ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 13 Sayı: 70 Nisan 2020 & Volume: 13 Issue: 70 April 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
Doi Number: http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.4113

KAPADOKYA BÖLGESİNDE YAYGIN BESLENME ÖRÜNTÜLERİ VE GIDA TÜKETİMİNE ETKİ EDEN SOSYAL, KÜLTÜREL VE EKONOMİK FAKTÖRLER (KAYSERİ VE NEVŞEHİR ÖRNEĞİ)

SOCIAL, CULTURAL AND ECONOMIC FACTORS AFFECTING NUTRITIONAL PATTERNS AND FOOD CONSUMPTION IN CAPPADOCIA REGION (CASE OF KAYSERI AND NEVŞEHİR)

Ahmet Burak KAHRAMAN[•]
Afife Büşra IŞILDAK**

Öz

Beslenme, büyüme ve gelişme, yaşamın sürdürülmesi, sağlığın korunması ve geliştirilmesi için gıdaların tüketilmesi anlamına gelmektedir. Beslenme alışkanlıkları, kültür başta olmak üzere yaşam tarzı, coğrafi özellikler, iklim, yerleşim biçimleri gibi pek çok faktörden etkilenmektedir. Bu çalışma Nevşehir ve Kayseri illerinde yaşayan toplam 200 örneklem içerisinde bireylerin beslenme alışkanlıklarını analiz etmeye yöneliktir. Üç bölümden oluşan anket formu ile bireylerin beslenme durumunu, beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörleri değerlendirmek amaçlanmıştır. Beslenme tek başına ele alınabilecek bir olgu olmadığı gibi onu olumlu anlamda etkileyen spor ve diyet konusu da bu çalışmada ele alınmıştır. Hareketsiz yaşamı etkileyen televizyon ve internette zaman geçirme süreleri de incelenmiştir. Araştırmada gelir ile beslenme pratikleri arasında önemli bir ilişki olduğu bir kez daha gözlenmiştir. Katılımcılar gelirlerinin büyük bir oranını beslenmeye ayırmaktadırlar. Genellikle katılımcıların tahıl ve buğday ürünlerinden elde edilen karbonhidrat ağırlıklı beslendikleri, et tüketimlerinin az olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların yarısına yakını reklamlardan etkilenerek ürün tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların bir kısmı yaşamlarında en az bir kez diyet yaptıklarını, fakat diyet programlarını bir diyetisyene danışmak yerine televizyon ve internetten aldıklarını ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimler: Beslenme, Beslenme Örüntüleri, Tüketim, Gıda.

Abstract

Nutrition is the consumption of food necessary for growth and development, maintaining life, protecting and improving health. Nutritional habits are effected by many factors such as culture, lifestyle, geographical features, climate. This study aims to analyze the nutritional habits of the community living in Nevşehir and Kayseri. The aim of the study is to evaluate the factors effecting the nutritional status and habits using a questionnaire. As the nutrition cannot be handled alone, sports and diet, which positively affect health, are also discussed in this study. The time spent on television and the internet which affects the affecting the immobile life was also examined. A significant relationship was observed between income and nutrition practices. The participants spent a large proportion of their income to nutrition. Generally, the participants consume carbohydrate based meals and their meat consumption is low. Nearly half of the participants stated that the advertisements affected their behaviors and hence they buy products accordingly. Some of the participants stated that they have conducted diet at least once in their lives, but they have taken their diet programs from television and the internet instead of consulting to a dietitian.

Keywords: Nutrition, Nutritional Patterns, Consumption, Food.

[•] Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, burakkahraman@erciyes.edu.tr
** İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, afifeisildak@gmail.com

GİRİŞ

1. BESLENME ÖRÜNTÜLERİ VE TÜKETİM TOPLUMU

1.1. Beslenme Alışkanlıkları, Sağlıksız Beslenme, Yeme Bozuklukları ve Obezite

Beslenme alışkanlıkları sağlıklı olabileceği gibi sağlıksız bir şekilde de olabilmektedir. Özellikle günümüz dünyasında iletişim araçları ve sosyal medya, teknolojinin öngörülebilirlikten uzak bir şekilde gıdaya uygulanması, modern hayatın dayatmaları sonucu yaşam şeklinin değişmesi ile birlikte yediğimiz yiyecekler adeta bizim düşmanımız haline gelebilmektedirler.

Yeme bozukluğu, yoğun bir diyet şekli veya çok ince olmak arzusuyla yapılan kilo kontrolünün diğer sağlıksız yöntemidir. Bir yeme bozukluğu olan anoreksiya nevroza açlık noktasında yapılan diyet olarak tanımlanır. Bir diğeri olan bulimia ise durmadan yiyerek ve yedikten sonra yediklerini kusarak kilo almaktan sakınmaktır. Yeme bozuklukları belirgin kültürel bileşenlerle anlaşılır. Modern toplumlarda toplumsal cinsiyet rolleri kadına bedeni ile ilgili bir çok sınırlama getirmektedir. Kadın kendini ne kadar zayıf olursa olsun her zaman kilolu olarak görmektedir. Anoreksiya ya da bulimiadan acı çekenlerin %95'i kadınlardır. Yemek yeme bozukluğundan mustarip olan kadınların çoğu gelişmiş ülkelerde beyaz ve zengin ailelere mensuptur. Kadınlar için ABD kültüründe incelik, başarılı olmak ve erkeklere çekici gelmek ile eş anlama gelmektedir. Bunun zıddı olarak toplumun kültürü ABD'de kilolu kadına tembel, kaba saba ve hatta aptal olarak bakılmasına yol açar (Macionis 2012: 546). Amerika'da ve gelişmekte olan bir çok ülkede kadınlar kültürün onlara sunduğu gerçek olmayan güzellik standartları ile karşılaştığında, bazılarında düşük benlik imajı gelişmektedir. Bu düşünce insanların nasıl göründüğüne odaklanan kitle iletişim araçları vasıtasıyla kadınları makyaj ürünleri, giysiler, muhtelif güzellik ürünlerini satın almaya yönlendirmektedir. Aynı zamanda pek çok kadın sağlıklarını ve yaşamlarını riske atarak diyet yapmaktadır (Macionis 2012, 547).

Özellikle bireyler diyetler konusunda uzman bir doktora görünmek ve muayene olmak yerine internetten ya da uzman olmayan birinden elde ettikleri ve çoğu zaman kötü bir şekilde sonuçlanan diyetlere rağbet etmektedirler. Kitle iletişim araçları ve medya hayatımıza birçok bilgi aktarmasına rağmen çoğu kontrol edilmemiş bilgiler olmakta ya da kitle endüstrisi tarafından reklamlar sayesinde bilinçli olarak yaşam tarzımızı değiştirmeye yönelik bir çok farklı algılamaları hayatımıza dayatmaktadır.

Kitle iletişim araçlarından özellikle televizyon, kültürel kalıpların aktarılmasında oldukça önemlidir. Adalar topluluğu olan Fiji adasına 1995 yılında ilk defa Amerika, İngiltere ve Avustralya'dan yayın yapan tek bir kablolu yayından oluşan televizyon gelmiştir. Sosyolog Anne Becker, televizyon aracılığıyla yayılan global kültürün Fiji adasında yaşayan genç kadınların kültürünü nasıl etkilediğini araştırmıştır. Aynı yıl içinde kilolarını kontrol altına almak için genç kızların %3'ünün kustuğu rapor edilmiştir. 1998 gelindiğinde ise genç kızların % 15'inin (beş katı bir artış) aynı yöntemi uyguladığı rapor edilmiştir. Anne Becker kızların %62'sinin bir önceki ay diyet yaptığını iddia ettiklerini ve %74'ünün kendisini çok iri ve şişman hissettiğini rapor etmiştir. Fiji adasında beslenme kültürü sağlıklı görünmeye ve fit olmaya dayanır. Balık ve meyve ağırlıklı iyi beslenme teşvik edilir. Buna rağmen aktarılan modern dünyanın kültürel kalıpları ile zaten sağlıklı ve zayıf olan bir çok genç kadın bedenlerinden memnun olmamaya başlamıştır (Macionis 2012: 546). Adeta bir laboratuvar ortamı gibi fırsat sunan Fiji adası halkının davranış kalıplarının ve yaşam tarzlarının Amerikan kültür ve değerlerinin karşısında nasıl etkilendiğini ve değiştiğini Becker'in araştırması net bir şekilde ortaya koymuştur.

Yeme bozuklukları arasında diğer bir ciddi problem aşırı yemeye bağlı olan obezitedir. Aşırı kilolu olmak fiziksel aktiviteleri azaltır, bir çok kalp hastalıkları, inme, diyabet gibi çok ciddi hastalıklara sebebiyet verebilir. Amerika hükümetine göre obezite, işgücü kaybı ve sağlık gibi nedenlerden dolayı her yıl 118 milyon dolara mal olmaktadır (Macionis 2012, 547). Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'ne göre, obezite, vücutta normal seviyeden fazla veya aşırı oranda yağ birikmesidir. Sağlığı bozacak şekilde vücutta aşırı yağ birikmesi obezite olarak tanımlamıştır. DSÖ fazla kilo ve obezite tanımlarını beden kitle indeksine göre yapmaktadır (WHO, 2000). Sağlığı olumsuz etkileyen kompleks ve çok faktörlü bir hastalık olarak kabul edilen obezite, günümüzde önlenebilir ölümlerin sigaradan sonra gelen ikinci en önemli nedeni olarak belirtilmektedir. Obezite, tip 2 diyabet, kalp-damar hastalıkları, hipertansiyon, hiperlipidemi, serebrovasküler hastalık, çeşitli kanserler, uyku apnesiu, karaciğer yağlanması, reflü, safra yolları hastalığı, polikistik over sendromu, infertilite ve depresyon gibi birçok sağlık sorununa neden olmaktadır (Obezite Tanı ve Tedavi Kılavuzu, 2018, 11).

Obezitenin sağlıksız beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite yetersizliği gibi iki nedeni vardır. Gündelik yaşamda birçok eylemimiz makineler tarafından yapılmaktadır. Televizyon ve internet çoğu

zamanımızı almaktadır. Beslenme tarzımız da diğer büyük bir problemimizdir. Örneğin gelişmiş ve/veya gelişmekte olan ülkelerde tipik bir birey eskiye oranla daha fazla şekerli, tuzlu ve yağlı bir şekilde beslenmektedir ayrıca yediği öğünlerin porsiyonları eskiye oranla daha da büyümüştür. ABD Tarım Bakanlığı'nın verilerine göre ortalama bir Amerikan vatandaşı 10 yıl öncesine göre yılda 84 kilogram daha fazla besin tüketmiştir. Yemek kitaplarının eski ve yeni basımları karşılaştırıldığında tariflerin önceki yıllarda altı kişi doyar dediklerine aynı tarifte ve miktarda şimdi dört kişi doyar denmektedir (Macionis 2012, 548).

