



Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
The Journal of Social Sciences Institute
Yıl/Year: 2019 – Kış / Winter Sayı/Issue: Ek-1 Özel Sayı
Sayfa / Page:201-218

ISSN: 1302-6879 VAN/TURKEY

Makale Bilgisi / Article Info - Geliş/Received: 18.10.2019

Kabul/Accepted: 21.11.2019 - Araştırma Makalesi / Research Article

**EMİNÖNÜ'NDE (İSTANBUL)
BALIK EKMEK YEME
DENEYİMLERİ**

***EATING FISH & BREAD
EXPERIENCES AT EMİNÖNÜ
(İSTANBUL)***

Öğr. Gör. Özkan DEMİR

Dumlupınar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0003-1390-9056, ozkan.demir@dpu.edu.tr

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ORCID: 0000-0002-9169-9763, avcikurt@balikesir.edu.tr

Emin GÜLEÇ

Balıkesir Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Programı
ORCID: 0000-0003-2215-9832, emin.glc90@gmail.com

Öz

Yerli ve yabancı turistler tarafından sıklıkla tercih edilen Eminönü'nde önemli bir sokak lezzeti olan balık ekmek; destinasyon kimliğinin oluşmasında ve destinasyonun pazarlanmasında önemli bir çekicilik unsurudur. Bu araştırma İstanbul'da oldukça fazla turist ağırlayan bir semt olan Eminönü'nde balık ekmek tüketen tüketicilerin deneyim öncesi, deneyim sırasında ve deneyim sonrası davranışlarının incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılarak tüketicilerden sokak lezzetleri tüketim alışkanlıkları, balık ekmek yemeye iten motivasyonlar, balık ekmek tüketimi sonrası davranışlar ve balık ekmek yeme davranışları hakkında veri toplanmıştır. Görüşme formunda sorulan her bir soru için alınan cevaplar incelenmiş ve bu doğrultuda bazı tema ve alt temalar oluşturularak içerik analizi ve betimsel analiz yapılmıştır. Araştırmada Eminönü'nde balık ekmek tüketen kişilerin genel olarak sokak yiyeceklerini sık sık tercih ettiği, balık ekmeğin de sokak lezzetleri içerisinde önemli bir yerinin olduğu, lezzet ve fiziki çevrenin kalitesi nedenleri ile Eminönü'nü tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, bir arkadaşı, eşi veya akrabası ile gelen katılımcıların balık ekmek deneyimi sonrası memnun oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu nedenle kendi sosyal çevrelerine de bu deneyimi yaşamaları için tavsiyede bulunacaklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar, sokak lezzetlerine ilişkin hijyen ve temizlik ile ilgili bazı endişe ve tereddütlerini de paylaşmışlardır. Araştırmanın sonuçları dikkate alınarak bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: sokak lezzetleri, balık ekmek, Eminönü.



Abstract

In Eminönü, which is often preferred by local and foreign tourists, fish bread is an important street flavour; it is an important attraction factor in the formation of destination identity and in the marketing of destinations. This study was conducted to investigate the pre-experience, during the experience and after-experience behaviours of consumers who consume fish bread in Eminönü, a district that welcomes many tourists in Istanbul. For this purpose, a semi-structured interview form was used to collect data that came from consumers about the consumption of street foods, motivations to eat fish bread, behaviours after fish bread consumption and fish bread eating behaviours. The answers received for each question asked in the interview form were examined and content and descriptive analysis were conducted by creating some themes and sub-themes. In the study, it was concluded that people who consume fish bread in Eminönü often prefer street foods, fish bread has an important place in street foods and they prefer Eminönü because of the taste of fish bread and quality of the physical environment. In addition, it was observed that the participants who came with a friend, partner or relative were satisfied after the fish bread experience. Therefore, they would advise their social community to have this experience. The participants also shared some concerns and doubts about hygiene and the cleanliness of street foods. Recommendations were made by taking the results of the research into consideration.

Keywords: street foods, fish and bread, Eminönü.

Giriş

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde milyonlarca insan tarafından tercih edilen ve gastronomi alanında son zamanlarda ilgi çekici hale gelen sokak lezzetleri, kısaca; sokaklarda veya halka açık yerlerde satıcılar tarafından hazır bir şekilde veya kısa bir hazırlık yapılarak satılan tüketime hazır yiyecekler olarak tanımlanabilir (Fellows ve Hilmi, 2011: 2).

Bir kültürün beslenme alışkanlıklarını da yansıtan sokak yiyecekleri, Dünya’da her gün 2,5 milyar insan tarafından (Cardoso, Companion ve Marras, 2014: 1; Demir vd., 2018: 590) daha çok kolay ulaşılabilirliği, düşük maliyeti, kültürel ve sosyal miras ile olan bağlantısı ve besleyici olması nedeni ile talep edilmektedir (Solunoğlu, 2018: 31).

Önemli turizm destinasyonlarından olan ve ziyaretçilerine eşsiz gastronomik deneyimler sunan İstanbul’da Anadolu’nun tüm lezzetlerini deneyimlemek mümkündür. İstanbul, özellikle nohutlu pilav, midye dolma, kokoreç, simit, poğaç, köfte-ekmek, balık-ekmek gibi pek çok sokak lezzeti sunmaktadır. Bu araştırmanın amacı, birçok tüketici tarafından sıklıkla tercih edilen ve oldukça popüler olan Eminönü’ndeki balık ekmek tüketim deneyimlerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda Eminönü’nde balık ekmek tüketen tüketiciler ile yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşme yapılmıştır.

