılarının uluslararası bilinirliğinde de önemli rol üstlenen bir tatlıdır. Üretiminde nişasta ve şeker kullanılmaktadır. İki ürün birlikte kaynatılarak yumuşak bir doku elde edilerek hazırlanır. Zengin bir çeşitliliğe sahip aromalarla üretilebilmektedir.

Tarihine bakıldığında da 15. Yüzyıla kadar uzandığı görülmektedir. 18. Yüzyıl itibariyle de lokum üreten ve satan işletmeler açılmış ve yaygınlaşmıştır. 15. Yüzyılda lokum, “*rahat-ul hulkum*” olarak bilinmekteydi. Anlamı ise “boğaz rahatlatan” olarak ifade edilebilir (Bilgin, 2014).

Lokumun birçok çalışmada ifade edilen türlerinden geleneksel olanları; nane, portakal, limon ve geleneksel olarak ifade edilen sade türleridir. Cumhuriyet sonrası ve günümüzde; çikolatalı, cevizli, orman meyveli, fındıklı, kaymaklı şeklindedir. Lokum, bayramlarda, özel günlerde, misafirliklerde Osmanlı’dan günümüze önemli bir ikramlıktır. En yaygın tüketildiği yerlerden biri de yine geleneksel bir ürün olan Türk kahvesi’dir (Sert, 2016).

Sütlü tatlılar uluslararası mutfaklarda da Türk mutfağında da önemli bir yere sahip olduğu ifade edilmektedir. Kazandibi, sütlaç, muhallebi, keşkül en yaygın tüketilen sütlü tatlılardandır. Şerbetli tatlılara nispeten halk arasında hafif olması nedeniyle tercih edildiği bilinmektedir. Sütlaç en sık tüketilen sütlü tatlılardan olmuştur. Pişirme tekniği açısından hem ocakta hem fırında hazırlanabildiği bilinmektedir. Ana malzemeleri; süt, pirinç ve şekerdir. Üretildiği yere göre değişkenlik gösterse de tarçın ya da fındıkla birlikte servis edilebilmektedir (Erten, 2018).

Keşkül bir diğer yaygın sütlü tatlıdır. Ana malzemeleri süt ve badem olarak bilinmektedir. Osmanlı’nın saray mutfağından günümüze aktarılan, köklü geçmişe sahip bir tatlıdır. Servis edilirken badem kırıkları ya da fındık kullanılabilir. Badem içermesinden dolayı besleyiciliği ve vitamin değerlerinin yüksek olduğu da ifade edilmektedir (Bilgin, 2014).

Şerbetli tatlılar Osmanlı Devlet’inin hükmettiği coğrafyada ön planda olan ürünlerdendir. Daha önce ifade edilen kadayıf ve baklava haricinde başka tatlılar da yaygın olarak tüketilmektedir. Halka tatlısı, revani, tulumba tatlısı gibi şerbetli tatlılar yaygın tüketilen ve bilinen tatlılardan olarak ifade edilmektedir. Revani Osmanlı mutfağının vazgeçilmezlerindendir ve günümüzde de tüketilmektedir. Ana ürünleri; irmik, yumurta, yoğurt ve undur. Şerbet diğer şerbetli tatlılarda olduğu gibi piştikten sonra eklenir. Revaninin hafif şerbetli tatlılardan olduğu düşünülmektedir (Sert, 2016).

Şerbetli tatlılardan halka tatlısı, sokak tatlısı olarak bilinenlerden biri tulumba tatlısıdır. Hazırlanan hamur kızartılır ve daha önce ifade edildiği gibi şerbetle birleştirilir. Genellikle sokakta tüketilen bir tatlı olarak bilinir. Halka tatlı da tulumba tatlısına benzerdir,

en önemli fark halka form verilmesidir. Dışının sert bir dokuda olması beklenir (Erten, 2018).

Türk mutfak kültürünün ilerlemesinde önemli aşamalarından biri olan saray mutfak kültüründe tatlının ayrı bir yeri olduğu görülmektedir. Saray mutfağı ve saray mutfağı etkisi ile İstanbul'da helvahanelerin varlığı da bu durumun göstergesidir. Saray aşçıları da tatlı üretmek konusunda özellikle çalışmışlardır. Türk mutfak kültüründe günümüze kadar gelebilen tatlıların hepsinin saray mutfağında da üretildiği görülmektedir. Bunlar saraydakilerin yanı sıra saray ziyaretçilerinin beğenisine sunulurdu (Bilgin, 2014).

Osmanlı saray mutfağında kullanılan ürünlerin zengin bir yelpazeye sahiptir. Pekmez, bal ve hurma gibi ürünlerin tatlandırmak amacıyla kullanıldığı ifade edilmektedir. Şeker de aynı şekilde kullanılan önemli malzemelerdendir. Kuruyemişlerden de ceviz, badem, fıstık ve fındık da yaygın olarak kullanılmaktaydı. Tarçın, karanfil ve gül suyu ise aroma vermesi amacıyla tatlılara eklenmekteydi (Sert, 2016).

Türk tatlı kültürü tüm bu birikimler ile günümüze kadar gelmiş ve ifade edilen tatlıların tamamı yaygın olarak tüketilmektedir. Birçok Türk tatlısı; fuarlar, tanıtımlar vb. sebepler sebebiyle Avrupa başta olmak üzere uluslararası bilinirliğe sahip olmuştur. Bu tatlılar içerisinde künefe, lokum ve baklavanın en çok bilinirliğe sahip olan tatlılar olması dikkat çekmektedir. Tanınmaya başlandığı etkinliklerde ödüllendirildiği gibi günümüzde de aynı şekilde ödüller almakta ve tadılmaktadır (Erten, 2018).

Türk tatlıları geleneksel yöntemlerle üretilmeye devam edilse de bir taraftan modern yorumlarının da yapıldığı görülmektedir. Farklı kültürlerdeki tatlılarla birlikte yorumlanmalarının yanı sıra, aynı malzemeler kullanılarak da farklı formlarla yorumlanmaktadır. Türk mutfağı ve Türk mutfağının tatlıları bu şekilde yorumlanarak, farklı formlarla servis edilerek ileriye taşınmaktadır. Bu kalıcılığın yanı sıra aynı zamanda gelişmektedir (Bilgin, 2014).

Bu çalışma kapsamında Türk tatlılarını temsilen bir şerbetli tatlı, bir meyveli/sebzeli tatlı ve bir de sütlü tatlı belirlenmesinin uygun olacağı düşünülmüştür. Şerbetli tatlılardan künefe, meyveli/sebzeli tatlılardan kabak tatlısı ve sütlü tatlılardan da kazandibi tatlısı seçilmiştir.

### 2.2.1. Künefe

Künefe Hatay'ın en önemli, simge ürünlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Antakya'da künefenin üretimi, tüketimi ve tüm süreci birçok geleneğe sahiptir. Künefe'nin önemi Hatay'daki künefecilerin sayısının çok olmasından da anlaşılmaktadır. Bunun yanında Hatay dışında Hatay ya da Antakya ismiyle yer alan künefeciler de göstermektedir. Künefe Hatay'da evlerde de üretilmektedir (Hatay Valiliği, 2024).

Künefe, irmik ya da yufka ile üretilen, içerisine tuzsuz peynir eklenen bir tatlıdır. Üzerine şeker şurubu eklenerek yemeye hazır hale getirilir. Orta Doğu, Kuzey Afrika, Güney ve Güneydoğu Anadolu'da yaygın olan bir tatlıdır. Türkiye'de de Türkiye dışında da farklı versiyonlarıyla üretilmektedir. Yaygın olarak üretilmesinin yanı sıra kültürel açıdan bir özel gün tatlısıdır. Ramazan ayı ve Ramazan bayramı için önemli bir ikram olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde her zaman için önemli bir tatlıdır. Türkiye dışında tuzlu peynirle üretilse de Türkiye'de tuzsuz, künefeye özel bir peynirle üretilmektedir. Türkiye'de şerbeti basit bir şekilde üretilmekte ve limon kullanılmaktadır (Britannica, 2024).

Künefe Hatay ilindeki bilinirliği ve yine Hatay'da yaygın olan tuzsuz peyniri, kadayıfı ile ön planda olan tatlılardandır. Ekonomik açıdan bakıldığında değeri de yüksek olan bir üründür. Türkiye'yi ziyarete gelen yabancı turistler tarafından da en çok tercih edilen ürünlerdendir (Ulu, 2019).

Antakya künefesi 2008 yılında C2006/006 dosya numarası 101 tescil numarasıyla mahreç işareti tescillenmiştir. Tescillendiği şehir Hatay'dır. 2021'de Antakya künefelik peyniri, 2018'de Kilis kaymaklı kırma künefe mahreç işaretiyle tescillenmiştir. (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Tablo 2. 2. Künefe Reçetesi (Şahin, 2012).

Malzemeler	Miktar
Çiğ Künefe	1 Kg
Tuzsuz Künefelik Peynir	600 Gr
Tereyağı	250 Gr
Antep Fıstığı	-

Reçete incelendiğinde Antep fıstığına dair miktar detayına yer verilmediği görülmektedir. Türkiye dışındaki künefelelerde tuzlu peynir kullanılsa da reçetede görüldüğü gibi Türkiye'de tuzsuz peynirle üretildiği görülmektedir.

Hazırlanışı ise şu şekildedir: Çiğ künefe, künefe hazırlanması için üretilen özel kenarlı künefe tepsisine alınır. Çiğ künefenin içerisine tereyağı eklenir. Kısık ateşte yavaş yavaş pişirilerek yağın çiğ künefenin her tarafına bulaşması sağlanır. Arzuya göre tereyağı pişirme öncesi künefeyle beraber yoğurulabilir. Doğrudan elde ya da tahta kaşıkla yapılabilir. Yağlanan tepsiye çiğ künefenin bir kısmı yayılarak sıkıştırılır. Kalınlık ½-1 cm aralığında olmalıdır. Sonraki aşamada tuzsuz peynir parçaları ilave edilir. Peynirin üzerine de kalan künefe serpilerek eklenir. Ateşteyken her iki tarafı da iyice kızarması sağlanır ve sonrasında ocaktan alınır (Şahin, 2012).

Tablo 2. 3. Künefe Sırası (Akid) Reçetesi (Şahin, 2012).

Malzemeler	Miktar
Şeker	1 Kg
Su	1 L
Limon	-

Tencereye şeker ve şekerle aynı gramajda su eklenir. Kaynatılır ve şurup kıvamına geldiğinde 1-2 damla limon damlatılır. Ocaktan alınır. Servisi yapılacak olan künefeye dökülür. Servisi yapılırken isteğe göre; dövülmüş Antep fıstığı, dondurma yahut kaymak da eklenmektedir (Şahin, 2012).

### 2.2.2. Kabak Tatlısı

Kabak tatlısı dört ayrı şehirde Mahreç işareti ile tescillenen bir tatlıdır. Adapazarı, Antalya, Aydın ve Hatay'da tescillenmiştir. Dört ilde de 2021 yılında tescillenmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Balkabağının iki türü ile üretilmektedir. Bu türler *Cucurbita maxima* ve *Cucurbita moschata* türlerindeki balkabaklarıyla üretilmektedir. Şerbet içinde pişirilerek üretilmektedir. Üretilirken hilal benzeri bir şekil ya da küp şekli verilmektedir. Servis edilirken tahin ve ceviz ilave edilmektedir. Dış kabuğu sert ve pürüzsüz, iç kısmı ise yumuşak kıvamda üretilmektedir. Paketlenmemiş haliyle bir hafta, vakumlu halinde ise bir ay süreyle muhafaza edilebilmektedir. Hatay için önemi olan yöresel ürünlerdendir. (Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, 2024).

Antalya'da coğrafi işaret alan kabak tatlısı Antalya için büyük önem arz etmektedir. Antalya'ya özel olan ürünler listesine girmiştir. Antalyalılar, yerli turistler için önemli bir

yer tutsa da turizm açısından da önemli bir rol oynama potansiyeline sahiptir. Antalya’da kabak tatlısı üretimi şu şekildedir;

- Balkabakları dilimlenip soyulur,
- Toz şekerde bekletildikten sonra ocakta, fırında ya da kuzinede pişirilir,
- Üzerine çifte kavrulmuş tahin ve ceviz içi eklenerek servis edilir (Arslan, 2023).

### 2.2.3. Kazandibi

Tavuk göğsü tatlısı Türkler tarafından geliştirilerek kazandibi tatlısı icâd edilmiştir. Tavuk göğsü tatlısının Anadolu’ya Roma İmparatorluğu’ndan geldiği düşünülmektedir. Türkler tarafından benimsendiği ve geliştirildiği ifade edilmektedir. Osmanlı’da kazandibi tatlısının seyyar olarak satıldığı ve sahtesinin işkembe ile yapıldığı bilinmektedir. İşkembe ile yapılan sahte versiyonu da Osmanlı’da beğenilerek tüketilmiştir. Osmanlı sarayında padişahların da diplomatların da kazandibi tatlısını beğendiği bilinmektedir. Osmanlı döneminde saray çalışanlarının yanık kısımları beğendiği ve “kazgan dibi” şeklinde ifade ettikleri aktarılmaktadır (Işın, 2008).

Apicius tarafından aktarılan ve kazandibinin atası sayılacak tatlının yapımı şu şekildedir; horoz eti kesildikten sonra didiklenir ve sütte pişirilir. Tokmak ile dövülür ve parçalanır. Bal karıştırılarak tatlandırılır. Hem sütte pişmesi hem de bal ile tatlandırılmasıyla modern kazandibi şeklinde olmasa da kümes hayvanları ile tatlı üretimi dikkat çekmektedir. Araplar bu tatlıyı öğrendikten sonra Abbasi halifesinin oğlunun ismini andıran “me’ muniyye” olarak bu tatlıyı isimlendirmişlerdir (Topçu, 2021).

