



**T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**DOKTORA  
TEZİ**

**TÜRKİYE'DE YEME İÇME ALIŞKANLIKLARININ  
KUŞAKLARA GÖRE DEĞİŞİMİ**

**İHSAN KAZKONDU**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**TEMMUZ 2020**



**TÜRKİYE'DE YEME İÇME ALIŞKANLIKLARININ KUŞAKLARA GÖRE  
DEĞİŞİMİ**

**İhsan KAZKONU**

**DOKTORA TEZİ**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEMMUZ 2020**

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



İhsan KAZKONDU

14 / 07 / 2020



# TÜRKİYE’DE YEME İÇME ALIŞKANLIKLARININ KUŞAKLARA GÖRE DEĞİŞİMİ

(Doktora Tezi)

İhsan KAZKONDU

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2020

## ÖZET

Yeme içme alışkanlıkları bireylerin bedensel ve zihinsel sağlıklarını etkilemesi bakımından yirmi birinci yüzyılda tüm dünya ülkelerinde üzerinde son derece önemle durulan konulardan biridir. Ancak bu konuda literatür incelendiğinde kuşakların yeme-içme alışkanlıkları ve alışkanlıklarındaki değişim düzeyleri ile ilgili çok az çalışma olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada kuşaklar arasındaki yeme-içme alışkanlıklarında değişim olup olmadığı, değişim var ise değişime sebep olan faktörlerin neler olduğunun ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma ile Baby Boomer, X, Y ve Z kuşakları arasındaki yeme-içme alışkanlıklarındaki değişimlerin boyutları araştırılarak kuşaklar arasındaki değişimlere sebep olan demografik, duyuşsal, bilişsel, sosyal, psikolojik ve ekonomik faktörler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Türkçe olarak hazırlanan araştırma anketi üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, medeni durumu vb.) belirlemeye ilişkin sorular; ikinci bölümünde yeme-içme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik sorular; üçüncü bölümünde ise katılımcıların kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almıştır. Araştırmanın örneklemini içerisinde olan Türkiye’de İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey-2 de yer alan 26 alt bölgede yaşayan Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağında yer alan toplam 1560 bireye 2018 yılı Eylül-Aralık ayları içerisinde anket uygulanmıştır. Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağı içerisinde yer alan bireylerin demografik özellikleri tespit edilerek, yeme-içme alışkanlıklarını saptamak amacıyla değişkenler arasında ilişki olup olmadığını test etmek için Korelasyon ve Regresyon analizleri, grup ortalamaları arasında farklılık olup olmadığını test etmek için ANOVA (tek yönlü varyans analizi) uygulanmıştır. Ayrıca yeme-içme alışkanlıklarındaki farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu saptamak amacıyla Post-Hoc analiz yöntemi olarak Tukey HSD testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda kuşakların yeme-içme davranışları, kuşaklar arasındaki yeme-içme davranışlarındaki farklılıklar, tükettikleri öğün sayıları, öğün atlama durumları, öğünlere göre en çok tükettikleri yiyecek- içecek grupları, evde yemek yeme durumları, ev dışında yemek yeme durumları, yiyecek- içecek tercihlerini etkileyen faktörler ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; kuşaklar arasında öğünlerde tükettikleri yiyecek ve içecekler açısından farklılıklar olduğu, yiyecek seçimlerini etkileyen faktörlerin farklılık gösterdiği, özellikle yiyecek seçiminde ve tercih edilen yiyecek içeceklerde eski kuşaktan yeni kuşağa doğru sağlıklı yeme-içme alışkanlıklarının düşüş gösterdiği, yeni kuşakta yer alan bireylerin daha sağlıksız ve dengesiz yeme-içme davranışlarında buldukları tespit edilmiştir. Ayrıca kişilik özellikleri ile yiyecek seçimleri arasında farklılıklar olduğu bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre kuşakların beslenme örüntüleri ortaya çıkarılmıştır.

Bilim Kodu : 116909  
Anahtar Kelimeler : Gastronomi, Kuşaklar, Yeme İçme Alışkanlıkları, Yiyecek Seçimi, Kişilik Özellikleri, Türkiye.  
Sayfa Adedi : 300  
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Mustafa AKSOY  
ORCID : 0000-0002-5581-5835

VARIATIONS OF EATING AND DRINKING HABITS IN TURKEY AMONG  
GENERATIONS

(Ph. D. Thesis)

İhsan KAZKONDU

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

July 2020

ABSTRACT

Today, eating and drinking habits are one of the overemphasized subjects in every country in the World in the sense that they affect physical and mental health of individuals. However, when the literature is examined, it can be seen that there is limited study about eating and drinking habits and level of variation in habits among generations. Thus, in this study it is aimed to determine if there are any variations in eating and drinking habits of different generations and the factors causing these variations. Demographic, sensory, cognitive, social, psychological and economic factors causing variations in eating and drinking habits of different generations are aimed to ascertain in this study by examining the extent of variations among Baby Boomers, X, Y and Z generations. Survey form is used in this study as data collection tool. Research survey prepared in Turkish, consists of three parts. In the first part of the survey form, there are questions towards determining the demographic characteristics (age, sex, level of income and education, marital status) of participants, and in the second part, there are questions about their eating and drinking habits, and in the third part there are questions towards determining personality traits of participants. Survey is conducted on 1560 individuals in research sample who are from Baby Boomer, X, Y and Z generations and live in 26 sub-regionals in Level-2 of Nomenclature of Units for Territorial Statistics in Turkey between September and December 2018. Correlation and regression analyses are performed in order to test if there are any associations between variables with the purpose of determining eating and drinking habits by identifying demographic characteristics of individuals from Baby Boomer, X, Y and Z generations while ANOVA (one-way analysis of variance) analysis is carried out in order to test if there are any differences in ensemble averages. Furthermore, Tukey HSD test is used as Post-Hoc analysis method to establish among which groups variations exist. As a result of the research, findings on factors affecting eating and drinking behaviors, variations in eating and drinking behaviors among generations, number of meals, meal skipping status, most consumed food and beverage groups according to meals, eating at home situations, eating out situations, and food and beverage preferences are obtained. In consequence of analyses performed, it is determined that there are differences in terms of consumed foods and beverages among generations, and factors affecting their food preferences alter, while healthy eating and drinking habits are on decline among new generations when compared to old generations in terms of preferred foods and beverages, and individuals from new generations have unhealthier and unstable eating and drinking behaviors. Besides it is found that there are differences between personality traits and food choices. Nutrition patterns are revealed based on the findings obtained.

Science Code : 116909

Key Words : Gastronomy, Generations, Eating Drinking Habits, Food Choice, Personality Traits, Turkey.

Page Number : 300

Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Mustafa AKSOY

ORCID : 0000-0002-5581-5835

## TEŞEKKÜR

Doktora eğitimim süresince bilgisini ve deneyimlerini paylaşan, bu çalışmanın planlanmasında ve gerçekleştirilmesinde bilimsel önerileri ve desteği ile yoluma ışık tutan değerli tez danışman hocam Sayın Doç. Dr. Mustafa AKSOY'a,

Tez süreci boyunca desteğini esirgemeyen tez izleme jürimde bulunan kıymetli hocalarım Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA ve Doç. Dr. Gonca GÜZEL ŞAHİN olmak üzere, tez jürimde yer alarak beni onurlandıran Prof. Dr. Nurcan YABANCI AYHAN ve Prof. Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ hocalarıma,

Bu günlere gelmemde en büyük katkıyı sağlayan desteklerini ve bana olan inançlarını hiçbir zaman kaybetmeyen kıymetli annem Müzeyyen KAZKONDU, babam Mustafa KAZKONDU ve kardeşlerime, tüm eğitim hayatım boyunca her türlü desteğini göstererek benim bütün ihtiyaçlarımı karşılamaya çalışarak üzerimde büyük emeği olan, başarılarımla her daim gurur duyan ama doktora tezimi tamamladığımı göremeyen rahmetli dedeciğim İhsan KAZKONDU'ya,

Veri toplama sürecinde yardımları ve varlıkları ile destek olan Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Devrek Meslek Yüksekokulu Aşçılık programı öğrencilerine,

Doktora dönemim boyunca her türlü anlayışı, sabrı ve fedakarlığı gösteren, desteğini bir an olsun esirgemeyen, evde huzurlu bir çalışma ortamı sağlayarak her türlü kahrımı çeken çok kıymetli eşim Şeyda BÜKRÜCÜ KAZKONDU'ya ve çoğu zaman bu zorlu sürecimde ilgi ve alaka bekleyip tam olarak ilgilenemediğim, ilgilenmem gereken zamandan kısarak çalışmak zorunda kaldığım için biricik oğlum Selahattin Kaan KAZKONDU'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLERERİN LİSTESİ.....	xvii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xviii
1. GİRİŞ.....	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	13
2.1. Kuşak Kuramı .....	13
2.1.1. Kuşak Kavramının Tanımı ve Kapsamı.....	13
2.1.2. Kuşakların Sınıflandırılması .....	16
2.1.2.1. Sessiz kuşak (1925-1945) .....	19
2.1.2.2. Bebek patlaması kuşağı (Baby boomer kuşağı / 1946-1964) .....	22
2.1.2.3. X kuşağı (1965-1979) .....	25
2.1.2.4. Y kuşağı (1980-1999) .....	28
2.1.2.5. Z kuşağı (2000 ve sonrası).....	32
2.1.3. Kuşaklar Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar .....	35
2.2. Kişilik Kuramı.....	38
2.2.1. Kişilik Kavramının Tanımı ve Kapsamı .....	38
2.2.2. Kişiliğin Bileşenleri .....	40
2.2.2.1. Karakter.....	40
2.2.2.2. Mizaç (huy).....	40
2.2.2.3. Yetenek .....	41