Sokak Lezzetleri Kavramı

Sokak lezzetleri kavramının tanımına ilk defa 1986 yılında Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün Endonezya'nın Jakarta kentinde düzenlediği, Asya'da Sokak Gıdaları ile ilgili bir çalışmada yer verilmiştir (Solunoğlu, 2018: 31). Sokak lezzetleri tam olarak kelimedenden de anlaşıldığı gibi, sokak, fuar, market, alışveriş merkezi veya park gibi yoğun yaya trafiğine sahip açık kamusal alanda satılan ve hemen tüketilebilen yiyeceklerdir. Sokak lezzetleri, sokak satıcıları veya işportacılar tarafından dört tarafı duvarla çevrili olmayan, el arabası, kulübe, sepet, tepsi, üç tekerlekli veya motorlu bisiklet, kabin, kamyonet gibi hareketli ve sabit olmayan araçlarda satılmaktadır (İrigüler ve Öztürk, 2016: 50). Genel bir ifade ile sokak lezzetleri sokak satıcıları tarafından genellikle halkın yoğun olduğu ortak kullanım alanlarında veya sokaklarda satılan, tüketiciler tarafından başka bir işlem ve üretim gerektirmeden kısa bir süre içinde tüketilen yiyecek-içeceklerdir (World Health Organization [WHO], 1996; Polat ve Gezen, 2017: 119; Gönülgül ve Özkaya, 2017: 456). Brezilya ve Meksika'da yaklaşık bir milyon Hindistan'da ise üç milyon olan sokak lezzetleri satıcısının işletmeleri, tek kişi veya bir aile tarafından ruhsatsız bir şekilde, gayri resmi olarak, işletilmektedir (Fellows ve Hilmi, 2011). Gelişmekte olan ülkelerde ki çalışmalar, hane halkı gıda harcamalarının %20-25'inin ev dışında gerçekleştiğini, bazı bölgelerde ise nüfusun tamamının sokak yiyeceklerine bağımlı olduğunu göstermektedir (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2003). Dünya genelinde her gün 2,5 milyar kişinin (Polat ve Gezen, 2017: 119; Ballı, 2016:8; Cardoso, Companion ve Marras, 2014: 1; İrigüler ve Öztürk, 2016: 51; Demir vd., 2018: 590), düşük maliyet ve erişim kolaylığı gibi avantajları sebebiyle sokak lezzetlerini tercih ettiği ifade edilmektedir (Sezgin ve Şanlıer, 2016: 4072; Solunoğlu ve Nazik, 2018: 42; Solunoğlu, 2018: 31).

Zaman ve bütçe kısıtlamaları nedeniyle, sokak yiyecekleri kentsel ve metropol alanlarda çalışan insanlar için gıdaya ulaşmanın en kolay yoludur. Ayrıca gençler için gece geç saatlerde karınlarını doyurabilecekleri bir yer olarak görülmektedir (Cardoso, Companion ve Marras, 2014: 2). Çeşit bolluğu, uygun ve genellikle besleyici gıdalar olması, düşük maliyetli olması ve özellikle kadınlar için istihdam yaratmasından dolayı sokak yiyecekleri sektörü son yıllarda hızla büyümektedir (Solunoğlu, 2018: 32). Gelişmekte olan ülkelerde sokak yiyecekleri %6 ile %25 istidam yaratmakta ve bu işte çalışanların çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır (Abdüsselam ve Kaferstein, 1993: 191). Toplumların mutfağının vazgeçilmezi olan ve yerel mutfak geleneklerinin hazinesi niteliğindeki sokak lezzetleri (Solunoğlu, 2018: 23), insanların fizyolojik ihtiyaçlarını karşılmasının yanı sıra insanların sosyalleşmesine de büyük katkı sağlamaktadır. Birçok



sokak yiyecekleri tüketicisi hemen hemen her gün sokağın bir bölgesinde bir araya gelip hem yemek ihtiyaçlarını gidermekte hem de sohbet etmektedirler (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018: 641).

Sokak gıdalarının ekonomiye katkılarının, toplam istihdam içindeki payının ve daha birçok avantajının yanında, göz ardı edilmemesi gereken bir konu da sokak gıdalarının güvenilir olup olmadığıdır. Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Tarım Örgütü verilerine göre her yıl Dünya’da milyonlarca insan gıda kaynaklı hastalıklara yakalanmaktadır. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerde her yıl nüfusun üçte birinden fazlası gıda kaynaklı hastalıklardan etkilenmektedir (Sani ve Siow, 2014: 210). Amerika Birleşik Devletlerinde her yıl yaklaşık 76 milyon kişi gıda kaynaklı olarak zehirlenmektedir. Bu zehirlenmelerin 325 bininin hastane tedavisi, 5 binin de ölümlü sonuçlandığı ifade edilmektedir (Demir, Samav ve Girgin, 2017: 2).

Birçok bölgede sokak gıdaları zehirlenme riski oluşturmaktadır (Fellows ve Hilmi, 2011: 52). Bu durum, sokak yiyecekleri tüketimi ile ilgili güvenlik ve sağlık konularına verilen önemi de arttırmıştır (Sezgin ve Şanlıer, 2016: 4076). Sokak gıdaları ile ilgili riskler ve sokak yiyecekleri satıcılarının hijyen ve sanitasyon konusundaki olumlu veya olumsuz tutumları birçok çalışmaya konu olmuştur (Ekanem, 1998; Abdüssalam ve Kaferstein, 1993; Sezgin ve Şanlıer, 2016; Fellows ve Hilmi, 2011; Karsavuran, 2018; Ali vd, 2017; Tinker, 1997; Alimi, 2016; Cortese vd., 2016; Omemu ve Aderoju, 2008). Çiğ gıdalardaki kalite sorunu, gıdaların dik-katsiz satın alınması, saklanması ve işlenmesi (Solunoğlu ve Nazik, 2018: 42), sokak lezzetleri satış yerlerinde genellikle suya erişimin olmaması, sabit bir lavabo olmayışı, altyapı sorunları ve sokak gıdaları satıcılarının bilgi eksiklikleri gıda güvenliği ile ilgili yapılan çalışmalarda üzerinde durulan sorunların başlıcalarıdır. Bu nedenle, Dünya Sağlık Örgütü, Birleşmiş Milletler, Gıda ve Tarım Örgütü, yerel yönetimler ile işbirliği yaparak, hijyen ve gıda güvenliğini arttırmaya yönelik eğitimler düzenlemektedirler (Karsavuran, 2018: 249-250). Sokak yiyecekleri satıcılarının eğitilmesi, belediyeler tarafından düzenli kontrollerin yapılması ve yaptırım uygulanması sokak yiyecekleri kaynaklı potansiyel risklerin ortadan kaldırılmasına katkı sağlayacaktır (Solunoğlu, 2018: 36).

