



Korku Çekiciliğinin Gıda Korkusu Üzerine Etkisi (The Impact of Fear Appeals on the Fear of Food)

*Elif Zeynep ÖZER^a , Mustafa AKSOY^b 

^a İstanbul Gelişim University, Faculty of Fine Arts, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul/Turkey

^b Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

Anahtar Kelimeler

Gıda Korkusu
Korku Çekiciliği
Korku Kültürü
Gastronomi

Öz

Gıda korkusu; insanların sağlık, din, gelenek-görenek öğretileri veya korku çekiciliği gibi gerekçelerle belirli bir gıdayı tehdit olarak görüp o gıdadan uzak durması, gıdayı tüketmemesi olarak tanımlanabilmektedir. İnsanların belirli bir durum karşısında tedirgin hale getirilip pazarlanması amaçlanan ürüne karşı korku oluşturulan duruma çözüm olarak yönlendirilmesine de korku çekiciliği denilmektedir. Bu çalışmada, korku çekiciliği kullanılarak oluşturulan gıda korkusu üzerinde durulmaktadır. Çalışmanın amacı korku çekiciliği uygulanarak oluşturulan gıda korkusuna yönelik farkındalık oluşturarak literatüre katkı sağlamaktır. Çalışmada, korku çekiciliğinin etkisi ile oluşturulan gıda korkusu neticesinde tüketici yönelimleri incelenmektedir. Bu çerçevede, korku çekiciliğinin gıda korkusuna etkisi literatür taraması yoluyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çalışma, konu üzerinde toplumsal farkındalık oluşturulması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca gıda korkusu, korku çekiciliği, korku kültürü alanlarında yapılacak diğer çalışmalar için de bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir. Çalışmanın neticesinde, korku çekiciliğini pazarlama unsuru olarak kullanan işletmelerin, oluşturulmuş veya oluşturdukları gıda korkusunu satılan ürün miktarını ve kar marjını artırmak için kullandıkları yargısına ulaşılmaktadır. Korku çekiciliğinin, insan sağlığının korunması ve devamı için elzem olan gıda üzerinde daha etkili sonuçlar verdiği tespit edilmiştir. Zaman içerisinde oluşturulan gıda korkusuna yönelik, sunulan önerinin toplum tarafından dikkate alındığı ortaya çıkmaktadır.

Keywords

Fear of Food
Fear Appeals
Fear Culture
Gastronomy

Abstract

Fear of food can be defined as a people's approach to a certain food, such as health, religion, tradition-customized teachings, and to stay away from that food by not consuming it. Also, the situation in which people is made anxious and intimidated on a food intended to be marketing is being a solution of so-called fear appeal. This study focuses on the fear of food created by fear appeals. The aim of the study is to contribute to the literature by creating awareness about the fear of food created by applying fearful attraction. In the study, consumer orientations are examined as a result of the fear of food created by the effect of fear appeals. In this context, the effect of fear appeals on fear of food has been tried to be revealed through literature search. This study is important in terms of creating social awareness on the subject. It is also thought to be a source of food fears, fearfulness, and other work to be done in areas of fear culture. As a result of the study, it is reached that the companies that use fear attraction as marketing element have the fear that the food they created is used to increase the amount of products sold and profit margin. Fear appeals has been found to give more effective results on food, which is essential for the protection and continuation of human health. It is clear that this proposal spotlights the fear of food is taken into account by the society over time.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: elifzoz@gmail.com (E. Özer)

GİRİŞ

İnsanların endişelerini, pazarlama çevreleri ve bilim insanları bilinçli veya bilinçsiz olarak yaptıkları açıklamalarla perçinlemektedirler. Beslenmeye dair gıda korkusunun temelini atan bilim insanlarının ardından bunu pazarlama fırsatına çeviren işletmeler çeşitli iletişim kanallarıyla insanları uyarmakta ve insanlara önlem, korunma önerileri sunmaktadır (Levenstein, 2013).

Negatif bir duygu olan korkunun insan üzerinde harekete geçirici etkisi bulunmaktadır. Tehdit hissettiğinde savunma ihtiyacı duyan insan, korkuyu oluşturan tehlide karşı önlem almak istemektedir. Tehlikeli durumdan kaçınılmasına yönelik önerileri uygulamaya hazır savunmasız insan için korku çekiciliği pazarlama alanında uygulanabilir bir kuramdır (Witte, 1992).

Çalışmada, gıda korkusunun insanlardaki tüketme ve kaçınma eğiliminin artırıp artırmadığı ve bu eğilimin anlamlı olup olmadığı, korku çekiciliği pazarlamasının gıda korkusundaki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacı; korku çekiciliğinin gıda korkusu üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışarak farkındalık oluşturmak ve korku kültürü, korku çekiciliği, gıda korkusu alanlarında literatüre katkıda bulunmaktır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılarak genel kaynaklar, birincil ve ikincil kaynaklar üzerinde literatür taraması yapılmıştır.

Çalışmada; korkunun tanımı, insanda korkunun oluşmasının nedenleri, korku kültürünün toplumsal yapıya etkisi, korku çekiciliğinin pazarlama alanında kullanılabilirliği, gıda korkusu oluşturma ve korku çekiciliğinin gıda korkusuna etkisi üzerinde durulmaktadır.