Türkiye'de 1997-1998 yılları arasında obezite prevalansının incelendiği TURDEP-I isimli çalışmada 20 yaş üstü 24.788 kişinin %22,3'ünün (kadın %30, erkek %13) obez olduğu belirlenmiştir. Yaklaşık 24 bin kişinin tarandığı TOHTA araştırmasında da benzer şekilde obezite oranı %25 (kadın %36, erkek %21,5) olarak saptanmıştır. TEKHARF calışmasında ise 2000 yılında obezite prevalansının, yetişkin kadınlarda %43 ve erkeklerde %21,1 olduğu; 2003 yılında ise kadınlarda %44,2 ve erkeklerde %25,2'ye ulaştığı bildirilmiştir. 2000-2010 yılları arasında yapılan bölgesel (Trabzon, Afyonkarahisar, Bursa, Tokat, Adana, Sivas vb) çalışmalarda da Türkiye'de obezite oranının arttığı gösterilmiştir (Obezite Tanı ve Tedavi Kılavuzu, 2018: 13). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2016 verilerine göre Türkiye'de obezite oranı %19,6 olarak belirlenmiştir. 2014 verilerine göre %19,9 olan 15 yaş ve üzeri bireylerde obezite görülme oranının 2016'da %19,6' ya düştüğü gözlemlenmiştir. Cinsiyet bazında değerlendirildiğinde kadınlarda %23,9 olan obezite oranı ve %30,1 obezite sınırındakiler olarak görülmektedir. Erkeklerde ise obez bireylerin oranı %15,2 iken obezite sınırındakilerin oranı %38,6'dır (TÜİK, 2016).

Yeme bozukluklarının yanında diğer bir beslenme sorunu genetiği değiştirilmiş ve müdahale edilmiş ürünlerdir. Günümüzde dünyanın büyük bir kısmı aşırı yemekten kaynaklanan hastalıklar ile uğraşırken diğer bir kısmı ise yiyecek yemek bile bulamamaktadır. Her gün dünyada 380 milyon kişi açlıkla mücadele etmektedir. Küresel ısınmanın artması ile birlikte çölleşmenin artması ve bilinçsiz yapılan hasatlar da gıda tedarikinde azalmaya neden olmaktadır. Kimi bilim insanları olası bir besin bunalımını önlemenin anahtarını, son zamanlarda bilimdeki ve biyo-teknolojideki ilerlemelerde bulunabileceğine inanmaktadır. Bu şekilde laboratuvarlarda üretilen bitkilere genetik olarak değiştirilmiş organizmalar GDO denir. Genetik müdahaleler yalnızca ürün miktarını arttırmaya yönelik olmamaktadır. Diğer yandan bir ürünün örneğin içindeki vitamin miktarını arttırmaya yönelik ya da mantar ya da böceklere dirençli tohumlar üretmek şeklinde de olabilir (Giddens, 2012, 1013). ABD'de üretilen soya fasulyelerinin %55'i mısırın % 35'i GDO'ludur. Bunun yanında İngiltere ve Çin'de de GDO'lu ürünler yetiştirilmektedir. Genetiği değiştirilmiş ekinler oldukça yeni olduklarından bunların etkilerinin neler olacağından hiç kimse emin olamamaktadır (Giddens, 2012, 1015). Genetik müdahaleler sonucunda değişen ürünlerden belki daha fazla hasat yapılabilir, ya da daha verimli olabilirler. Fakat toplumların karşılaşabileceği riskleri önceden tahmin etmek oldukça zordur. Etkileri tahmin edilenden çok daha fazla büyük olabilir. GDO'lu ürünle Türk mutfağını da yakın zamanlarda tehdit etmektedir. Özellikle hazır gıdaların içinde genetiği değiştirilmiş mısır ya da soyaya rastlanmaktadır.

1.2. Tüketim Kültürü, Tüketim Toplumu Ve Beslenme

Tüketim olgusu günümüz modern toplumlarında salt ekonomik bir kavram olarak ele alınmamaktadır. Tüketim insanların kim oldukları ve kim olmak istedikleriyle ilgili tarzlarını korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemektedir. Tüketim, kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla içi içe geçmiş bir durum olduğu için, ekonomik olduğu kadar sosyolojik ve psikolojik de bir durumdur (Bocock, 1997, 10). Tüketimi ve tüketim toplumunu daha iyi anlayabilmek için kültürel değerler ile sembollerin oynadığı role önem vermek gerekir (Bocock, 1997, 43). Tüketim toplumu aynı zamanda tüketimin öğrenildiği ve bireylerinin tüketime alıştırıldığı bir toplumdur (Baudrillard, 1997, 90). Tüketim toplumunun belli özellikleri vardır. Bunlar öncelikli olarak üretimin arttığı ve çeşitlendiği post-fordist toplum, ödemede kolaylık kredi kartları, tüketim katedralleri yani alışveriş merkezleri ve tüketim odaklı bir kültürel ve sosyal yapıdır. Tüketim toplumunu G. Ritzer McDonaldlaşma olarak tanımlar. Ritzer, McDonaldlaşma'nın gıda sanayisininin yanı sıra eğitim, iş, sağlık, seyahat, rejim, politika, aile gibi toplumun birçok özelliğini de etkilediğini belirtmektedir (Ritzer, 2011, 23).

Bocock'a göre, modern toplumlarda birey daha çok bir kimlik inşa edebilmek ve toplumda kim olarak algılanmayı göstermek için tüketmektedir. Orta ve daha alt düzeyde sosyal statüdei bireyler, daha yüksek statüye sahip olanların bazı alışkanlıklarını kopyaladıkça yüksek statüdekiler kendi tüketim kalıplarını değiştirmek zorunda kalırlar (Bocock, 1997, 27). Çünkü tüketim toplumu hareketlidir ve geniş nüfus katmanları toplumsal hiyerarşi boyunca hareket ederek üst statüye ve kültürel talebe ulaşır (Baudrillard, 1997, 129). Tüketim toplumunda bireylerin kim oldukları yani kimlik algıları tüketim nesneleri tarafından belirlenir. Özellikle sosyal bağların giderek zayıfladığı toplumlarda kişinin sosyal kimliğini ifade

etmek ve kendisini diğerlerinden ayrı tutmak için tüketim mallarını kullanır (Kahraman, 2016). Bireyin ne yiyip ne içeceği bu eylemleri nerede ve kimler ile yapacağı tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzı ile ilgidir (Yanıklar, 2006, 115).

Tüketim özel anlamda beslenme alışkanlıklarımızı genel bir bütünsel anlamda ise yaşam tarzımızı etkilemektedir. Featherstone'a göre yaşam tarzı günümüzün favori kavramlarından biridir. Baudrillard'a göre modern tüketiciler fiziksel olarak pasiftirler. Ancak zihinsel olarak oldukça meşguldürler. Tüketim kafada çözülmesi gereken bir deneyim, beyinsel ve zihinsel bir olgudur ve vücudun gereksinimlerini doyuran basit bir süreç olmaktan çıkmıştır. Tüketim fikirlerin televizyon ve reklamlardaki görüntülerin tüketilmesi anlamını içerir. Satın alınanlar sadece basit, doğrudan, faydacı bir kullanımı olan maddi bir nesne değil bir anlam ileten o sırada tüketicinin kim olmayı amaçladığını sergilemek amacıyla kullanacağı nesnelerdir (Bocock, 1997, 59).

Baudrillard'a göre tüketim kalıplarını gelirn dışında ailenin kültürel değerleri de etkilemektedir. Aydınlanma Çağının felsefesi bilmeye cüret edinizdir. Günümüz modern tüketim toplumunun mottosu da her şeyi deneyenizdir. Baudrillard da tüketim toplumunda her şeyi denemek gerektiğini ifade eder (Baudrillard,1997: 89). Bireyler kültür endüstrisi tarafından Herbert Marcuse'un ifade ettiği sahte ihtiyaçlar ile sağlanan yeni ihtiyaçları reklamlar yoluyla asimile etmesi insanları dinlenme, eğlenme, davranma ve tüketme, başkalarının sevdiklerini sevme ve nefret ettiklerinden nefret etme konularında homejen bir hale getirmekte ve beğenilere dayanan yeni sınıfların oluşmasına hizmet etmektedir (Yanıklar, 2006, 111).

Tüketim toplumunda beslenme kültürünün rolü büyüktür. Tüketim alışkanlıklarımız yiyeceğimiz besinlerin ne olacağı ya da hangi şekillerde olacağını kültür endüstrisinin mutfağı belirler. H. Marcuse'un ifade ettiği gibi artık acıktığımızda ekmek değil pasta yeriz. Bu aslında sahte yapay bir ihtiyaçtır. Aslında kendi doğallığımızdan uzaklaşmamıza yol açmaktadır. Bu nedenle kültür beslenme alışkanlıklarında önemli bir rol oynamaktadır.

1.3. Beslenme Alışkanlıkları, Kültür Ve Ekonomi İlişkisi

Beslenme alışkanlıkları kültür, sosyal ve ekonomik yapı ile doğrudan bağlantılıdır. Sosyal bilimlerde kültür, insan toplumunda biyolojinin dışında toplumsal araçlar ile aktarılıp iletilen her şey olarak tanımlanır. Kültür, insan toplumlarının sembolik ve öğrenilmiş yönlerini anlatan genel bir terimdir. Sosyal antropolog Edward Taylor kültürü, bilgi, inanç, sanat, ahlak ve gelenek olarak öğrenilmiş yapıyı gösterdiği şeklinde tanımlamaktadır (Marshall, 1999, 442). Genel olarak kültür, düşünce biçimleri, davranış biçimi ve maddi nesnelerle birlikte insanların yaşam biçimi olarak ifade edilebilir. Kültür ne düşündüğümüzü, nasıl davrandığımızı ve neye sahip olduğumuzu kapsamakta ve hem geçmişle olan bağımız hem de gelecek için kılavuzumuz durumundadır (Macionis, 2012, 58).

Toplumsal değişmeyi ve kültürü etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Küreselleşme, göç, teknolojik ve bilimsel gelişmeler, kitle iletişim alanında yaşanan pek çok ilerleme ve gelişme toplumsal yapının değişimine sebep olmaktadır (Yeşildal, 2012, 55-57). Yaşanan bu değişimler, yemek yeme eylemini olduğunu kadar besinlerin üretimi, dağıtımı, pişirilmesi ve tüketimini de değiştirmiştir. Yemek kültürü de tarih boyunca her coğrafyada farklı zaman dilimlerinde ve iklimlerde değişime maruz kalmıştır. İnsanlık tarihinin sosyo-ekonomik ve siyasi dönüşümleri beslenme tarzlarında da değişimlere sebep olmuştur (Kanık, 2016, 10).