Tavukgöğsü ile yapılan tatlı tüketiminin sadece Türkiye’de yaygın olduğu ifade edilebilmektedir. Türklerde hala bir muhallebide diğer muhallebilerden farklı olarak tavuk etinin kullanılması, ürüne farklı bir yapı ve doku katmaktadır. Tavuk etinin yüksek protein içermesi, besleyicilik açısından önemli bir yer tutar. Günümüzde tavuk etinin üretimde kullanılmaması, pirinç unu yahut pirinçten üretilen sübyesi kullanılmaması, geleneksel üretimden uzaklaşıldığı ve unutulma tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu göstermektedir (İntepe, 2024). Türk Patent ve Marka Kurumu veritabanı araştırıldığında kazandibi tatlısının herhangi bir tescilinin olmadığı görülmektedir.

Osmanlı son dönemlerinde tavukgöğsü tatlısının bir versiyonu olarak da kazandibi tatlısı ifade edilmiştir. Tavukgöğsü tatlısında tencerenin dibindeki yanan kısımların ters

çevrilerek üste gelmesi sağlandığı aktarılmaktadır. İsminin de buradan geldiği düşünülmektedir. Kazandibi tatlısı tavukgöğsünün bir türevi olduğu için ana malzemesi tavuk eti olmuştur. Günümüzde artık tavuk eti kullanılmamaktadır. Günümüzde ana malzemeleri; süt, şeker, nişasta ya da pirinç unu şeklindedir. Bu malzemeler kıvam aldıktan sonra tepsilerde yakılarak hazırlanmaktadır. Tepsilerin dibi yakılırken şeker de ilave edilerek süreci hızlandırmak amaçlanmaktadır. Tatlının tepsiden kolay ayrılabilmesi için yağ da ilave edilebilmektedir (Bakan, 2021).

### 2.3.Gıda Neofilisi

Neofili kavramı “neo” ve “philia” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. *Neo* kelimesi yeni anlamına gelmektedir. *Philia* eki ise kelime anlamı olarak “arkadaşlık, düşkünlük, eğilim” şeklindedir. Güncel olarak da "anormal çekim" şeklinde kullanımı yaygındır. Antik Yunan’da “sevgi” anlamında kullanıldığı görülmektedir. Tüm bunlardan yola çıkarak neofili kavramı “yeniyi sevme, yeniliğe açıklık” olarak tanımlanmaktadır (Online Etymology Dictionary, 2024).

Gıda neofilisi ise aynı anlamdan yola çıkarak insanların farklı, daha önce tatmadığı yahut bilmediği tatları ve gıdaları denemek için gösterdikleri isteği, eğilimi ifade etmektedir. Globalleşme ve göçlerin etkisiyle gıda neofilisi kavramının önemi artmıştır. İnsanların tüketime yönelik davranışları ve bu doğrultuda değişkenlik gösteren psikolojilerini açıklamak için sık kullanılan bir kavram olmuştur. Gıda neofilisine sahip bireylerde tüketebilecekleri ürün seçeneklerinin çoğalması, bireylerin tüketim niteliklerini yükseltebilmektedir. Bu durum sadece tüketim kalitesini değil, beslenmenin dengelenmesi açısından da önemlidir. Farklı kültürlerin farklı ürünleri ile beslenme; karbonhidrat, protein, süt ürünleri ve sebzeler açısından dengeli hale getirilebilir (Pliner ve Hobden, 1992).

Gıda neofilisi birçok faktörle ortaya çıkan bir kavramdır. Şekillendiren faktörler ise biyolojik, sosyo-kültürel, psikolojik, sosyo-ekonomik faktörler olarak sıralanabilir. Gıda neofilisi hakkında yapılan çalışmalarda gıda neofobisinin de beraber değerlendirildiği ya da ayrımlarının ortaya konulduğu görülmektedir. Pliner ve Hobden (1992) yaptıkları çalışmada neofili ve neofobi kavramlarını gıda üzerinden kıyaslamışlardır. Yapılan çalışmaya göre insanların yeni gıda ürünlerine gösterdikleri reflekslerin çevresel olabildiği gibi genetik de olduğu fikrini açıklamışlardır. Eğitim, sosyal çevre, ekonomi gibi çevresel etmenlerin gıda neofilisini oluşturabildiği gibi doğrudan sadece genetik sebeplerle de yeni ürün denemeye eğilim gerçekleşmektedir.

Gıda neofilisinin oluşmasında yukarıda ifade edildiği gibi kültürel etmenlerin yeri fazladır. Birch (1999)'e göre bireylerin erken yaşlarda, çocukluklarında farklı ürünleri tanınması yetişkinliklerinde gıda neofilisi seviyelerinde artış olarak karşımıza çıkmaktadır. Yetişkinlikteki gıda neofilisinin çocuklukta çevre ve bilgi düzeyi ile olan bağlamını ortaya koymaktadır. Aynı bağlamda sosyo-kültürel etmenlerin de bir değişken olduğu ortaya konulmuştur. Her kültürde başka kültürdeki yemek ve içeceklerle karşı ilgi aynı seviyede değildir. Bazı kültürlerde deneyim adına yeni ürünleri tatmak, neredeyse kural sayılırken, başka kültürlerde yeni ürünlere o kadar talep olmadığı görülmektedir. Aynı çalışmada medya ve sosyal çevrenin de yeni tecrübeler ihtiyacını arttırabileceği ifade edilmiştir. Yemek programları, belgeseller vb. programlar bireylerin bu yöndeki düşüncelerini değiştirebilmektedir.

Dovey ve arkadaşları (2008) tarafından çalışmada sağlıklı gıda tüketimi ile gıda neofilisi arasında olumlu bir ilişki olduğu ifade edilmiştir. Yürüttükleri çalışmada gıda neofilisine bağlı olarak katılımcıların dengeli beslenme ve sağlıklı yaşantıya sahip oldukları görülmüştür. Dengeli beslenme adına sebze ve meyve tüketimleri dikkat çekmektedir. Sağlıklı ve dengeli beslenme açısından da gıda neofilisinin önemli bir sebep olduğu ifade edilmektedir. Bu durumun en temel sebebi denenen yeni ürünlerin sayısının artması günlük beslenme rutininde dengeyi arttırabilmesidir.

Gıda neofilisine dair çalışmalar bireylerin nelerden etkilendiğini ve kişilik özellikleri gibi durumları da temel olarak yapılmaktadır. Knaapila ve arkadaşları (2015) gıda neofilisi üzerine çalışmalarını genç yetişkinler üzerine yapmıştır. İlişkilendirilen parametreler şu şekildedir; yiyecekleri beğenme seviyesi, kişilik özellikleri, tüketim sıklıkları. Yürütülen çalışmada görülmüştür ki diğer çalışmalarda da olduğu gibi gıda neofilisi olan bireyler tüketimlerinde tutucu olmadıkları için çeşitli ve dengeli tüketim yapabilmektedirler. Çalışmanın en dikkat çeken kısmı gıda neofilisi yüksek olan bireyleri vücut kitle indeksi (vki) değerleri genellikle diğer bireylere kıyasla daha düşük düzeyde olmasıdır. Gıda neofilisi olan bireylerin boylarına göre sağlık bir kiloya sahip olma ihtimallerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Gıda neofilisinin oluşmasını etkileyen etmenlerden biri de psikolojik etmenlerdir. İnsanların psikolojik durumları karakterlerini, karakterleri de yeni gıdalara gösterdikleri tepkileri belirliyor. İnsan psikolojisi ve karakteri açık fikirli ve yeniliklere ön yargı göstermeyen bir üslupla şekillendiğinde gıda neofilisi daha üst seviyelerde olmaktadır. Gıda

neofilisi olan bireylerin yeni ürünlerle karşılaştığında kaygı duygularının diğer bireylere kıyasla daha az olduğu görülmektedir. İnsan psikolojisi ve psikolojiye bağlı olarak gelişen karakter özelliklerinin yeni gıdalarla olan ilişkisinde önemli rol oynadığı bu şekilde ortaya konmuştur (Knaapila ve ark., 2015).

Bireylerin mevcut sağlık durumları da yeni ürünlerle olan iletişimlerini etkilemektedir. Özellikle kronik rahatsızlıkları olan bireylerin yeni ürünleri denemekte daha temkinli oldukları görülmektedir. Sağlık durumlarında problem olan bireylerde yemeleri yasak olan ürünlerin varlığı, yeni ürün deneme tepkilerini de değiştirmektedir. Sağlıklı bireylerde bu durum tersine işlemektedir. Sağlıklı insanlarda bu durum yaşanmayacağı için diğer bireylere kıyasla daha kolay hareket edebilmektedirler (Dovey ve ark., 2008).

Daha önce yapılan çalışmalarda da görüldüğü üzere gıda neofilisini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Yeni ürün deneme isteğiyle etkileşimi olan konular; bireylerin sağlığı, psikolojik durumları, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik durumları gibi faktörlerdir. Gıda neofilisi aynı zamanda bireylerin daha sağlıklı ve dengeli beslenmeleri için bir fırsat sağlamaktadır.

#### **2.4. Gıda Neofobisi**

Neofobi, Antik Yunan'daki yeni anlamına gelen "neo" ve korku, aşırı korku anlamlarına gelen "phobia" kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Sözlük karşılığı olarak da "*yenilikten korkma, yeni veya alışılmamış olana karşı nefret*" şeklindedir (Online Etymology Dictionary).

Yeni ürün veyahut bilinmeyen ürünlerin tercih edilmesine engel teşkil eden korku gıda neofobisi olarak tanımlanmaktadır. Elbette tüketici refleksleri ve tüketim psikolojisi açısından neofobi ciddi bir konumdadır. Gıda neofobisine sahip bireylerin tüketim kültüründe daha tutucu ve kısıtlı olduğu ifade edilmektedir. Sınırlılıklara bağlı olarak beslenme kalitesinin de negatif yönde değiştiği bilinmektedir (Pliner & Hobden, 1992). Karşılaşılan faktörlerden bazıları; daha önce tüketmediği ürünlerden kaçma, güvenmeme, içeriğinin tamamına hakim olmadığı ürünleri tüketmeme, yeni ürünleri tuhaf görme, yöresel ürünlerden kaçınma, tatil ve seyahatlerde hiçbir şey tüketmeme şeklindedir (Çıtak, 2021).

Tüketicilerin gıda neofobisine bağlı olarak tüketim şekillerinde daha sınırlı hareket ettikleri görülmektedir. Çeşitliliğin bu duruma bağlı olarak azaldığı da görülmektedir. Gıda neofobisine dair yapılan çalışmalarda da sonuçlar bu şekilde ifade edilmiştir. Dovey ve ark.

(2008) yaptıkları çalışmada gıda neofobisine sahip bireylerin meyve sebze tüketiminde çekingen davrandığı ifade edilmiştir. Meyve ve sebze tüketiminin yeterli seviyelerde olmaması dengeli beslenmenin önüne geçmektedir.

Gıda neofobisine bağlı olarak yeterli beslenemeyen bireylerde kaliteli bir hayat sürmeleri de engellenmektedir. Yaşam kalitesini arttırabilmek için gıda neofobisinin de yönetilmesi gerekmektedir. Gıda neofobisinin seviyesini düşük tutabilmenin en önemli yöntemlerinden biri erken yaşlarda yönlendirme olarak ifade edilmektedir. Ebeveynler çocuklarını yeni ürünlerle tanıştırmak gıda neofobisinin oluşmasını engellemek için aşama kaydedebilmektedir. Hem çocuklar hem yetişkinler için olumlu, başarılı deneyimlerin arttırılması da neofobinin oluşmasını engellemek amacıyla yapılmaktadır (Birch, 1999).

Gıda neofobisine genel hatlarıyla bakıldığında kültür, sağlık, psikoloji vb. birçok parametre ile ilişkisi olduğu görülmektedir. Gıda neofobisinin sosyal hayatta da bireylere zorluklar yaşattığı ifade edilmiştir. Gıda neofobisinin çözümlerini bulabilmek ve konuya dair detaylı inceleme yapabilmek için neofobiye sebep olan faktörlerin de ortaya konulması gerekmektedir.

Gıda neofobisini ölçmeye yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında farklı başlıklar üzerinden incelendiğini görülmektedir. Pliner ve Pelchat (1991) yürüttükleri çalışmada amaç farklı yiyeceklere yönelik ön yargının ve korkunun ölçülmesidir. Çalışmanın ana unsuru hayvansal gıdalardır. Hayvansal ve hayvansal olmayan gıdalar neofobi üzerinden karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda katılımcılar lisans seviyesinde öğrenci olan kırk kişiden oluşmaktadır. Cinsiyetlerine göre dağılımlarına bakıldığında da yirmi sekiz kadın ve on iki erkek olarak ayrıldıkları görülmektedir. Katılımcıların tatma istekleri değerlendirilecek yiyecek sayısı on tane ve tamamen hayali olarak tasarlanmıştır. Değerlendirme amacıyla hayali tasarlanan ürün grupları; kümes, deniz ürünleri ve kırmızı et hayvanları, yumurta ve süt ürünleri, meyve, sebze ve tahıl grubu ürünlerdir. Çalışmanın ortaya koyduğu en önemli bulgu hayvansal ürünlerin katılımcılar tarafından daha fazla ön yargıyla karşılandığı ve tatma isteklerinin diğer ürünlerden daha az olduğudur.