KORKU VE KORKUNUN NEDENLERİ

Korku, TDK tarafından “Bir tehlike veya tehlike düşüncesi karşısında duyulan kaygı, üzüntü”, “Kötülük gelme ihtimali, tehlike” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Başka bir tanımlamada korku; gerçek ya da hayali bir şekilde hissedilen tehditlere karşı oluşan huzursuzluk hali olarak tanımlanabilmektedir (Doctor, Kahn ve Adamec, 2010).

Duygular, yaşamda önemli anların işaretçisidir. Kıvanç, öfke, neşe, korku ya da kaygı duyma insanın kendini önemli hissetmesinin işaretidir. Korku, tehlikeden kaçmayı; neşe ise pozitif bir şeyin kutlanması gerektiğini işaret etmektedir. Duygular, bir hedefe karşı yöneltilen davranışlar olarak karlımıza çıkmaktadır. Korku tehdit karşısında kaçma eylemine yöneltirken; öfke, hedefe zarar vermeye yöneltir (Smith, Mackie ve Claypool, 2014).

İnsanlar, tehlikeli olduğunu düşündükleri durumlar içerisinde bulunmaktan kaçınma eğilimi içerisindedir. Yani korku, tehlikeden korunma veya kaçma eylemini gerçekleştirmede itici güçtür. Korku, karşılaşılan durumla ilgili zihinde oluşturulan tanımlamadan oluşmaktadır.

Bilişsel kuram; değişik bozukluklarda, bozukluğa özgü düşünce yapıları bulunduğunu savunmaktadır. İnsanın bulunduğu durumu yorumlama, bu durumun tehlikeli olduğuna inanma şeklinde korku zihinde yer edinmektedir. Kişilerin durumları, olayları, nesnelere veya insanları değerlendirme biçimi korkuyu ortaya çıkarmaktadır.

Kişilerin yaşadıkları, gördükleri, günlük iletişimleri, kitle araçları (sinema, televizyon, tiyatro...) korkularını geliştirmede etkili olmaktadır (Gençöz, 2016). Korku çekiciliğinin toplumdaki algısını artırmak için sembol, ses

efekti müzik, görüntü, mesaj gibi sözlü olan ve olmayan iletişim araçları kullanılmaktadır (Ateş, 2016). Korku problemini ortadan kaldırma iki şekilde yapılabilmektedir. İlki, direkt negatif duyguyu hissettiren problemi giderme veya azaltma adına davranış sergileme şeklindedir. Duygusal rahatlamaya odaklı çözüm ikinci yöntemdir. Bu yöntemde kişi içinde bulunduğu durumu kabul etme veya problemlili ortamdan/kişiden kaçınmaya çalışmaktadır (Gençöz, 2016).

KORKU KÜLTÜRÜ

Korku kültürü, hem öğretirken hem de öğrenirken kullanılabilen aynı zamanda yönetme sürecinde de etkin rol oynayabilen yöntem olarak görülmektedir. Korkunun olduğu yerde soyut ya da somut varlıklar idealize edilemezler. İdealleştirmenin olmadığı yerde de kişilerin ortak paylaşımından, ortak değerlerden söz etmek güçtür. Biz yerine sen ve ben kavramlarına odaklanılmaktadır. Getirisi mukabilinde bir iş planlanmaktadır. Kişiliklerin dahi pazarlık konusu olabileceği bir ortamda kurumlaşmak ve başarıya ulaşmak güçtür (Güler, 2001).

Korku kültürü bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir (Avcı, 2017). Korku, insanların temel motivasyon aracı olarak da kullanılabilir. Korku kullanılarak işletmeler yüksek kar gelirleri elde edebilmektedirler. Çok uluslu şirketler, devletler pazarlama faaliyetlerinde korkunun çekici gücünü kullanmaktadır. Kişiler, toplumlar, devletler, ülkeler çeşitli yöntemlerle ve farklı çıkar gerekçeleriyle korkutulabilmektedir (Öztürk ve Sevinç, 2017).

KORKU ÇEKİCİLİĞİ

Korku çekiciliği, insanlara bireysel olarak önemsedikleri bir durumla ilgili tehdit unsurunu göstererek korkuyu oluşturup akabinde ifade edilen tehditle başa çıkabilme adına kabul görebilecek teklif niteliğinde tavsiye sunan inandırıcı nitelikte mesajlardır (Balcı, 2007). Korku çekiciliğinin üç önemli unsuru bulunmaktadır. İlkinde, korku oluşturulan durumun kişiye vereceği zararın büyüklüğü gösterilip koruma önerileri sunulmaktadır. İkinci olarak, korku oluşturan durumun oluşma ihtimali üzerinde durulmaktadır. Üçüncü olarak da önerilen koruyucu önlemin etkinliği belirtilmektedir (Rogers, 1975). Birçok çalışmada sağlık üzerine yapılan kampanyaların korku çekiciliğini artırdığını göstermektedir (Witte ve Allen, 2000). Korku çekiciliği tekrarlı bir şekilde kişilere verildiğinde etkisini azaltırken, daha az ifade etmek korkuyu daha uzun vadede tutundurmaktadır. Korku çekiciliği azaldığında tehdit unsurunun yoğunlaşması korkuyu gündemde tutmakta ve öğrenilmiş savunma yöntemlerine kişileri yönlendirmektedir (Hasting, Stead ve Webb, 2004). Korku ile verilen tavsiyeyi uygulaması beklenen kişi tehdit unsurundan kaçınmak için davranış değişikliğine gidecektir (Witte, 1992).