Günümüzde beslenmenin önemli unsuru olan gıda üretimi çok farklı aşamalar kaydetmiştir. Gıda üretiminde teknolojinin kullanılmasıyla birlikte biyo-teknolojik uygulama ve müdahaleler gıdaların yapısında ve içeriğinde önemli değişimler yaratmıştır (Akarçay, 2014, 23). Örneğin modernleşme, sanayileşme ve kentleşme sonucunda dışarıda yemek olgusu artış göstermiştir. Günümüzde geçmişe oranla daha fazla insan dışarıda yemek yemektedir (Akarçay ve Suğur, 2015, 3). Sanayi toplumu ile birlikte çalışan insan sayısında artış olmuş, bireylerin seyahat etme sıklıkları artmış ve evden ayrı geçirilen süreler arttıkça dışarıda yemek yemede zorunlu bir faaliyet haline gelmiştir (Dede, 2011, 175). Bununla birlikte teknolojinin gelişmesi ile birlikte (mikrodalga fırın ısıt ye türü hazır gıdalar vb.) kadının evden çıkarak işgücüne katılımı sonucunda evde geleneksel yöntemler ile hazırlanan gıdalar yerine hazır gıdalara yönelim önceki yıllara göre giderek artmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada keşifsel ve tanımlayıcı araştırma modellerinin kullanılması amaçlanmıştır (Kurtuluş, 2004: 251-254). Araştırmada veri toplamı yöntemi olarak anket tasarlanmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul edilen 200 kişi ile anket yapılmıştır. Anket formu, 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik

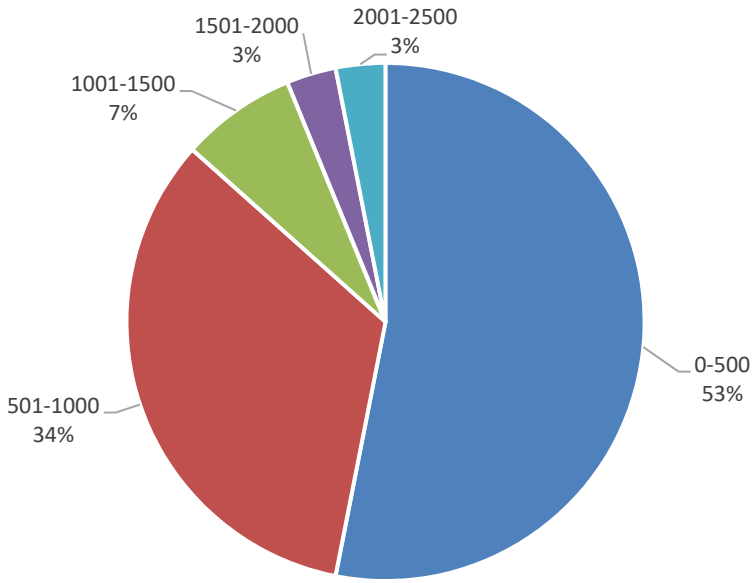
özellikler, ikinci bölümde beslenme alışkanlıkları üçüncü bölümde ise gıda ürünlerini tüketim alışkanlıklarına yer verilmiştir.

Anket formunun düzenlenmesinde kapalı ve açık uçlu sorular kullanılmıştır. Anketin uygulanması Nevşehir ve Kayseri ilinde yüz-yüze yapılmıştır. Verilerin analizi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) istatistik paket programından yararlanılmıştır. Analizlerde t-testi kullanılmıştır. Anket verilerinin SPSS programına girişi Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji yüksek lisans öğrencisi Elif Yirmidokuz tarafından yapılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1. Beslenme ve Gelir Düzeyi Arasındaki İlişki

Beslenme, büyüme, gelişme, yaşamın sürdürülmesi, sağlığın korunması ve geliştirilmesi için gıda tüketimidir (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi, 2003, 10). Türkiye beslenme ve beslenme sorunları konusunda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin özelliklerine sahiptir. Türkiye'de halkın beslenme durumu coğrafi nitelik, iklim, mevsim, sosyo-ekonomik ve kültürel düzey, yerleşim yeri gibi faktörlerden etkilenmektedir. Bu durumun temel nedenlerinden biri de gelirdir (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi, 2003, 10). Yılmaz (2008)'e göre hane gelir düzeyi arttıkça, gıda harcamalarının payı azalmaktadır. Bunun yanı sıra tüketilen gıdaların bileşimi, kalitesi ve çeşidi değişmektedir. Kırda yaşayanlar, alt ve alt orta sınıf, tahıla yönelik beslenme tarzına sahipken, kentlerde yaşayanlar, üst orta ve üst sınıfın tüketimi çeşitlilik göstermektedir (Yılmaz, 2008, 84). TÜİK'in hane halkı tüketim harcamaları dağılımında, gıda ve alkolsüz içeceklerin oranı %20,3'tür (TÜİK, 2018). Çalışmamızda görüşülenler gelirlerinin büyük bir kısmını beslenme için ayırmaktadırlar. Katılımcıların aylık mutfak masrafları Şekil 1'de gösterilmiştir. Görüşülenlerin %53'ünün aylık mutfak masrafı 500 TL'dir. Şekil 1'de de görüleceği üzere, görüşülenlerin %34'ünün aylık mutfak masrafı 501-1000 TL, %7'sinin aylık mutfak masrafı 1001-1500 TL, %3'ünün aylık mutfak masrafı 1501-2000 TL, %3'ünün aylık mutfak masrafı 2001-2500 TL'dir.



Şekil 1. Görüşülenlerin aylık mutfak masrafı

Gelir, gıda tüketiminin çeşidi, miktarı ve kalitesini etkilemektedir (Gül ve ark., 2003: 84). Gelir dağılımı ve aylık mutfak masrafı değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirlerinin 1600 TL ile 5000 TL arasında farklılık gösterdiği saptanmıştır. Gelir dağılımı arasındaki bu farklılık da aylık mutfak masraflarına ayrılan bütçeye de yansımaktadır. Görüşülenler gelirlerinin büyük bir oranını aylık beslenme için ayırmaktadırlar.

3.2. Gıda Tüketimi ve Tüketilen Ürünler

Türkiye geneli gıda tüketimi ele alındığında, tahıl ve tahıl ürünleri ilk sırada yer almaktadır. Bu çalışmada katılımcılar buğdayı genellikle ekmek, makarna ve bulgur şeklinde tüketmektedirler. Tahıl tüketiminin yanı sıra ikinci sırada sebze tüketimi bulunmaktadır.

Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi Raporu'na göre et ve et ürünleri içerdiği protein yönünden zengin olmalarına ve Türk mutfağında dana ve kuzu etlerinin önemli yer tutmasına rağmen bu ürünlerin tüketim oranı %3 gibi oldukça düşük bir orandır. Süt ve süt ürünlerinden en fazla tüketilenler ise, yoğurt ve peynirdir (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi, 2003, 10). Yine aynı rapora göre Marmara, Ege ve Akdeniz kıyı bölgelerinde zeytinyağı tüketim alışkanlığı yaygındır (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi, 2003, 10). Yıllar içerisinde besin tüketim eğilimi incelendiğinde ekmek, süt, yoğurt, et, taze sebze ve meyve tüketiminin azaldığı; yumurta ve şeker tüketiminin arttığı tespit edilmiştir. Yağ tüketim miktarında ise, sıvı yağ tüketimi katı yağ tüketimine oranla artmıştır (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi, 2003, 10).

Tavuk ve balık tüketimi besin çeşitliliği ve yeterli besin öğesinin alınması konusunda önemli bir yere sahiptir. Çalışmamızda et tüketimi haftada bir veya iki kez olduğunu söyleyenlerin oranı %65,5, haftada 4 veya 5 kez olduğunu söyleyenler %5,5, hiç tüketmeyenlerin oranı %8,5'tir. Et tüketimi, haftalık tüketimde gram olarak, 250 gr tüketenlerin oranı %5,5, 500 gr tüketenler %22,5, 1000 gr tüketenlerin oranı ise %17'dir. Tavuk tüketimi için elde edilen veriler ise şu şekildedir; haftada bir veya iki kez tavuk tüketenlerin oranı %67,5, dört veya beş kez tüketenler %2'dir. Haftalık balık tüketiminde bir veya iki kez tüketenler %59, dört veya beş kez tüketenlerin oranı ise, %2'dir. Et ve balık tüketimi örneklem grubumuzda oldukça düşüktür. Et tükettiğini söyleyenlerin büyük bir oranı gram olarak bakıldığında az bir miktar ifade etmiştir. Et fiyatlarının son yıllarda artması et tüketimini olumsuz etkilemektedir.

Gıda ürünleri tüketiminde et ve et ürünlerinin beslenme ve sağlık açısından önemi büyüktür. Et vitamin ve mineral açısından zengin bir gıdadır (Türkiye Beslenme Rehberi, 2016: 39). Bu nedenle dengeli bir beslenme için et tüketimi oldukça önemlidir. Besin değeri açısından önemli bir yeri olan yumurta da protein kalitesi yüksek bir besindir. Yumurtanın sarısı demir, A vitamini ve B grubu vitaminleri açısından zengin olup, C vitamini haricindeki tüm besin öğelerini farklı miktarlarda içermektedir (Türkiye Beslenme Rehberi, 2016: 40). Bu araştırmaya katılan katılımcıların yumurta tüketim sıklığı şu şekilde ifade edilebilir; her gün tüketenlerin oranı %33,5, haftada bir veya iki kez tüketenler %27, haftada 4 veya 5 kez tüketenlerin oranı %23,5'dir. Hiç tüketmeyenlerin oranı ise %4'tür. Katılımcıların yarıya yakın kısmının yumurta tüketiyor olması beslenme ve sağlık açısından oldukça önemlidir.

Süt ve süt ürünleri canlıların büyümeleri ve gelişimlerini sağlıklı bir şekilde tamamlamaları için gerekli olan besin öğelerini içerisinde barındırır. Süt ve süt ürünlerinin tüketimi insan hayatı için önemli bir değerdir (Çelik, 2002, 44). Süt ve süt ürünleri, protein, kalsiyum ve B grubu vitaminleri gibi birçok besin öğesi için önemli kaynaklardır. Süt ve süt ürünlerinin içerdiği protein her yaş grubunda vücuda önemli katkılar sağlar. Çocukluk döneminde büyüme, yetişkinlikte ise doku onarımına büyük katkılar sağlar (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi, 2003, 20).