Türkiye mevsimlik özellikler, tarımsal faaliyetler ve bulunduğu coğrafyaya bağlı olarak zenginleşen ve değişen bir sokak yiyecekleri kültürüne sahiptir. Balık ekmek, simit, döner, kokoreç, midye, kebab Türkiye’de oldukça popüler olan sokak yiyeceklerinden sadece bazılarıdır. Sokak yiyeceklerindeki bu zenginlik ve çeşitlilik, her bölgenin kendine has yeme içme lezzet farklılıklarından kaynaklanmaktadır (Ballı, 2016: 5; Dönmez Polat ve Gezen, 2017: 119).

Uzun yıllar boyunca İmparatorluklara başkentlik yapmış, birçok farklı kültürün buluşma noktası olan ve sokak yiyecekleri bakımından Dünya'nın en önemli 10 destinasyonu arasında gösterilen İstanbul (Solunoğlu, 2018: 47; İrigüler ve Öztürk, 2014: 56), zengin bir mutfak kültürünün mirasçısıdır. Bu geniş ve zengin yemek kültürünün içerisinde sokak yiyecekleri de önemli bir yere sahip olup, yoğun İstanbul nüfusu için tercih edilen bir beslenme kaynağıdır (Demir vd., 2018: 591; Yıldırım ve Albayrak, 2018: 1081). İstanbul'un yemek kültürüne önemli ölçüde katkılar sağlayan sokak yiyeceklerinden bazıları: Balık Ekmek, Kokoreç, Sokak Poğaçası, Süt Mısır, Halka Tatlısı, Simit, Ortaköy'ün meşhur lezzeti Kumpir, Kestane, Beyoğlu Sokak Sandviçleri, Midye Dolma, İçli Köfte, Kağıt Helva, Nohutlu Pilav, Tükürük Köfte, Sokak Turşucuları, Arnavut Ciğercileri ve Pamuk Şekercilerdir (Yıldırım ve Albayrak, 2018: 1082).

Yöntem

Bu çalışmanın amacı yerli ve yabancı turistlerin uğrak noktası olan Eminönü'nde balık ekmek tüketen kişilerin tüketim öncesi, tüketim sırasında ve sonrasındaki görüşlerinin saptanmasıdır. Bu amaçla tüketicilerin balık-ekmek tüketimi ile ilgili görüşlerinin elde edilmesinde nitel araştırma tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi yöntemler ile algıların ve olayların gerçekçi bir şekilde ortaya konmasına yönelik bir süreçtir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 41) Yarı yapılandırılmış görüşme formunda ise; araştırmacı araştırma yapacağı konu ile ilgili bir soru formu hazırlar. Ancak görüşmenin ana amacına bağlı kalarak farklı sorular ile konuyu esnetebilir ve katılımcının görüşlerini daha detaylı öğrenebilir (Ekiz, 2017: 63; Eryılmaz ve Yüce Türk, 2018: 217). Yarı yapılandırılmış nitel çalışma tekniğinin bu esnek özelliği nedeniyle Eminönü'nde balık ekmek tüketen tüketicilerin görüşleri detaylı bir şekilde alınmıştır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada iki bölümden oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. İlk bölümünde katılımcının demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde ise katılımcıların Eminönü'nde balık ekmek yeme davranışları ile ilgili sorular yer almaktadır. Bu bağlamda; katılımcıların sokak yiyecekleri tüketim sıklığı, sokak lezzetleri içerisinde balık ekmeğin yeri, balık ekmek yemeye iten motivasyonlar, deneyim sonrası tutum ve davranışların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmacı tarafından geliştirilen görüşme sorularının hazırlanmasında, soruların kolaylıkla anlaşılması ve çok boyutlu olmaması, yanıtlayıcıyı yönlendirici olmaması gibi ilkelere dikkat edilmiştir. Araştırılacak konu ile ilgili literatürden hazırlanan görüşme sorularının geçerliliğini sağlamak için tu-



rizm işletmeciliği ve otelcilik ve gastronomi ve mutfak sanatları alanında üç öğretim üyesinin görüşlerine başvurulmuş ve kendilerinden alınan geri dönüş ve tavsiyeler dikkate alınarak mülakat formu oluşturulmuştur. Çalışma toplam 10 katılımcı ile 08-17 Mart tarihlerinde gerçekleştirilmiş, yaklaşık 30-40 dakika süren görüşmeler katılımcılardan izin alınarak yazılı olarak not edilmiş ve ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmeye başlamadan önce görüşülecek olan her katılımcıya araştırmacının kimliği, mesleği, çalışmanın amacı ve içeriği hakkında bilgi verilmiştir. Sorular, Eminönü'nde balık ekmek tüketen hedef tüketicilere uygulanmadan önce soruların net ve anlaşılır olduğunu test etmek amacı ile çalışmaya dahil edilmeyen X, Y ve Z kuşağından 2 erkek ve 1 kadın katılımcıya uygulanmıştır.

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde katılımcı görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtılması için sık sık doğrudan alıntılar ile okuyucuya aktarıldığı betimsel analiz kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular düzenlenmiş ve yorumlanmış şekilde okuyucuya sunulmuştur. Bu yöntemde sistematik ve açık biçimde betimlenen veriler açıklanıp yorumlanır ve neden sonuç ilişkisi içerisinde bir takım sonuçlara ulaşılır. Bu aşamada oluşturulan temaların ilişkilendirilip, anlamlandırılması ve ileriye yönelik tahminlerde bulunulması da araştırmacının yapacağı katkılar arasında yer alabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239-240). Nitel araştırmalarda bulguların güvenilirliğinin sağlanabilmesi için en az iki araştırmacı tarafından birbirinden bağımsız şekilde kodlamalar yapılır. Bu süreçte önemli olan aynı veri setleri üzerinde ve birbirinden bağımsız olarak kodlamalar yapmaktır. Katılımcıların görüşleri, gizlilik esasına dayanılarak, isimleri verilmeden kodlanarak aktarılmıştır. Buna göre Eminönü'nde balık ekmek tüketen ve çalışmaya katkı sağlayan katılımcıların adını sembolize etmesi için "K" harfi kullanılmış ve her katılımcıya kodunun yanında "K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9 ve K10" şeklinde bir numara verilmiştir. Araştırmanın geçerliliğini arttırmak amacıyla araştırma süreci ve bu süreçte yapılan işlemler ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Bu doğrultuda bu çalışmada araştırmanın amacı, genel çerçevesi, örneklem seçimi gerekçesi, veri toplama süreci, verilerin nasıl işlendiği ve yorumlandığı açık ve ayrıntılı bir şekilde aktarılmıştır.