Korku çekiciliği bilinçli olarak yoğun bir şekilde televizyon yayınları, gazeteler, haberler, reklamlar (Fırat, 2013), billboardlar, bilim insanlarının açıklamaları, yayılan dedikodular aracılığı artırılmaktadır (Levenstein, 2013). Tereyağı korkusu oluşturulduğunda -diğer pek çok korkuda yaşandığı gibi- doktorlar kalp sağlığı için tereyağı tüketilmemesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir (Milliyet, 2018a). Diğer yandan başka bir köşe yazarı tereyağının aklandığını, tereyağı tüketmenin obezite ve diyabet gibi hastalıkların tedavisinde olumlu yönde faydalı olduğunu belirtmiştir. Doktorlar ve beslenme uzmanları doğal beslenmenin zararlarına insanları korkutarak ikna ettikleri sırada Avrupa'yı saran hayvan vebası salgını yaşanmıştır. Bu dönemlerde bir kimyager tarafından oluşturulan margarin, zamanla çok uluslu şirketler tarafından pazarlanmış ve tereyağı karşısında güçlenmiştir.

Margarinin gücü, ünlü Time dergisinde yazan “tereyağı yiyin” ifadesiyle gerilemeye başlamıştır (Sabah, 2014; HaberTürk, 2014).

GIDA KORKUSU

Eski zamanlarda, farklı çeşitlerde birçok farklı türden yiyecek ile beslenebilen insan, doğası gereği kendini kendisine zarar verebileceğini düşündüğü besinlerden kaçınma eğilimi göstermektedir. İnsanın tabiatında olan bu olgu günümüzde bazı besinlerden kaçınma duygusu ekonomi piyasalarının gelişmesiyle yerini gıda korkusuna bırakmıştır. Kıtık dönemlerinde açlık endişesi ile gıda korkusuna kapılmakta olan insan, bolluk döneminde ise sağlıklı gıda endişesiyle gıda korkusu yaşamaktadır. Zaman zaman gıdadan bulaşan (deli dana hastalığı gibi) hastalıklar, gıdaların yol açtığı sağlık problemlerinden bahsedilmiş ve bunlara yönelik ekonomik, sosyal, siyasal önlemler alınmıştır. Yayılan korkuların asılsız olduğu fark edilip insanlar sakinleştirilirken yeni gıda korkuları ortaya çıkmıştır. Kısır döngü halinde yaşanan bu gıda korkuları endüstriyel gıda devrimiyle farklılaşmış ve artarak devam etmiştir (Ferrieres, 2006).

Birçok eleştirmene göre korku kültürü, iklim değişikliğinden terörizme veya kuş gribine kadar pek çok çarpık argüman kullanılarak oluşturulmakta ve insanları bu tehlikelere karşı harekete geçirmektedir. Söylemler ister obezite, gıda güvenliği veya genetiği değiştirilmiş bitkilerle ilgili endişeler şeklinde olsun isterse gıda korkusu, kaygısı, endişesi, vesvesesi kelimeleriyle olsun gıda korkusu son on yılda Avrupa'nın her yerine çok iyi yerleştirilmiş siyasi, ekonomik ve kültürel olarak belirgin bir özellik taşımaktadır. Gıda korkusu; yumurtada Salmonella, kontamine zeytinyağı, kuş ve domuz gribi, gıda boyaları, yumuşak peynirlerde Listeria, tavukta Campylobacter, ıspanak, et ve vejetaryen burgerlerde Escherichia coli ve en son yumurta, tavuk ve domuz dioksinleri şeklinde yaygınlaşmıştır (Milne, Wenzer, Brembeck ve Brodin 2011).

2009 yılında popüler olan domuz gribi bir önceki yıllarda ortaya çıkmış olan kuş gribinin evrilmiş hali olarak ortaya çıkmıştır (NTV, 2009). Dünya genelinde hızla yayılan ve ölümcül tehlikesi olduğu belirtilen domuz gribi virüsüne karşı önlem alınmasına yönelik çeşitli iletişim kanalları yoluyla bilgilendirme yapılmıştır (NTV, 2013; BBC, 2009). Domuz gribine karşı bağışıklık sistemini güçlendiren vitaminlere (B6, Folik asit, E ve C vitamini, Beta Karoten, Omega-3) vurgu yapılmıştır. 15 Eylül 2009'da Amirikan Gıda ve İlaç İdaresi (FDA)'nin açıklamasında da yer alan aşı ile domuz gribinden korunma yöntemlerine (waybeck.archive/fda.gov, 2009) karşılık 31 Ekim 2009'da domuz gribinin ilaç firmalarının pazarlaması olabileceği yönünde şüpheler oluşmaya başlamıştır. Virüsü ortaya çıkaran firma ile bu domuz gribine karşı kullanılan aşının aynı firma tarafından pazara sunulduğu doktorlar tarafından ileri sürülmüştür (TimeTürk, 2009). Dönemsel olarak pek çok gıda korkusu ortaya çıktığı görülmektedir. Süt, et ve kanatlı hayvan eti bunlardan bazılarıdır.