**Sayfa**

2.2.3. Kişiliği Etkileyen Faktörler.....	41
2.2.3.1. Kalıtsal ve bedensel yapı faktörleri .....	42
2.2.3.2. Sosyo-kültürel faktörler .....	42
2.2.3.3. Aile faktörü .....	43
2.2.3.4. Sosyal sınıf faktörü .....	43
2.2.3.5. Coğrafi ve fiziki faktörler .....	44
2.2.4. Beş Faktör Kişilik Kuramı .....	44
2.2.4.1. Beş faktör kişilik kuramının alt boyutları .....	46
2.2.4.1.1. Dışadönüklük boyutu (extroversion) .....	46
2.2.4.1.2. Duygusal denge (neuroticism).....	46
2.2.4.1.3. Deneyime açıklık (openness to experiences) .....	47
2.2.4.1.4. Sorumluluk (conscientiousness) .....	48
2.2.4.1.5. Uyumluluk (agreeableness) .....	48
2.3. Yeme-İçme Olgusu .....	52
2.3.1. Yeme-İçme Alışkanlıklarına Etki Eden Faktörler .....	54
2.3.1.1. Duyusal ve biyolojik faktörler .....	58
2.3.1.2. Demografik ve fizyolojik faktörler .....	63
2.3.1.3. Bilişsel ve psikolojik faktörler .....	66
2.3.1.4. Sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faktörler .....	74
2.3.2. Öğünler.....	81
2.3.2.1. Kahvaltı.....	81
2.3.2.2. Kuşluk .....	83
2.3.2.3. Öğle yemeği .....	83
2.3.2.4. İkinci .....	83
2.3.2.5. Akşam yemeği .....	84
2.3.2.6. Gece .....	84



**Sayfa**

2.3.3. Atlanan Öğünler ve Öğün Atlama Nedenleri.....	85
2.3.3.1. Atlanan öğünler.....	86
2.3.3.2. Öğün atlama nedenleri .....	87
2.3.4. Besin Hazırlama Teknikleri .....	88
2.3.4.1. Suda pişirme yöntemleri .....	88
2.3.4.2. Kuru pişirme yöntemleri .....	90
2.3.4.3. Diğer pişirme yöntemleri .....	91
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>93</b>
3.1. Araştırma Modeli .....	93
3.2. Çalışma Evreni ve Örneklem .....	94
3.3. Ölçme Araçları .....	97
3.4. Verilerin Toplanması .....	100
3.5. Verilerin Analizi.....	101
3.6. Ölçeklere İlişkin Analizler .....	101
3.6.1. Ölçeklere İlişkin Betimsel İstatistik Sonuçları.....	101
3.6.2. Gözlenen Değişkenlerin Normal Dağılıma Uygunluğu.....	105
3.6.3. Ölçeklere İlişkin Güvenirlik ve Geçerlik Analizleri .....	106
3.6.3.1. Yiyecek seçimi ölçeği (food choice questionnaire) güvenilirlik analizi .....	108
3.6.3.2. Hızlı büyük beşli kişilik testi (quick big five personality test) güvenilirlik analizi .....	114
3.6.3.3. Yiyecek seçimi ölçeği (food choice questionnaire) doğrulayıcı faktör analizi .....	118
3.6.3.4. Hızlı büyük beşli kişilik testi (quick big five personality test) doğrulayıcı faktör analizi.....	121
<b>4. BULGULAR .....</b>	<b>123</b>
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular .....	123
4.2. Kuşakların Yeme-İçme Davranışlarına İlişkin Bulgular .....	125

**Sayfa**

4.3. Kuşakların Tercih Ettikleri Yiyecek-İçecekler, Yiyecek-İçecek Seçimi Ölçeği ve Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular .....	138
4.4. Kişilik Özelliklerine Göre Yiyecek Seçimlerine İlişkin Bulgular .....	192
5. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	221
KAYNAKÇA.....	253
EKLER.....	285
EK-1. Etik Komisyonu Anket Olur Yazısı .....	286
EK-2. Katılımcılar İçin Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu .....	288
EK-3. Anket Formu .....	289
ÖZGEÇMİŞ .....	299

## ÇİZELGELER LİSTESİ

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 2.1. Araştırmacıların kuşak sınıflandırmaları ve yaş aralıkları.....	18
Çizelge 2.2. Çalışmada kullanılan kuşak sınıflandırması ve yaş aralığı.....	18
Çizelge 2.3. Sessiz kuşağın özellikleri.....	19
Çizelge 2.4. Türkiye'nin 1929 yılında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri .....	20
Çizelge 2.5. Türkiye'nin 1945 yılında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri .....	21
Çizelge 2.6. Diğer kuşakların sessiz kuşak hakkındaki genel düşünceleri .....	22
Çizelge 2.7. Türkiye'nin 1946-1964 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri .....	24
Çizelge 2.8. Diğer kuşakların bebek patlaması kuşağı hakkındaki genel düşünceleri .....	25
Çizelge 2.9. Türkiye'nin 1965-1979 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri .....	27
Çizelge 2.10. Türkiye'nin 1980-1995 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri .....	29
Çizelge 2.11. Diğer kuşakların X kuşağı hakkındaki genel düşünceleri .....	32
Çizelge 2.12. Türkiye'nin 2003-2010 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri .....	33
Çizelge 2.13. Kuşakların genel ve karakteristik özelliklerinin karşılaştırması.....	35
Çizelge 2.14. Kuşakların dönemlerinde Dünya'da ve Türkiye'de yaşanan olaylar .....	37
Çizelge 2.15. Beş faktör kişilik özellikleri ve alt boyutları .....	49
Çizelge 2.16. McCrae ve Costa'ya göre beş kişilik faktörü ve faktörlerin 6 özelliği.....	50
Çizelge 2.17. Hızlı büyük beşli kişilik testi (HBBKT) açılımı.....	51
Çizelge 3.1. 2019 yılı Türkiye nüfusuna göre kuşakların dağılımı ve araştırma örnekleme .....	95
Çizelge 3.2. İBBS düzey 2'ye göre oluşturulmuş Türkiye istatistikî bölgeleri .....	96
Çizelge 3.3. $\alpha = 0.05$ için örneklem büyüklükleri .....	97
Çizelge 3.4. Yiyecek seçim ölçeği ile ilgili tanımlayıcı istatistikler (n=1560).....	102
Çizelge 3.5. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi ile ilgili tanımlayıcı istatistikler .....	104

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 3.6. Ölçeklerin alt boyutlarının normal dağılıma uygunluk testi.....	105
Çizelge 3.7. Ölçeklerin alt boyutlarının normal dağılıma uygunluk testinin betimleyici istatistik sonuçları .....	106
Çizelge 3.8. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin sağlık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	108
Çizelge 3.9. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin ruh hali alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	109
Çizelge 3.10. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin kolaylık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	110
Çizelge 3.11. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin duygusal çekicilik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları .....	110
Çizelge 3.12. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin doğal içerik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları .....	111
Çizelge 3.13. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin fiyat alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	112
Çizelge 3.14. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin kilo kontrolü alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları .....	112
Çizelge 3.15. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin bilinirlik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	113
Çizelge 3.16. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin etiksel kaygı alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları .....	114
Çizelge 3.17. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin uyumluluk alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	115
Çizelge 3.18. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin dışadönüklük alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	115
Çizelge 3.19. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin sorumluluk alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	116
Çizelge 3.20. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin duygusal denge alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	117
Çizelge 3.21. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin deneyime açıklık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları.....	117
Çizelge 3.22. Uyum İyiliği İstatistikleri Anahtarı-Rehberi .....	118
Çizelge 3.23. Yiyecek Seçimi Ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi sonuçları .....	119

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 3.24. Yiyecek Seçimi Ölçeği'ne ait önerilen uyum değerleri.....	120
Çizelge 3.25. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi için doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ...	121
Çizelge 3.26. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi için önerilen uyum değerleri .....	122
Çizelge 4.1. Katılımcıların demografik özellikleri (n=1560) .....	123
Çizelge 4.2. Kuşakların günlük ortalama ana öğün tüketmelerine ilişkin dağılımları (n=1560) .....	125
Çizelge 4.3. Kuşakların günlük ortalama ara öğün tüketmelerine ilişkin dağılımları (n=1560) .....	126
Çizelge 4.4. Kuşakların ana ve ara öğün atlama durumlarına ilişkin dağılımları (n=1560) .....	127
Çizelge 4.5. Kuşakların atladıkları öğünlerin durumlarına ilişkin dağılımları (n=1020) .....	128
Çizelge 4.6. Kuşakların öğün atlama nedenlerine ilişkin dağılımları (n=1020) .....	129
Çizelge 4.7. Kuşakların yemek esnasında sosyal durumlarına ilişkin dağılımları (n=1560) .....	130
Çizelge 4.8. Kuşakların yemek yemek için harcadıkları süreye ilişkin dağılımları (n=1560) .....	131
Çizelge 4.9. Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklığı durumuna ilişkin dağılımları (n=1560) .....	132
Çizelge 4.10. Kuşakların kahvaltı için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları (n=1192) .....	134
Çizelge 4.11. Kuşakların öğle öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları (n=1324) .....	135
Çizelge 4.12. Kuşakların akşam öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları (n=1318) .....	136
Çizelge 4.13. Kuşakların dışarıda yemek yeme amaçlarına ilişkin dağılımları (n=1374) .....	137
Çizelge 4.14. Kuşakların kahvaltıda tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....	138
Çizelge 4.15. Kuşakların öğle öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....	142



<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.16. Kuşakların akşam öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....	146
Çizelge 4.17. Kuşakların ara öğünde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1039) .....	150
Çizelge 4.18. Kuşakların kahvaltıda tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....	153
Çizelge 4.19. Kuşakların öğle öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....	156
Çizelge 4.20. Kuşakların akşam öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....	159
Çizelge 4.21. <i>Kuşakların ara öğünde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1039).....</i>	162
Çizelge 4. 22. <i>Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemlerini tercih sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560) .....</i>	165
Çizelge 4.23. Yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının kuşaklara göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonuçları (n=1560).....	168
Çizelge 4.24. Sağlık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları .....	169
Çizelge 4.25. Ruh hali alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları .....	170
Çizelge 4.26. Kolaylık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları .....	171
Çizelge 4.27. Duyusal çekicilik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları.....	172
Çizelge 4.28. Doğal içerik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları.....	173
Çizelge 4.29. Fiyat alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları .....	174