Pliner ve Hobden (1992) bir başka çalışmalarında gıda neofobisi ölçeği oluşturmuşlardır. Bu araştırmanın katılımcılarında yaşlar 18 – 74 arasında değişmektedir. Katılımcıların üç farklı grup halinde araştırmaya dâhil edilmiştir. Birinci grup katılımcılara salatalar ve soslar gibi ürünlerden oluşan üç tane yaygın olarak tüketilen ve üç tane yeni ürün tattırılmıştır. İkinci grup katılımcılar otuz beş kişiden, üçüncü grup katılımcılar ise seksen

kişiden oluşmaktadır. İki ve üçüncü grup katılımcılara on adet bilinen on adet yeni tabak tattırılmıştır. Çalışmada, bir önceki çalışmadan farklı olarak gruplar arasında anlamlı farklılıkların olmadığı ifade edilmiştir. Üç grubun da daha önce tüketmedikleri yiyecekleri denerken ön yargıyla yaklaştıkları ve diğer ürünlere göre daha isteksiz oldukları ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda katılımcıların yüksek neofobiye sahip oldukları görülmektedir.

Bu çalışmada ortaya konulan ölçek farklı kültürlerde test edilmek üzere Ritchey, Frank, Hursti ve Tuorila (2003) tarafından kullanılmıştır. Pliner ve Hobden (1992)'a ait ölçek doğrulayıcı faktör analizi ile birbirinden farklı kültürlerde uygulanmıştır. Ölçek on maddeden oluşmaktadır. Katılımcılar Amerikalı, Finlandiyalı ve İsveçlilerden seçilmiştir. Toplam 2082 kişiye ölçek uygulanmıştır. İsveç vatandaşlarının ABD ve Finlandiya vatandaşlarından daha yüksek düzeyde yeni ürünleri denemeye istekli oldukları ortaya konulmuştur.

Ölçeği uygulayan bir diğer araştırmacı grubu ise Ruiz, Claret ve Chaya (2013) çalışmalarını İspanyol katılımcılar üzerinde uygulamışlardır. Çalışmada ölçek psikometrik ölçümler vasıtasıyla uygulanması amaçlanmıştır. Katılımcı sayısı üç yüz dokuz kişidir. Çalışmanın ortaya koyduğu sonuç ise neofobinin yaş ile arasındaki bağlantının pozitif yönde olmasıdır. Bir diğer ifade edilen sonuç ise gıda neofobisi ölçeğinin İspanyol katılımcılar için uygun olmasıdır.

#### **2.4.1.Gıda neofobisini etkileyen faktörler**

Bireylerin yeme – içme kültürlerinde neofobi yaşamalarını etkileyen birçok parametre bulunmaktadır. Sebep olan etmenlerden bazıları psikolojik, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel, biyolojik, genetikdir. Bu sebepler birden fazlasının birlikte olmasıyla da gerçekleşebilmektedir. Gıda neofobisinin seviyesini ve durumunu tespit edebilmek amacıyla Pliner ve Hobden (1992) yaptıkları çalışmada, en önemli iki faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Bu iki faktör; genetik ve çevresel faktörlerdir. Genetik kaynaklı neofobi doğum itibarıyla gerçekleşirken, çevresel faktörlerin daha gözlenebilir ve anlaşılabilir olduğu düşünülmektedir.

Pliner ve Hobden (1992)'ın çalışmasında ve diğer çalışmalarda görülen sebepler alt başlıklarla derlenmiştir. Gıda neofobisine sebep olan diğer etmenler de bu başlıklarda detaylı incelenecektir.

Bireylerin gıda tüketimleri sadece tükettikleri evreyi değil öncesi ve sonrasını da içeren bir süreci kapsar. Gıda tercihleri yalnızca sağlıklarını ve tüketimden aldıkları hazzı

değil birçok faktörü etkilemektedir. Tercihlerini etkileyen unsurlar sıralandığında; psikoloji, sosyoloji, kültürel birikim vb. şeklindedir (Roudsari ve ark., 2017). Gıda neofobisi, tüketilecek ürünlere dair; alışkanlık, uyum sağlama, tüketimden alınan keyif vb. her türlü unsuru belirlemektedir. Psikolojiyi etkileyen etmenler insan zihni, duyguları ve genetik yapısıyla ilintilidir. Bireylerin inançları, değerleri, alışkanlıkları, tecrübeleri vb. etmenler tercihleri önemli derecede etkilemektedir. Aktarılan faktörlere bağlı ortaya çıkan değişimler zaman zaman değişkenlik göstermektedir (Muhammad ve ark., 2016).

#### **2.4.1.1. Bireysel özellikler**

Gıdalara yönelik tutumun oluşmasında bireylerin karakteristik özelliklerin önemli bir yeri vardır. Hem neofilin hem de neofobinin oluşmasında genetik faktörler, psikoloji, çevre vb. faktörlerin etkili olduğu ifade edilmektedir. Bireylerin; kaygılı, neşeli, stresli, hüzünlü bir yapıya sahip olmaları da gıda tercihlerindeki tutumları etkilemektedir. Kaygı düzeyi yüksek olan bireyler Knaapila ve ark. (2015) çalışmasına göre daha yüksek seviyede gıda neofobisine sahiplerdir. Yapılan çalışmada kaygı düzeyi yüksek olan bireylerin yeni ürün deneme korkularının da yüksek olduğu ortaya konulmuştur. Yeni ürün deneme korkusunun beslenme şekillerinde de olumsuz etkilerinin görüldüğü ifade edilmiştir. Beslenme alışkanlıklarının yanı sıra sosyal hayatlarını da etkilediği görülmektedir. Dışarda yemek kültürlerinde çekinik davranışlar sergiledikleri aynı çalışmada ifade edilmiştir.

İnsanların yemek seçimleri birçok parametre ile ilintilidir. Yiyecek seçimleri; nerede, ne zaman, kimlerle olunduğu gibi davranışların tümüyle ortaya çıkmaktadır (Sobal ve ark. 1998). Bireylerin davranışları bağlamında neofobileri incelendiğinde; neofobi davranışı gösteren bireylerin, yeni tanışıklıklar ve farklı ortamlarda bulunma durumlarına karşı direnç gösterdikleri ifade edilmektedir (Üzülmez, 2018). Neofobik bireylerin yeni ürünlerle karşılaştıklarında bildikleri ürünlere yönelme eğilimi göstermektedirler. Neofobinin oluşması ya da ilerlemesi durumunu ortaya çıkaran etmenlerden biri de belli yiyecekleri sürekli tüketerek güvenli alanlar oluşturmaktır. Ortaya çıkan öğrenilmiş güvenli yiyecekler beğenildikten sonra tercihleri belirleyen önemli faktörlerdendir. Neofobik bireyler alışmadıkları gıdanın muhtemel olumsuz sonuçları yerine daha önce defalarca tercih ettikleri ürünleri tekrar tercih etme eğilimindedirler (Pliner ve ark., 1993).

Neofobik davranışlar gösteren bireylerin tutumlarına bakıldığında zihinleri ve duygularının psikolojik faktörleri belirlediği görülmektedir. Bireylerin geçmiş yaşantıları ve hayat görüşleri gıda tercihlerini ve döngülerini belirlemektedir. Dini inanış, rutin

alışkanlıklar, değerler, geçmiş gıda deneyimleri gibi faktörler gıda tercihlerini düzenlemektedir (Muhammad ve ark., 2016).

Gıda neofobisine dair bireysel özellikleri araştıran Rozin ve Fallon (1980) yürüttükleri araştırmada bireylerin bazı gıdaları reddetmelerini üç psikolojik kategoride incelemişlerdir. Araştırmada yapılan sınıflandırma; *hoşlanmama*, *tehlike* ve *tiksinti* olarak sıralanmıştır. Neofobik bireylerin gıda tutumlarındaki psikolojik süreçler ele alındığında farklı mutfak kültürleriyle karşılaştıklarında endişelenmeleri, risk almak istememeleri dikkat çekmektedir. Bu sürecin sonucunda gıda neofobisine dair yapılan çalışmalarda genellikle görülen bir sonuç olarak bildikleri ürünlere yöneldikleri ifade edilmektedir (Pliner ve Hobden, 1992).

Gıda neofobisine dair yürütülen çalışmalarda da, bireysel faktörlere dair yürütülen çalışmalarda da bireylerin psikolojileri ve davranışlarının beslenme alışkanlıklarına yüksek seviyede etkisi olduğu ifade edilebilir.

#### **2.4.1.2.Yeni yiyeceklere dair bilgi ve ön yargı**

Neofobi düzeylerinin belirlenmesinde sosyal etkiler, bireysel tecrübeler ve durumsal çeşitlilikler önemli rol oynar. Bireylerin yeni yiyecekleri tercih etme durumları üç temel faktörle açıklanabilir. Birinci faktör, yiyeceğin renk, koku ve görünüm gibi duyuşal özelliklerinden hoşlanmama durumudur. İkinci faktör, yeni gıdanın tüketilmesi sonucunda yaşanabilecek olumsuz sonuçlardan duyulan çekince veya korkudur. Üçüncü faktör ise, gıdanın doğası ve yapısından kaynaklanan tiksintidir. Bu üç faktör, bireysel deneyimlerin gıda seçiminde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Tüketim sonrası yaşanan olumsuz biyolojik tepkiler, gıdaya karşı isteksizliğe veya reddine yol açabilir (Rızaoğlu ve ark., 2016). Tiksinti, bireylerin belirli gıdalara karşı duyduğu bilişsel red durumudur. Yani, gıdaların içeriği, kaynağı veya üreticisi gibi etkenlerden dolayı bu gıdalar reddedilebilir. Örneğin, yılan balığı yılanı andırdığı için tüketilmek istenmeyebilir. Duyuşal bir perspektiften bakıldığında, sevimli hayvanlar olarak görülen tavşanlara duyulan sempati nedeniyle bu hayvanların tüketiminden kaçınılabılır (Muhammad ve ark., 2016).

#### **2.4.1.3.Kültürel faktörler**

Kültürel etmenler bireylerin tercihlerini dönüştürmektedir. Gıda tercihlerini de değiştiren, dönüştüren bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin yakın çevrelerinin ve sosyal hayattaki konumlanmalarının bakış açılarını da değiştirdiği ifade edilmektedir. Çocukluk döneminde gördükleri kültür, sıklıkla tükettikleri ve maruz kaldıkları gıdalar

neofobi düzeyini ortaya koymaktadır. Bireylerin kendi kültürleri zengin ya da sınırlı olsa da belli bir kısıta sahiptir. Bireylerin farklı kültürlerin gıdalarıyla değil genel olarak kendi kültürü içerisinde yaşadıkları bilinmektedir. Kültürün yanında sosyo-kültürel etmenler de aynı başlık içerisinde değerlendirilebilmektedir. Kültürün getirdiği gıdaların yanı sıra kültürün getirdiği yeme – içme bilinci de gıda neofobisini etkilemektedir. Bazı kültürlerle bakıldığında yeni yemeklere normal ya da sıradan olarak ifade edilirken, bazı kültürlerde daha uzak bakılmaktadır. Medya da kültürel etmenler sınıfına alınabilmektedir. Medya, aktardıklarıyla yeni ürünlere olan teşviki arttırabildiği gibi sınırlandırabilmektedir (Birch, 1999).

### 3.YÖNTEM

Araştırma nicel araştırma modeli esas alınarak tasarlanmıştır. Nicel araştırma, ölçülebilir verilerin toplanması ve analiz edilmesi yoluyla belirli bir hipotezin test edilmesini amaçlayan bir araştırma yöntemidir. Bu tür araştırmalarda, veriler genellikle sayısal olarak ifade edilir ve istatistiksel analizler kullanılarak değerlendirilir. Nicel araştırma, geniş örneklem gruplarına uygulanabilmesi ve genelleme yapılabilmesi açısından önemli bir avantaja sahiptir (Büyüköztürk, 2011). Nicel araştırmaların temel amacı, hipotezleri test etmek, ilişkileri belirlemek ve sonuçları genelleştirebilmektir (Karasar, 2016). Nicel araştırma modeli, bilimsel kesinlik ve objektiflik sağlayarak, araştırmacılara geniş katılımcı gruplarından elde edilen verileri analiz etme imkânı tanır (Büyüköztürk, 2011). Ayrıca, bu model sayesinde araştırmacılar, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerini tespit edebilir ve bu ilişkileri istatistiksel yöntemlerle analiz edebilirler (Neuman, 2014).

Araştırma iki aşamalı olarak planlanmış olup ilk aşamada katılımcıların gıda neofobisi/neofilisi alguları belirlenmiş, araştırmanın ikinci aşamasında ise katılımcılara geleneksel üç Türk tatlısının tadımı yaptırılarak katılımcıların duyuşal değerlendirmeleri ve beğeni düzeyleri belirlenmiştir. Beğeni testi, insan duyularının bir enstrüman gibi kullanıldığı ve gıdanın şekil, renk, kıvam gibi görünüş özellikleri ile lezzet-aroma ve doku gibi duyuşal özelliklerini görme, koklama, tatma, dokunma veya işitme duyularının tepkilerini ölçen, analizleyen ve açıklayan bir disiplindir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2012).

Her iki aşama sonucunda elde edilen veriler kullanılarak beğeni testi sonuçları; katılımcıların neofobi/neofili düzeylerine göre oluşturulan gruplar açısından T testleri ile incelenmiştir.