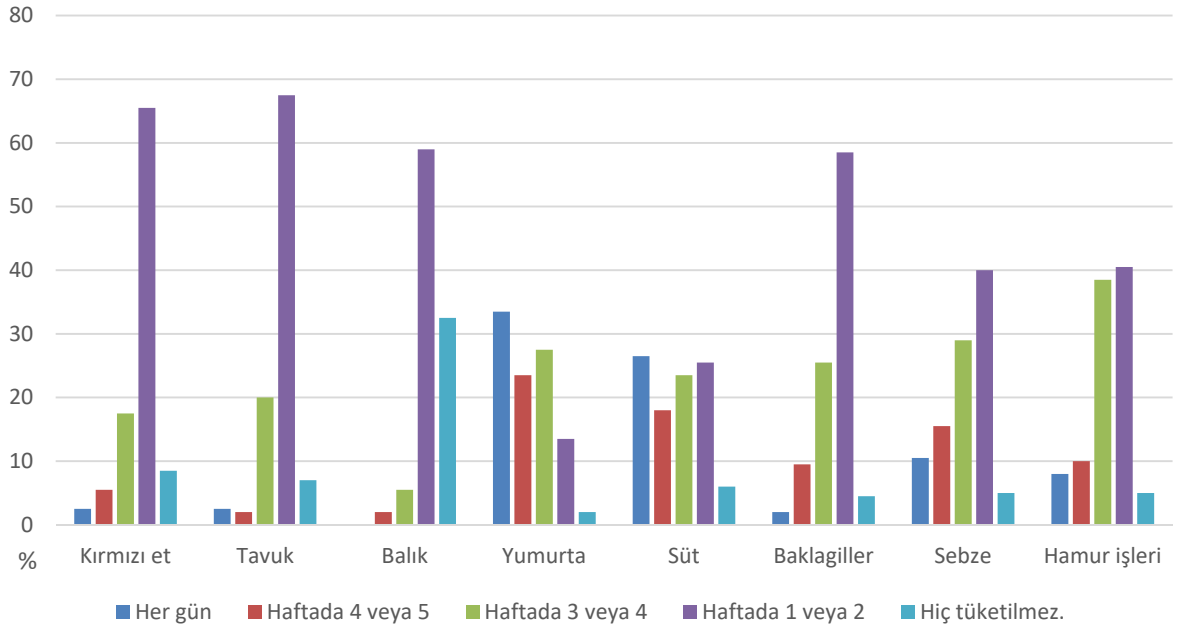
Ülkemizde 2018 yılı için kişi başı içme sütü tüketiminin yaklaşık 41,5 kg olduğu belirtilmiştir (Ulusal Süt Konseyi, 2018: 38). Çalışmamızda haftalık süt tüketim miktarıyla ilgili elde edilen veriler, her gün süt içenlerin oranı %26,5, haftada bir veya iki kez içenler %25,5, dört veya beş kez içenlerin oranı ise %18'dir. Hiç tüketmeyenler ise %6'lık bir kısmı oluşturmaktadır. Süt ve süt ürünlerinin içerdiği kalsiyum miktarı da göz önüne alındığında her gün süt içenlerin sayısının fazla olduğu görülmekle birlikte hiç içmeyenlerde bulunmaktadır. Bunun pek çok sebebi olmakla birlikte yapılan araştırmalarda, tüketicilerin sütün etkileri üzerinde önyargıları olduğu görülmektedir. Örneğin, sütün şişmanlattığı, ambalajlı sütün koruyucu madde içerdiği konusunda düşünceler bulunmaktadır (Akbay ve Tiryaki, 2007, 89).

Nohut, mercimek, bakla, fasulye, bezelye ve börülce ülkemizde yaygın olarak tüketilen kuru baklagillerdendir. Protein değeri yüksek olan bu besinler, kalsiyum, çinko, magnezyum ve demir yönünden de zengindirler (Türkiye Beslenme Rehberi, 2016, 40-41). Görüşülenlerin haftalık gıda tüketimleri Şekil 2'de gösterilmiştir. Haftalık tüketilen gıda ürünleri, kişi sayısı ve tüketim sıklıkları verilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların haftalık kuru baklagilleri tüketme miktarları, bir veya iki kez tüketenlerin oranı %58,5, haftada dört veya beş kez tüketenlerin oranı ise %9,5'dir. Besin değeri ve çeşitliliği açısından haftalık en az bir veya iki kez kuru baklagillerin tüketilmesi önemlidir.

Sebze ve meyvelerin enerji içerikleri nispeten düşüktür. Ayrıca bu besinler sağlık üzerinde olumlu etkileri olan çeşitli biyoaktif bileşenleri içermektedir. Sebze ve meyvelerin içerdiği potasyum ve magnezyum sayesinde kan basıncını düzenlenmektedir. Aynı zamanda düşük enerji içeriğine sahip olmaları dolayısıyla obeziteye karşı koruyucu özellikleri bulunmaktadır (Türkiye Beslenme Rehberi, 2016, 42). Araştırmaya katılan katılımcıların haftalık sebze tüketimleri, her gün tüketmekte olanların oranı %10,5, haftada bir veya

iki kez, tüketenler %40, dört veya beş kez tüketenlerin oranı ise, %15,5'dir. Beslenme çeşitliliği açısından sebzelere de yer verilmesi besin rutinine de katkı sağlamaktadır. Sebzelerin günlük beslenme alışkanlığını da zenginleştirmektedirler.

Hamur işleri olarak tabir edilen kek, poğaça, börek, kurabiye vb. ürünleri haftalık tüketim durumları, her gün tüketenlerin oranı %8, iki veya üç kez tüketenler %38,5, dört veya beş kez tüketenlerin oranı %10, hiç tüketmeyenler ise %2,5'dir. Bu ürünlerin tedarik edilmesinde konusunda, ürünleri kendisi yapanların oranı %3, dışarıdan alanların oranı %24,5'dir. Hamur işleri olarak tabir edilen ürünlerin karbonhidrat değerlerinin yüksek olduğu ve kalorisi fazla olan ürünler oldukları bilinmektedir. Tüketim sıklığına bakıldığında Türk mutfağının ve misafir ağırlama kültürünün vazgeçilmez ürünleri olmaları sebebiyle haftalık tüketimin fazla olmasını bu şekilde okumak mümkündür.

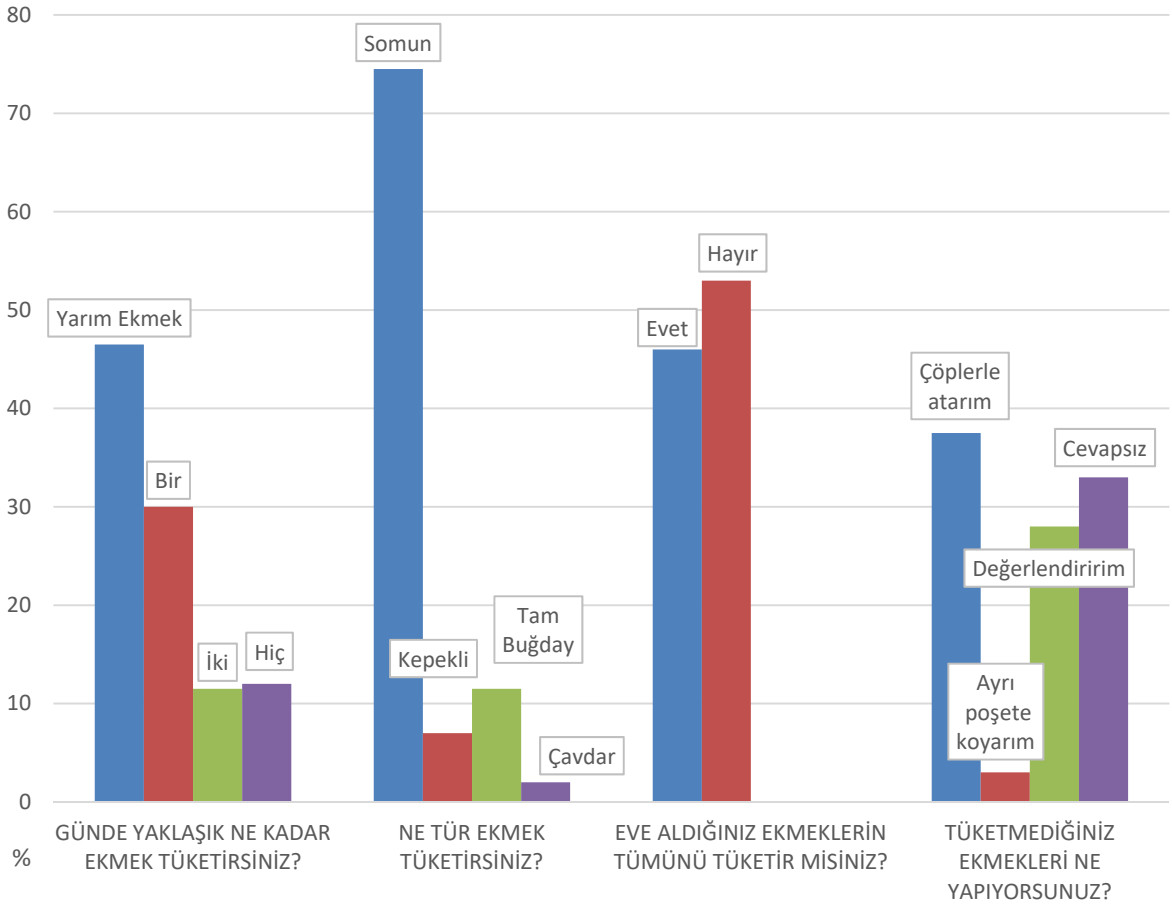


Şekil 2. Görüşülenlerin haftalık gıda tüketimleri

Tahıllar toplumun temel besin grubudur (Türkiye'ye Özgü Beslenme Rehberi, 2015: 34). En fazla tüketilen tahıl ürünü ekmektir. Tahıl ve tahıl ürünleri, vitamin, mineral ve karbonhidrat ve diğer besin öğelerinin de kaynağı olması bakımından temel besin ürünleridir. Ayrıca karbonhidrat bakımından da zengindirler. Tahıllar bu anlamda vücudun temel enerji kaynağıdır (Türkiye Beslenme Rehberi, 2016: 42).

Görüşülenlerin ekmek tüketimi ve tüketilen ekmeğin türü ile ilgili veriler Şekil 3'te verilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların ekmek tüketimine yönelik elde edilen veriler, günlük yarım ekmek tüketenlerin oranı %46,5, bir ekmek tüketenler %30, iki ekmek tüketenler %11,5, hiç tüketmeyenlerin oranı ise, %12'dir.