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.30. Kilo Kontrol alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları.....	175
Çizelge 4.31. Bilinirlik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları .....	176
Çizelge 4.32. Etiksel kaygı alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları.....	177
Çizelge 4.33. Kuşakların cinsiyete göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560).....	178
Çizelge 4.34. Kuşakların cinsiyete göre yiyecek-içecek seçim puanlarının karşılaştırılması için iki yönlü Varyans analizi (n=1560).....	179
Çizelge 4.35. Kuşakların medeni duruma göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560).....	181
Çizelge 4.36. Kuşakların medeni duruma göre yiyecek-içecek seçim puanlarının karşılaştırılması için Varyans analizi (n=1560).....	182
Çizelge 4.37. Kuşakların aylık gelire göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560).....	183
Çizelge 4.38. Kuşakların aylık gelire göre yiyecek-içecek seçim puanlarının karşılaştırılması için varyans analizi (n=1560).....	184
Çizelge 4.39. Kuşakların yeme içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560) .....	186
Çizelge 4.40. Kuşakların yeme-içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek-içecek seçim puanları karşılaştırılması için Varyans analizi .....	187
Çizelge 4.41. Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yeme süreleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonuçları...	192
Çizelge 4.42. Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yemek için harcanan süre arasında farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları.....	193
Çizelge 4.42. Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yemek için harcanan süre arasında farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları.....	194
Çizelge 4.43. Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonuçları.....	196
Çizelge 4.44. Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları.....	197

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.44. Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları.....	198
Çizelge 4.45. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	200
Çizelge 4.46. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	202
Çizelge 4.47. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	204
Çizelge 4.48. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi duyuşal çekicilik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	206
Çizelge 4.49. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	208
Çizelge 4.50. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi fiyat alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	210
Çizelge 4.51. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	212
Çizelge 4.52. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	214
Çizelge 4.53. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları .....	216
Çizelge 4.54. Araştırma Hipotez Sonuçları .....	218

## ŞEKİLLERERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1.1. Araştırma modeli .....	7
Şekil 2.1. Yiyecek-içecek seçimi modeli .....	56
Şekil 2.2. Yiyecek seçim sürecinde bileşenlerin kavramsal bir modeli.....	58
Şekil 3.1. Yiyecek Seçim Ölçeği'ne ilişkin standartlaştırılmış çözüm değerleri.....	120
Şekil 3.2. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testine ilişkin standartlaştırılmış çözüm değerleri .....	122



## SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgelerler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

### Simgeler

### Açıklama

$\bar{X}$	Aritmetik Ortalama
$\chi^2$	Chi Square Index (Ki-Kare Değeri)
$\alpha$	Cronbach's Alfa Katsayısı
$\beta$	Regresyon Katsayısı

### Kısaltmalar

### Açıklama

<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>AMOS</b>	Analysis of Moment Structures
<b>ANOVA</b>	Tek Yönlü Varyans Analizi
<b>BB</b>	Baby Boomer (Bebek Patlaması)
<b>CFI</b>	Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İyiliği İndeksi)
<b>DF</b>	Degrees of Freedom (Serbestlik Derecesi)
<b>DFA</b>	Doğrulayıcı Faktör Analizi
<b>FCQ</b>	Food Choice Questionnaire (Yiyecek Seçim Ölçeği)
<b>GFI</b>	Goodness of Fit Index (Uyum İyiliği İndeksi)
<b>GI</b>	Greatest Generation (En Büyük Nesil)
<b>HBBKT</b>	Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi
<b>İBBS</b>	İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması
<b>NFI</b>	Normed Fit Index (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)
<b>RMSEA</b>	Root Mean Square Error of Approximation (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)
<b>SPSS</b>	Statistical Package for the Social Sciences
<b>SRMR</b>	Standardized Root Mean Square Residual (Standardize Ortalama Hataların Karekökü)
<b>SS</b>	Standart Sapma
<b>TDK</b>	Türk Dil Kurumu
<b>TÜİK</b>	Türkiye İstatistik Kurumu



## 1. GİRİŞ

Modern dünyada değişimler ve dönüşümler; yeni kuşaklara istediğini seçme ya da kültürdeki farklı öğeleri yeniden şekillendirme olanağı veren norm ve değerlerdeki farklılaşmalar nedeni ile çok daha önem kazanmaya başlamıştır (Tüybek, 2004). Özellikle teknolojik gelişmeler, ekonomik ve sosyal olaylar, politik iyileşmeler ve bilimsel ilerlemeler insanların yaşam biçimlerinde ve kültürlerinde değişimlere sebep olmaktadır. Bu durum, insanların yetişme tarzlarından yaşam şekillerine, çalışma hayatlarından sosyal çevrelerine, duygu ve his dünyalarından başkaları ile iletişimleri ve etkileşimlerine kadar birçok vakayı etkilemektedir (Mücevher, 2015).

Bu gelişmeler ve değişiklerin etkisi ile oluşan zaman dilimlerine jenerasyon, nesil ya da kuşak denilmektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014). Her kuşağın içinde bulunduğu dönemin şartlarına ve koşullarına göre farklı ve/veya çeşitli imkânlarla sahip olması, bu bireylerin farklı şekillerde yetişmesini beraberinde getirmektedir. Belirtilen değişikler nedeniyle de kuşaklar arasında algı, yargı, görüş, tutum, davranış, yaşayış ve iletişim gibi konularda farklılıklar görülmektedir (Becerikli, 2013).

Kuşaklar arasındaki değer yargılarında ve davranışlarındaki bu farklılıkların, farklı kuşaklar içerisinde yer alan bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını da etkilediği düşünülmektedir. Özellikle kuşaklar arasında tüketim için tercih ettikleri yiyecek-içecek türlerinden pişirme yöntemlerine, yiyecek-içecek işletmesi seçiminden yemek yeme sürelerine kadar farklılıkların olabileceği göz önünde bulundurulmaktadır (Toker, 2007).

Kuşak çalışmaları, sosyal yapı ve değişimlerin anlaşılmasını sağlamakla birlikte, kuşak çalışmalarının önemi 21. yüzyılda sosyal değişmenin karakteristiğini anlamak için çabaladıkça daha net olarak ortaya çıkmaktadır (Morsümbül, 2014). Bununla birlikte sosyal değişme çalışmalarında değişenin ne olduğu, nasıl değiştii, değişmenin yönünün ne olduğu, oranının ne ölçüde olduğu ve değişmeyi etkileyen faktörlerin neler olduğunun ortaya konulması gerekmektedir. Bu yüzden bu araştırmanın problem cümlesi “Kuşaklar arasındaki yeme-içme alışkanlıklarındaki değişimlerin ortaya konulmasıdır.”

Bu çalışmada kuşaklar arasındaki yeme-içme alışkanlıklarında değişim olup olmadığı, değişim var ise değişime sebep olan faktörlerin neler olduğu araştırılmıştır. Araştırma ile

Baby Boomer (Bebek Patlaması), X, Y ve Z kuşakları arasındaki yeme-içme alışkanlıklarındaki değişimlerin boyutları araştırılarak kuşaklar arasındaki değişimlere sebep olan duyuşal, demografik, sosyal, psikolojik, ekonomik ve kültürel faktörler ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonucunda kuşakların yeme-içme davranışları, kuşaklar arasındaki yeme-içme davranışlarındaki farklılıklar, tükettikleri öğün sayıları, öğün atlama durumları, öğünlere göre en çok tercih ettikleri yiyecek- içecek grupları, evde yemek yeme durumları, ev dışında yemek yeme durumları, yiyecek- içecek seçimlerine sebep olan faktörler ve kuşaklara göre faktörlerin değişim düzeyleri ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre kuşakların yeme-içme örüntüleri ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonucu ortaya çıkartılan sonuçlar; mevcut ve gelecekteki besin politikalarının belirlenmesi için bir kaynak olacak niteliktedir.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda çalışma dört bölüm halinde hazırlanmıştır. Birinci bölümde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, araştırmaya yönelik varsayımlar ve sınırlılıklara yer verilmiştir.

İkinci bölümde çalışmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesi ele alınmıştır. Kuşak kavramı, kuşakların sınıflandırılması, kuşakların özellikleri, kişilik kavramı ve kişilik özellikleri, kişilik özelliklerini etkileyen faktörler, yeme-içme olgusu, yeme içme alışkanlıklarını ve yiyecek-içecek seçimini etkileyen faktörler araştırma amacına bağılı olarak kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın evreni ve örnekleme, kullanılan veri toplama yöntemi ve veri analiz yöntemleri açıklanmış, Türkiye’de yaşayan farklı kuşaklardaki (Baby Boomer, X, Y ve Z kuşakları) bireylerin yeme-içme alışkanlıkları ile ilgili elde edilen verilere bağılı olarak analiz ve yorumlamaları yapılmıştır.

Dördüncü bölümde ise elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlara yer verilmiş, daha önceden yeme-içme alışkanlıkları ile ilgili yapılmış olan çalışmalarla karşılaştırmalar yapılmıştır. Ayrıca elde edilen sonuçlara bağılı olarak ilgili alanda çalışan akademisyenlere, kamu kurum ve özel sektör çalışanlarına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

## Problem Durumu

İnsan sağlığı; beslenme, kalıtım, iklim ve çevre koşulları gibi birçok unsurun etkisi altındadır. Bu unsurların başında ilk sırada beslenme gelmektedir. Beslenme, büyüme, yaşamın sürdürülmesi ve sağlığın korunması için yiyecek-içeceklerin kullanılmasıdır. Beslenmede amaç, bireyin yaşına, cinsiyetine, çalışma ve özel durumuna göre ihtiyacı olan enerji ve besin öğelerinin her birinin yiyecek-içecekler yardımıyla yeterli miktarda sağlanmasıdır (Baysal, 2011). Bireylerin yiyecek-içecek seçim ve tüketim kalıpları fizyolojik sebeplerin yanında sosyal ve psikolojik arzuların doyumuna, gelenek-göreneklerine, alışkanlıklarına, eğitimlerine ve ekonomik kalıplarına da bağlıdır (Kılıç ve Şanlıer, 2007).