#### 3.1.Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma yürütülürken Türk mutfak kültürüne hâkim olmayan farklı kültürlerdeki katılımcılara sorular yöneltilecektir. Evren, Amerika'nın Pittsburg PA şehrinde bulunan beş yıldızlı bir otelin tüm personeli olacaktır. Otelde mevsime bağlı olarak çalışan sayısı değişmekle birlikte yaklaşık 300 kişi çalışmaktadır. Çalışanların yarıya yakını ABD vatandaşı kalanlar ise farklı ülkelerin vatandaşlarından oluşmaktadır. Bu özelliği ile otelde çokuluslu bir çalışma ortamı bulunmaktadır.

İki aşamalı olarak yürütülen araştırmanın evreni 308 otel çalışanından oluşmaktadır. Altuğ Onoğlu ve Elmacı (2011)'ya göre beğeni testinde eğitimsiz panelistler için 80 kişilik bir katılımcı grubunun yeterli olacağı ifade edilmişse de gerek maddi sınırlılıklar gerekse de

kültürel farklılıklar sebebiyle sadece 69 otel çalışanı araştırmaya katılmak için gönüllü olmuştur. Ulaşılan 69 kişilik katılımcı grubu hedeflenen 80 kişilik beğeni testi örnekleminin yaklaşık %86'sını ifade ettiği için beğeni testinin yapılmasına karar verilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemiyle araştırmanın her iki aşamasına da katılmaya istekli olan bütün çalışanlara öncelikle anket formu yüz yüze olarak araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Bu aşamada katılımcıların gıda neofobisi/neofilisi algılarının belirlenmesi hedeflenmiştir.

Araştırmaya başlamadan önce Başkent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler ve Sanat Alan Araştırma Kurulu'ndan etik onay alınmıştır. Araştırmaya ilişkin etik onay yazısı EK-1'de sunulmuştur.

Araştırmaya ilişkin veri toplama süreci etik kuruldan onay alınmasından sonra 16 Eylül 2024 – 18 Ekim 2024 tarihleri arasında yürütülmüş ve her iki aşamasına da katılmaya gönüllü olan 69 katılımcıdan veri toplanmıştır.

### **3.2. Veri Toplama ve Değerlendirme Tekniği**

Anket yöntemi, nicel araştırmalarda en yaygın kullanılan veri toplama tekniklerinden biridir. Anketler, katılımcıların belirli bir konu hakkındaki görüşlerini, tutumlarını ve davranışlarını ölçmek için standartlaştırılmış sorular içerir ve genellikle çok sayıda katılımcıya uygulanır (Karasar, 2016). Anketler, sosyal bilimler ve pazarlama araştırmaları gibi birçok alanda, geniş katılımcı gruplarından veri toplamak için etkili bir araçtır (Çelik, 2018).

Araştırmanın birinci aşamasında katılımcıların; gıda neofobisi algıları Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen ölçek (10 ifade) kullanılarak ölçülmüştür. Ölçek farklı dillere çevrilmiş olsa da araştırma ABD'de yapılacağı için ölçeğin orjinal İngilizce versiyonu kullanılmıştır. Orijinal ölçek 7'li likert ölçeğine uygun oluşturulmuştur. Ancak bu çalışma kapsamında katılımcıların neofobik ve neofilik olarak iki gruba ayrılması planlandığından katılımcıların bu iki yaklaşımdan birisi yönünde tercih yapabilmeleri için 6'lı likert ölçeği (1-Kesinlikle katılmıyorum – 6-Kesinlikle katılıyorum) tercih edilmiştir. Ayrıca anket formunun başında bir bilgilendirme metni ile katılımcı onam formu ve katılımcılara ilişkin tanımlayıcı istatistikleri belirlemek üzere 7 soru bulunmaktadır. Anket formunun örneği EK-2'de sunulmuştur. Ölçeğin orijinalinde 10 soru bulunmakta olup tek boyutludur. Bu sorulardan beşi (1, 4, 6, 9 ve 10) neofobik yaklaşıma göre ters olarak kodlanmış yani neofilik yaklaşımı ölçmektedir. Kalan beş soru (2,3,5,7 ve 8) ise neofobik yaklaşımı ölçmektedir. Ölçek farklı dillere çevrilerek uyarlanmış olsa da bu araştırma ABD'de yapılmış olduğu için

orijinal ölçek (İngilizce) kullanılmıştır. Ölçeğin araştırma öncesinde hem araştırma örnekleminde geçerliliğinin olup olmadığının tespiti hem de orijinal ölçekten farklı olarak 6'lı likert kullanılarak veri toplandığı için bu anlamda da geçerliliğinin test edilebilmesi için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi yapılmadan önce ters yöndeki sorular yeniden kodlanarak ölçekteki bütün soruların verileri tek yöne çevrilmiştir. Bu işlem sonrası yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 3.1.'de verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; KMO değerinin 0,863 > 0,60 olması ve Barlett testi sonucunun anlamlı olması (p<0,01) sebebiyle verilerin faktör analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Büyüköztürk, 2011). Faktör analizi sonuçları incelendiğinde soruların faktör yüklerinin 0,63-0,841 arasında ve tek faktör altında toplandığı görülmüştür. Elde edilen faktör yapısı orijinal ölçeğin yapısı ile örtüştüğünden ölçeğin geçerli olduğu ifade edilebilir.

Tablo 3. 1. Gıda Neofobisi Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi

KMO:		BKT:			Faktör Yükleri	Döndürülmüş Matris Değerleri	
0,863		Yaklaşık $\chi^2$	SD	p		Özdeğer	Varyans (%)
		419,495	45	0,000			
Faktör	Kod	Maddeler					
Gıda Neofobisi	1	I am constantly sampling new and different foods (R)			0,788	5,681	56,814
	2	I don't trust new foods.			0,776		
	3	If I don't know what is in a food, I won't try it			0,679		
	4	I like foods from different countries. (R).			0,795		
	5	Ethnic food looks too weird to eat.			0,731		
	6	At dinner parties, I will try a new food. (R)			0,808		
	7	I am afraid to eat things I have never had before..			0,841		
	8	I am very particular about the foods I will eat.			0,751		
	9	I will eat almost anything. (R)			0,630		
	10	I like to try new ethnic restaurants. (R)			0,716		

Yöntem: Temel Bileşenler Analizi, Döndürme Yöntemi: Varimax.

Bunun yanı sıra araştırmanın güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla Cronbach Alpha Katsayısına bakılmıştır. Gıda Neofobisi Ölçeği için Cronbach Alpha Katsayısı 0,914 olarak

hesaplanmıştır. Katsayının 0,70'ten büyük olması sebebiyle ölçeğin güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir (Büyüköztürk, 2011).

Araştırmanın ikinci aşamasında yapılan beğeni testleri için, birisi “Ürün Geliştirme ve Duyusal Analiz” dersi öğretim üyesi, diğeri “Türk Mutfak Kültürü” üzerine çalışmaları olan öğretim görevlisi iki akademisyenin görüşleri alınarak her bir tatlının kendi özelliklerine göre bu araştırma kapsamında doğrudan “İngilizce” olarak oluşturulmuştur. Beğeni testi formları EK-3'tedir.

Araştırmanın her iki aşamasında elde edilecek veriler SPSS-25 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada hipotezlerin test edilmesi için öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmış, daha sonra hipotezler Bağımsız Örneklem T testi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın hipotezleri Tablo 3.2'de verilmiştir.

### 3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Yukarıda açıklanan yöntem çerçevesinde belirlenen hipotezler aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3. 2. Araştırmanın Hipotezleri

H	Hipotez
H <sub>1</sub>	Gıda neofobisi bulunan bireylerle gıda neofilisi bulunan bireylerin kazandibi tatlısına ilişkin genel değerlendirmelerinde anlamlı bir farklılık vardır.
H <sub>2</sub>	Gıda neofobisi bulunan bireylerle gıda neofilisi bulunan bireylerin künefe tatlısı tatlısına ilişkin genel değerlendirmelerinde anlamlı bir farklılık vardır.
H <sub>3</sub>	Gıda neofobisi bulunan bireylerle gıda neofilisi bulunan bireylerin kabak tatlısına ilişkin genel değerlendirmelerinde anlamlı bir farklılık vardır.

## 4.BULGULAR

Araştırma, Amerika'nın Pittsburg şehrinde bulunan beş yıldızlı bir otelin 308 çalışanından 69'unun katılımı ile yürütülmüştür. Çalışmada öncelikle araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcıların özellikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra araştırmada elde edilen verilerin normal dağılıma uyup uymadığı incelenmiştir. Daha sonra hipotezlerin test edilmesine yönelik analizler ile araştırma kapsamında incelenen tatlılara ilişkin beğeni testlerinin sonuçlarına bakılmıştır.

### 4.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Analizler

Araştırma kapsamında veri toplanan katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin detaylar Tablo 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4. 1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bilgiler

	Özellik	Sıklık	Yüzde		Özellik	Sıklık	Yüzde
Yaş	17-20	7	10,14	Eğitim	İlköğretim	2	2,9
	<b>21-30</b>	<b>39</b>	<b>56,52</b>		Lise	30	43,5
	31-40	13	18,84		<b>Ön lisans</b>	<b>32</b>	<b>46,4</b>
	41-50	6	8,7		Lisans	5	7,2
	51-60	4	5,80		Toplam	69	100
	Toplam	69	100				
Ülke	Belçika	2	2,9	Cinsiyet	Kadın	30	43,5
	Şili	1	1,4		<b>Erkek</b>	<b>39</b>	<b>56,5</b>
	Çin	2	2,9		Toplam	69	100,0
	Kolombiya	2	2,9	Görev	Barista	1	1,4
	El Salvador	10	14,5		Barmen	1	1,4
	Almanya	1	1,4		Bulaşıkçı	5	7,2
	Guatemala	1	1,4		Executive Şef	1	1,4
	Macaristan	2	2,9		Executive Sous Şef	1	1,4
	Endonezya	2	2,9		<b>Garson</b>	<b>25</b>	<b>36,2</b>
	Meksika	4	5,8		Genel Müdür	1	1,4
	Nijerya	1	1,4		Güvenlik Personeli	1	1,4
	Polonya	3	4,3		Oda Görevlisi	2	2,9
	Rusya	1	1,4		Resepsiyonist	3	4,3
	Slovakya	1	1,4		Satış Uzmanı	1	1,4
	<b>ABD</b>	<b>32</b>	<b>46,4</b>		<b>Şef</b>	<b>23</b>	<b>33,3</b>
	Zimbabve	4	5,8		Teknisyen	1	1,4
	Toplam	69	100		Yiyecek İçecek Yön.	3	4,3

Özellik	Sıklık	Yüzde	Özellik	Sıklık	Yüzde
			Toplam	69	100

Katılımcılara ilişkin demografik veriler incelendiğinde % 56,52'sinin 20-30 yaş grubunda olduğu (Toplam yaş ortalaması=29,2'dir.), %56.5'inin erkek olduğu, % 46.4'ünün ön lisans mezunu olduğu, %36,2'sinin garson olduğu ve % 46.4'ünün ABD vatandaşı olduğu anlaşılmaktadır.

#### 4.2. Tatlılara İlişkin Beğeni Testi Sonuçları

Araştırmada Türk Mutfağına özgü üç tatlının; kazandibi, künefe ve kabak tatlısı beğeni testi kapsamında katılımcılarca tadımı yapılarak değerlendirilmeleri alınmıştır. Bu kapsamda her üç tatlı için farklı bakış açılarıyla yapılan analiz ve değerlendirmeler aşağıda sunulmuştur.