Tüketilen ekmeğin türü de elde edilen veriler arasındadır. Tam tahıl unları kullanılarak üretilen ekmeklerin besleyici değeri beyaz undan yapılandan daha fazladır (Türkiye Beslenme Rehberi, 2016: 43). Tüketilen ekmeğin türü konusunda katılımcılardan beyaz ekmek tüketenlerin oranı %74,5, kepekli ekmek tüketenler %7, tam buğday ekmeği tüketenler %11,5, çavdar ekmeği tüketenlerin oranı ise %2'dir. En fazla beyaz undan yapılan ekmek tüketilmektedir. Beyaz undan yapılan ekmeğin enerji miktarı diğer ekmeklere göre daha fazladır. Ekmeklerin enerji miktarı ve besleyici değerlerinin bilinmesi sağlık ve beslenme konuda önemli olmaktadır. Alınan ekmeklerin hepsinin tüketimi konusunda katılımcıların %46'sı hepsini tükettiğini, %53'ü hepsini tüketmediğini belirtmişlerdir. Ekmek israfı konusunda katılımcıların neredeyse yarısı, ekmeğin hepsini tüketmemektedir. Tüketilemeyen ekmekleri ise, katılımcıların %34'ü ayrı bir çöp poşetine koyduğunu, %3'ü çöplerle birlikte attığını, %28'i değerlendirdiğini söylemişlerdir. Tüketilemeyen ekmeklerle börek yapıldığı, galeta unu elde edildiği, hayvanlara verildiği, daha sonra tost yaparak yenildiği de ifade edilmiştir.

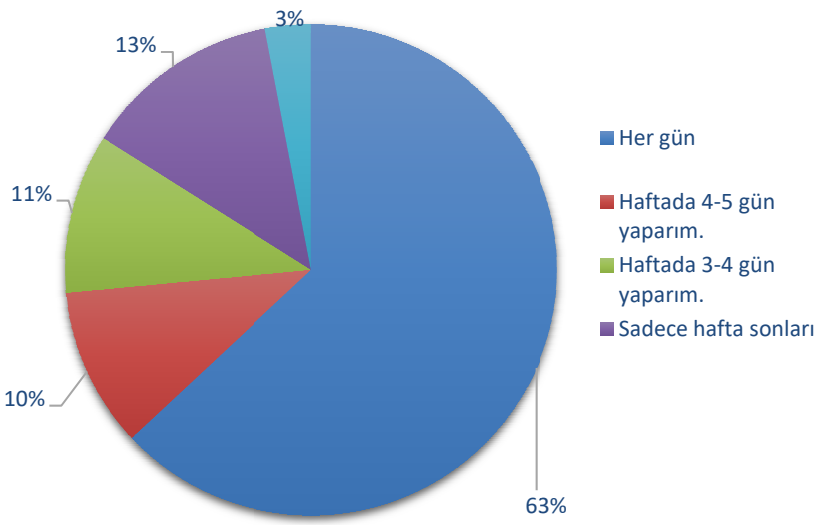


Şekil 3. Görüşülenlerin ekmek tüketimi ve tüketilen ekmeğin türü

3.3. Beslenme Alışkanlıkları ve Öğünler

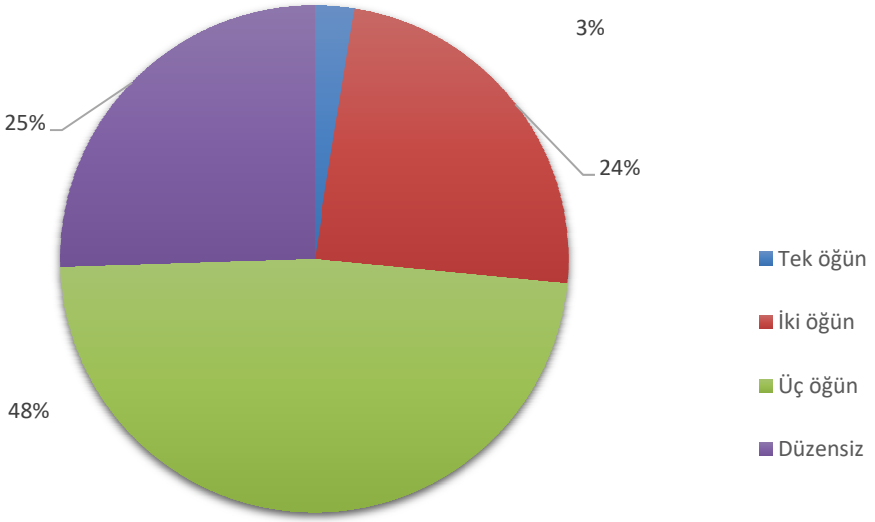
Sağlıklı ve dengeli beslenmenin temel koşullarından biri de kahvaltı ve günlük öğünlerdir. Kahvaltının düzenli olarak yapılması doğru besin zinciriyle birlikte büyüme, gelişme ve sağlığın korunmasında önemlidir. Kahvaltı günün geri kalanında enerji alımını düzenlemeye de yardımcı olmaktadır (Türkiye'ye Özgü Beslenme Rehberi, 2015, 41).

Görüşülenlerin sabah kahvaltısı yapma sıklıkları ile günlük kaç öğün yedikleri sırasıyla Şekil 4 ve 5'te gösterilmiştir.



Şekil 4. Görüşülenlerin sabah kahvaltısı yapma alışkanlıkları

Sabah kahvaltısı yapma alışkanlıkları sorulan katılımcıların, %63'ü her gün kahvaltı yaptığını, %11'i haftada üç veya dört gün yaptığını, %10'u haftada dört veya beş kez yaptığını, %13'ü de sadece hafta sonları kahvaltı yaptıklarını söylemişlerdir. Günün en önemli öğünü olan kahvaltı konusunda hiç yapmam diyenlerinde bulunduğunu söylemek mümkündür. Hiç kahvaltı yapmayanların oranı ise %3'tür.



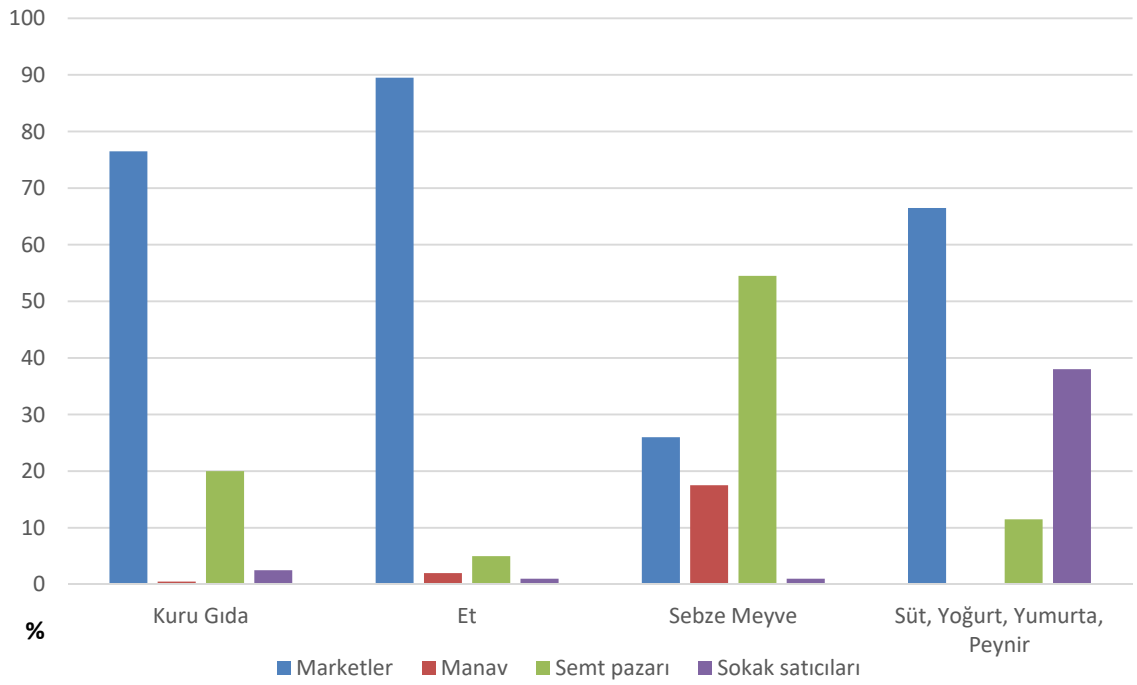
Şekil 5. Görüşülenlerin günlük yemek öğünleri

Araştırmaya katılan katılımcıların günlük yemek öğünleri, tek öğünle beslenenlerin oranı %3, iki öğünle beslenenler %24, üç öğün beslenenler %48, düzensiz beslenenlerin oranı ise %25'tir. Sağlıklı olmanın temel koşullarından birinin de düzenli öğünlerle beslenme olduğu düşünüldüğünde katılımcıların yaklaşık yarısının üç öğün yediği görülmektedir. Bunun yanı sıra düzensiz beslendiğini söyleyen katılımcı oranı da yüksektir.

3.4. Gıda Alışverişi Yapılan Yerler ve Hazır Gıda Tüketimi

Gıdaların kalitesi, güvenliği, çeşitliliği, menşeinin önemli olması kadar satışının yapıldığı yerler de önemlidir. Görüşülenlerin tükettikleri gıda ürünleri ve bu ürünlerin alışverişinin yapıldığı yerler Şekil 6'da gösterilmiştir. Katılımcıların kuru gıdalarını aldıkları yerler konusunda elde edilen veriler ise, %76,5'i

marketlerden, %20'si semt pazarından, %3,5'i manavlar ve sokak satıcılarından almaktadırlar. Etlerini marketlerden alanların oranı %86,5, semt pazarından alanlar %54,5, manavlar ve sokak satıcılarından alanların oranı ise %6'dır. Sebze ve meyvelerini marketlerden alanların oranı %26,5, semt pazarından alanlar %54,5, manav ve sokak satıcılarından alanlar %18,5'dir. Süt ve süt ürünlerini, marketlerden alanların oranı 66,5, semt pazarından alanlar 11,5, sokak satıcılarından alanların oranı ise %19'dur.