“Yeme-içme alışkanlıkları insanların bedensel ve zihinsel sağlıklarını etkilemesi bakımından yirmi birinci yüzyılda tüm dünya ülkelerinde üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Yeme-içme alışkanlıkları, bireyin öğün sayısı, ana öğünlerde ve ara öğünlerde tükettikleri yiyecek-içeceklerin tür ve miktarları, yiyecek satın alma, yemek hazırlama, pişirme ve servis gibi ana özelliklerin yanında bireylerin hızlı veya yavaş yemek yemesi, yiyeceklerin ağızda iyice çiğnenmesi, üzüntülü, neşeli veya sıcak tüketme gibi davranış kalıpları ile bir bütünlük teşkil etmektedir” (Derin, Keskin ve Çelikörs, 2015). “Ayrıca eğitim, gelir ve beslenme bilgi düzeyi, adet ve gelenekler, iklim, çevre, kentte veya kırsal kesimde yaşama gibi faktörler de yeme-içme alışkanlıklarına etki etmekte ve yönlendirmektedir” (Sürücüoğlu, 1999). Bunun yanı sıra, aile, medya, arkadaş gibi sosyal etmenler de bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını etkilemektedir. Özellikle çocuklukta gelişen yeme-içme alışkanlıkları yaşamın daha sonraki yıllarında da devam etmektedir (Stafleu, Van, De, Burema, ve Hautvast, 1996).

Aynı zaman aralığında doğmuş, aynı dönemde benzer tarihi, toplumsal, kültürel, siyasal, ekonomik, teknolojik gelişim ve değişimlerden etkilenmiş ve buna göre hayata bakış açısından karakterine, davranış biçimlerinden düşünce tarzına kadar birçok konuda şekillenmiş bireylerin oluşturduğu gruplar kuşak terimi ile ifade edilmektedir (Zemke, Raines ve Filipczak, 2013). Yirmi birinci yüzyılda, halen üyelerinin bulunduğu kuşaklar; 1900- 1924 tarihleri arasından doğan GI Kuşacı (Greatest Generation), 1925-1945 tarihleri arasında doğan Sessiz Kuşak, 1946-1964 tarihleri arasında doğan Baby Boomer Kuşacı,

1965-1979 tarihleri arasında doğan X Kuşağı, 1980-1999 tarihleri arasında doğan Y Kuşağı ile 2000 ve sonrası tarihler arasında doğan Z Kuşağı'dır (McCrimdle ve Wolfinger, 2014).

Özellikle 21. yüzyılda kuşaklar arası farklılıklar çok daha belirginleşmiştir. Sürekli dönüşüm halinde olan dünyada her şey hızla ilerlemekte ve değişmektedir. Kuşakların birbirlerinden tamamen farklı anlayış, iş yapma, konuşma, algılama ve düşünce biçimleri olabilmektedir. Her bir kuşak öncekinden belirgin özelliklerle ayrılmakta, hatta kuşaklar kendi içlerinde de farklılıklar göstermektedir (Çakmak, 2013). Bu kuşak farklılıkları tüm günlük hayat aktivitelerini etkilediği gibi yeme-içme alışkanlıklarını da etkilemektedir. Bu durumdan hareketle kuşaklar arasındaki yeme-içme alışkanlıklarındaki değişimi anlayabilmek ve bu değişimin sebeplerini incelemek gerekir. Ayrıca bu değişimin ülkenin genel yeme-içme alışkanlıklarına ne tür bir etkide bulunduğu da analiz edilmelidir.

Son dönemde kuşaklarla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ağırlıklı olarak; kuşak sosyolojisi, kuşakların çalışma hayatı, kuşakların tüketim davranışları, kuşakların teknoloji kullanımları, kuşakların turizm davranışları gibi konular üzerinde durulduğu görülmektedir. Ancak literatür incelendiğinde kuşakların yeme-içme alışkanlıkları ile ilgili çok az çalışma olduğu görülmektedir. Bu araştırmayla konu ile ilgili boşluğun doldurulması amaçlanmaktadır. Ayrıca bu araştırma bundan sonra konu ile ilgili yapılacak araştırmalar için bir kaynak ve ön çalışma olması açısından önemlidir.

Kavitha, Souji ve Prabhu (2011) Malezya'da yürütmüş oldukları çalışmada sadece Y Kuşağı'ndaki bireylerin yiyecek tercihlerini etkileyen faktörleri ortaya koymaya çalışmışlardır. Yapılan çalışmada yiyecek tercihlerini etkileyen faktörler içsel faktörler (duyusal çekicilik, fiyat, sağlık) ve dışsal faktörler (kolaylık, bilinirlik, ruh hali) şeklinde iki alt boyuta ayrılmış olup, Y Kuşağı'ndaki bireylerin yiyecek seçiminde içsel faktörlerin daha etkili olduğu ortaya konulmuştur.

Falk, Falk, Bisogni, ve Sobal (1996) tarafından yapılan çalışmada yaşlı yetişkinlerin yiyecek seçim süreçleri incelenmiş olup araştırmacılar tarafından yiyecek seçim sürecinde yer alan faktörlerden oluşan yiyecek seçim süreci modeli geliştirilmiştir. Modelde yiyecek tercihiinde rol alan faktörler; yaşam seyri, etki ve kişisel faktörler olmak üzere üç ana faktöre ayrılmıştır. Çalışmada yaşlıların yiyecek seçimlerinin oluşumunda en çok yaşam seyri

boyunca yaşadıkları olayların ve tecrübelerin etkili olduğu, özellikle çocukluk döneminde tercih edilen yiyecek-içeceklerin yeme-içme alışkanlıklarını şekillendirdiği tespit edilmiştir.

Furst, Connors, Bisogni, Sobal ve Falk'ın (1996) yiyecek seçiminin süreç açısından kavramsal modelini oluşturmak amacıyla yaptıkları çalışmada bireylerin yiyecek seçimlerini etkileyen başlıca faktörlerin bireylerin amaçları, kişisel özellikleri, maddi imkanları, sosyal durumları, yiyeceğe ulaşma durumları olduğu bulunmuştur.

Furst, Connors, Sobal, Bisogni ve Falk'ın (2000) yiyecek sınıflandırmaları ile ilgili yaptıkları çalışmada yiyecekleri ucuz/pahalı, benzer/farklı/, mevsimsel/mevsim dışı, taze/bayat, uygun/uygun değil, sevilen/sevilmeyen şeklinde sınıflandırmanın yiyecek tercihlerinde etkili olduğunu bulmuşlardır.

Şanlıer ve Kılıç (2007) Ankara ilinde üç kuşak kadının (anneanne-anne ve kız) beslenme alışkanlıklarını karşılaştırmak amacıyla yaptıkları çalışmada üç kuşak kadının tükettikleri öğün sayılarını, öğün atlama durumlarını, öğün atlama nedenlerini, ev dışında yeme alışkanlıklarını incelemiş, beslenme alışkanlıkları hususunda üç kuşak kadın arasında istatistiksel açıdan önemli farklılıklar bulunmuştur.

Markovina, Stewart-Knox, Rankin, Gibney, Fischer ve Frewer (2015) tarafından 9 Avrupa Birliği üye ülkesinde (Norveç, İspanya, Almanya, Yunanistan, Polonya, Birleşik Krallık, İrlanda, Hollanda ve Portekiz) Yiyecek Seçim Ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliğini ölçmek amacıyla yapılan çalışmada, önem sırasına göre yiyecek seçim alt boyutları sıralanmış ve ülkeler arasında önem sırasına göre boyutlar arasında karşılaştırma yapılmıştır. Avrupa Birliği'ne üyelik için aday durumunda olan Türkiye'de yapılan bu çalışmada ise kullanılan Yiyecek Seçim Ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği yapılmış ve ölçek vasıtasıyla elde edilen bulgular ile ülkeler arasında yiyecek seçimini etkileyen boyutlar ile ilgili karşılaştırma yapma imkânı ortaya çıkmıştır. Bu araştırmanın temel problemi Türkiye'deki kuşaklar arasında yeme-içme alışkanlıklarında değişimin olup olmadığı; değişim varsa değişime sebep olan faktörlerin kuşakların yeme-içme alışkanlıklarını ne düzeyde değiştirdiğidir.

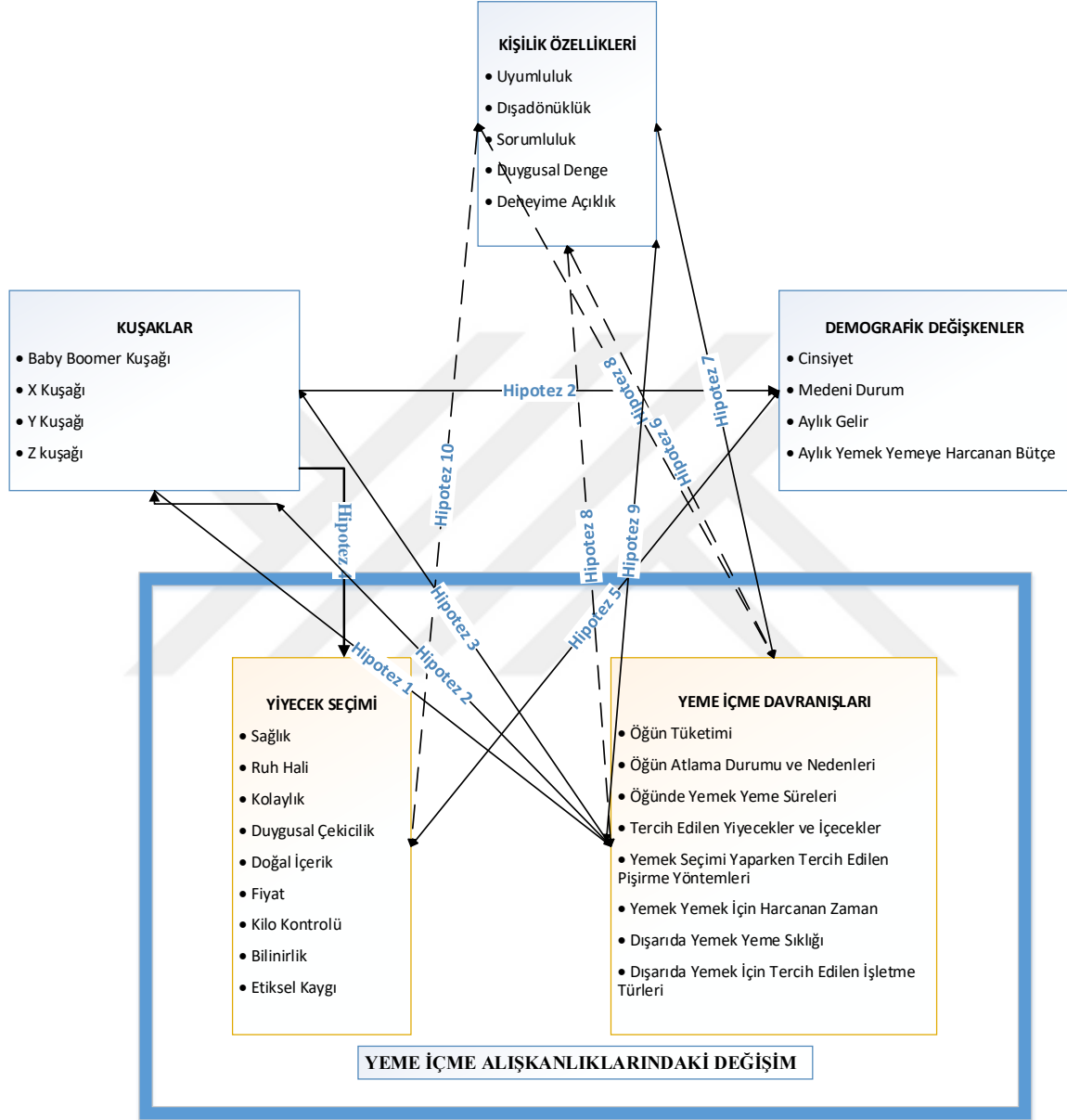
### Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarında yer alan bireylerin yeme-içme alışkanlıklarında değişim olup olmadığını belirlemek, değişime sebep olan faktörleri, kuşaklar arasındaki değişimin boyutlarını ortaya koymak ve kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktır. Bu amaçla araştırmada kuşakların yiyecek seçimlerinin alt boyutlara göre değişimi ve değişimin oranı, yemek yeme davranışlarındaki farklılıklar, kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi arasındaki ilişkiler tespit edilmiştir.