Süt Tehlikesi: Çiğ süt üzerine farklı bölgelerde birçok çalışma yapılmış ve sağlık açısından güvenilir olup olmadığı ölçülmüştür. Yapılan çalışmalar sütün hijyenik olmaması sebebiyle sağlığa zararlı olduğunu işaret etmektedir (Patır, Can ve Gürses, 2010; Berry, O'brien, O'callaghan, Sullivan ve Meaney, 2006; Green, Bradley, Newton ve Browne, 2006; Haskell, Langford, Jack, Sherwood, Lawrence ve Rutherford, 2009; Riekerink, Barkema ve Stryhn, 2007; Van Schaik, Lotem ve Schukken, 2002). Ev koşullarında sütün içmeye uygun hale getirilirken besin kaybına neden olduğu bu sebeple pastörizasyon ve UHT (Ultra High Temperature) gibi ısı işlemlerinin uygulanması gerektiğini savunulmaktadır (Ünal ve Besler, 2008; Akbay ve Tiryaki, 2007). Pek çok makale sütün

insan için son derece önemli olduğundan bahsederken (Usta ve Yılmaz Eraslan, 2013), diğer yandan sütte bulaşabilecek bir patojenin pastörizasyona dayanıklı olduğu belirtilerek (Akça ve Şahin, 2011) toplumda tedirginliğe yol açmaktadır. Toplum bir dönem çiğ sütün sağlığa faydalı olduğuna inanmış ve çiğ süt satışlarında artış yaşanmıştır. Bir süre sonra çiğ sütün hastalık yaydığı söylentileri yayılmış ve pastörize edilmiş sütün sağlığa daha faydalı olduğundan bahsedilmiştir. Çiğ süt veya pastörize sütle ilgili insanlar sağlık açısından tedirginlik yaşayarak yönlendirilirken süt sektöründe her iki süt üreticileri için de farklı dönemlerde ekonomik hareketlilik sağlanmıştır (Levenstein, 2013). Yaşanan çiğ süt ve UHT süt ikilemi güçlü bir pazarlama taktik ve stratejisinin varlığına işaret etmektedir (Topcu, Baran ve Denizli, 2016).

Et Ürünleri Tehdidi: Sucuk, sosis, salam, pastırma gibi ürünlerde kullanılan renk tutucu ve ürün koruyucu gıda katkı maddesi Nitrit ve Nitrat çeşitlerinin yüksek oranda kullanılması kanser ve farklı hastalıklar için risk faktörü oluşturmaktadır. Üç yaşı altı çocukların nitrite karşı daha hassas olduğu belirtilmektedir (Gültekin, 2014). Etik, dini, sağlık gibi nedenlerle vegan beslenmeyi tercih edenler et tüketimine karşı çıkmakta ve bu kişilerin bir kısmı et tüketiminin sağlığı olumsuz yönde etkilediğini belirtmektedir (Tunçay Son ve Bulut, 2016). Et korkusuna destek olur nitelikte ünlülerin etin yenmemesini tavsiye edici bir şekilde yaptıkları açıklamalar özendirici olma özelliği taşıması yönünden önem taşımaktadır (Hürriyet, 1999). Vegan beslenmeyi tercih edenlerin sayısı artıka pazara yeni ürün gamları eklenmekte ve bu beslenme şekline yönelik restoranlar açılmaktadır.

Kuş Gribi Tehdidi: Kuş gribinin tedirgin edici bir şekilde yaşandığı dönemde medya yoluyla yoğun ve sık eğitici kuş gribi programları halka sunulmuş ve halkın konu ile ilgili farkındalık düzeyinin artması hedeflenmiştir. Kuş gribi tüm dünyada yaygın olduğu dönemde tavuk satışları düşmüştür. İnsanlar kuş gribi tehlikesiyle gıda korkusu yaşamış ve özellikle tavuk olmak üzere kanatlı hayvan yememeyi tercih etmişlerdir. Bu durum tavuk üreticilerinin piyasada güç kaybetmesine yol açmıştır (Sayılı, 2006). Kuş gribi korkusu yaşanırken kırmızı et sektöründe büyük ekonomik hareketlenmeler yaşanmış ve kırmızı et ürünlerinde fiyat artışı yaşanmıştır (Milliyet, 2005).