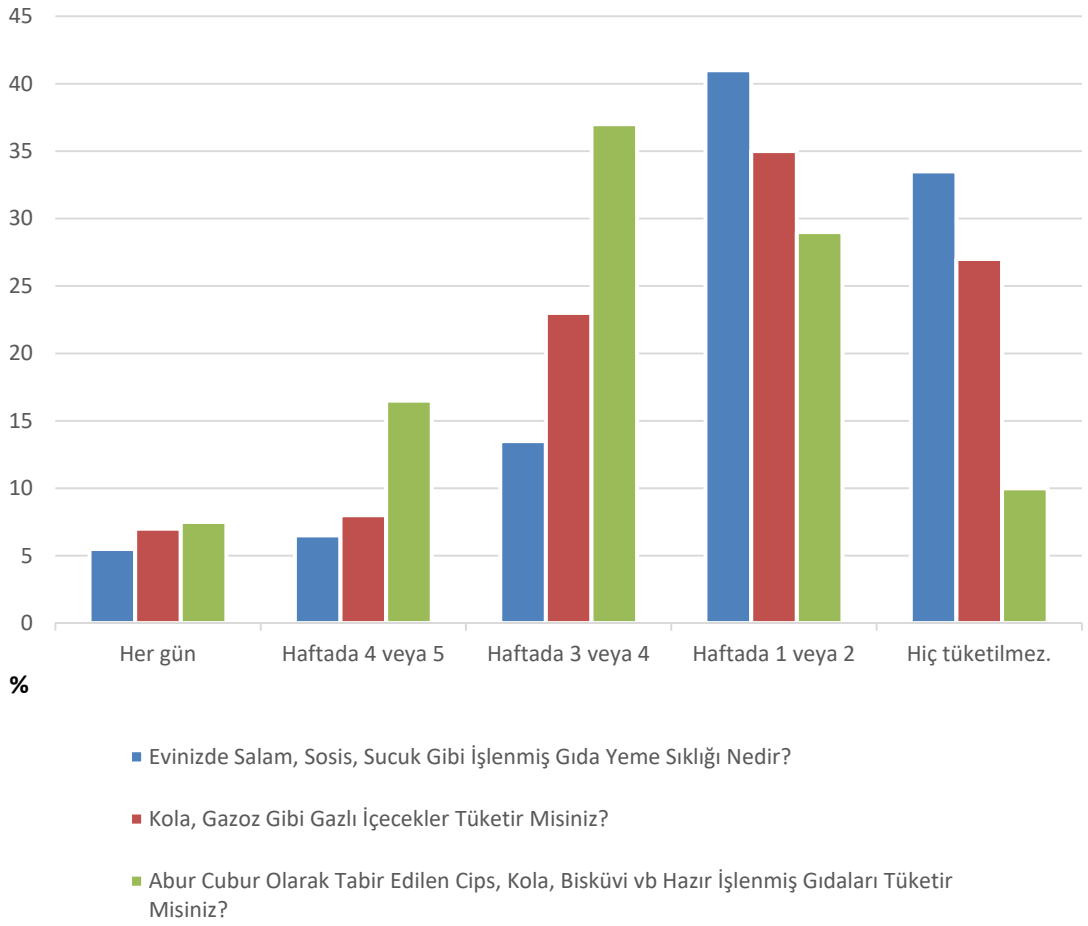


Şekil 6. Görüşülenlerin tükettikleri gıda ürünleri ve bu ürünlerin alışverişinin yapıldığı yerler

Tüketim toplumunda marketler ve alışveriş merkezleri merkezi bir rol oynamaktadır. Katılımcılar gıda alışverişlerinin büyük bir kısmını marketlerden yapmaktadırlar. Diğer ürünlere oranla sadece süt ürünlerinde sokak satıcılarından alınması biraz daha fazladır.

Hayat temposunun hızlanması, çalışma koşullarının değişimi, kadının iş hayatına girmesi, yemek ve tüketim alışkanlıklarında değişmelere sebep olmuştur. Eşlerinin her ikisinin de çalıştığı ailelerde yemek konusu önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Yemek pişirme, sofra kurma, bulaşık yıkama zaman ve emek bakımından eşler arasında sorun olabilmektedir. Bu durum ise çoğu zaman aileleri hazır gıda tüketimine yöneltmektedir (Koç, 2013: 59). Çalışmamızda hazır gıda, işlenmiş gıdalar (salam, sucuk, sosis vb.), gazlı içecekler, abur cubur olarak tabir edilen (cips, bisküvi vb.) ürünlerin kullanım miktarları belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar Şekil 7'de gösterilmiştir. İşlenmiş gıdaları her gün tüketenlerin oranı %5,5, haftada bir veya iki kez tüketenler %41, hafta üç veya beş kez tüketenlerin oranı %20, hiç tüketmeyenlerin oranı ise %33,5'dir.

Gazlı içeceklerin tüketiminde katılımcıların %7'si çok sık, %8'i sık sık, %23'ü ara sıra, %35'i nadiren, %27'si ise hiç tüketmediklerini belirtmişlerdir. Abur cubur olarak tabir edilen ürünlerin tüketiminde, çok sık tükettiğini söyleyenlerin oranı %7,5, sık sık tüketenler %16,5, ara sıra tüketenler %37, nadiren tüketenler %29, hiç tüketmeyenlerin oranı ise %10'dur.



Şekil 7. Görüşülenlerin hazır gıda, işlenmiş gıdalar, gazlı içecekler ve abur cubur olarak ürünlerin kullanım miktarları

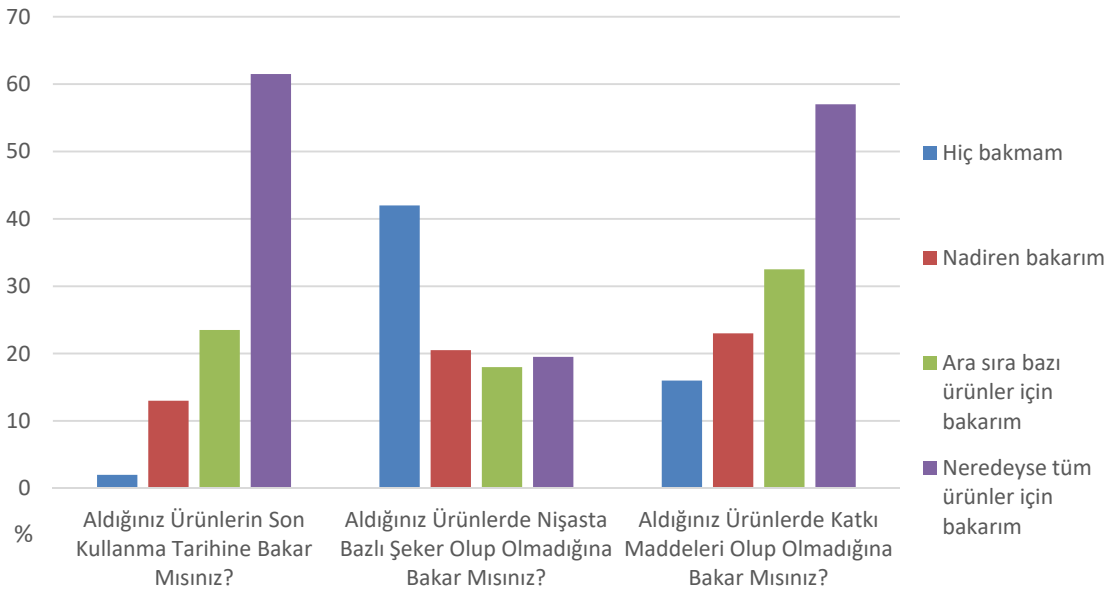
Yukarıdaki tabloda gösterilen sütunlarda, işlenmiş gıda ürünlerini her gün tüketenlerin oranı hiç tüketmeyenlere göre nispeten daha azdır. Bu da sağlıklı ve dengeli beslenen bireyler açısından önem arz etmektedir.

3.5. Bilinçli Tüketici Olarak Etiket Okuma Alışkanlığı

Günümüzde sağlıklı beslenme konusunda tüketici talebinde değişimler yaşanmaktadır. Bunlar, ayrıntılı bilgi edinme, doğruluk, güvenilirlik, kullanım kolaylığı ve rahatlığıdır. Gıdalar hakkında daha ayrıntılı bilgiye sahip olmak isteyen tüketiciler, etiketleri dikkate almaya başlamışlardır. Etiketlerde ürünlerin son kullanma tarihleri, saklama ve pişirme koşulları, menşei, doğaya uyumu gibi konular bulunmaktadır. Aynı zamanda bilinçli tüketiciler, gıdanın kalori miktarı, içerisindeki mineraller, vitamin değerleri gibi bilgiler için etiketleri okumaya özen göstermektedirler. Tüketiciler temel gıdaların besin özelliklerini bilmelerine rağmen, paketlenmiş, işlenmiş, kompleks ve yeni gıdaların besin değerlerini bilememektedirler (Kavas, 1991). Bu anlamda etiket üzerindeki beslenme bilgisi tüketiciye, gıdaların besin değerleri, gıda güvenliği, gıdaların içeriği, dengeli ve besleyici gıda seçimi konusunda önemli bilgiler sunmaktadır. Etiket okuma alışkanlığı edinmek, farkında ve bilinçli tüketiciler olma yolunda atılan önemli bir adımdır (Yılmaz, 2008, 107).

Görüşülenlerin etiket okuma alışkanlıkları Şekil 8'de gösterilmiştir. Bu araştırmada, katılımcıların aldıkları ürünlerin katkı maddesi içerip içermediğine bakma konusunda verdikleri bilgiler, %16'sı hiç bakmadığını, %23'ü nadiren baktığını, %32,5'i bazı ürünler için ara sıra baktığını, %28,5'i aldığı bütün ürünler için baktığını ifade etmiştir. Etiket okuma alışkanlığı kazanmak, bilinçli tüketicilerin oluşması bakımından önemlidir. Alınan ürünlerin son kullanma tarihlerine bakmaları açısından katılımcıların %2'si hiç bakmadığını, %13'ü nadiren baktığını, %23,5'i ara sıra bazı ürünler için baktığını, %61,5'i ise tüm ürünlerin son kullanma tarihlerine baktıklarını belirtmişlerdir. Son kullanma tarihi, ürünün güvenliği,

kalitesi ve sağlık açısından son derece önemlidir. Kısa sürede tüketilmesi gereken ürünlerin olduğu düşünüldüğünde bu araştırmada da neredeyse yarısından fazlasının etiket okuma alışkanlığının olduğu görülmüştür. Katılımcıların ürünlerin içeriğine bakma konusunda da, %42'si hiç bakmadığını, %20,5'i nadiren baktığını, %18'i ara sıra bazı ürünler için baktığını, %19,5'i tüm ürünler için baktığını ifade etmiştir. Tüketiciler genellikle aldıkları ürünlerin son kullanma tarihlerine bakmaktadırlar. Fakat ürünün içeriğine ve katkı maddesi olup olmadığına bakanların oranı daha düşüktür.



Şekil 8. Görüşülenlerin etiket okuma alışkanlıkları

Elde edilen veriler ve yukarıdaki bilgiler ışığında etiket okuma alışkanlığına dair tablo hazırlanmıştır. Dengeli ve sağlıklı beslenme için gıda ürünlerinin içeriklerini, besin değerlerini, pişirme-saklama yöntemleri ve son kullanma tarihlerini bilmek önemlidir. Bilinçli bir tüketicinin de etiket okuma alışkanlığı edinmesi bu konuda önemli bir husustur.