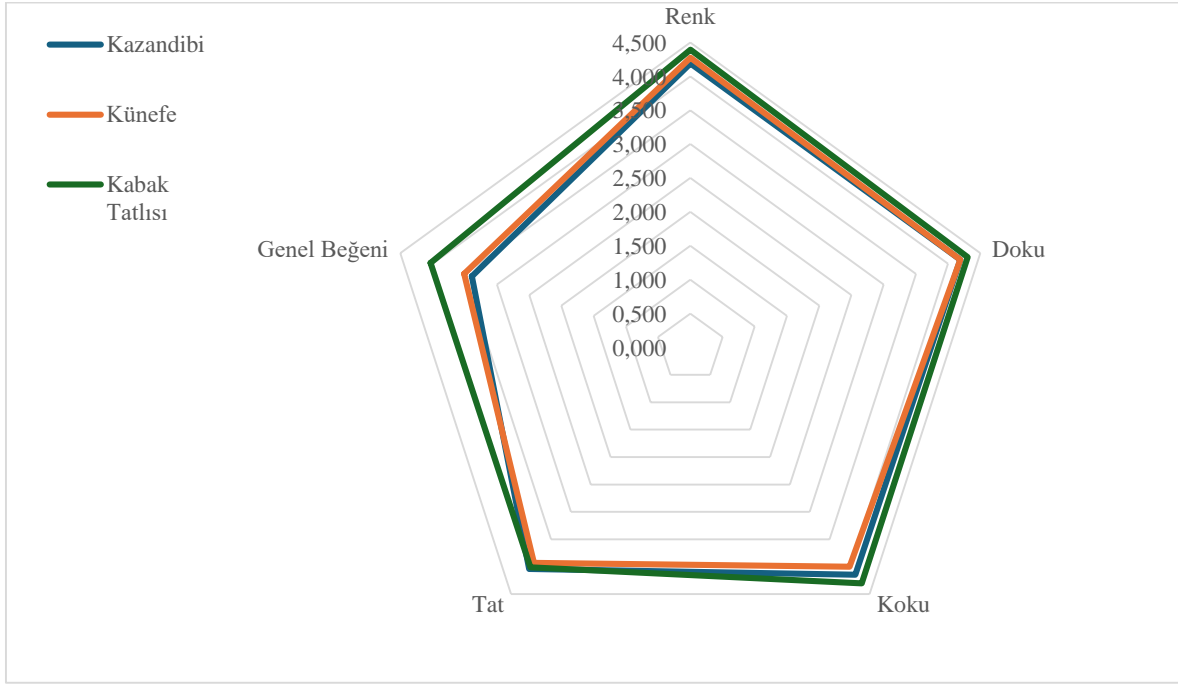
##### 4.2.1. Tatlılara ilişkin genel beğeni sonuçları

Araştırma kapsamında her üç tatlı için de beğeni testleri yapılmış ve sonuçları Tablo 4.2'de verilmiştir. Ayrıca tatlıların katılımcılar tarafından beğeni düzeylerinin karşılaştırılabilmesi açısından radar grafiği oluşturulmuş ve Şekil 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4. 2. Beğeni Testi Sonuçları

Kriterler	Tatlılar					
	Kazandibi		Künefe		Kabak Tatlısı	
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.
Renk	4,19	0,84	4,28	0,78	4,39	0,71
Kıvam	4,19	0,75				
Koku	4,12	0,69	4,00	0,74	4,30	0,73
Sertlik					4,33	0,70
Doku	4,14	0,69	4,19	0,77	4,30	0,67
Tat	4,04	0,81	3,93	0,80	4,01	0,81
Genel Beğeni	3,39	1,23	3,51	1,17	4,03	0,85

Şekil 4. 1. Beğeni Testi Sonuçlarının İlişkin Radar Grafiği



Beğeni testi radar grafiği oluşturulurken her üç test için ortak olan renk, koku, doku, tat ve genel beğeni puanları esas alınmıştır. Kazandibi tatlısına özgü olan kıvam kriteri ile kabak tatlısına özgü olan sertlik kriterlerinin diğer tatlılarda karşılığının bulunmaması sebebiyle grafikte yer verilmemiştir.

Beğeni testine ilişkin oluşturulan beğeni testi ölçekleri 5’li likert olarak oluşturulmuş ve her bir kriterin en üst düzey karşılama oranı 5 olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede Tablo 4.2 ve Şekil 4.1’de yer alan bulgular birlikte değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Kazandibi tatlısının kriterleri bazında 4’ten büyük ortalamalara ulaşıldığı ve kriterler düzeyinde pozitif yönde beğeni kazandığı, buna karşılık katılımcıların genel beğenisini değerlendirmek için sorulan “*Bu tatlıyı herhangi bir restoran menüsünde görsem sipariş ederim*” sorusuna verilen cevapların ortalaması kriterlere verilen cevapların ortalamalarına göre daha düşük olmuş ve 3,39 olarak hesaplanmıştır. Her ne kadar kriterlere göre daha düşük bir genel beğeni düzeyine ulaşsa da ortalama değer 3’ün üstünde olması katılımcıların büyük çoğunluğunun “Kazandibi” tatlısına yönelik satın alma niyetlerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşılabilir.
- Künefe tatlısının “Tat” kriteri dışında diğer kriterleri açısından 4’ten büyük ortalamalara ulaşmasına rağmen genel beğeniye yönelik sorulan “*Bu tatlıyı herhangi bir restoran menüsünde görsem sipariş ederim*” sorusuna verilen cevapların

ortalaması kriterlere verilen cevapların ortalamalarına göre daha düşük olmuş ve 3,51 olarak hesaplanmıştır. Kazandibi tatlısındakine benzer şekilde, kriterlere göre daha düşük bir genel beğeni ortalamasına ulaşmış olsa da katılımcıların “Künefe” tatlısını satın alma niyetlerinin 3’ün üzerinde bir ortalamasının bulunması sebebiyle olumlu yönde bir algılarının bulunduğu ifade edilebilir.

- Kabak tatlısı açısından ise katılımcıların değerlendirmeleri hem kriterler hem de genel beğeni açısından ortalamaların 4’ün üstünde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre Kabak tatlısının katılımcılar açısından en çok tercih edilen tatlı olduğu ifade edilebilir.
- Radar grafiğinde tatlıların ortak kriterlerinin bir arada incelenmesi sonucu her üç tatlının da renk, doku ve tat kriterleri açısından birbirine çok yakın oldukları, koku kriteri açısından en az beğenilenden en çok beğenilene doğru; künefe-kazandibi-kabak tatlısı şeklinde küçük farklılıklarla bir sıralama olduğu, künefe ve kazandibi tatlılarının birbirine yakın değerler içermesine rağmen, kabak tatlısının daha çok beğenildiği ve ayrıştığı görülmektedir.

#### **4.2.2. Ülkelerinin bulunduğu kıtalar esas alınarak yapılan analizler**

Katılımcıların 32’si ABD vatandaşı olup kalan 37’si farklı 15 ülkededir. Ancak bazı ülkelerden sadece bir katılımcı olması sebebiyle ülkelerin bulunduğu kıtalara göre bir gruplama yapılmıştır. Her ülkenin yemek kültürü birbirinden farklı olmakla birlikte farklı kıtalardaki ülkelerle karşılaştırıldığında kıta içi ülkelerin birbirleriyle daha çok etkileşim içerisinde bulunmaları, coğrafi ve iklim benzerlikleri gibi sebeplerle bu tür bir gruplama yapılmasının uygun olacağı değerlendirilmiştir. Katılımcıların geldiği ülkenin bulunduğu kıtaya göre yapılan gruplamalar sonucunda ulaşılan beğeni testi sonuçları Tablo 4.3, Tablo 4.4., Tablo 4.5’te, karşılaştırmaya esas olması bakımından oluşturulan radar grafiği Şekil 4.2, Şekil 4.3 ve Şekil 4.4.’te verilmiştir.

Bu kapsamda ulaşılan bulgular incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Tablo 4.3 ve Şekil 4.2 birlikte değerlendirildiğinde, kazandibi tatlısı açısından;
  - Renk ve koku kriterleri açısından sadece Afrikalı katılımcıların, kıvam ve doku kriteri açısından sadece Kuzey Amerikalı katılımcıların, tat kriteri açısından ise Kuzey Amerikalı ve Afrikalı katılımcıların 4’ün altında bir puanlama

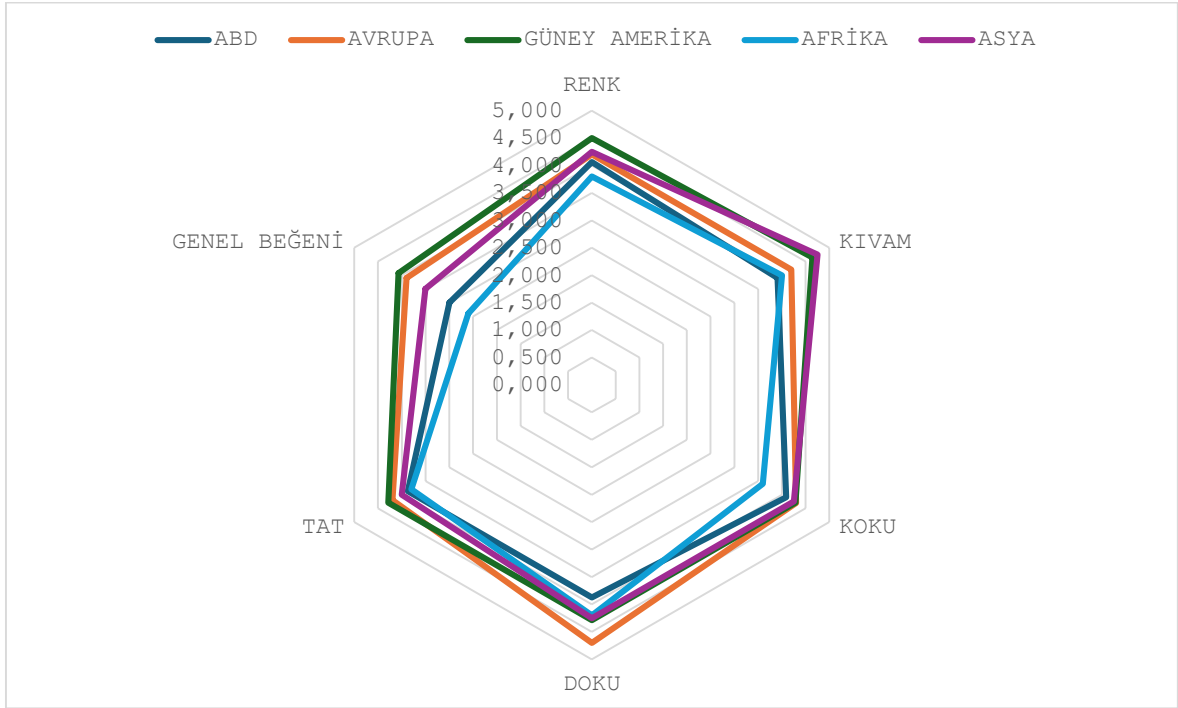
yaptıklarını diğer katılımcıların değerlendirme puanlarının 4'ün üzerinde olduğu,

- Kazandibi tatlısının genel beğenisini değerlendirmek için sorulan “ *Bu tatlıyı herhangi bir restoran menüsünde görsem sipariş ederim*” sorusuna verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde ise Güney Amerikalı katılımcıların en yüksek değerlendirmeyi yaptığı, buna karşılık Afrikalı katılımcıların ise en düşük değerlendirmeyi yaptığı, diğer katılımcıların ise 4 ün altında bir genel beğeni düzeyi belirledikleri görülmektedir.
- Bu bulgular ışığında kazandibi tatlısının katılımcıların mensup oldukları kıtalara göre beğeni düzeyinin değiştiği, Güney Amerikalı, Avrupalı ve Asyalı katılımcıların Kuzey Amerikalı ve Afrikalı katılımcılara göre beğeni düzeylerinin daha yüksek olduğu, beğeni düzeyi en düşük katılımcıların ise Afrikalı katılımcılar olduğu ifade edilebilir.

Tablo 4. 3. Kıtalara Göre Kazandibi Tatlısının Beğeni Testi Sonuçları

KITA	RENK		KIVAM		KOKU		DOKU		TAT		GENEL BEĞENİ	
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.
KUZEY AMERİKA (ABD)	4,06	0,86	3,91	0,68	4,09	0,68	3,88	0,60	3,88	0,82	3,00	1,22
AVRUPA	4,20	0,98	4,20	0,75	4,30	0,64	4,70	0,46	4,20	0,98	3,90	1,14
GÜNEY AMERİKA	4,50	0,63	4,64	0,61	4,29	0,70	4,29	0,59	4,29	0,59	4,07	0,59
AFİKA	3,80	0,75	4,00	0,89	3,60	0,49	4,20	0,75	3,80	0,75	2,60	1,36
ASYA	4,25	0,83	4,75	0,43	4,25	0,43	4,25	0,83	4,00	0,71	3,50	1,50

Şekil 4. 2. Kazandibi Tatlısının Kıtalaraya Göre Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği

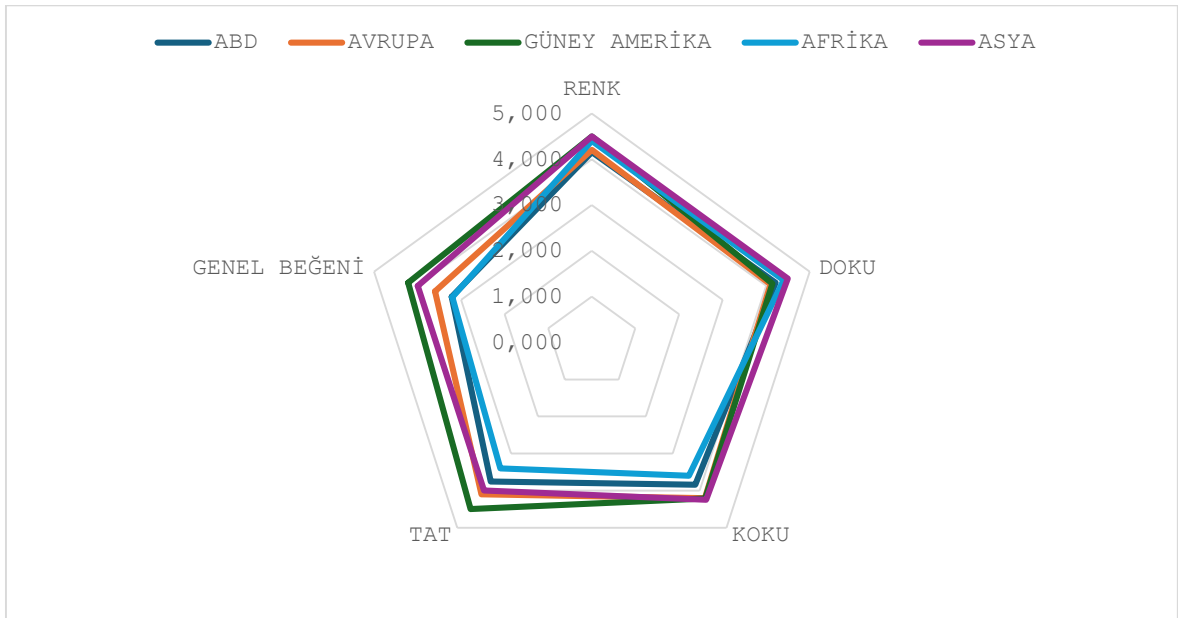


- Tablo 4.4. ve Şekil 4.3. birlikte değerlendirildiğinde künefe tatlısı açısından;
- Renk ve doku kriterleri açısından bütün katılımcıların 4'ün üstünde bir beğeni düzeyi belirledikleri, koku ve tat açısından Kuzey Amerikalı ve Afrikalı katılımcıların 4'ün altında bir puanlama yaptıklarını diğer katılımcıların değerlendirme puanlarının 4'ün üzerinde olduğu,
  - Künefe tatlısının genel beğenisini değerlendirmek için sorulan “ *Bu tatlıyı herhangi bir restoran menüsünde görsem sipariş ederim*” sorusuna verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde ise Güney Amerikalı katılımcıların en yüksek değerlendirmeyi yaptığı, Güney Amerikalı ve Asyalı katılımcıların 4'ün üzerinde bir genel beğeni ve satın alma niyeti belirlemişken, diğer katılımcıların genel beğeni düzeylerinin 4'ün altında kaldığı görülmektedir.
  - Bu bulgular ışığında künefe tatlısının katılımcıların mensup oldukları kıtalara göre beğeni düzeyinin değiştiği, Güney Amerikalı katılımcıların diğer katılımcılara göre beğeni düzeylerinin daha yüksek olduğu, beğeni düzeyi en düşük katılımcıların ise Kuzey Amerikalı ve Afrikalı katılımcılar olduğu ifade edilebilir.