2008 yılında yoğun bir şekilde medyada yer alan “Yumurta Yemeyin!” ifadeleri insanlar üzerine korku salmıştır. Bir yandan “Rafandan Yumurta Yemeyin!” uyarısı (Yeni Şafak, 2008; HaberTürk, 2008) diğer yandan “Çok Haşlanmış Yumurta Sağlığınızı Tehdit Ediyor!” uyarıları ile toplumda kafa karışıklığı oluşturulmuştur. Ardından “Yumurta Sigara Kadar Tehlikeli!” şeklinde ifadeler kullanılmış ve Kanada’da yapılan araştırma neticesinde yumurtanın sağlığa zararlı olduğunu bilim insanlarının ileri sürdüğünü; ancak Türk uzmanların buna karşı çıktığı ortaya koyulmuştur (Milliyet, 2018b; Milliyet, 2012). 2008 yılından sonra doktorlar açıklamalarında toplumu yıllarca yüzde yüz protein kaynağı olan yumurtadan mahrum bıraktıklarını ve yumurta yemenin kötü kolesterolü değil iyi kolesterolü yükselttiğini açıklamışlardır (Hürriyet, 2011).

En yüksek protein kaynağı yumurta olmakla birlikte kırmızı-beyaz et, süt, peynir gibi hayvansal gıdalarda yüksek miktarda bulunmaktadır. Protein, insan vücudu için elzem olan aminoasitlerden oluşmaktadır. Aminoasitlerin bir kısmı dışarıdan alınmak zorundadır. Proteinin yetersiz miktarda alımı bebeklerde, büyüme döneminde olan çocuklarda büyüme geriliği meydana getirmekte ve düşük vücut direnciyle hastalık riski artmakta ve hastalığın uzun sürmesine yol açmaktadır. Vücutta depolanma özelliği bulunmayan proteinin günlük olarak alınması gerekmektedir (Karabudak, 2012). Proteinlerin yanı sıra, büyük miktarda etten alınan B12 vitamini

dışarıdan vücuda alıma ihtiyaç duymaktadır. Yetersiz beslenmeyle B12 vitaminin düşük düzeylerde alınması veya hiç alınmaması durumunda çocuklarda motor hareketleri sorununa, büyümede geriliğe (THD, 2011), yaşlılarda demans, Alzheimer, duygudurum bozuklukları gibi nörolojik hasarlara yol açabildiği görülmektedir (Reynolds, 2006). Ayrıca kalp hastalıkları, pernisiyöz anemi, damar sertliği gibi hastalıklara neden olduğu ortaya koyulmaktadır (Özcan ve Baysal, 2016). 2014 yılında yayımlanan makaleye göre toplumda B12 eksikliği sık görülmektedir (Yüce, Cüre M. C., Cüre E., Kızıtanır, Baştürk ve Efe, 2014). 2013 yılında B12 vitaminin olumlu özelliklerinden bahsedildiği görülmekteyken, daha sonraki yıllarda yapılan haberlerde B12 vitamini eksikliğine ve eksikliğinde ortaya çıkan rahatsızlıklara vurgu yapıldığı görülmektedir (Takvim, 2013; Milliyet, 2014; Vatan2015; Sabah, 2015; İHA, 2014; HaberTürk, 2015, Hürriyet 2016; CNN Türk, 2016, Akşam, 2017; Sabah, 2017; Takvim, 2017).

SONUÇ

Gıda, insanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için vazgeçilmez bir unsurdur. Canlı diğer varlıklardan farklı olarak pek çok çeşitte yiyeceklerle beslenebilmektedir. Farklı türlerde gıdalarla beslenebilen insanların, kendileri için hangi gıdanın sağlıklı hangi gıdanın zararlı olduğu -her tür gıdayı göz önüne aldığımızda- bilinmemektedir. Dolayısıyla insanların içsel olarak yaşamları gerekli düzeyde gıda korkusu yaşadıkları sonucuna varabiliriz. Bununla birlikte gelişen işletmelerin pazarlama yöntemlerini çeşitlendirmeleriyle insanın doğasında olan korkuyu harekete geçirerek pazarlama yöntemine dönüştürmeleri insanlar üzerinde kolaylıkla uygulanabilmektedir. Gıdalardaki tehdit unsuru üzerinde durup çözüm olarak kendi ürünlerinin piyasadaki daha çok gelir elde etmesi sağlanmaktadır. Çalışmanın neticesinde margarin örneğinde de görüldüğü gibi zaman zaman ortaya çıkan gıdalardaki tehlikeler karşısında gıda korkusu oluşturulup insanların tehlikeye karşı sunulan önerilere yöneldiği ortaya çıkmaktadır.

20. yüzyılın başlarında ortaya çıkmaya başlayan süttten gelen tehlike korkusu aynı yüzyılın sonlarında kayda değer bir şekilde azalmıştır. Bilim ışığında önerilen tavsiyelerin zaman içerisinde inişli çıkışlı bir yapı gösterdiği sonucuna varabilmektedir. Tesadüfi yaşanan korkuların işletmelerce korku çekiciliği ile kendi lehlerine çevirdikleri görülebilmektedir. Gıda korkularının belli bir dönem sonra tersine dönmesi gıdalarla ilgili korkuların her zaman anlamlı olmadığı neticesine varılabilmektedir.