3.6. Gıda Tüketimini Etkileyen Husus Olarak Reklamlar

Tüketicilerin gıda maddesi satın alırken tüketim davranışını etkileyin hususların başında reklamlar gelmektedir. Reklamlar, tüketicinin satın alma davranışlarını etkileyen önemli tüketim aracıdır. Reklamlarda sunulan ürünler tüketicinin ürün seçimini etkileme gücüne sahiptir. Ürünlere dair yapılan kampanyalar, indirimler reklamlar aracılığı ile tüketiciye sunulmaktadır. Reklamlar, tüketicilere ürüne dair bilgi taşır ve tüketicinin algısına değiştirebilme özelliğine sahiptir. Tüketicinin ürüne dair algısının değişmesi ise, tüketim davranışı ve tercihlerini değiştirebilir. Değişen tüketici davranışları, ürünlerin satışını ve tüketicinin sepetindeki ürünleri değiştirebilir (Foker ve Ward, 1993 akt. Yılmaz, 2008). Bu araştırmada reklamların tüketicinin ürün tercihlerine etkisi değerlendirildiğinde, %34'ü reklamlardan etkilenerek gıda ürünleri aldığını, %66'sı ise reklamlardan etkilenmediklerini ifade etmişlerdir.

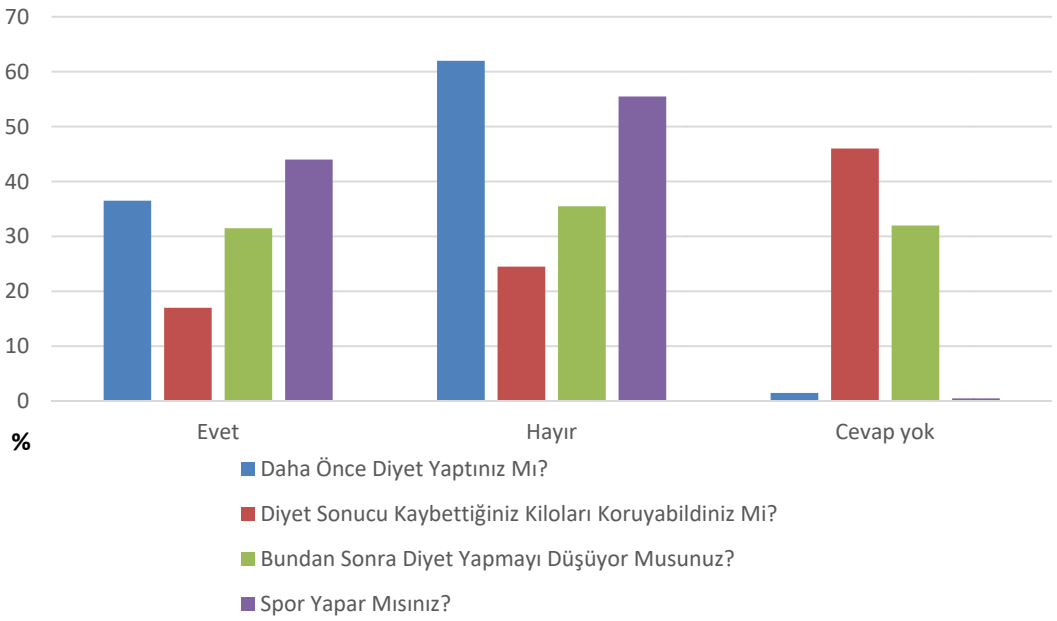
Katılımcıların yarısından fazlası ürün tercihlerinin reklamlardan etkilenmediğini ifade etmişlerdir. Yine de yarıya yakın bir oranda katılımcı da tüketim davranışlarında ve ürün tercihlerinde reklamlardan etkilendiklerini ifade etmektedir. Gün boyu maruz kalınan reklamlar düşünüldüğünde de bu veriler ürün tercihleri konusunda anlamlı olmaktadır.

3.7. Sağlıklı Beslenmede Spor ve Diyet İlişkisi

Bireylerin fiziksel ve zihinsel anlamda sağlıklı olmaları, Yeterli ve dengeli beslenmenin yanı sıra çeşitli fiziksel aktivite ile mümkün olabilmektedir. Düzenli yapılan egzersizler ve diyetler, vücut ağırlığını kontrol edilmesi ve sürdürülmesinde, uygun vücut bileşiminin sağlanmasında önemli olmaktadır.

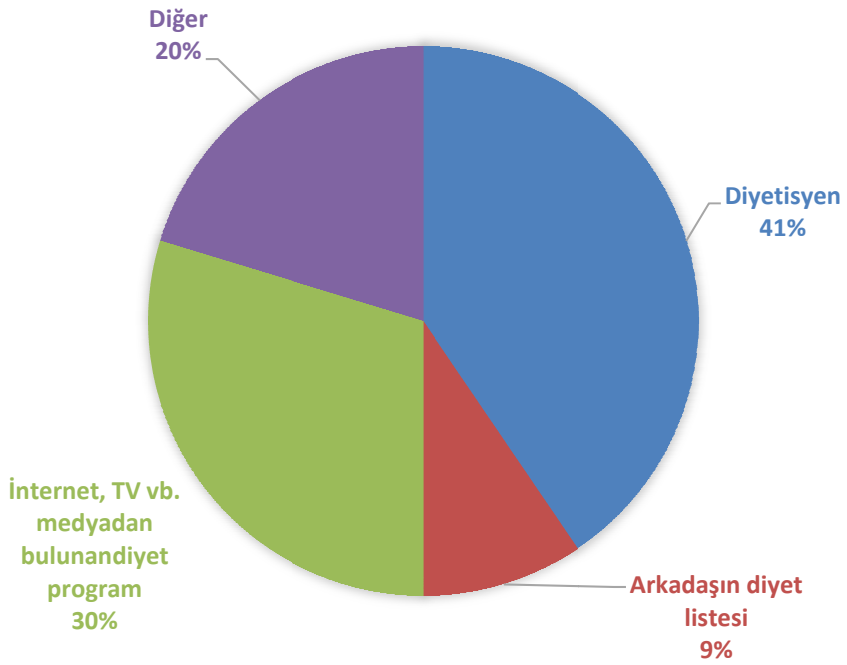
Görüşülenlerin spor ve diyet yapma durumları Şekil 9'da gösterilmiştir. Araştırmadaki katılımcıların %44'ü spor yaptığını, %55,5'i de spor yapmadığını belirtmişlerdir. Spor yapanlar daha çok fitness, koşu ve yürüyüş yaptıklarını belirtmişlerdir. Sporun yanı sıra sağlıklı bir hayat için düzenli yemek

kadar kilo kontrolü ve diyet önemlidir. Katılımcılardan %36,5'i daha önce diyet yapmış, %62'si ise diyet yapmamıştır.



Şekil 9. Görüşülenlerin spor ve diyet yapma durumları

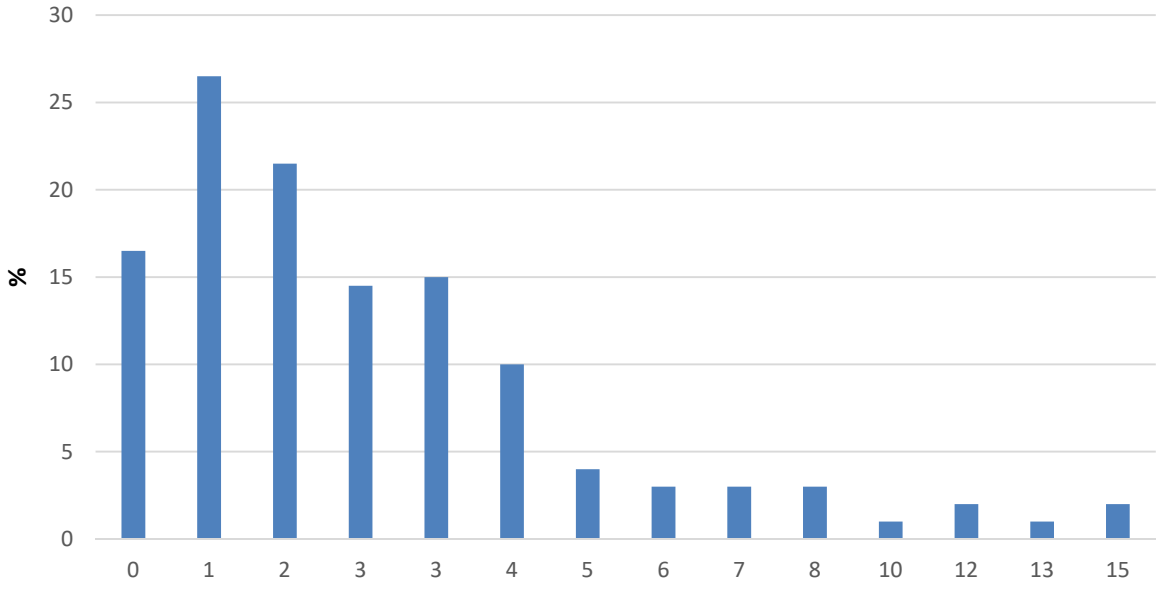
Diyet yapanların kimden yardım aldıkları konusunda, katılımcıların %41'i diyetisyenden yardım aldığını, %30'u internet, TV, vb. kendisi diyet programı bulduğundan bahsetmiştir (Şekil 10). %9'u ise daha önce arkadaşının uyguladığı listeden yararlandığını ifade etmiştir. Beslenme ve diyet konusunun ciddi ve hassas konular olduğu düşünüldüğünde medya araçlarından ya da başkasının diyet programından yararlanmak istenmeyen ciddi sorunlara sebebiyet verebilmektedir. Katılımcıların düzenli olarak spor yapma oranları düşüktür.