Çalışma Grubu (Örneklem)

Bu çalışmada araştırılacak olan konu ile ilgili derin bilgiye sahip ve araştırmaya önemli katkılar sağlayacağı düşünülen kişilerin seçildiği amaçlı örneklem yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 118) kullanılarak derinlemesine bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Bu araştırmanın örneklemine Eminönü'nde balık ekmek tüketen, araştırmacı tarafından belirlenen X, Y

ve Z kuşağından tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılacak olan katılımcıların X, Y ve Z kuşağından seçilmiş olmasının sebebi her kuşağın Eminönü'nde balık ekmek yeme davranışı hakkında bilgi sahibi olmak ve konu ile ilgili olarak her kuşağın derinlemesine görüşlerini almaktır. Bu amaç doğrultusunda katılımcılara aşağıdaki sorular sorulmuştur.

- Ne sıklıkla sokak lezzetlerini tercih edersiniz?
- Sokak lezzetleri içerisinde en çok tercih ettikleriniz hangileridir?
- Ne sıklıkla Eminönü'ne gelip balık ekmek tüketiyorsunuz?
- Burada balık ekmek yemeyi genel olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Buraya kim ya da kimler ile geldiniz?
- Eminönü'ne tekrar gelip balık ekmek tüketir misiniz?
- Burada balık ekmek yemeyi eş, dost ve yakın çevrenize tavsiye eder misiniz?
- Yabancıysa olduğunuz kültürlerin mutfağına ait yemekleri merak eder ve tüketir misiniz?
- Balık ekmek yapan ustalar ve servis görevlilerinin hijyen kurallarına uyduğunu düşünüyor musunuz?

Tablo 1: Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar

Sokak Lezzetleri Tüketim Alışkanlıkları	Balık Ekmek Yemeye İten Motivasyonlar	Deneyim Sonrısındaki Tutum ve Davranışlar	Balık Ekmek Tüketim Tutumları	Hijyen Ve Sanitasyon
-Sokak Lezzetleri Tüketim Sıklığı -Favori Sokak Lezzetleri İçerisinde Balık Ekmeğin Yeri	-Fiyat -Sosyal Etkileşim -Doğal Çevre ve Diğer Turistik Çekim Unsurları -Servis Süresi	-Tekrar Ziyaret Etme Niyeti -Eş Dost ve Arkadaş Çevresine Tavsiye Etme Eğilimi	-Neofobik Tutum -Neofilik Tutum	-Hijyen ve Sanitasyon

Bulgular ve Tartışma

Araştırmanın bu bölümünde Eminönü'nde balık ekmek tüketici-



lerin sokak lezzetleri tüketim alışkanlıkları ve Eminönü'nde balık ekmek tüketme durumlarına ilişkin bulgulara yer verilmiş olup, katılımcılar hakkında tanımlayıcı bilgiler sunulmuştur. Daha sonra araştırma sorularına verilen cevaplar incelenmiş ve bazı temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Bu bölümde katılımcıların sorulara verdiği cevaplardan alıntılara da yer verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Kodlama	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaş	Gelir Durumu	Eğitim Durumu	İkametgah
K1	Erkek	Evli	46	6001 TL ve üzeri	Yüksek Lisans	İstanbul Dışı
K2	Kadın	Evli	22	Ev Hanımı	Lise	İstanbul
K3	Kadın	Evli	34	6001 TL ve üzeri	Lisans	İstanbul Dışı
K4	Kadın	Bekar	17	-	Lise (Aktif)	İstanbul
K5	Erkek	Bekar	25	3001-4000 TL	Lisans	İstanbul Dışı
K6	Kadın	Bekar	19	2020-3000 TL	İlköğretim	İstanbul
K7	Erkek	Evli	53	1888 (Emekli)	İlköğretim	İstanbul
K8	Erkek	Bekar	19	-	Üniversite (Aktif)	İstanbul
K9	Erkek	Evli	31	3001-4000 TL	Lise	İstanbul
K10	Kadın	Evli	29	2020-3000	Ortaöğretim	İstanbul

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılanların beşinin erkek beşinin ise kadın olduğu, altısının evli, dördünün ise bekar olduğu görülmektedir. Farklı eğitim düzeylerine sahip olan araştırma katılımcılarının 5'i Y kuşağı, 2'si X kuşağı ve 3'ü ise Z kuşağını temsil etmektedir. Katılımcıların 2'si 6001 TL ve üzeri gelir durumuna sahipken, diğer katılımcılar olarak alt ve orta gelir grubuna aittirler.

Tablo 3: Katılımcıların Sokak Lezzetleri Tüketim Alışkanlıkları

TEMA	ALT TEMA	ALINTI
Sokak lezzetleri tüketim alışkanlıkları	Sokak lezzetleri tüketim sıklığı	<p>K4: “Ben hafta sonları hariç genellikle sık sık balık-ekmek yerim. Hafta sonları ailem ile evde olduğum için annemin yaptığı yemekleri yerim ama diğer türlü genellikle sokak lezzetlerini tüketirim. Sabah tabii ki simit ayran, öğlen döner, tost, kumpir vb. ve balık ekmek’ yorumunda bulunmuştur.”</p> <p>K7: “Özellikle genç ve bekar iken çok tükettirdim sokak lezzetlerini ama artık yaşım gereği çok dikkat etmek zorundayım. Öyle her şeyi alıp da yiyemem. Evde yemeklerimi çocuklarım ve eşim yapar. Evde olabildiğince sağlığıma zarar vermeyecek yemekler yiyorum. Ama arada buraya kaçamak yapıp balık ekmek tüketiyorum. Bazen de simit alırım. Zaten balık ekmeğin de sağlığıma zarar vereceğini düşünmüyorum. Sadece isterken çocuklara (siparişi alan servis görevlisi) tuz atmayın diyorum.”</p>
	Favori sokak lezzetleri içerisinde balık ekmeğin yeri	<p>K1: “Benim favori yiyeceklerim deniz ürünleridir. Bunlar içerisinde de öncelikle midye sonrasında balık ekmeği ağırlıklı olarak yerim. Ayrıca kokoreç de tercih ettiğim sokak yiyecekleri arasındadır. Simit de sokak lezzeti olarak sayılıyorsa simit en çok tükettiğimdir. Ama eskisi kadar değil tabii, yaş ilerledikçe dikkat etmekte fayda var.”</p> <p>K2: “Aslında öyle sokaktan ayaküstü beslenme alışkanlığım yok. Evde yerim yemeğimi ama bazen bu kurala uymuyorum. Mesele nohut pilav, simit, balık ekmek çok yerim. Evde de çok yaparız balık ama buraya gelmek başka tabii. Arada sokak lezzetleri olarak simit alırım. Simitten sonra sanırım en çok tükettiğim sokak lezzeti balık ekmek ve nohut pilavdır.”</p>