Yapılan çalışma neticesinde korku çekiciliğinin pazarlama alanında sıkça kullanıldığı (süt, mama ile büyüme için vurgu yaparak kendi ürününü pazarlayan markalar, kalp sağlığına vurgu yapıp markasını ortaya çıkaran katı yağ markaları, hafifliğiyle uçuran sıvı yağ markası, bilgilendirme yaparak gıda boyası kullanmayıp renk verici olarak pancar kullandıklarını belirten markaların reklamları gibi) görülmektedir. Farklı zaman dilimlerinde ortaya çıkan “yeni” hastalıklara “çare” olarak piyasaya sunulan ürünler ve bir süre sonra “yeni” ortaya çıkan hastalığın adının dahi unutulması korku çekiciliğinin korku kültürü olarak zihinlere yerleştirdiği sonucuna varılmaktadır. Zamanla nükseden veya yenisi ortaya çıkan hastalıklara yönelik pek çok farklı işletme çözüm veya önlem önerilerini reklamlarında sunmaktadır. Kolesterol korkusu ile yumurtadan, tereyağından uzak durulması gerektiği hakkında verilen demeçler toplumda tehlike hissi uyandırmıştır. Beyaz şekerin zararlı bulunması neticesinde esmer şekerin piyasaya sunulması ve tatlandırıcıların öne çıkarılmasının ardından korkunun azalmaya başlamasıyla

tatlandırıcıların zararlarından bahsedilip farklı bir ürün sunulması korku oluşturulup tehlikeye karşı kendi ürünlerini pazarlayacak olan işletmelerin korku ögesiyle pazarlama yapabilmelerini sağlamaktadır.

Gıda korkusunun toplumu etkilediği ve bu etkilenme neticesinde yetersiz beslenmenin büyüme geriliği, psikolojik rahatsızlıklar gibi birçok hastalığa yol açabileceği görülmektedir. Et yeme korkusuyla oluşabilecek B12 eksikliğinin çeşitli hastalıklara neden olabileceği görülmektedir. Et korkusunun yaygınlaştığı yılların akabinde B12 vitamin eksikliğinin toplumda yaygınlaştığı, B12 vitamin eksikliğinde ciddi hastalıklara yol açabildiğine vurgu yapılmaya başlandığı görülmektedir. Gıda korkularından biri olan et korkusunun B12 vitamini eksikliğini tetikleyip tetiklemediği düşündürücüdür.

Yapılacak olan bir sonraki çalışmalarda oluşturulan gıda korkusu paralelinde satın alma davranışları, kronolojik olarak gıda korkusu ile neticesinde ortaya çıkan yönelimler veya özellikle bir gıda üzerinde oluşturulmuş korku tüm boyutlarıyla ele alınabilir. Gıda korkusu ve korku çekiciliğinin arasındaki ilişkiye dair çalışmaların sadece perakende gıda sektörüyle sınırlı kalmayıp, yiyecek-içecek işletmeciliği açısından da ele alınmasının yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbay, C., ve Tiryaki, G. Y. (2007). Tüketicilerin Ambalajlı Ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi: Kahramanmaraş Örneği. *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi*, 10(1), 89-96.
- Akça, D., ve Şahin, M. (2011). Kars Yöresi Sığırlarından Alınan Süt Ve Vajinal Sıvı Örneklerinden *Listeria* Türlerinin Araştırılması. *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 17(6), 987-993.
- Akşam Gazetesi, (08.11.2017). B12 vitamini eksikliği nasıl giderilir? <http://www.aksam.com.tr/saglik/b12-vitamini-eksikligi-nasil-giderilir/haber-677318> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Ateş, S. (2016). Siyasal Reklamlarda Duygusal Çekicilik Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Siyasal Partiler Tarafından Üretilen Reklam Filmlerinin Analizi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*.3(12): 85-103.
- Avcı, M. G. (2017). Güvenliğin Pazarlanması: Bir Pazarlama Aracı Olarak Suç ve Şiddet. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, (ICOME 2017 ÖZEL SAYISI), 9-16.
- Balcı, Ş. (2007). Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 73-106.
- BBC, (26.11.2009). Türkiye’de Domuz Gribinden 161 Ölüm. http://www.bbc.com/turkce/haberler/2009/11/091126_turkey_flu (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Berry, D. P., O’Brien, B., O’callaghan, E. J., Sullivan, K. O., ve Meaney, W. J. (2006). Temporal Trends In Bulk Tank Somatic Cell Count And Total Bacterial Count In Irish Dairy Herds During The Past Decade. *Journal of Dairy Science*, 89(10), 4083-4093.
- CNN Türk, (16.06.2016). B12 Vitamini Eksikliğinde Ne Olur? <https://www.cnntrk.com/saglik/b12-vitamini-eksikliginde-ne-olur?page=1> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).