Tablo 4. 4. Kıtalara Göre Künefe Tatlısının Beğeni Testi Sonuçları

KITA	RENK		DOKU		KOKU		TAT		GENEL BEĞENİ	
	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.
KUZHEY AMERİKA (ABD)	4,16	0,87	4,22	0,74	3,84	0,71	3,75	0,71	3,22	1,19
AVRUPA	4,20	0,87	4,10	0,54	4,20	0,75	4,10	0,70	3,60	1,11
GÜNEY AMERİKA	4,50	0,50	4,14	0,74	4,21	0,67	4,50	0,73	4,21	0,94
AFRİKA	4,40	0,49	4,40	0,80	3,60	0,49	3,40	0,49	3,20	0,40
ASYA	4,50	0,50	4,50	0,50	4,25	0,83	4,00	1,00	4,00	1,22

Şekil 4. 3. Künefe Tatlısının Kıtalara Göre Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği



- Tablo 4.5. ve Şekil 4.4. birlikte değerlendirildiğinde kabak tatlısı açısından;
  - Renk ve doku kriterleri açısından bütün katılımcıların 4'ün üstünde bir beğeni düzeyi belirledikleri, sertlik ve koku açısından sadece Afrikalı katılımcıların 4'ün altında bir puanlama yaptıklarını diğer katılımcıların değerlendirme puanlarının 4'ün üzerinde olduğu, tat kriteri açısından ise Avrupalı ve Afrikalı katılımcıların değerlendirme düzeylerinin 4'ün altında olduğu diğer katılımcıların 4'ün üzerinde bir beğeni puanı belirledikleri görülmüştür.
  - Kabak tatlısının genel beğenisini değerlendirmek için sorulan “ *Bu tatlıyı herhangi bir restoran menüsünde görsem sipariş ederim*” sorusuna verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde ise Kuzey Amerikalı ve Avrupalı katılımcıların 4'ün hemen altında ve çok yakın puanlar verdikleri, diğer

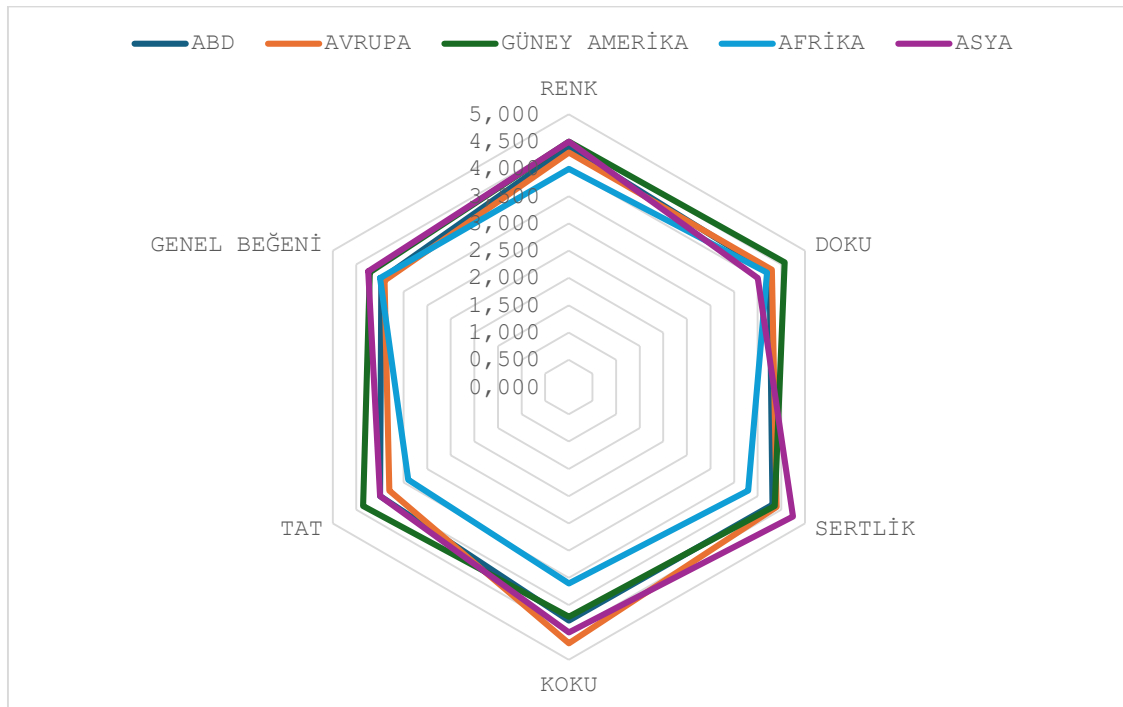
katılımcıların tamamının 4'ün üzerinde bir değerlendirme yaptıkları görülmektedir.

- Bu bulgular ışığında kabak tatlısının genel olarak bütün katılımcılar tarafından beğenildiği ve satın alma niyetlerinin de yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4. 5. Kıtalara Göre Kabak Tatlısının Beğeni Testi Sonuçları

KITA	RENK		DOKU		SERTLİK		KOKU		TAT		GENEL BEĞENİ	
	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.
KUZEY AMERİKA (ABD)	4,41	0,65	4,25	0,71	4,31	0,68	4,28	0,76	4,00	0,75	3,97	0,92
AVRUPA	4,30	1,00	4,30	0,64	4,40	0,49	4,70	0,46	3,80	1,08	3,90	0,83
GÜNEY AMERİKA	4,50	0,63	4,57	0,49	4,36	0,81	4,21	0,77	4,36	0,61	4,21	0,77
AFRİKA	4,00	0,63	4,20	0,40	3,80	0,75	3,60	0,49	3,40	0,80	4,00	0,63
ASYA	4,50	0,50	4,00	0,71	4,75	0,43	4,50	0,50	4,00	0,71	4,25	0,83

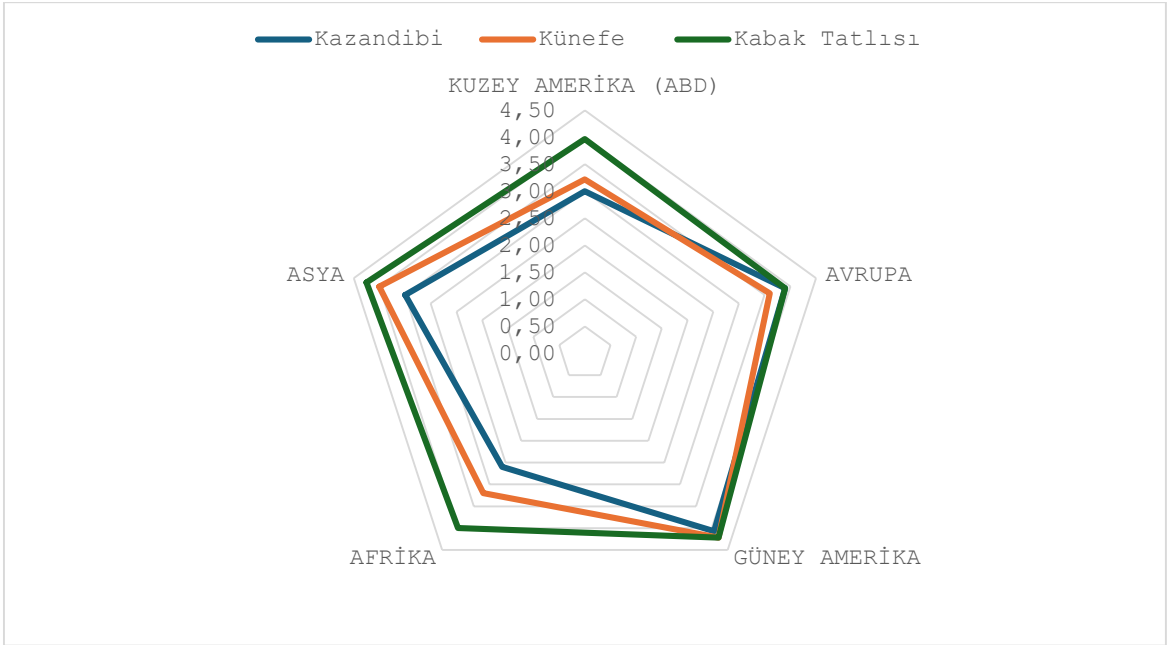
Şekil 4. 4. Kabak Tatlısının Kıtalara Göre Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği



Tablo 4. 6. Kıtalara Göre Üç Tatlının Beğeni Testlerinin Birlikte Değerlendirilmesine İlişkin Sonuçlar

KITA	Kazandibi		Künefe		Kabak Tatlısı	
	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.	Ort.	s.s.
KUZEY AMERİKA (ABD)	3,00	1,22	3,22	1,19	3,97	0,92
AVRUPA	3,90	1,14	3,60	1,11	3,90	0,83
GÜNEY AMERİKA	4,07	0,59	4,21	0,94	4,21	0,77
AFRİKA	2,60	1,36	3,20	0,40	4,00	0,63
ASYA	3,50	1,50	4,00	1,22	4,25	0,83

Şekil 4. 5. Kıtalara Göre Üç Tatlının Beğeni Testi Sonuçlarına İlişkin Radar Grafiği



Kıtalara göre üç tatlının beğeni testlerinin ortalamalarına ilişkin Tablo 4.6 ve bu verilerle oluşturulan Şekil 4.5 birlikte incelendiğinde;

- Her beş kıtada da kabak tatlısının en beğenilen tatlı olduğu,
- Künefenin Avrupa hariç diğer dört kıtada ikinci sırada beğenildiği,
- Kazandibi tatlısının ise Avrupa'da ikinci sırada tercih edilmesine karşılık diğer dört kıtada ise en az tercih edilen tatlı olduğu,
- Kazandibi ve künefedeki beğeni düzeyi en yüksek katılımcı grubunun Güney Amerika, en düşük beğeni düzeyinin ise Afrika kıtasına mensup katılımcılara, kabak tatlısında en yüksek beğeni düzeyinin Asyalı katılımcılara, Avrupalı katılımcılara ait olduğu görülmektedir.

### 4.3. Hipotez Testleri Sonuçları

Araştırmaya katılan bireylerin tatlı tadımından önce gıda neofobi algıları ölçülmüştür. Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen ölçek 10 ifadeden oluşmakta olup orijinal ölçekte bu 10 ifadenin 5'i ters gıda neofobisine ters olarak sorulmuştur. Ölçekte ters olarak ifade edilen sorular yeniden kodlanarak gıda neofobisi yönüne çevrilmiş ve analizler bu kodlama işleminden sonra yapılmıştır. Bu çalışmada katılımcıları gıda neofobisi – gıda neofisi arasında tercihe zorlamak için orijinal ölçekte kullanılan 7'li likert yerine 6'lı likert kullanılmış ve yapılan faktör analizi sonucunda bu şekliyle de ölçeğin geçerli olduğu belirlenerek analiz sonuçları önceki bölümde raporlanmıştır.

69 katılımcının gıda neofobisi algıları ölçüldükten sonra 3'ün üstünde ortalama puanı bulunan bireyler gıdalara karşı neofobik, 3 ve altında ortalama puanı bulunan bireyler ise neofilik olarak kabul edilmiş ve katılımcılar bu değerlendirme çerçevesinde iki gruba ayrılmıştır. Bu kapsamda gıda neofobisi davranışları gösteren katılımcı sayısı 18, gıda neofilişi davranışları gösteren katılımcı sayısı 51 olarak belirlenmiştir. Farklı bir kültüre ait tatlıları denemeleri konusunda gönüllü katılım beklenildiği için araştırmada gıda neofobisi yüksek olan katılımcı sayısı düşük olmuştur.

Hipotez testlerine geçmeden önce katılımcılardan gıda neofobisi ölçeğine göre alınan verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespit edilmesi amacıyla çarpıklık-basıklık (Skewness-Kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre verilerin normal dağılıma uyduğunun kabul edilmesi için bu değerlerin (-) 1,5 – (+) 1,5 arasında olması gerekmektedir. Bu kapsamda yapılan analizde çarpıklık (skewness) değeri: 0,928 ve basıklık (Kurtosis) değeri: 1,404 olarak belirlenmiştir. Elde edilen bu değerler belirlenen (-) 1,5 – (+) 1,5 arasında olduğundan verilerin normal dağılım özelliği gösterdiği tespit edilmiştir. Bu aşamadan itibaren hipotez testi için iki örneklem T testi kullanılarak araştırmanın hipotezleri test edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.7'de verilmiştir.