Bu temada balık ekmek tüketicilerinin tüketim sıklığı, diğer sokak lezzetleri içerisinde ne derece tercih ettikleri incelenmiş ve katılımcıların yaşları dikkate alınarak balık-ekmek tüketimi ile ilgili çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu tema ayrıca, sokak lezzetleri tüketim sıklığı ve favori sokak lezzetleri içerisinde balık ekmeğin yeri alt temalarından oluşmaktadır. Tablo 3’de söz konusu tema ile ilgili bulguları destekleyen bazı doğrudan alıntılara yer verilmiştir. X kuşağına ait olarak değerlendirilebilecek tüketicilerin yaşının ilerlemiş olması ve bazı sağlık sorunlarının olması sebebiyle sokak lezzetleri tüketmeyip, yemeklerini olabildiğince evde hazırladığı, ancak görece daha genç yaşta kişiler ise sokak lezzetlerini sıklıkla tercih ettikleri görülmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların en çok tercih ettiği sokak lezzetinin görece daha ekonomik olması sebebiyle simit olduğu



belirlenmiştir. Bu sonuç simidin balık ekmeğe göre daha ekonomik, daha erişilebilir ve öğün arası besin olmasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte; tüketiciler balık ekmeğin yüksek kalorili olması ve besin değerinin yüksek olması sebebiyle bir öğün yerine geçtiğini belirtmişlerdir.

Tablo 4: Katılımcıları Balık Ekmek Yemeye İten Motivasyonlar

TEMA	ALT TEMA	ALINTI
Balık ekmeğe iten motivasyonlar	Fiyat	K2: “Şu anda yediğimiz balık cinsi eskiden olduğu gibi lüfer değil, çok pahalı olmayan ve donuk gelen Norveç uskumrularıdır. Bu balıkları da 15 tl ye satıyorlar. Fiyatı geçen senelere göre biraz artmış ama yine de uygun. Her bütçeye uyuyor.” K9 “Fiyatı çok yüksek değil. Doyurucu olduğunu da düşünüyorum. Ben yüksek gelirli değilim ama rahatlıkla burada balık ekmeğe yiyebiliyorum.”
	Sosyal etkileşim	K4: “Her zaman sınıf arkadaşlarım veya mahalleden arkadaşlarım olan kalabalık bir grup ile gelirim. Çünkü balık ekmeğe yemek yalnız başına keyif veren bir deneyim değildir.”
	Doğal çevre ve diğer turistik çekim unsurları	K5: “Burada balık ekmeğe yerken merdivenlere oturup Hazarfen’i izlemenin, denizin kokusunu içine çekmenin ve manzaranın tadını çıkarmak bir ritüeldir.” K7: “Burada balık ekmeğe yemek bana nostalji yaşıyor. Eskiden olan çoğu şey şu anda yok ya da değişmiş durumda, ama balık ekmeğe gençliğimde nasılsa şimdi de öyle, balık cinsi ve sunumu değişti belki ama yine de ortam aynı.”
	Servis süresi	K4: “Bazen, özellikle de yaz günleri, balık ekmeğe için uzun kuyruklar oluşabiliyor. Bizler 15-20 dakikadan fazla beklememize sebep olacak kuyruklar olduğu zaman balık ekmeğe yemekten vazgeçiyoruz. Yani sonuçta hemen alıp yediğimiz için de geliyoruz” K5:”Çok zamanımız olmadığı zaman da geliriz. Çünkü biliriz ki siparişimizi verir vermez gelecek ve yiyeceğiz. Burada manzarayı izlemek ayrı mesele ama sipariş bazen geç geldiği zaman defalarca siparişim nerede kaldı diye sorabiliyorum” K7:”Restoranlarda yemeğimi beklerken sıkılıyorum. Ama burada hemen veriyorlar iyi oluyor. E hemen vermediklerinde de acelem yoksa sıkıntı olmaz benim için zaten bazen burada saatlerce otururum gençliğime giderim. Ama genel olarak sipariş hemen geliyor” K1:”Acelemin yok bekleriz, tabi hemen gelsin isteriz ama gelmiyorsa da bekleriz yani onları da anlamak lazım”

Tablo 4, fiyat, sosyal etkileşim, doğal çevre ve diğer çekim unsurları ile servis süresi alt temalarında katılımcıların verilen cevapları göster-

mektedir. Katılımcılar, genel olarak Eminönü'nde balık ekmek tüketimini ve balık ekmek tüketilen yerin fiziki koşullarını değerlendirmişlerdir. Bu bağlamda katılımcıların temel motivasyonlarının balık-ekmeğin kısa zamanda hazırlanabilmesi olduğu görülmektedir. X kuşağı servis süresinin uzaması durumunda ortamın tadını çıkarttığını ve acele etmediğini belirtmiştir. Buna karşın Y ve Z kuşağı balık ekmek servis süresinin uzamasına daha tahammülsüz tepkiler verdiklerini ayrıca Z kuşağı, servis süresinin uzaması durumunda balık ekmek yemekten de vazgeçebileceğini belirtmiştir. Balık ekmek fiyatının uygun olması ve her bütçeye sahip kişilerin rahatlıkla yiyebileceği bir fiyatta olması bir başka motive edici faktördür. Ayrıca, katılımcıların balık-ekmek yemeye yalnız gelmedikleri, tek başına yemek yemenin keyifli olmadığı, balık ekmek yerken doğal çekim unsurlarına ve manzaraya önem verdikleri görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Deneyim Sonrası Tutum ve Davranışları