### Araştırma Soruları

1. Kuşakların günde ortalama olarak öğün tüketme durumları (ana ve ara öğün) ne düzeydedir?
2. Kuşaklar öğün atlamakta mıdır? Öğün atlama durumu varsa hangi kuşaklar hangi öğünleri atlamaktadır?
3. Kuşakların öğün atlama nedenleri nelerdir?
4. Kuşaklar yemek yerken kimlerin yanlarında olmasını istemektedirler?
5. Kuşakların öğünlere göre yemek yeme süreleri ne düzeydedir?
6. Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklıkları hangi düzeydedir?
7. Kuşaklar öğünler için dışarıda yemek yerken hangi yiyecek-içecek işletmelerini hangi düzeyde tercih etmektedirler?
8. Kuşakların dışarıda yemek yeme amaçları nelerdir?
9. Kuşakların ana ve ara öğünlerde tükettikleri yiyecekler ve içecekler nelerdir, bu yiyecek ve içecekleri tüketim sıklıkları ne düzeydedir?
10. Kuşakların ana ve ara öğünlerde tükettikleri yiyecek ve içeceklerin tüketim düzeyleri arasında farklılık var mıdır?
11. Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri nelerdir? Yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri kuşaklar arasında farklılaşmakta mıdır?
12. Kuşakların yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler nelerdir? Yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler kuşaklar arasında farklılaşmakta mıdır?
13. Kuşakların yiyecek seçimleri demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?
14. Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yeme süreleri arasında ilişki var mıdır?

15. Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklıkları arasında ilişki var mıdır?
16. Kişilik özellikleri dışarıda yemek yeme sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?
17. Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimleri arasında ilişki bulunmakta mıdır?



Şekil 1.1. Araştırma modeli

## Araştırma Hipotezleri

**H<sub>1</sub>:** Kuşakların öğünlerde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>1a</sub>:** Kuşakların kahvaltı öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>1b</sub>:** Kuşakların öğle ana öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>1c</sub>:** Kuşakların akşam ana öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>1d</sub>:** Kuşakların ara öğünlerde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2</sub>:** Kuşakların öğünlerde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2a</sub>:** Kuşakların kahvaltı öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2b</sub>:** Kuşakların öğle ana öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2c</sub>:** Kuşakların akşam ana öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>2d</sub>:** Kuşakların ara öğünlerde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>3</sub>:** Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri arasında anlamlı farklılık vardır.

**H<sub>4</sub>:** Kuşaklar arasında yiyecek seçimleri bakımından anlamlı farklılıklar vardır.

**H<sub>4a</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri sağlık açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4b</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri ruh hali açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4c</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri kolaylık açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4d</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri duyuşal çekicilik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4e</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri doğal içerik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4f</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri fiyat açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4g</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri kilo kontrolü açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4h</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri bilinirlik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.

**H<sub>4i</sub>:** Kuşakların yiyecek seçimleri etiksel kaygı açısından anlamlı farklılık göstermektedir.



**H5:** Kuşakların yiyecek seçimleri demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H5a:** Kuşakların yiyecek seçimleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H5b:** Kuşakların yiyecek seçimleri medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H5c:** Kuşakların yiyecek seçimleri aylık gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H5d:** Kuşakların yiyecek seçimleri yeme içmeye ayrılan aylık bütçeye göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H6:** Kişilik özellikleri ile öğünlere göre yemek yemek için ortalama harcanan zaman arasında anlamlı ilişki vardır.

**H7:** Kişilik özellikleri ile öğünlere göre yemek yemek için ortalama harcanan zaman arasında anlamlı farklılık vardır.

**H8:** Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı ilişki vardır.

**H9:** Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır.

**H10:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10a:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi sağlık alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10b:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10c:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10d:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi duygusal çekicilik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10e:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10f:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10g:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10h:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

**H10i:** Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.

## Araştırmanın Önemi

Son dönemde kuşaklarla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ağırlıklı olarak; kuşak sosyolojisi (Mannheim, 1952; Ryder, 1965; Kessler, 1985; Strauss ve Howe, 1991; Lagree, 1991; Eyerman ve Turner, 1998; Seçkin, 2000; Lyon, 2003; Senbir, 2004; Alwin ve McCammon, 2007; Reeves ve Oh, 2008; Lub, Bal, Blomme ve Schalk, 2014; McCrindle ve Wolfinger, 2014; Morsümbül, 2014; Lotfi, Kabiri ve Ghasemlou, 2013), kuşakların çalışma hayatı (Kupperschmidt, 2000; Kyles, 2005; Downing, 2006; McCrindle, 2006; Tolbize, 2008; Carver ve Candela, 2008; Chen ve Choi, 2008; Cennamo ve Gardner, 2008; Bezirci, 2012; Parry ve Urwin, 2011; Keleş, 2011; Çakmak, 2013; Atabay, Penbek, Zaptçioğlu ve Uçel, 2013; Ekşili, Ünal ve Batur, 2014; Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014; Aydın ve Başol, 2014; Acıhoğlu, 2015; Aydemir ve Dinç, 2015; Engizek ve Şekerkaya, 2016; Aka, 2017), kuşakların tüketim davranışları (Schewe ve Noble, 2000; Martin ve Turley, 2004; Akgün, 2008; Malthus ve Fowler, 2009; Jackson, Leslie ve Aquia, 2011; Joshi, Dencker ve Franz, 2011; Williams ve Page, 2011; Altuntuğ, 2012; Jain, Vatsa ve Jagani, 2014; Ordun, 2015) kuşakların teknoloji kullanımları (Becerikli, 2013; Berkup, 2015; Runcan, 2015; Ağlargöz, 2017; Kuyucu, 2017), kuşakların turizm davranışları (Lehto, Jang, Achana ve O'leary, 2006; Gürsoy, Maier ve Chi, 2008; Moscardo ve Benckendorff, 2010; Pendergast, 2010; Elliot ve Choi, 2011; Li, Li ve Hudson, 2013; Leask, Fyall ve Barron, 2014; Sox, Kline, ve Crews, 2014; Kruger ve Saayman, 2015; Vermeersch, Sanders ve Willson, 2016; Özel, 2017) gibi konular üzerinde durulduğu görülmektedir. Ancak literatür incelendiğinde kuşakların yeme-içme alışkanlıkları (Stafleu, Vani De, Burema, Hautvast, 1995; Stafleu, Van, De, Burema, ve Hautvast, 1996; Kılıç ve Şanlıer, 2007; Chambers, Lobb, Butler ve Traill, 2008; Jang, Kim, ve Bonn, 2011; Kavitha, Souji ve Prabhu, 2011; Chettri, Hossain ve Broom, 2014; Negrete, 2014; Gindi, Abdullah, İsmail ve Nawi, 2016; Manippa, Padulo, Laan ve Brancucci, 2017; Danışman ve Gündüz, 2018; Aşık, 2019) ile ilgili çok az çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmayla konu ile ilgili boşluğun doldurulması amaçlanmaktadır. Yapılan bu çalışma kuşakların yeme içme alışkanlıklarını Türkiye genelinde ortaya koyan ilk çalışma niteliği taşımaktadır. Ayrıca bu araştırma bundan sonra konu ile ilgili yapılacak araştırmalar için bir kaynak ve ön çalışma olması açısından önemlidir.

### Varsayımlar

Çalışmada, örneklemin evreni temsil ettiği varsayılmaktadır. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplarda objektif oldukları varsayılmaktadır. Kullanılan ölçeklerin kuşakların yeme-içme alışkanlıklarını ve kişilik özelliklerini yeterli düzeyde ölçtüğü varsayılmaktadır.

### Sınırlılıklar

Araştırmaya Baby Boomer, X, Y ve Z kuşakları olmak üzere dört kuşak dâhil edilmiştir. Sessiz kuşağın araştırmaya dahil edilmemesinin temel sebebi Sessiz Kuşak mensuplarının sayılarının az olması ve ulaşım güçlüğüdür.