- Doctor, R. M., Kahn, A. P., ve Adamec, C. (2010). The encyclopedia of phobias, fears, and anxieties. Infobase Publishing.
- Ferrières, M. (2006). Sacred Cow, Mad Cow: A History Of Food Fears. Columbia University Press. Translated: Jody Gladding.
- Fırat, D. (2015). Korkunun Bir Pazarlama Aracı Olarak Uygulanması: İşletmelerin Korku Mesajları İle Tüketicilerin Algısı Arasında Uyum Var Mı?. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 5(1), 187-197.
- Gençöz, T. (2016) Korku: Sebepleri, Sonuçları Ve Başetme Yolları. Kriz Dergisi, 6(2), 9-16.
- Green, M. J., Bradley, A. J., Newton, H., & Browne, W. J. (2006). Seasonal variation of bulk milk somatic cell counts in UK dairy herds: Investigations of the summer rise. Preventive veterinary medicine, 74(4), 293-308.
- Güler, A. (2001). Korku kültürü yerine değerler kültürü. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi.
- Gültekin, F. (2014). A'dan Z'ye Gıda Katkı Maddeleri: Ansiklopedik Sözlük. Editör: Yılmaz, Necdet. Server İletişim Yayınları, İstanbul.
- HaberTürk Gazetesi (30.01.2015). Depresyon Nedeni. <http://www.haberturk.com/saglik/haber/1037397-depresyon-nedeni> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- HaberTürk, (24.06.2014). Time Kapak Yaptı: Tereyağı Yiyin. <http://www.haberturk.com/saglik/haber/961647-time-kapak-yapti-tereyagi-yiyin> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- HaberTürk, (30.04.2008). Rafadan yumurta yemeyin! <http://www.haberturk.com/saglik/haber/71175-rafadan-yumurta-yemeyin> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Haskell, M. J., Langford, F. M., Jack, M. C., Sherwood, L., Lawrence, A. B., ve Rutherford, K. M. D. (2009). The effect of organic status and management practices on somatic cell counts on UK dairy farms. Journal of dairy science, 92(8), 3775-3780.
- Hastings, G., Stead, M., ve Webb, J. (2004). Fear Appeals İn Social Marketing: Strategic And Ethical Reasons For Concern. Psychology & Marketing, 21(11), 961-986.
- Hürriyet Gazetesi, (14.10.2011). Günde 1 mi, 2 mi yoksa hiç mi <http://www.hurriyet.com.tr/gunde-1-mi-2-mi-yoksa-hic-mi-18932459> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Hürriyet Gazetesi, (29.06.2016). “B12 Vitamini Eksikliği” <http://www.hurriyet.com.tr/haberleri/b12-vitamini-eksikligi?p=2> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Hürriyet, (26.07.1999). Et Yeme, Sağlıklı Ol. <http://www.hurriyet.com.tr/et-yeme-saglikli-ol-39093061> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- İHA / İhlas Haber Ajansı, (26.07.2014). “B12 Eksikliği Birçok Hastalığa Neden Oluyor”. <http://www.iha.com.tr/haber-b12-eksikligi-bircok-hastaliga-neden-oluyor-377097/> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Karabudak, E. (2012). Vejetaryen Beslenmesi. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları, (726).

- Levenstein, Harvey. Gıda Korkusu Beslenmeye Dair Endişelerin Tarihçesi. Türkiye İş Bankası Yayınları, Çev. Ayşe Öztekin, 2013.
- Milliyet Gazetesi (30.01.2018a). Korkutan 'Tereyağı' Uyarısı. <http://www.milliyet.com.tr/korkutan--tereyagi--uyarisi-pembenar-detay-genelsaglik-1865045/> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Milliyet Gazetesi, (16.08.2012). Yumurta sigara kadar tehlikeli! <http://www.milliyet.com.tr/yumurta-sigara-kadar-tehlikeli--gundem-1581854/> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Milliyet Gazetesi, (2018b). Çok haşlanmış yumurta sağlığımızı tehdit ediyor! <http://www.milliyet.com.tr/cok-haslanmis-yumurta-sagliginizi-pembenar-detay-genelsaglik-2373526/> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Milliyet Gazetesi, (26.07.2014). “Vitamin B12 Eksikliği Birçok Hastalığa Neden Oluyor”. <http://www.milliyet.com.tr/dr-uysal-vitamin-b12-eksikligi-bircok-mersin-yerelhaber-313115/> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Milliyet Gazetesi, (30.10.2005). “Kuş gribi, kırmızı et fiyatını tetikledi”. <http://www.milliyet.com.tr/kus-gribi---kirmizi-et--fiyatini-tetikledi/ekonomi/haberdetayarsiv/30.10.2005/132941/default.htm> (Erişim Tarihi: 25.01.2018).
- Milne, R., Wenzer, J., Brembeck, H. ve Brodin, M. (2011). Fraught Cuisine: Food Scares And The Modulation Of Anxieties. *Distinktion: Scandinavian Journal of Social Theory*, 12(2), 177-192.
- NTV, (22.02.2013). Domuz Gribine Karşı Beslenme Kalkanı. <https://www.ntv.com.tr/yasam/domuz-gribine-karsi-beslenme-kalkani,r6ixnJhkTEeyjFbVMvwwhg> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- NTV, (30.10.2009). Domuz Gribinin Gizli Tarihi. https://www.ntv.com.tr/saglik/domuz-gribinin-gizli-tarihi,-9YHKeVSI0CHcjBypFku4g?_ref=infinite (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Özcan, T., ve Baysal, S. (2016). Vejetaryen Beslenme ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Journal of Agricultural Faculty of Uludag University*, 30(2), 101-116.
- Öztürk, U., ve Sevinç, H. (2017). Korku Pazarlama Çerçevesinde Suriye Hükümeti'nin Silah İthalatını Arttıran Etkenler. Factors That Increase Syrian Government's Weapon Imports In The Fear Marketing Framework. *The Journal*, 10(54).
- Patır, B., Can, Ö. P., Ve Gürses, M. (2010). Farklı İllerden Toplanan Çiğ İnek Sütlerinde Somatik Hücre Sayıları. *Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Veteriner Dergisi*. 24(2):87-91.
- Reynolds, E. (2006). Vitamin B12, Folic Acid, And The Nervous System. *The Lancet Neurology*, 5(11), 949-960.
- Riekerink, R. O., Barkema, H. W., ve Stryhn, H. (2007). The effect of season on somatic cell count and the incidence of clinical mastitis. *Journal of dairy science*, 90(4), 1704-1715.
- Rogers, R. W. (1975). A Protection Motivation Theory Of Fear Appeals And Attitude Change1. *The Journal Of Psychology*, 91(1), 93-114.