TEMA	ALT TEMA	ALINTI
Deneyim sonrası davranışları	Tekrar ziyaret etme niyeti	K6: “Tabi ki geleceğiz sık sık geliyoruz zaten şimdi havalar biraz yağmurlu ve soğuk, bir iki ay sonra havalar ısındığında şuanda 2-3 haftada geliyorsan havalar ısındığında bazen her hafta geldiğimiz bile oluyor. Hatta memleketten akrabalarımız geldiğinde de zaten ilk getirdiğimiz yerlerden bir tanesi de Eminönü’nde balık ekmek oluyor.” K8 “Benim okuduğum lise de buraya yakın sık sık geliyordum zaten hatta küçükken de babam getirirdi beni ve kardeşimi. Şimdi de 1-2 ayda bir gelmesem hem balık ekmeği hem de buranın ortamını özliyorum.”
	Eş dost ve arkadaş çevresine tavsiye etme eğilimi	K1: “Burada oturmuyorum ben ama sık sık geliyorum İstanbul’a. Her geldiğimde de buraya muhakkak uğrarım. İstanbul’a tek gelmiyorum çoğu zaman kiminle geldiysem onu da alıştırıyorum buraya. Ben sık sık geldiğim için akrabalar ve arkadaşlar bazen beni ararlar işte İstanbul’a gidiyoruz nerelere gidelim diye. Ben de bazı yerleri tavsiye ediyorum. Ve tavsiye ettiğim yerler içerisinde burada balık ekmek yemek de var. Gidin orada uzun uzun oturun balık ekmeğin tadını çıkarın diyorum.”

Bu temada balık ekmek tüketicilerinin sokak lezzetine yönelik deneyim sonrası tutum ve davranışları özellikle de tekrar tüketme ve tavsiye etme davranışları incelenmiştir. Katılımcıların deneyim sonrası davranış eğilimleri incelendiği temada, Eminönü’nde balık-ekmek yiyen

kişilerin bu lezzeti tekrar tüketecekleri ve bu deneyimi yakın çevrelerine tavsiye edecekleri görülmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Balık ekmek tüketim tutumları

TEMA	ALT TEMA	ALINTI
Balık ekmek tüketim tutumları	Neofobik tutum	K7: “Yok oğlum sevmem ben öyle hiç görmediğim yemekleri falan, değişik şeyleri sevmiyorum ben. Bırakın değişik şeyleri çocuklarım yemekleri bazen değişik yaptıklarında bile hanıma söylerim sen yap diye. Çocukluğumda nasıl yemekler yediysem öyle yemekleri çok severim ben.” K1: “Açıkçası şöyle bir durum var: çeşitli yemekler yerim ama eskiden beri alışkın olmak kaydıyla. Mesela midye, kokoreç vb. yerim ama ahtapot, kalamar falan bunları yeni yeni tanımaya başladığım için sevemedim. Belki çocukluktan tüketiyor olsaydım severdim.”
	Neofilik tutum	K4: “Evet yeni ve hiç tatmadığım yemekler tatmaktan zevk alır ve merak ederim, özellikle farklı deniz ürünleri yemeyi çok isterim. Ama bunun da bir sınırı var, tamam görünüş çok önemlidir ama yemeğin içeriği de önemlidir. Örneğin: Çin’de fetüs yediklerini duydum. Her ne kadar yeni yiyecekler yemeye hevesli olsam da bu kadar ileri gidemem. Ama ilerde dünyayı gezip değişik yemekler yemeği de isterim tabi.” K10: “Evet merak ederim. Gastronomi okuyan bir komşumuz var. Değişik değişik yemekler yapıyorlar. Hiç görmediğim balıklar ya da yemekler getiriyor eve, değişik yemekleri çok sevdiğim için bana da ayırıyor ya da beni de çağırıyor.”

Bu tema, neofilik ve neofobik alt temalarından oluşmakta olup, genel olarak balık ekmek tüketicilerinin alışkın olmadıkları yiyecek ve içeceklerle karşı tutumları kuşak değişkeni üzerinden incelenmiştir.

Gıda Neofili: Tüketicilerin yeni ve yabancı olduğu tatları deneyimlemek için gönüllü olması, yiyeceklerle ilgili olarak yenilik arayışında ve beklentisinde olmasını ifade etmektedir (Üzülmez, 2018:72).

Gıda Neofobisi: Tüketicinin, tükettiği zaman kendisine herhangi bir zarar verebileceğini düşündüğü ve potansiyel zararlı olarak gördüğü yiyeceklerden kaçınmasıdır (Yiğit ve Doğdubay, 2017: 164; Demir, 2018:

13)

Tablo 6’da söz konusu tema ile ilgili bulguları destekleyen bazı doğrudan alıntılara yer verilmiştir. X kuşağına ait olarak değerlendirilebilecek tüketicilerin alışkın oldukları yiyeceklerin dışına çıkmadıkları ancak diğer katılımcıların yeni lezzetler deneyimlemekten heyecan duydukları sonucuna ulaşılmıştır. X kuşağı dışında kalan katılımcılar, fetüs, kurbağa vb. gibi farklı yemekler olmadığı sürece yeni tatlar denemeye hazır olduklarını ve Eminönü’nde balık ekmeğinin dışında, farklı balık çeşitleri ve kalamar, midye, istiridye, ıstakoz ve karides gibi yiyecekleri de tüketebileceklerini belirtmişlerdir.