Araştırma evren ve örneklemini tanımlayabilmek adına Türkiye nüfusunun kuşaklara göre dağılımı Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) mail aracılığıyla talep edilmiştir. TÜİK tarafından gönderilen veriler 2019 yılı nüfus sayılarını içermektedir. Alınan nüfus sayılarının her kuşak grubundan 1.000.000'u geçtiği görülmekte, buna göre çalışmada da %5 hata payı dikkate alındığında her bir kuşak için 384 sayısının aşılması gerektiği bilinmektedir. Zaman ve maliyet faktörü dikkate alınarak bu çalışmada tüm kuşak gruplarının toplamı için örneklem sayısı 390 sayısı olmak üzere toplam 1560 örneklem sayısı ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca araştırmadan elde edilen sonuçlar 2018 Ekim, Kasım ve Aralık ile 2019 Ocak, Şubat aylarında elde edilen veriler ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla sonuçlarda katılımcı grupla genelleme yapılmıştır.

### Tanımlar

**Kuşak:** “Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı dönemin şartlarını, dolayısıyla birbirleri ile benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer görevlerle yükümlü olmuş kişilerin oluşturduğu topluluk” olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer tanımı ise “yaklaşık 25-30 yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, nesil, jenerasyon” şeklindedir.

**Kişilik:** “Bireyin doğumla birlikte getirdiği, aynı zamanda yaşantı sonucu edindiği, bireyi diğerlerinden farklı kılan özelliklerin tümü” olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanıma göre “bir kimseye ait belirgin bir özellik, manevi ve ruhsal özelliklerin bütünü, bireye yakışacak durum ve davranış” olarak tanımlanmaktadır.

**Yeme İçme Alışkanlıkları:** Bireyin gnlk oēēn sayısı, yiyecek-içecek seçimleri, ana oēēnlerde ve ara oēēnlerde tkettikleri yiyeceklerin tr ve miktarları, yiyecek satın alma, yemek hazırlama, pişirme ve servis gibi konularda i ve dış etkilerle hep aynı biçimde gerçekleşmesi sonucu beliren şartlanmış davranış kalıplarıdır.



## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde kuşaklar teorisinin temellerinin oluşturulmasından günümüze kadar süregelen farklı bakış açıları içerisinde kuşak kavramının tanımı, kapsamı, kuşakların sınıflandırılması, kuşaklar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar, Türkiye’de kuşakların durumu ile ilgili bilgiler; bireylerin tutum, değer, davranış ve alışkanlıklarının şekillenmesine neden olan kişilik kavramının tanımı, kişiliğin oluşumunu etkileyen faktörler, yeme-içme olgusu ile yeme-içme alışkanlıkları ve yiyecek-içecek seçimine etki eden faktör ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

### 2.1. Kuşak Kuramı

Kuşaklar ile ilgili çalışmalar ekonomi, demografi, siyaset bilimi, klinik psikoloji ve sosyoloji gibi farklı bilimsel alanlarda elli yıldan fazla zamandır çalışılmaktadır (Alwin, McCammon, 2007: 219). Kuşaklar arasındaki farklılıklar, kuşakların benzer özellikleri, kuşak çatışmaları, kuşakların kişilik ve davranış özellikleri daima merak edilmiştir. Aşağıda kuşak kavramının genel bir çerçevesi çizilmiş ve geçmişten günümüze kuşakların özelliklerine değinilmiştir.

#### 2.1.1. Kuşak Kavramının Tanımı ve Kapsamı

Kuşak kavramı, teorisinin oluşturulmasından günümüze değin birçok bilim dalı açısından araştırma konusu olmuş, sosyoloji, tarih, psikoloji, yönetim bilimi gibi disiplinler tarafından geliştirilerek farklı şekilde tanımlamalar yapılmıştır (Lub, Bal, Blomme ve Schalk, 2014: 39). Kuşak kavramı ve insanoğlunun kuşaklar çerçevesinde incelenmesi ile ilgili bilgiler Antik Yunan dönemi gibi çok eski tarihlere dayanmaktadır. Kuşak kavramının kökeni ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda etimolojik açıdan ilk olarak Antik Yunanca’da “var olmak” veya “doğmak” anlamlarına gelen “genos” veya “genestai” kelimelerinden geldiği ortaya atılmaktadır (Joshi, Dencker ve Franz, 2011:179).

Kuşak çalışmalarıyla ilgili ilk bilimsel araştırmaları 19. yüzyılda başlatan sosyolojinin babası olarak bilinen Auguste Comte olmuştur. Comte, “kuşak değişikliğinin tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu, sosyal gelişmenin ve ilerlemenin ancak bir kuşağın sonraki kuşağa miras bırakacağı değerler ve birikimler ile mümkün olduğunu” ifade etmiştir (Aktaran: Toruntay, 2011: 64). Daha sonraki yıllarda İspanyol asıllı filozof Jose

Ortega Gasset (1931) de orijinal adı “The Modern Theme” olan kitabında Comte’nin savunduğu görüşü savunarak bütün kuşakların kendi iç dünyasını keşfederek özgünlüklerini ortaya koyarken kendinden önceki kuşağın da düşünce ve değerlerinden etkilendiğini ifade etmiştir (Aktaran Leavitt, 2014: 24).

Yirminci yüzyılın ilk yarısında kuşak kavramının doğum yılı aralığının yanında sosyolojik bir tanım içinde incelenmesi gerekliliğini ortaya koyan Alman sosyolog Karl Mannheim bilimsel araştırma metotlarını araştırmalarında ilk kez kullanmıştır. Mannheim’in önce 1923 yılında, sonra 1952 yılında yayınlanan “The Problem of Generations” adlı makalesi kuşakların sosyolojik bakışla temellendirildiği öncü çalışma olmasının yanında makalesinde bireylerin geçmişteki deneyimlerinin, gelecek kuşaklar üzerinde etkili olup, onları şekillendirecek ve referans olacak modellerin oluşturulmasının önemini vurgulamıştır (Daloğlu, 2013). Mannheim insanların sosyo-tarihsel çevreden önemli ölçüde etkilendiğini, buna bağlı olarak gerçek bir kuşak bütünlüğü oluşturabilmenin yolunu aynı tarihsel ve sosyal zamanda ve durumda doğmaktan geçtiğini ifade etmiştir (Aktaran: Özmen, 2011: 33-34). Bu duruma göre Mannheim kuşak kavramını “hem benzer doğum yılları aralığını hem de gelişim yıllarında benzer sosyal ve tarihi açıdan önemli olayları paylaşarak tecrübe eden ve bu nedenle bir takım birleştirici ortak unsur geliştiren grup” olarak tanımlamıştır (Parry ve Urwin, 2011). Mannheim bir toplumda kuşak olgusunun varlığından söz edilebilmesi için beş faktörün oluşması gerektiği üzerinde durmuştur. Kuşak kavramının karakteristik özellikleri olarak da kabul edilen faktörler şu şekilde sıralanmıştır (Mannheim, 1952: 170).

- Kültürel süreç içinde sürekli yeni katılımcıların eklenmesi,
- Bu süreçte eski katılımcıların sürekli kaybolması,
- Herhangi bir kuşağın üyeleri, sadece tarihsel sürecin zamansal olarak sınırlı bir bölümüne katılabilmesi,
- Birikmiş kültürel mirasın aktarılması için sürekli nedenlerin gerekmesi,
- Kuşaktan kuşağa geçişin devamlı bir süreç olarak devam etmesidir.

Mannheime’e göre kuşak kavramı toplumsal değişim sürecinin anlaşılmasında önem teşkil etmektedir. Özellikle modern çağda toplumsal değişimin hızı artış göstermiştir. Değişme hızının artması kuşaklar arasındaki değerlerin yer değiştirmesinin artmasına da neden olmuştur. Bu değerlerin hızlı bir şekilde yer değiştirmesi kuşaklar arasında kopuş ve çatışmaya neden olabilmıştır (Lotfi, Kabiri ve Ghasemlou, 2013: 93-94).

Auguste Comte ve Karl Mannheim'in kuşaklar ile ilgili yapmış oldukları çalışmaların üzerine 20. yüzyıl sonralarında ise kuşaklar ile ilgili tanımlama ve sınıflandırma William Strauss ve Neil Howe tarafından 1991 yılında yayınladıkları "Generations" adlı kitapta yayınlanmıştır. Straus ve Howe'a göre (1991) kuşaklar ortak bir yaş sınırına sahip, aynı tarihsel ve sosyal olaylardan etkilenmiş bireylerdir. Ayrıca bu bireylerin kültürel değerleri, aile hayatı, çalışma hayatı, tutumları, davranışları, inançları birbirine benzemektedir. (Strauss ve Howe, 1991). William Strauss ve Neil Howe kuşakları tanımlamak için aşağıdaki kriterleri kullanmaktadırlar (Toruntay, 2011: 65-66);

- Kuşağa mensup olan bireylerin tarihte paylaştıkları ortak bir yaş noktası olmalıdır. Bu bireyler yaşamlarının aynı dönemini yaşarlarken tarihi olaylar ve sosyal eğilimler ile karşılaşılırlar.
- Kuşağa mensup bireylerin, içindeki buldukları dönem, o anki çocukluk veya yetişkinlik dönemlerine göre şekillenerek risk alma, kültür, değerler, çalışma hayatı ve aile hayatı gibi tutumlar da dahil olmak üzere davranış ve ortak inançları paylaşma eğilimindedirler.
- Akranları ile paylaştıkları deneyim ve becerilerin farkındadırlar, aynı kuşağa ait oldukları akranları ile bu aidiyeti birlikte paylaşırlar.

Kuşak kavramı ile ilgili literatürde farklı tanımlamalar mevcuttur. Ryder'e (1965) göre kuşak kavramı "aynı olayları aynı zaman aralığında yaşayan insan topluluklarıdır". Lagrée (1991) kavramı "aynı tarihsel olayların içinde bulunmuş, aynı dönemi yaşamış, aynı toplumsal koşullarda sosyalleşmiş, hatta aynı kolektif kimliğe ait olmuş bireylerin oluşturduğu topluluklar" olarak tanımlamaktadır. Smith ve Clurman'a (1997) göre "tipik olarak dünya olayları, doğal afetler, politika, ekonomik koşullar ve pop kültür gibi ortak yaşam deneyimlerini paylaşan bir grup kişi" olarak ifade etmişlerdir. Eyerman ve Turner (1998) kuşakları "belli bir zaman diliminde ortak bir hafıza geliştirerek bir grup olarak adlandırılmalarına sebebiyet verecek şekilde ortak görünüş, huy ve kültürel öğeleri paylaşan kişiler" olarak tanımlamaktadır. Kupperschmidt (2000) ise "doğum yılları, yaş dönemleri, yaşadıkları yer ve kritik gelişim aşamalarında önemli yaşam olaylarını paylaşan belirli bir grup" olarak tanımlamaktadır. Zemke, Raines ve Filipczak (2000) kuşak kavramını "belirli bir zaman aralığında doğup büyümeleri ve yaşamlarını sürdürmüş olmaları nedeniyle, söz konusu dönemin hâkim olaylarından etkilendiklerine ve ortak bakış açılarına sahip olduklarına inanılan insan grupları" olarak ifade etmektedirler. Altundağ'a (2012) göre ise

kuşaklar “aynı zaman aralığında doğmuş, yaşadıkları zamanın sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal olaylarından ve değerlerinden etkilenmiş bireyler ve bu bireylerin oluşturdukları topluluklar” olarak tanımlamaktadır.