- Sabah Gazetesi (31.01.2015). “B12 Eksikliği Depresyon Nedeni”.
<https://www.sabah.com.tr/saglik/2015/01/31/b12-eksikligi-depresyon-nedeni> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Sabah Gazetesi, (05.07.2014). Tereyağının Hakkı Tereyağına.
<https://www.sabah.com.tr/cumartesi/2014/07/05/tereyaginin-hakki-tereyagina> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Sabah Gazetesi, (07.11.2017). B12 Vitamini Eksikliği Nasıl Giderilir?
<https://www.sabah.com.tr/saglik/2017/11/07/b12-vitamini-eksikligi-nasil-giderilir> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Sayılı, M. (2006). Kuş Gribinin Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi (Tokat İli Örneği).
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 23(2): 25-31.
- Smith, E. R.; Mackie, D. M. ve Claypool, H. M. (2014). Social Psychology: Fourth Edition. Psychology Press.
- Takvim Gazetesi, (19.01.2017). B12 Eksikliği Vuruyor Beyni. <https://www.takvim.com.tr/yasam/2017/01/19/b12-eksikligi-vuruyor-beyni> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Takvim Gazetesi, (25.04.2013). “Zeka Vitamini B”. https://www.takvim.com.tr/yazi_dizisi/2013/04/25/zeka-vitamini-b (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- TDK (Türk Dil Kurumu). “Korku”. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KORKU (Erişim Tarihi: 20.01.2018)
- THD, (2011). B12 Vitamini Eksikliği Tanı ve Tedavi Kılavuzu. Türk Hematoloji Derneği Ulusal Tedavi Kılavuzu.
- Time Türk, (31.10.2009). Domuz Gribi İlaç Şirketlerinin Oyunu mu?
<https://www.timeturk.com/tr/2009/10/31/domuz-gribi-ilac-sirketlerinin-oyunu-mu.html> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Topcu, Y., Baran, D., ve Denizli, G. (2016). Tüketicilerin Süt Tüketim Tercih Modellerini Temel Alan Pazarlama Taktik ve Stratejilerinin Belirlenmesi: Erzurum İli Örneği. Alinteri Ziraat Bilimler Dergisi. 31:18-32.
- Tunçay Son, G. Y., ve Bulut, M. (2016). Yaşam Tarzı Olarak Vegan Ve Vejetaryenlik. Journal of Human Sciences, 13(1), 830-843.
- USTA, B., ve YILMAZ ERSAN, L. (2015). Sütün Antioksidan Enzimleri Ve Biyolojik Etkileri. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 27(2), 123-130.
- Ünal, R. N., ve Besler, H. T. (2008). Beslenmede Sütün Önemi. Sağlık Bakanlığı Yayınları, (727).
- Van Schaik, G., Lotem, M., ve Schukken, Y. H. (2002). Trends in somatic cell counts, bacterial counts, and antibiotic residue violations in New York State during 1999–2000. Journal of Dairy Science, 85(4), 782-789.
- Vatan Gazetesi, (13.04.2015). “Çocuğunuz Çok Uyukluyorsa B12 Vitamini Eksikliği Var Demektir”.
<http://www.gazetevatan.com/cocugunuz-cok-uyukluyorsa-b12-vitamini-eksikligi-var-demektir-778927-saglik/> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).
- Wayback archive/FDA (15.09.2009). Influenza A (H1N1) 2009 Monovalent Vaccine Safety Monitoring.
<https://wayback.archive->

it.org/7993/20170404210949/https://www.fda.gov/BiologicsBloodVaccines/SafetyAvailability/VaccineSafety/ucm182290.htm (Erişim Tarihi: 30.01.2018).

Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communications Monographs*, 59(4), 329-349.

Witte, K., ve Allen, M. (2000). A Meta-Analysis Of Fear Appeals: Implications For Effective Public Health Campaigns. *Health Education And Behavior*, 27(5), 591-615.

Yeniřafak Gazetesi, (30.04.2008). 'Rafadan Yumurta Yemeyin' <https://www.yenisafak.com/saglik/rafadan-yumurta-yemeyin-114345> (Erişim Tarihi: 30.01.2018).

Yüce, S., Cüre, M. C., Cüre, E., Kızıtanır, S., Baştürk, A., ve Efe, H. (2014). B12 Vitamin Eksikliği Olan Hastalarda Kobalamin Tedavisi Öncesi ve Sonrası Ortalama Trombosit Volümünün Deđerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 39(2): 329-335.