Tablo 7: Katılımcıların Hijyen ve Sanitasyona Yönelik Görüşleri

TEMA	ALT TEMA	ALINTI
Hijyen ve Sanitasyon	-----	<p>Katılımcı 2: “Bence hijyen kurallarına çok dikkat etmiyorlar. Hatta bir defa haberlerde Eminönü’nde hijyen sorunu var diye bir haber görmüştüm. Buradaki balık yapan ustalar da çok yoğunlar dikkat ettiklerini sanmıyorum ben.”</p> <p>Katılımcı 3: “Restoranlar kadar dikkat ettiklerini sanmıyorum, restoran aşçıları gibi temizlik kurallarını bilmiyorlar bence. Zaten restoranda olduğu gibi dolaplar, farklı ocaklar yok ama yine de çok kötü değil, sonuçta gözümüzün önünde yapıyorlar.”</p> <p>Katılımcı 8: “Aslında balık ekmeği yapan ustalar yada servis görevlilerinin hijyen kurallarına uyduğunu düşünmüyorum. Zaten bilgisi de değil bence. Keşke özel sektör değil de belediye yönetiyor olsaydı. Belki o zaman daha iyi olabilirdi.”</p>

Bu temada Eminönü’nde balık ekmeği üretiminin temizlik ve hijyen boyutu katılımcı yorumları ile incelenmiştir. Tablo 7 incelendiğinde, Eminönü’nde yapılan balık ekmeği hijyenik olarak algılamadıkları görülmektedir. Katılımcılar, Eminönü’nde balık-ekmek yapan kişilerin hijyen ve sanitasyon ilgili bilgi düzeyleri ile ilgili tereddütlerinin olduğunu belirtmişlerdir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma Eminönü’nde balık ekmeği tüketen tüketicilerin balık-ekmek tercih sebepleri, deneyim sırasında ve deneyim sonrasındaki davranışlarının incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Nitel araştırma yöntemi-



nin kullanıldığı çalışmada 10 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen bulgular kodlanmış ve ana temalar çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu bağlamda Eminönü'nde balık ekmek deneyimi ile ilgili 5 (beş) ana tema belirlenmiştir. Bu temalar, tüketicilerin balık-ekmek tüketimi öncesi bilgilerinin yanı sıra tüketim deneyimleri ve deneyim sonrası davranışlarına kadar devam eden süreçteki motivasyon, eğilim ve tutumlarını içermektedir.

Araştırmanın ilk teması, sokak lezzetleri tüketim sıklığı ve favori sokak lezzetleri içerisinde balık ekmeğin yeri alt temalarından oluşan 'sokak lezzetleri tüketim alışkanlıkları' ana temasıdır. Sağlık sorunu olanlar dışında katılımcılar sıklıkla sokak lezzetlerini tercih etmektedirler. Bu durumun ilgili alanyazınla da paralellik gösterdiği söylenebilir (Polat ve Gezen, 2017: 119; Ballı, 2016:8; Cardoso, Companion ve Marras, 2014: 1; İrigüler ve Öztürk, 2016: 51; Demir vd., 2018: 590). Balık-ekmeğin favori sokak lezzetleri arasında olduğu, ayrıca katılımcıların en çok tercih ettiği sokak lezzetinin simit olduğu benzer şekilde midye, kokoreç, döner ekmeği de tükettikleri ve balık ekmeğin de sokak lezzetleri tercih sıralamasında önemli bir yeri olduğu görülmektedir.

Balık ekmek yemeye iten motivasyonlar ana teması fiyat, sosyal etkileşim, doğal çevre ve diğer turistik çekim unsurları ve servis süresi gibi alt temalardan oluşmaktadır. Katılımcıların balık-ekmek tercihlerinde fiyatının uygun olması önemli bir faktördür. Bu sonuçlar yiyecek-içecek seçiminde fiyatın önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim bazı araştırmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (Tinker, 1997; Fellows ve Hilmi, 2011; Solunoğlu ve Nazik, 2018; Yıldırım ve Albayrak, 2019; Bayraktar ve Zencir, 2019). Bununla birlikte İrigüler ve Öztürk'un (2016) araştırması, eskiden sokak lezzetlerinin daha çok dar gelirli kişiler tarafından tercih edildiği, ancak günümüzde bu durumun değiştiği ve gelir düzeyi yüksek kişilerin de yeni tatlar deneyimlemek için sokak lezzetlerini tükettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Balık-ekmek genellikle arkadaş, eş, dost gibi kişilerle birlikte yenmektedir. Eminönü'nün deniz kıyısında olması, güzel manzaralı bir yer olması ve birçok turistik destinasyona yakın olması balık-ekmek yemenin keyfini arttırmaktadır. Dolayısıyla, Eminönü'nde balık ekmek yemek sosyal bir etkileşime neden olmakta ve doğal çevre ve diğer turistik çekim unsurlarının bulunması tüketicilerin yemek davranışını etkilemektedir. Servis süresinin kısa ve hızlı olması, balık-ekmek yeme tercihini olumlu biçimde etkilemektedir. Özellikle teknolojinin getirmiş olduğu hız ile birlikte, hızlı düşünme, hızlı hareket etme ve hızlı tüketme (Çetin Aydın ve Başol, 2014: 4) ve sabırsızlık ile karakterize edilen Y ve Z kuşağı için hızlı balık ekmek

servisi önemlidir.

Deneyim sonrası davranış eğilimleri ana teması, tekrar ziyaret etme niyeti ve eş, dost ve arkadaş çevresine tavsiye etme eğiliminden oluşmaktadır. Eminönü'ne balık-ekmek yemek için gelen kişilerin tekrar gelme ve tavsiye etme eğilimi yüksektir.

Eminönü'nde balık ekmek tüketim tutumları ana teması ise neofilik tutum ve neofobik tutum olmak üzere iki alt temadan oluşmaktadır. X kuşağını temsil eden katılımcılar yeni ve alışkın olmadıkları yiyecekleri deneyimlemeye karşı mesafeli olduklarını belirtirken X kuşağının bu neofobik tutumunun aksine, Y ve Z kuşağı neofilik olup yeni lezzetler deneyimlemeye istekli olduklarını belirtmişlerdir.

Araştırmanın son teması hijyen ve sanitasyon ile ilgili olup, katılımcılara göre Eminönü'nde balık ekmek üreten ve servis eden kişiler hijyen kurallarına uymamaktadırlar. Nitekim, sokak gıdalarının güvenliği ile ilgili yapılmış birçok çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Güzeler ve Özbek (2017) Türkiye'de sokak gıdaları ile ilgili temel sorunun diğer bütün ülkelerde olduğu gibi hijyen şartları olduğunu belirtmektedirler. Benzer şekilde, Da Silva vd. (2014), Salvador sahilindeki sokak gıdaları satıcılarının %22,6'sinin ellerini dezenfekte etmedikleri, %80,2'sinin ise hem paraya hem de yemeğe dokunduklarını belirlemiştir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 1996), sokak gıdalarındaki hijyen ve sanitasyon sorununa dikkat çeken bilgilendirici yayınlar ve sokak gıdaları satıcıları ve tüketicilerine yönelik bazı uyarı, öneri ve bilgilendirmeler yapmaktadır.