Bu bilgiler ışığında Türkçede “nesil veya “jenerasyon” kelimeleri ile ifade edilen kuşak kavramını Türk Dil Kurumu (TDK) “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı dönemin şartlarını, dolayısıyla birbirleri ile benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer görevlerle yükümlü olmuş kişilerin oluşturduğu topluluk” olarak tanımlamaktadır. TDK’nin yaptığı başka bir tanımlama ise “yaklaşık 25-30 yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, nesil, jenerasyon” şeklindedir (Türk Dil Kurumu, 2019).

Kuşak kavramı ile ilgili yapılan tanımlara bakıldığında kuşak kavramını şekillendiren genel olan iki önemli ve ilişkili unsur bulunmaktadır: “Birincisi, tarihsel süreç içindeki ortak konum, ikincisi ise bu tarihsel süreç içerisinde yaşanan olaylar ve deneyimler etrafında biçimlenen ortak bilinçtir. Tarihsel süreç içerisindeki gençlik çağındaki bireylerin yaşamış oldukları önemli ulusal ve uluslararası olaylar ortak belleklerin oluşmasına neden olmakta ve bu ortak bellek de gelecek eğilim, tercih ve davranışları etkilemektedir” (Özer, Eriş ve Özmen, 2013: 125).

### **2.1.2. Kuşakların Sınıflandırılması**

Birbirleri ile aşağı yukarı yakın dönemlerde doğmuş olan bireyler hayatları boyunca genellikle benzer toplumsal özellikler sergileyip benzer olayları yaşarlar. Sosyologlar bu durumu kuşak etkisi olarak tanımlamaktadır. Bir kuşağın yaşadığı dönem, o kuşağın bireylerinin yaşadığı sıkıntılar ve fırsatlar hakkında çok şey anlatmaktadır. Beklenmedik tarihsel olaylar, değişen siyasi koşullar, sosyal kültürel eğilimler dönem etkisi olarak tanımlanmakta olup bunlar kuşakların şekil ve görünümüne önemli katkılar sağlamaktadır (Newman, 2013: 217). Kuşaklara ilişkin sınıflandırma yapma gereği toplumsal, ekonomik, teknolojik, kültürel vb. şartlarda meydana gelen değişimlerin farklı yaş gruplarına etkilerini analiz edebilmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Tüketim ile ilgili tutum ve davranışların belirlenmesinde, çalışma yaşamında, yaşam tarzının şekillenmesinde, iletişim sorunlarında karşılaşılan yeni durumların açıklanması ve buna yönelik önlem ya da kararların alınmasında kuşakların özelliklerinin bilinmesine yönelik pek çok araştırma yapılmaktadır.



Kuşakların sınıflandırılmasında Mannheim'ın (1952) kuşak kavramını açıklamak için kullandığı tanımlama genel olarak kuşak sınıflandırmalarına referans olmaktadır. Mannheim yaş odağındaki biyolojik ve içinde bulunulan tarihi dönem odağında sosyo-kültürel unsurlara başvurarak bir tanımlama yapmış ve sonraki araştırmacılar bu görüşü takip eder nitelikte sınıflandırmalar geliştirmiştir. Buna göre kuşak sınıflandırması yaş ve döneme etki eden olaylar çerçevesinde yeni sosyo-kültürel kalıpların ortaya çıkışı ve beraberindeki taleplerin karşılanması için yeni gereklilikler ile bunlarla uyumlu geliştirilmiş olan davranış özellikleri nedeniyle oluşturulmuştur (Lyon, 2003:19).

Öte yandan kuşak çalışmaları uzun süredir araştırmacıların ilgi odağında yer almasına ve tanımlama konusunda aynı öğeler etrafında kavram tanımlaması yapılıyor olmasına rağmen, literatürde kuşak sınıflandırılmasında dikkate alınan yaş aralıkları ve kuşakların adlandırılması konusunda bir ortak fikir birliği olmadığı gözlenmektedir (Chen ve Choi, 2008). Ülkeler ve kültürlere göre kuşak sınıflandırılmasında farklılıklar bulunmasına rağmen bu çalışmada ele alınacak temel sınıflandırma Geleneksel (Sessiz) kuşak, Baby Boomer kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağı sınıflandırmasıdır. Kuşak sınıflandırması yaş aralıkları da yaşanan topluma, döneme, kişilere ve gerçekleşen olaylara göre farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır (Reeves ve Oh, 2008: 296). Çizelge 2.1.'de başlıca kuşak sınıflandırmaları ve yaş aralıkları yer almaktadır.

Çizelge 2.1.'de görüldüğü gibi her ne kadar kuşak çalışmaları yapan araştırmacıların kuşakların başlangıç ve bitişlerine atfettikleri tarih aralıklarında birtakım farklılıklar görülsede genelde benzer ve birbirine yakın tarih aralıkları çerçevesinde odaklanılmıştır. Bu çalışmada kabul edilen kuşak sınıflandırmasına göre yaş aralıkları ise Türkiye'de kuşak çalışmaları ile ilgili yapılan araştırmalardaki sınıflandırma yaş aralığına uygun olan Twenge, Twenge, Campbell, Hoffman ve Lance'in (2010) kuşak sınıflandırmasına göre yapılmıştır. Bu nedenle Türkiye'de yapılan kuşaklararası ayırım 1925-1945 yılları arası doğumlular için Sessiz kuşağı; 1946-1964 yılları arası doğumlular için Baby Boomer kuşağı; 1965-1979 yılları arası doğumlular için X kuşağı; 1980-1999 yılları arası doğumlular için Y kuşağını ifade ederken, 2000 yılı ve sonrası doğumlular da Z kuşağı olarak ayrılmaktadır (Ayhün, 2013; Seçkin, 2000; Şenbir, 2004; Altuntuğ, 2012). Çizelge 2.2.'de çalışmada kullanılan kuşak sınıflandırılması ve yaş aralığı gösterilmiştir.

Çizelge 2.1. Araştırmacıların kuşak sınıflandırmaları ve yaş aralıkları

Araştırmacılar	Sessiz Kuşak	BB Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z kuşağı
Howe ve Strauss, 1993	1925-1942	1943-1960	1961-1981	≥ 1982	-
Tapscott, 1998	-	1946-1964	1965-1975	1976-2000	-
Spitznas, 1998	1925-1945	1946-1964	1965-1980	-	-
Washburn, 2000	1926-1945	1946-1964	1965-1981	1982-2003	-
Zemke ve diğerleri, 2000	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-1999	-
Lancaster ve Stillman, 2002	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1999	-
Martin ve Tulgan, 2002	1925-1942	1946-1960	1965-1977	1978-2000	-
Oblinger ve Oblinger, 2005	≤ 1946	1947-1964	1965-1980	1981-1995	≥ 1994
Fleschner, 2007	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1981-2000	-
Lyons ve diğerleri, 2007	≤ 1944	1945-1964	1965-1979	≥ 1980	-
Cennamo ve Gardner, 2008	-	1946-1961	1962-1979	≥ 1980	-
Chen ve Choi, 2008	-	1946-1964	1965-1977	≥ 1978	-
Gürsoy, Mailer ve Chi, 2008	-	1943-1960	1961-1980	1981-2000	-
Haeberle ve diğerleri, 2009	1930-1944	1945-1964	1965-1979	1980-1999	≥ 1998
Salahuddin, 2010	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-2000	-
Twenge ve diğerleri, 2010	1925-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999	≥ 2000
Keleş, 2011	-	1946-1964	1965-1979	1980-1999	≥ 2000
Williams ve Page, 2011	1930-1945	1946-1964	1965-1976	1977-1994	≥ 1993
Gürsoy, Chi ve Karadağ, 2013	-	1946-1964	1965-1980	1981-2000	-

Kaynak: Cennamo ve Gardner, 2008; Gürsoy, Maier ve Chi, 2008; Keleş, 2011; Parry ve Urwin, 2011; Reeves ve Oh, 2008, Twenge ve diğerleri, 2010; Gürsoy, Chi ve Karadağ, 2013.

Çizelge 2.2. Çalışmada kullanılan kuşak sınıflandırması ve yaş aralığı

Kuşak Adı	Doğum Yılı Aralığı	Yaş Aralığı (2020 yılına göre)
Sessiz Kuşak	1925-1945	75-95
Bebek Patlaması Kuşağı	1946-1964	56-74
X Kuşağı	1965-1979	41-55
Y Kuşağı	1980-1999	21-40
Z Kuşağı	≥ 2000	≤ 20

Kaynak: Twenge ve diğerlerinin (2010) çalışmasına dayanarak oluşturulmuştur

### 2.1.2.1. Sessiz kuşak (1925-1945)

1925-1945 yılları arasında doğanların oluşturduğu Sessiz kuşak, 2020 yılı itibariyle en yaşlısı 95 ve en genci 75 yaşları arasındaki bireyleri temsil etmektedir. Sessiz kuşak, literatürde Gelenekselciler, Kurucular, II. Savaş kuşağı gibi farklı adlandırmalar ile anılan ve halen yaşayan üye sayısı en az olan ve kuşaklar içerisinde en yaşlı üyelerden oluşan kuşak türüdür (Smola ve Sutton; 2002; Adıgüzel ve diğerleri, 2014).