Tablo 4. 7. Neofobik ve Neofilik Katılımcıların Tatlılara İlişkin Beğeni Düzeylerinin Karşılaştırılmasına Yönelik T Testi Sonuçları

Hipotezler	Grup	N	Ort.	s.s.	t değeri	Sig (2-tailed) değeri (p)	Hipotez Sonucu
Kazandibi <b>H<sub>1</sub></b>	Neofilik	51	3,55	1,19	1,809	0,075	<b>RED</b>
	Neofobik	18	2,94	1,30			
Künefe <b>H<sub>2</sub></b>	Neofilik	51	3,65	1,13	1,673	0,099	<b>RED</b>
	Neofobik	18	3,11	1,28			
Kabak Tatlısı <b>H<sub>3</sub></b>	Neofilik	51	4,16	0,86	2,141	0,036*	<b>KABUL</b>
	Neofobik	18	3,67	0,77			

\* p < 0,05

Neofilik ve neofobik davranışlar gösteren bireylerin tatlılara ilişkin genel beğeni düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı her bir tatlı için yapılan T testleri ile analiz edilmiştir. Bu analizlerin sonucunda gıda neofobisi ve gıda neofilisi davranışları gösteren katılımcı grupları arasında kazandibi ve künefe tatlıları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış, buna karşılık kabak tatlısı açısından iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular ışığında H<sub>1</sub> ve H<sub>2</sub> hipotezleri reddedilmiş, H<sub>3</sub> hipotezi kabul edilmiştir. Tablo 4.7’de yer alan ortalamalara bakıldığında neofilik davranış gösteren katılımcıların kabak tatlısına ilişkin genel beğeni düzeyi ortalamaları 4,16 iken neofobik davranış gösteren katılımcıların kabak tatlısına ilişkin genel beğeni ortalamaları 3,67’dir.

## 5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Yiyecek – içecek tüketiminde bireylerin tercih algıları, yeni ürüne karşı tutumları bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Yapılan alanyazın taramasında da görüldüğü üzere bireylerin neofili ya da neofobi eğilimlerini etkileyen birçok parametre bulunmaktadır. Bunlardan farklı kültürler sebebiyle olan neofobi algılarının somut olarak ölçülmesi esas amaçlardan olmuştur. Farklı kültürlerin gıda neofilisi ve neofobisini ölçebilmek adına Amerika Birleşik Devletleri'nin Pittsburg kentinde Turizm sektörü profesyoneli 69 kişi örnekleme oluşturmuştur. 308 kişilik evrenden kolayda örnekleme yöntemi ile bu 69 kişiye ulaşılmıştır.

Çalışma yürütülürken nicel araştırma modeli belirlenmiştir. Araştırma iki aşamalı olarak yürütülmüştür. Birinci aşamada 69 kişi ile anket çalışması yapılarak neofobi düzeyleri ölçülmüştür. Anket çalışması için etik kurul onayı, Başkent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler ve Sanat Alan Araştırma Kurulu'ndan alınmıştır. İkinci aşamada ise bu 69 kişiye Türk mutfak kültürünün klasik üç tatlısı tattırılmıştır. Bu tatlılar künefe, kazandibi, kabak tatlısı şeklindedir. Tadım yapılırken katılımcılardan bu tatlıların; şekil, renk, kıvam, görünüş, lezzet, aroma, doku gibi faktörlerini puanlamaları istenmiştir. Katılımcıların neofili/neofobi algı düzeyleri ile tadımını yaptıkları ürünlerin beğeni düzeyleri arasındaki ilişki T testi ile incelenmiştir.

Anketlerin geçerliliği için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır (Tablo 3.1.). Güvenilirliği için yapılan testte Cronbach Alpha katsayısının 0,914 çıktığı görülmüştür. 0,70 katsayısından yukarıda olması sebebiyle güvenilir olduğu görülmektedir.

Araştırmanın katılımcılarının büyük çoğunluğunun (%56) 21 – 30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Mezun oldukları seviye ön lisans olanların oranı %46,4'tür. Katılımcılardan erkek olanların oranı %56,5'tir. Mesleği garson olanlar büyük grup olarak karşımıza çıkmaktadır (%36.2). Şeflerin oranına bakıldığında %33,3 olarak karşımıza çıkmaktadır. ABD vatandaşı olanlar diğer ülke vatandaşlarına nazaran daha fazla orandadır (%46,4).

Katılımcılardan en çok beğeni alan ürün kabak tatlısı beğeni testinden 4,03 puan almıştır. Bir sonraki en çok beğenilen ürün künefe 3,51 puan almıştır. En az beğeni alan ürün 3,39 ile kazandibi olmuştur. Farklı kültürdeki insanların klasik Türk tatlılarından tadımı yapılan kabak tatlısını diğer tatlılardan daha fazla beğendikleri görülmektedir.

Tadımını yaptıkları tatlıları restoranda sipariş etme istekleri sorulduğunda yine beğeni testindeki gibi en çok tercih edilen ürün kabak tatlısı, en az tercih edilen kazandibi olmuştur.

Kıtalara göre bakıldığında;

- Kazandibi tatlısını en çok beğenen grup Güney Amerikalılar,
- Künefe tatlısını en çok beğenen Güney Amerikalılar,
- Kabak tatlısı en çok beğenen Asyalılar,
- Kazandibi tatlısını en az beğenen Afrikalılar,
- Künefe tatlısını en az beğenen Afrikalılar,
- Kabak tatlısını en az beğenen Avrupalılar olmuştur.

Neofilik ve Neofobik bireylerin beğenileri tezin hipotezlerine göre incelendiğinde; H1 ve H2 hipotezlerinin red, H3 hipotezinin kabul olduğu görülmektedir (Tablo 4.7.). H3 hipotezi “*Gıda neofobisi bulunan bireylerle gıda neofilisi bulunan bireylerin kabak tatlısına ilişkin genel değerlendirmelerinde anlamlı bir farklılık vardır.*” şeklindedir. Aradaki anlamlı fark beğeni düzeyi en az olan tatlıda ortaya çıkmıştır.

Çalışma ABD’deki turizm ve gastronomi işletmesi personeli üzerinden farklı milletler ve klasik Türk mutfağı tatlıları üzerinden nicel araştırma yöntemi kullanılarak yürütülmüştür. Anket ile veri toplanmış ve katılımcıların neofili/neofobi düzeyleri ölçüldükten sonra tadımlar yapılmıştır. Gıda neofobisi konusunda sadece Türk mutfak kültüründeki tatlılarla değil tüm ürünleri ile Türk mutfak kültürüne dair neofobi çalışmaları yapılabilir. Sadece tatlı grubu değil diğer ürünlere dair çalışmaların da yürütülmesi geniş bakış açısıyla yorumlayabilmeyi sağlayacaktır.

Türk mutfak kültüründeki yemekler yanında içecekler üzerinden de benzeri çalışmalar yürütülerek bu ürünlere olan bakış açısı, ön yargı düzeyleri ölçülebilir. Bunun yanında son ürün olarak tabaklar değil Türk mutfak kültüründe önemli yer tutan coğrafi işaretli ürünlerin tadımları yapılarak akademik çalışmalar yahut projeler üretilebilir.

Türkiye dışındaki eğitim kurumlarında (Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Aşçılık, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Aşçılık akademileri vb.) mesleki yaşantılarında neofilik davranışlar göstermesi beklenen öğrencilere yönelik benzeri çalışmalar literatüre önemli katkılar sunacaktır.

## KAYNAKLAR

- Akkor, Ö., (2014). Selçuklu Mutfağı, Alfa yayınevi, 2. Baskı, ISBN:978-605-106-691-2, İstanbul
- Aksoy, M. (2007). Ansiklopedik beslenme, diyet ve gıda sözlüğü. Ankara: Hatiboğlu Yayınları.
- Alabacak, C. H. (2018). Türk mutfak kültüründeki geleneksel yemeklerin bilinirliği: Ankara ili örneği (Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara).
- Altuğ Onoğlu, T. ve Elmacı, Y. (2019). Gıdalarda Duyusal Değerlendirme. İzmir: Sidas Medya.
- Altıntaş, A. (2010). Osmanlı Saray Mutfağı. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Arıkan, A. D. (2018). Türk Mutfak Kültürü. Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Arslan, F. (2023). Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünlerin algılanma düzeyi: Antalya Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(1), 1-8.
- Bakan, R. (2021). Türk mutfağındaki sütlü tatlıların değerlendirilmesi ve inovasyonu (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Başaran, V. (2016). Türk Mutfak Kültürü. *Anadolu Üniversitesi Yayını*, (3286), 3.
- Bilgin, N. (2011). Cumhuriyet Dönemi ve Mutfak Kültürü. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Bilgin, N. (2014). Osmanlı Mutfağı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Birch, L. L. (1999). Development of food preferences. *Annual Review of Nutrition*, 19, 41-62. <https://doi.org/10.1146/annurev.nutr.19.1.41>
- Büyüköztürk, Ş. (2011). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Pegem Akademi.
- Çakır, Z. (2014). Mutfakta Teknolojik Değişim ve Modernleşme. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Çelik, V. (2018). Eğitimde ölçme ve değerlendirme. Nobel Yayıncılık.

- Çıtak, B. (2021). Gastronomi ve mutfak sanatları ve aşçılık öğrenimi gören öğrencilerin gıda neofobi ve neofili eğilimlerinin sokak lezzetlerine ilişkin tutumlarına etkisi üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Demir, S. (2015). Yemek Programlarının Toplumsal Etkisi. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Demirgöl, F. (2018). Çadırdan Saraya Türk Mutfağı. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 105-125.
- Dovey, T. M., Staples, P. A., Gibson, E. L., & Halford, J. C. G. (2008). Food neophobia and 'picky/fussy' eating in children: A review. *Appetite*, 50(2-3), 181-193. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.09.009>
- Ergün, T. (2017). Türkiye'de Sosyoekonomik Farklılıklar ve Mutfak Kültürü. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Erten, M. (2018). Türk Mutfağının Tarihçesi ve Lezzetleri. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Gürsoy, Y. (2012). Türkiye'de Modernleşme ve Mutfak Kültürü. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Gürsoy, D. (2014). Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi, Oğlak Yayıncılık, Birinci Basım, ISBN 978-329-887-2. İstanbul
- Hoş, K. (2021). Tüketicilerin yaşam tarzı ve gıda neofobi eğilimi (Yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Işın, P. M. (2008). Gülbeşeker- Türk Tatlıları Tarihi (2. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Işın, P. M. (2018). Avcılıktan Gurmeliğe: Yemeğin Kültürel Tarihi. Darmin Hadzibegoviç (Ed). 2. Basım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 211-359.
- İntepe, M. C. (2024). Geleneksel kazandibi tatlısı ve güncel teknikler ile geliştirilmesi (Yüksek lisans tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, İzmir.
- Kara, M. (2020). Osmanlı Sosyal Hayatında Yemek Ritüelleri. İstanbul: Tarih Yayınları.
- Karaca, M. (2016). Bölgesel Mutfaklar ve Yerel Lezzetler. Ankara: Türk Kültür Vakfı Yayınları.

- Karasar, N. (2016). Bilimsel araştırma yöntemi. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, S. (2019). Toplumsal Cinsiyet Roller ve Mutfak Kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., ve Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3), 191-210.
- Knaapila, A., Silventoinen, K., Bross, U., Rose, R. J., Perola, M., Kaprio, J., & Tuorila, H. (2015). Food neophilia in young adults: Genetic architecture and relation to personality, pleasantness and use frequency of foods, and body mass index-A twin study. Behavior Genetics, 45, 319-328. <https://doi.org/10.1007/s10519-015-9707-z>
- Milli Eğitim Bakanlığı (2012). Gıda Teknolojisi-Duyusal Test Teknikleri. Ankara. Erişim Adresi:[https://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Duyusal%20Test%20Teknikleri.pdf](https://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Duyusal%20Test%20Teknikleri.pdf)
- Muhammad, R., Ibrahim, M., 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.
- Özdemir, H. (2016). Karadeniz Mutfağı ve Yöresel Lezzetler. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayınları.
- Özkul, H. (2018). Osmanlı Mutfak Sanatı ve Teknikleri. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Öztoprak, A. (2015). Topkapı Sarayı Mutfağı. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Öztürk, F. (2014). İlk Türkçe Yemek Kitapları. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. Appetite, 19(2), 105-120.
- Pliner, P., Pelchat, M. And Grabski, M. (1993) Reduction Of Neophobia İn Humans By Exposure To Novel Foods. Appetite, 20 (2), 111–123.
- Rızaoğlu, B., Ayazlar, R. ve Gençer, K. (2014). Yiyecek Deneyimiyle İlgili Bireysel Eğilimlerin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi: Kuşadası'na Gelen Yabancı Turistler Örneği. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı.