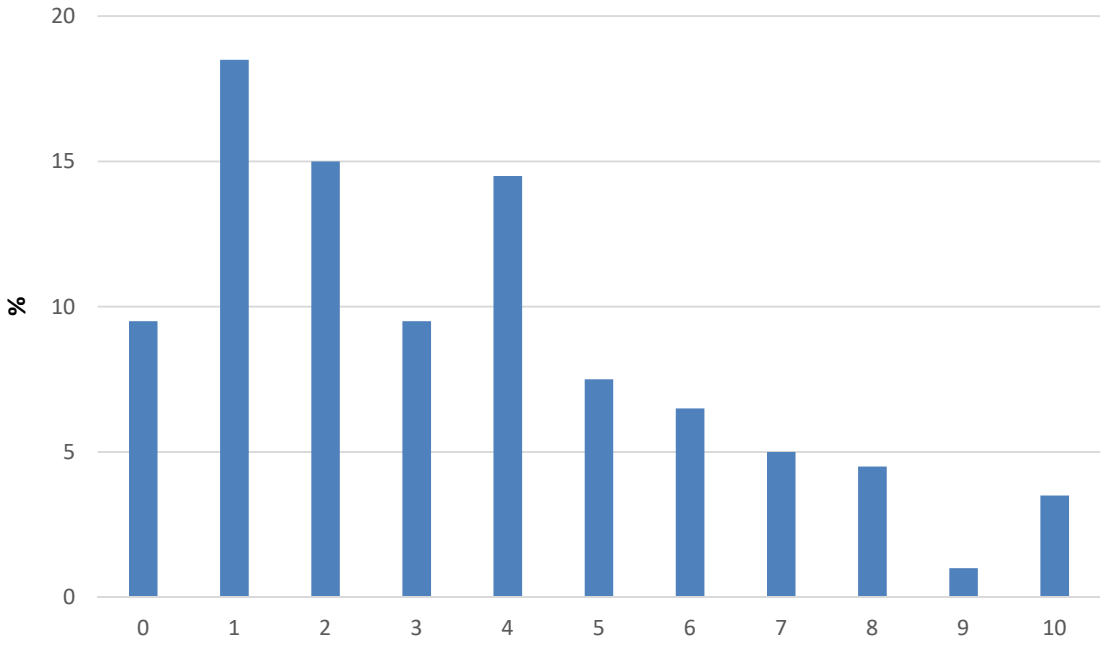
Şekil 10. Diyet yapanların kimden yardım aldığı

Görüşülenlerin gün içinde televizyon ve internette geçirdikleri süreler Şekil 11 ve 12'de gösterilmiştir. Bu araştırmada, gün içinde televizyon karşısında ve internette geçirilen süreler de araştırma verileri içerisinde değerlendirilmiştir. Televizyon izlemediğini söyleyenlerin oranı %16,5 olmasına rağmen,

televizyon karşısında bir veya iki saatini harcayanların oranı %48'dir. Aynı şekilde üç saatini televizyon karşısında geçirenlerin oranı %14,5, dört saatini geçirenler %15'tir. Hareketsiz yaşam sadece televizyon karşısında değil aynı zamanda internet karşında sosyal medya araçlarını kullanarak da geçmektedir. Sanal dünyanın renkleri karşısında adeta büyülenmiş bir biçimde akışa kapılarak, saatlerce oturmak ya da yatar pozisyonda kalınmaktadır. Bu durumda da hareket alanının sınırlı ve kısıtlı hale gelmesine sebep olmaktadır. Araştırmadaki katılımcıların, %9,5'i internete girmediğini, %18,5'i bir saatini internette geçirdiğini, %15'i iki saat, %9,5'i üç saat, %14,5'i dört saat, %7,5'i beş saat, %6,5'i altı saat, %5'i yedi saat, %4,5'i sekiz saatini internette geçirdiğini ifade etmiştir. Oranlara ve saatlere bakıldığında sekiz saate kadar internet karşısında geçirilen hareketsiz zamanlar insan sağlığını olumsuz etkilemektedir.



Şekil 11. Görüşülenlerin televizyon karşısında geçirdikleri süre



Şekil 12. Görüşülenlerin internet karşısında geçirdikleri süre

SONUÇ

Türkiye'de halkın beslenme örüntüsü coğrafi özelliklere, mevsimlere, sosyo-ekonomik ve kültürel düzeye, kent-kır yerleşimine göre önemli farklılıklara sahiptir. Beslenme alışkanlıklarını etkileyen önemli

koşullardan biri de gelirdir. Gelir ve beslenme arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu araştırmada da gelir seviyesi ve mutfak masrafları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Ülkemiz beslenme örüntüsü için gerekli olan gıda ürünlerine ulaşmada coğrafi anlamda yeterliliğe sahiptir. Araştırmadaki katılımcılarda tahıl, süt ve süt ürünleri, yumurta gibi gıda ürünlerini yoğun bir şekilde tüketme iken et ve et ürünleri tüketimi diğer gıda ürünlerine göre azdır. Çalışmamızda Türkiye verilerine benzer verilere ulaşılmıştır.

Sağlıklı ve yeterli beslenmenin temel koşullarından biri de kahvaltı ve günlük öğünlerdir. Bu araştırmada, katılımcıların yarısından fazlasının her gün kahvaltı yaptığı görülmüştür. Yemek öğünleri konusunda büyük bir çoğunluğun iki öğün yemek yediği görülürken, düzensiz yemek yeme alışkanlığı olanların sayısı fazladır. Hayatın hızlı akışı, çalışma koşulları, sürekli tempo halinde olan bireyler kahvaltı öğününü geçiştirebilmekte ve öğünler için gıda tercihleri de hazır gıdalardan yana olabilmektedir. Hazır gıda ve abur cubur olarak tabir edilen yiyeceklerin tüketim oranı da bu araştırmada yüksek çıkmıştır. Hazır gıdalar fast-food ürünler hızlıca kolayca hazırlanıp tüketilebilen yiyecekler olup, bireyler iki öğünü birleştirip tek öğünde kafe ya da fast-food restoranlarda yemek yemektedirler.

Günümüzde sağlıklı beslenme konusunda dikkat edilmesi gereken hususlar çeşitlilik kazanmıştır. Tüketiciler aldıkları ürünün içeriği, kalitesi, pişirme yönergesi, son kullanma tarihi gibi özelliklere dikkat etmektedirler. Ürünün besleyiciliği, enerji miktarı gibi nitelikleri tüketiciler ayrıntılı ve doğru ve açık bir şekilde görmek istemektedirler. Bu araştırmada görüldüğü üzere etiket okuma alışkanlığı katılımcıların yarısından fazladır. Bilinçli bir tüketicinin etiket okuma alışkanlığı geliştirmesi son derece önemlidir. Bu anlamda aynı zamanda tüketicilerin, tüketim davranışlarını ve tercihlerini etkileyebilen bir araç da reklamlardır. Reklamlar, tüketicilerin tüketim algılarını değiştirme gücüne sahip olmakla birlikte sepetlerini doldurmada da etkili olmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası ürün tercihinde reklamlardan etkilenmediklerini söylemelerine rağmen yarıya yakın tüketici de reklamların etkisinde olduklarını ifade etmişlerdir.

Spor ve diyet sağlıklı ve dengeli bir yaşam için vazgeçilmezdir. Diyet ya da spor tek başına sağlık için yeterli değildir. Vücut ağırlığının kontrolü, sürdürülmesi diyet ve sporla birlikte olması gereken durumlardır. Araştırmanın katılımcılarının neredeyse yarısı en az bir kez diyet yaptıklarından bahsetmişlerdir. Bunun yanı sıra diyet yapmamış olanların sayısı da fazladır. Diyet yapanların 30'u diyetisyenden yardım aldığını söylerken geri kalan kısım ise internet, televizyon gibi medya araçlarından sunulan diyet programını uyguladıklarını söylemişlerdir. Arkadaşının uygulamış olduğu diyet programını uygulayan, kendi kendine diyet yapan ve kendisini aç bırakarak diyet yapanlarda vardır. Beslenme ve diyet vücut sağlığı için önemli ve ciddi konular iken uzman yardımı olmadan yapılan diyetlerin sonuçları istenmeyen şekillerde olabilmektedir.

Bu araştırmada televizyon karşında ve internette geçirilen süreler değerlendirildiğinde televizyon karşısında en az bir iki saat, en fazla yedi sekiz saat geçirildiği görülmüştür. Aynı şekilde internette geçirilen sürelerin de yedi, sekiz hatta on saati bulduğu bile görülmüştür. Vücudumuzun bu kadar uzun süre hareketsiz kalması da sağlıklı bir beden için olumsuz olacaktır.

KAYNAKÇA

Akarçay, E. (2014). *Sınıfiçi Fraklılaşma ve Sınıfiçi Bütünleşme Biçimi Olarak Eskişehir'de Orta Sınıfın Yeme-İçme Örüntüleri.* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Akarçay, E., & Suğur, N. (2015). Dışarıda Yemek: Eskişehir'de Yeni Orta Sınıfın Fast-Food Yeme-İçme Örüntüleri . *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi* , 1-29.

Akbay, C., & 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.

Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bocock, R. (1997). *Tüketim.* Ankara: Dost Kitabevi.

*Türkiye'ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi (*2015). Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü.

Çelik, M. (2002). Batı Karadeniz Bölgesinde Süt ve Süt Ürünleri Sektörünün Stratejik Durum Analizi ve Gelişme Olanakları. *Akdeniz İBBF Dergisi* , 43-83.

Giddens, A. (2012). *Sosyoloji.* İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Gül, A., Akbay, A., Dölekoğlu, C., Özel, R., & Akbay, C. (2003). Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi. *TEAE Yayın*.

Kahraman, A. B. (2016). Kahve mi? Starbucks'ta kahve mi? Starbucks Mağazalarının tüketici kültürü ve yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* 11/2, p. 611-628

Kanık, İ. (2016). *Gastro Gösteri-Popüler Kültür Ürünlerinde Yemeğin Kültürel Gösterisi.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kavas, A. (1991). Tüketici Eğitiminin Önemi. *Verimlilik Dergisi.*

Türkiye Obezite Klavuzu (2018). Ankara: Türkiye Endokrinoloji ve Metabolizma Derneği.

Koç, M. (2013). *Küresel Gıda Düzeni.* Ankara: Notabene Yayınları.

Ulusal Süt Konseyi (2018). *2018 Süt Raporu Dünya ve Türkiye'de Süt Sektör İstatistikleri.*

Türkiye İstatistik Kurumu (2016). 02 01, 2020 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1095 adresinden alındı
Macionis, J. J. (2012). *Sosyoloji.* Ankara: Nobel Yayınları.
Marshall, G. *Sosyoloji Sözlüğü.* Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi Çalışma Grubu Raporu (2003). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
Dünya Sağlık Örgütü (WHO) (2000). *Obesity: preventing and managing the global epidemic.* 02 01, 2020 tarihinde Organization Who: https://www.who.int/nutrition/publications/obesity/WHO_TRS_894/en/ adresinden alındı
Pekcan, A. G., Şanlıer, N., & Baş, M. (2016). *Türkiye Beslenme Rehberi.* Ankara: Sağlık Bakanlığı, Türkiye Halk Sağlığı Kurumu.
Ritzer, G. (2011). *Toplumun McDonaldlaştırılması.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
Türkiye Sağlık Araştırması (2016). 02 01, 2020 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo adresinden alındı
Yanıklar, C. (2006). *Tüketim Sosyolojisi.* İstanbul : Birey Yayınları.
Yeşildal, H. (2012). Toplumsal Değişme ve Küreselleşme. *Sosyolojiye Giriş* . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
Yılmaz, E. (2008). *Trakya Bölgesinde Kırsal ve Kentsel Tüketicilerin Gıda Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi.* Yayınlanmamış Doktora Tezi, TekirdağÜniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.