Araştırma Eminönü'nde sokak lezzeti olan balık ekmek ile ilgili hijyen sorunu olduğunu ortaya koymaktadır. Sokak yiyeceklerindeki hijyen sorununun ortadan kalkması ve güvenilir gıdalara ulaşılabilmesi için sokak lezzetleri üreten ve satan kişilerin hijyen ve sanitasyonla ilgili eğitim alması gerekmektedir.

Bu bağlamda bir bölgenin tanıtılmasında, pazarlanmasında, imaj oluşturulmasında etkin bir rol oynayan sokak yiyecekleri ile ilgili olarak yerel yönetimlerin sık sık sokak yiyecekleri satıcılarını denetlemeleri, belli aralıklar ile gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon eğitimleri vermeleri, bu eğitimlere katılmaları için yaptırım uygulamaları/ teşvik etmeleri önerilebilir.

Sokak lezzetleri tüketiminde Y ve Z kuşağının neofilik tutum sergilediğinden hareketle, Eminönü'nde balık ekmek dışında başka deniz ürünleri ve başka ilgi çekici yemekler sunulabilir. Balık-ekmek satıcıları, balık ekmek yanı sıra tüketici görüşlerini dikkate alarak çeşitliliğe gidebilir.

Kaynakça

- Abdüsselam, M. ve Köferstein F. (1993). Safety of Street Food. *World Health Forum*, 14 (2), 191-194.
- Ali, A. B. M. A., Sulaiman, N. A. B., Fatin, N. B. M. J., Habib, N. A. B. ve Rahim, M B. A. (2017). Sanitary Practice Among Street Food Vendors in Kota Bharu, Kelantan. *Ist Colloquium for Final Year Project: Faculty of Hospitality, Tourism and Wellness, Universiti Malaysia Kelantan* Tam Metin İçinde (s. 223-229).
- Alimi, B. A. (2016). Risk Factors in Street Food Practices in Developing Countries: A Review. *Food Science and Human Wellness*, 5 (3), 141-148.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 3-17.
- Bayraktar, G. ve Zencir, E. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1367-1382.
- Cardoso, R. D. C. V., Companion, M. ve Marras, S. R. (Ed.). (2014). *Street Food: Culture, Economy, Health and Governance*. New York: Routledge.
- Cortese, R. D. M., Veiros, M. B., Feldman, C. ve Cavalli, S. B. (2016). Food Safety And Hygiene Practices of Vendors During The Chain of Street Food Production in Florianopolis, Brazil: A Cross-Sectional Study. *Food Control*, 62, 178-186.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 637-651.
- Çetin, A. G. ve Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı ?, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4 (4), 1-15.
- Da Silva, S. A., Cardoso, R. D. C. V., Góes, J. Â. W., Santos, J. N., Ramos, F. P., de Jesus, R. B. ve Silva, P. S. T. (2014). Street Food on The Coast of Salvador, Brazil: A Study From The Socioeconomic and Food Safety Perspectives. *Food control*, 40, 78-84.
- Demir, Ö. (2018). *Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Tüketicilerin Yiyecek Tutum Davranış Açıklık Ölçeğinin Uygulanması Üzerine Bir Araş-*

- tırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Demir, Ö., Samav, U. ve Girgin G. K. (2017). Gastronomi ve Aşçılık Öğrencilerinin Gıda Hijyeni Ve Gıda Güvenliği Konusunda Bilgi, Tutum ve Uygulama Düzeylerinin Ölçülmesi. *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 4 (1), 1-11.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü. ve Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.
- Dönmez, P. G. ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 117-124.
- Ekanem, E. O. (1998). The Street Food Trade in Africa: Safety and Socio-Environmental Issues. *Food Control*, 9 (4), 211-215.
- Ekiz, D. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Eryılmaz, B. ve Yüçetürk, C. (2018). Genç Turistlerin Doğu Ekspresi Seferleri Tercihlerinde Instagram'ın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 210-228.
- Fellows, P. ve Hilmi, M. (2011). Selling Street and Snack Foods. *diversification booklet*, (18). Roma: FAO
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2003). Assuring Food Safety and Quality: Guidelines for Strengthening National Food Control Systems.
- Gönülgül, S. ve Durlu Özkaya, F. (2017). Los Angeles ve Toronto Sokak Lezzetlerinin Menü İçeriği ve Üretim Bakımından İncelenmesi. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies* 5(4), 454-465.
- Güzeler, N. ve Çağla, Ö. (2017). Conceptual Analysis of Street Flavors of Turkey. *Annals of The University of Craiova-Agriculture, Montanology, Cadastre Series*, 47(2), 147-155.
- İrigüler, F. ve Öztürk, B. (2016). Street Food as a Gastronomic Tool in Turkey. *II. International Gastronomic Tourism Congress Proceedings Tam Metin İçinde* (s. 49-64).
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 246-265.
- Omemu, A. M. ve Aderoju, S. T. (2008). Food Safety Knowledge and



- Practices of Street Food Vendors in the City of Abeokuta, Nigeria. *Food Control*, 19 (4), 396-402.
- Polat, D. D. ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy*, 5 (2), 117-124.
- Sani, N. A.. ve Siow, O. N. (2014). Knowledge, Attitudes and Practices of Food Handlers on Food Safety in Food Service Operations at The Universiti Kebangsaan Malaysia. *Food Control*, 37 (1) , 210-217.
- Sezgin, A. C. ve Şanlıer, N. (2016). Street Food Consumption in Terms of the Food Safety and Health. *Journal of Human Sciences*, 13 (3), 4072-4083.
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul Örnekleri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Consumer Preferences. Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3), 40-59.
- Tinker, I. (1997). *Street Foods: Urban Food and Employment in Developing Countries*. New York: Oxford University Press.
- Toruntay, H. (2011). *Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Üzülmez, M. (2018). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Seçim Motivasyonlarının Neofobi ve Neofili Düzeylerine Göre İncelenmesi: İstanbul'da Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- World Health Organization. (1996). *Essential Safety Requirements for Street-Vended Foods*. Geneva: World Health Organization.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Ö. ve Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1077-1092.
- Yiğit, S. ve Doğdubay, M. (2017). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu: Balıkesir Üniversitesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 162-168.