- Roudsari, A., Vedadhir, A., Amiri, P., Kalantari, N., Omidvar, N., Zinab, H. Ve Sadati, S. (2017). Psycho-Socio-Cultural Determinants of Food Choice: A Qualitative Study on Adults in Social and Cultural Context of Iran. *Iran J Psychiatry*
- Sandıkçioğlu, T. (2016). Türk mutfağının tarihsel gelişimi. A. Dündar Arıkan (Editör), *Türk Mutfak Kültürü içinde*, 2-21.
- Sarı, F. (2010). *Anadolu Mutfak Kültüründe Osmanlı Etkisi*. İstanbul: Akademi Yayıncılık.
- Seçim, Y. (2018). Selçuklu ve Osmanlı mutfağının gastronomi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 122-132. <https://doi.org/10.24288/jttr.452330>
- Sert, Z. (2016). *Geleneksel Türk Tatlıları*. İstanbul: Yemek Kültürü Yayınları.
- Solmaz, Y., ve Altıner, D. D. (2018). Türk Mutfak Kültürü Ve Beslenme Alışkanlıkları. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sönmez, M. (2005). *Cumhuriyetin İlk Yıllarında Toplumsal Değerişim ve Yemek Kültürü*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2019). Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi. *Türk Mutfağı*, 33-62.
- şahin, H. (2008) *Türkiye Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mutfağı*, *Türk Mutfağı*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- şahin, K. (2012). *Hatay mutfak kültürü ve yemekleri*. Hatay: Hatay Valiliği Yayınları, 16.
- şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.
- şavkay, T. (2000). *Osmanlı Mutfağı*. İstanbul: şekerbank Yayınları
- şimşek, N. Soylu, A. G. ve Özkaya, F. (2020). Osmanlı İmparatorluğu'ndan İtibaren Anadolu ve Arap Yarımadası'nın Mutfak Etkileşimleri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 496-508.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics (6th Ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Tekin, E. (2012). *Osmanlı Halk Mutfağı*. Ankara: Halkbilim Yayınları.

Tekin, M. (2018). Güneydoğu Anadolu Mutfağı ve Lezzetleri. Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Yayınları.

Topçu, U. C. (2021). Arab origins of tavukgöğsü and blancmange. *Petit Propos Culinaires*, 45-56. <https://doi.org/10.1558/ppc.27812>

Türk Tarih Kurumu (2024, 29 Mayıs). Osmanlı Tarihine Giriş Türklerin Anavatanı ve Göçleri. <https://ttk.gov.tr/osmanli-tarihine-giris/>.

Ulu, E. K. (2019). Türk mutfak kültüründe peynir tatlıları. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 37-42.

Ünal, Z. (2019). Osmanlı Döneminde Baharat ve Otların Kullanımı. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.

Üner, E. H. (2014). Her Şey Dâhil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 7-32.

Üzülmez, Meral. 2018. Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi İstanbul'da Bir Araştırma.

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Yeğen, E. M. (2017). Türk Mutfağı. İstanbul: MEB Yayınları.

Yerasimos, M. (2005). 500 Yıllık Osmanlı Mutfağı. İstanbul: Boyut Yayıncılık, 28 -248.

Yıldız, T. (2013). Kadınların İş Hayatına Katılımı ve Mutfak Kültüründe Değişim. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Yılmaz, T. (2021). Modern Türk Mutfağında Osmanlı İzleri. İstanbul: Gastronomi Yayınları.

### **İnternet Kaynakları**

Antakya Ticaret ve Sanayi Odası (2024). Kabak Tatlısı. <https://www.antakyatso.org.tr/tr/genel-sayfa/cograf-tecilli-urunler/hatay-kabak-tatlisi-84.html> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

Britannica (2024). Künefe. <https://www.britannica.com/topic/knafeh> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

Hatay Valiliği (2024). Künefe. <https://hatay.gov.tr/kunefe> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

Online Etymology Dictionary (2024). Neophilia. <https://www.etymonline.com>.  
<https://www.etymonline.com/word/neophilia> (Erişim Tarihi: 16.07.2024)

Online Etymology Dictionary (2024). Neophobia. <https://www.etymonline.com>.  
[https://www.etymonline.com/word/neophobia#etymonline\\_v\\_54408](https://www.etymonline.com/word/neophobia#etymonline_v_54408) (Erişim Tarihi:  
18.07.2024).

Türk Patent ve Marka Kurumu (2024). Kabak Tatlısı Tescil Listesi (Veritabanı).  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

Türk Patent ve Marka Kurumu (2024). Künefe Tescil Listesi (Veritabanı).  
<https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).

# EKLER

## EK – 1: Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 01.08.2024-365041



**T.C.**  
**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**  
Akademik Değerlendirme Koordinatörlüğü



Sayı : E-62310886-605-365041  
Konu : Mustafa Umuç Yayın Etik Kurulu

01.08.2024

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 18.07.2024 tarih ve 360056 sayılı yazınız.

Enstitünüz Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Mustafa Umuç'un, Prof. Dr. İsmail Tokmak'ın danışmanlığında belirlenen "Farklı Kültürlere Mensup Tüketicilerin Türk Mutfağının Geleneksel Tatlılarına Karşı Tutumları: Yeni Ürün Deneme Korkusunun Bu Tutumlara Etkisi" başlıklı tez çalışması değerlendirilmiş ve bilgilerinize ekte sunulmuştur.

Prof. Dr. Sadegül AKBABA ALTUN  
Kurul Başkanı

Ek: Değerlendirme Formu

**Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.**

Belge Doğrulama Kodu :BSN5CMYTT0

Belge Doğrulama Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/baskent-universitesi-ebys>

Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü Fatih Sultan Mahallesi Eskişehir Yolu 18. Km  
06790 Etimesgut/ANKARA  
Telefon No:0 312 246 67 40 Faks No:0 312 246 66 05  
e-Posta:adk@baskent.edu.tr İnternet Adresi:www.baskent.edu.tr  
Kep Adresi:baskentuniversitesi@hs02.kep.tr

Bilgi için: Gamze SONBAY  
Koordinatör  
Telefon No: 246 66 66 / 5138



Sayı : 17162298.600- 192  
Konu : Tez Çalışması

22 Temmuz 2024

İlgili Makama

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Mustafa Umuç'un, Prof. Dr. İsmail Tokmak'ın danışmanlığında belirlenen, "Farklı Kültürlere Mensup Tüketicilerin Türk Mutfağının Geleneksel Tatlılarına Karşı Tutumları: Yeni Ürün Deneme Korkusunun Bu Tutumlara Etkisi" başlıklı tez çalışması değerlendirilmiş ve yapılmasında bir sakınca olmadığı tespit edilmiştir.

Bilgilerinize saygılarımızla sunarız.

Başkent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler ve Sanat Alan Araştırma Kurulu

Ad, Soyad	Değerlendirme	İmza
Prof. Dr. Gözen Güner Aktaş	Olumlu/ <del>Olumsuz</del>	
Prof. Dr. Sadegül Akbaba Altun	Olumlu/ <del>Olumsuz</del>	
Prof. Dr. Fatih Çetin	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Hasan Tahsin Fendoğlu	Olumlu/Olumsuz	
Prof. Dr. Filiz Kalelioğlu	Olumlu/ <del>Olumsuz</del>	
Prof. Dr. Hidayet Hale Künüçen	Olumlu/ <del>Olumsuz</del>	
Prof. Dr. Özcan Yağcı	Olumlu/ <del>Olumsuz</del>	

## Ek – 2: Anket Formu

### SURVEY FORM

Volunteer Participation Form						
Dear Participant						
This study is a master's thesis conducted by Baškent University Gastronomy and Culinary Arts Master's Program student Mustafa UMUÇ under the supervision of Baškent University Gastronomy and Culinary Arts Department faculty member Prof. Dr. İsmail TOKMAK.						
The aim of the study is to investigate the "Mediating role of consumers' attitudes towards local food on the effect of consumers' fear and desire to try new foods on their intention to purchase local products". In this study, you are expected to read the explanations at the beginning of each questionnaire carefully and mark the answer that is most appropriate for you. There are no right or wrong answers to the survey questions. Participation in this study takes 5 minutes on average.						
Participation in the study is entirely voluntary. You will not be asked for any identifying information. Your answers will be kept completely confidential and will only be evaluated by the researchers at the group level. The results of the study will be used only for scientific purposes and will not be shared with any person or organization. The questionnaire generally does not contain questions that may cause personal discomfort. However, if you feel uncomfortable with the questions or for any other reason during participation, you may stop answering.						
I am participating in this study completely voluntarily and I know that I can stop and leave at any time I want. I agree that the information I provide will be used in publications for scientific purposes.						
Yes <input type="radio"/> No <input type="radio"/>						
<b>Section 1 Descriptive Information</b>						
1. Age:						
2. Gender: Female <input type="radio"/> Male <input type="radio"/>						
3. Country:						
4. Profession:						
5. Education Level:						
Elementary / Secondary School	High School	Associate Degree	Bachelor of Science	Master's Degree	PhD	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
6. Your Department						
Management	Marketing/ Sales	Customer Services	Reception	Housekeeping	Kitchen	Service
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Purchasing	Technical Service	HR	Accounting	Information Systems	Security	Other
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Section: 2 Questions about fear of trying new food products</b>						
Please read each of the following statements and mark according to the extent to which you agree or disagree.	Strongly Disagree	Disagree	Somewhat Disagree	Somewhat Agree	Agree	Strongly Agree
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
7. I am constantly sampling new and different foods	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. I don't trust new foods.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. If I don't know what is in a food, I won't try it	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. I like foods from different countries. (R).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Ethnic food looks too weird to eat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. At dinner parties, I will try a new food. (R)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. I am afraid to eat things I have never had before..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. I am very particular about the foods I will eat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. I will eat almost anything. (R)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. I like to try new ethnic restaurants. (R)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Section: 3 Questions on local food attitude**

Please read each of the following statements and mark according to the extent to which you agree or disagree.	Strongly Disagree	Disagree	Somewhat Disagree	Neither Agree Nor	Somewhat Agree	Agree	Strongly Agree
	1	2	3	4	5	6	7
17. The origin of food and beverage should be clearly identified on menus at eating out places.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. I am interested in learning about where the local food and beverage I eat comes from and how it is grown and/or produced.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. If local food and/or beverage was/is promoted at restaurants; that did/will positively influence me to choose those restaurants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Local food and beverage was/should be frequently included on the menus at eating out places	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. When selecting from a menu at a local restaurant, I specifically looked/will look for local food and beverage to order	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. When purchasing food and beverage, I specifically looked/will look for local food and beverage to try	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Local food and beverage was/should be clearly marketed as coming from the local area	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Local food and beverage was/should be readily available at the places where I shopped/shop in the local area	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Local food and beverage was/should be branded and easily recognisable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. Eating and drinking local food and beverage did or could make my visits more enjoyable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Section: 4 Questions on intention to purchase local food**

Please read each of the following statements and mark according to the extent to which you agree or disagree.	Strongly Disagree	Disagree	Somewhat Disagree	Neither Agree Nor Disagree	Somewhat Agree	Agree	Strongly Agree
	1	2	3	4	5	6	7
27. I am willing to buy traditional foods during my trips.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28. I plan to buy traditional food during this years trip	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. I will make an effort to buy traditional food during this years trip.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Thank you for your contributions.**

### EK – 3: Beğeni Testi Formu



Name:		Date:		Time:	
Country:		Age:			
Profession:		Gender:			
Description: Evaluate the dessert given to you separately out of 5 points in terms of the quality criteria given below.					
<b>Point Values</b>	1 Very bad	2 Bad	3 Average	4 Good	5 Very good

Kazandibi(caramelized pudding)					
Profile	Sensory Features				Point
<b>Color</b>	Color should be a dark brown top layer. The color distribution should be homogeneous.				
<b>Consistency</b>	The consistency should be jelly consistency. It should have a slightly sticky texture.				
<b>Smell</b>	The sooty smell needs to be taken.				
<b>Texture</b>	It should not have a fibrous structure.				
<b>Taste</b>	You should be able to taste milk. There should be no taste of chicken meat. Its sweetness must be at a level that does not burn the throat.				
<b>General appreciation</b>					
<b>Purchase Intention</b>	<b>Strongly Disagree</b>	<b>Disagree</b>	<b>Neither Agree nor Disagree</b>	<b>Agree</b>	<b>Strongly Agree</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
If I see this dessert on any restaurant menu, I would order it.					

**Your other opinions about the product:**



Künefe (Kunafah)					
Profile	Sensory Features				Point
<b>Renk</b>	The color should be golden yellow. It should be lightly browned.				
<b>Doku</b>	It should be crispy on the outside and soft on the inside.				
<b>Koku</b>	There should be the smell of milk coming from the cheese and the smell of butter.				
<b>Tat</b>	It should taste like cheese. It should be sugary enough to not burn your throat. It should taste like butter.				
<b>General appreciation</b>					
Purchase Intention	Strongly Disagree	Disagree	Neither Agree nor Disagree	Agree	Strongly Agree
	1	2	3	4	5
If I see this dessert on any restaurant menu, I would order it.					

**Your other opinions about the product:**



<b>Kabak Tatlısı (Butternut Squash)</b>					
<b>Profile</b>	<b>Sensory Features</b>				<b>Point</b>
<b>Color</b>	The color should be orange and bright.				
<b>Texture</b>	should not be fibrous.				
<b>Firmness</b>	It should be easy to cut. It should not stick to the blade while cutting				
<b>Smell</b>	There should be no smell of raw pumpkin.				
<b>Taste</b>	Sweetness should be at a level that does not burn the throat. There should be no pumpkin taste.				
<b>General appreciation</b>					
<b>Purchase Intention</b>	<b>Strongly Disagree</b>	<b>Disagree</b>	<b>Neither Agree nor Disagree</b>	<b>Agree</b>	<b>Strongly Agree</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
If I see this dessert on any restaurant menu, I would order it.					

**Your other opinions about the product:**