Dünya’da bu dönemin önemli olayları 1914-1918 yılları arasında gerçekleşmiş olan I. Dünya Savaşı’nın devam eden etkileri, 1939-1945 yılları arasındaki II. Dünya Savaşı ile 1930 yılındaki Büyük Ekonomik Buhranın varlığıdır (Cennamo ve Gardner, 2008). Bu nedenle Sessiz kuşağın yaşadığı dönemin ağır şartlar barındırmasından ötürü bu kuşağa ait olan bireyler zorlu yıllarda maddi ve manevi anlamda kayıplar yaşayarak yaşamlarını korku ve endişe içerisinde sürdürmüş, daha fazla sade bir yaşamı tercih etmiş, aşırıktan kaçarak kanaatkâr ve alacakları kararlarda temkinli bir tutum sergilemiştir (Aydemir ve Dinç, 2015).

Bu kuşağa ait bireyler istikrarlı, ayrıntılara odaklı, kapsamlı, sadık ve çalışkan insanlar olarak kabul edilmektedir (Jackson, Leslie ve Aquia, 2011). Amerika tarihinin en erken evlenen ve en erken çocuk sahibi olan kuşağıdır. Erkekler ortalama olarak 23, kadınlar ise 20’li yaşlarında evlilik yapmayı tercih etmişlerdir. Bir sonraki kuşak olan Bebek patlaması kuşağının ebeveynleri konumunda olan Sessiz kuşak kadınlarının %94’ü ortalama 3.3 çocuğa sahip anneler olmuştur (Strauss ve Howe, 1991). Sessiz kuşağın genel özellikleri Çizelge 2.3.’te özetlenmiştir.

Çizelge 2.3. Sessiz kuşağın özellikleri

Değerler	Tutumlar	Yaşam Şekli	Kişilik
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasarruf etme</li> <li>Karşılıklı sorumluluk</li> <li>Vatanseverlik</li> <li>Sadakat</li> <li>Taahhüt</li> <li>Ahlaki sorumluluk</li> <li>Yaşlılara saygı</li> <li>Özveri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Siyah ve beyaz-Doğru ve yanlış</li> <li>Benim ilişkim yerine bizim ilişkimiz</li> <li>Yetki makamları sorgulanmamalı</li> <li>Ödeyecek paran yoksa bir şey satın alma</li> <li>Her şey için ılımlılık</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deneyim kazanırken zorluk ve sonraki yıllarda refah</li> <li>Önce kaydet sonra satın al</li> <li>Boomer çocuklarından sonra en büyük servet ağına sahip</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Güvensizlik değişikliği</li> <li>Acılara katlanma</li> <li>Mali olarak muhafazakâr</li> <li>Hiyerarşik</li> <li>Pragmatik</li> <li>Kararlı</li> <li>Dengeli</li> </ul>

Kaynak: McCrindle, 2014: 61.

Sessiz kuşağın kapsadığı yıl aralığı Türkiye’de Cumhuriyet döneminin tek partili yıllarına karşılık gelmektedir, Özellikle savaş yıllarının olumsuz etkileri Türkiye’nin 1929 yılındaki nüfus, gelir ve eğitim göstergelerinin dünya ile paralel bir şekilde olumsuz etkilenmesine neden olmuştur. Bu nedenle her şeyden önce hayatta kalmanın önemi göz önünde bulundurulmuştur (Ayhün, 2013). Sağlık sektöründeki yaşanan aksaklıklar ve hayat şartlarındaki zorluklar ise bireylerin genç yaşlarda yıpranmalarına ve yaşamlarını yitirmelerine neden olmuştur (Senbir, 2004). Türkiye’nin 1929 yılındaki nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri Çizelge 2.4.’te gösterilmiştir.

Çizelge 2.4. Türkiye’nin 1929 yılında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri

Göstergeler	1929 Yılı Verileri
Nüfus	13.648.270
İlçe ve Beldelerde İkamet Oranı	%96
Kişi Başına Düşen Gelir	74 Dolar
Doktor Başına Düşen Hasta Sayısı	13.971
İlkokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	26.275/ %4
Ortaokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	2.650/ %11
Genel Lise Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	390/ %9
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Sayısı	18
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Mezuniyet Göstergeleri	575 kişi

Kaynak: Erden, 2012.

1945’li yılların sonuna kadar Türkiye’de nüfus, eğitim ve sağlık alanlarında birtakım gelişmeler yaşanmışsa da bu dönemde yaşamış bireylerin yaşam standartlarının günümüze kıyasla oldukça yetersiz olduğu dikkat çekmektedir. Türkiye’nin 1945 yılındaki nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri Çizelge 2.5.’te gösterilmiştir.

İş hayatı açısından patronuna sadık, tutarlı bir performans sergileyen ve mali anlamda tutucu olan Sessiz kuşak, bu yaşam tarzını kendinden sonraki kuşak için anlamlı bir miras bırakmak için benimsemiştir (Crumpacker ve Crumpacker, 2007).

Teknolojik gelişmişlik düzeyi açısından içinde buldukları dönemde televizyonun ve kitlesel pazarlamanın daha yeni kullanılmaya başlaması nedeniyle mevcut zamandaki teknolojik cihazlarla ilişkileri yok denecek kadar azdır (Srinivasan, 2012). Bu yüzden Sessiz kuşak üyeleri özellikle iletişim alanındaki teknolojik yeniliklere uzak olup, sosyal ilişki

açısından doğrudan yüz yüze görüşmeyi tercih etmektedirler (Demirkaya, Akdemir, Karaman ve Atan, 2015).

Çizelge 2.5. Türkiye'nin 1945 yılında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri

Göstergeler	1945 Yılı Verileri
Nüfus	18.790.174
İlçe ve Beldelerde İkamet Oranı	%89
Kişi Başına Düşen Gelir	224 Dolar
Doktor Başına Düşen Hasta Sayısı	9.629
İlkokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	90.657/ %7
Ortaokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	11.803/ %17
Genel Lise Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	5652/ %20
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Sayısı	28
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Mezuniyet Göstergeleri	2221 kişi

Kaynak: Erden, 2012.

Satın alma alışkanlıkları açısından Sessiz kuşak üyeleri daha çok yüksek kaliteli ve uzun ömürlü ürünleri tercih etmektedirler. Özellikle kalite için ödemesi gereken fiyat büyük önem arz etmektedir. Para biriktirmeyi seven ve çok nadir kredi ile satın alma işlemi gerçekleştiren bu kuşağın tüketim ile ilgili temel düşüncesi Türkçede “sakla samanı gelir zamanı” olarak ifade edilen “waste not, want not” olduğu belirtilmektedir (Schewe ve Noble, 2000). Okumak, film seyretmek ve müzik dinlemek için harcama yapmaktadırlar (Chettri, Hossain ve Broom, 2014).

Seyahat alışkanlıkları açısından Sessiz kuşak üyeleri, risk almayı sevmeyen yapıda oldukları için macera ve deneme yanılmalarına karşı biraz temkinli davranmaktadırlar. Bu yüzden daha çok seyahat türleri; arkadaş, aile bireyleri ile birlikte vakit geçirerek dinlenmek ve rahatlamak için planlanmış eğlenceli gezilerdir (Lehto, Jang, Achana ve O'leary, 2006). Hudson'un (2013) kuşaklar ile ilgili uluslararası seyahat davranışları ve tutumları arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya çıkarmak için yaptığı çalışma sonucuna göre, Sessiz kuşağın seyahatlerinde önem verdikleri kriterler arasında konaklama, hizmet kalitesi, hijyen, misafirperverlik, ulaşım kolaylığı, güvenlik, turistik bilgi ve yerel mutfak yer almaktadır. Ayrıca Sessiz kuşağa mensup bireyler kültürel aktiviteler, yerel festivaller, tarihi yerler gibi kültürel öğelere sahip olan etkinliklere daha fazla ilgi duymakta, rehberli turlar daha cazip

gelmekte ve profesyonel tavsiyeye önem vermektedirler. Diğer kuşakların Sessiz kuşak hakkındaki genel düşünceleri Çizelge 2.6.'da gösterilmiştir.

Çizelge 2.6. Diğer kuşakların sessiz kuşak hakkındaki genel düşünceleri

Baby Boomer Kuşağı	X kuşağı	Y Kuşağı
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diktatör</li> <li>• Katı (Esneklik ve yenilikleri öğrenmeye ihtiyaçları var)</li> <li>• Teknolojik dinazor</li> <li>• Çekingen</li> <li>• Tutumlu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kendi yollarında ilerlemekteler</li> <li>• E-mail kullanmayı öğrenmeliler</li> <li>• Servet sahipleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Güvenilirlik</li> <li>• Lider özellikleri taşırlar</li> <li>• Cesur</li> </ul>

Kaynak: Zemke, Raines ve Filipczak, 2000: 54.

### 2.1.2.2. Bebek patlaması kuşağı (Baby boomer kuşağı / 1946-1964)

1946-1964 yılları arasını kapsayan Bebek Patlaması kuşağı, dünyanın seyrini değiştirmede önemli etkileri olan I. ve II. Dünya Savaşları ile 1930 yılında meydana gelen Büyük Ekonomik Buhran'ın bıraktığı etkilerin ortadan kaldırılmaya çalışıldığı bir dönemin üyeleri olup, 2020 yılı itibariyle en yaşlısı 74 ve en genci 56 yaşlarında olan bireyleri kapsamaktadır (Lyons, 2003). Bu kuşağın Bebek patlaması kuşağı olarak isimlendirilmesinde etken olan neden, II. Dünya Savaşı'ndan sonra yaşanan nüfus patlaması yıllarında yaklaşık 1 milyar bebeğin dünyaya gelmesidir. Çünkü II. Dünya Savaşı'ndan sonra Amerika'da fırtınalı iç savaş ve ekonomik depresyonun etkilerinin azaltılması, göç artışı ve doğum oranlarının düşmesi ile azalan nüfusun artırılması, toplumun yeniden şekillendirilmesi, iyimser bir döneme başlanması amacıyla reklamlar ile doğum artışı teşvik edilmiştir (Tolbize, 2008: 2; Zemke ve diğerleri, 2000: 64). Yüksek refah döneminde yaşamını sürdürmüş olan bu kuşak İyimserlik kuşağı, Aşk kuşağı, Sandviç kuşağı, Ben kuşağı, Woodstock kuşağı gibi isimlendirmelerle de anılmaktadır (Özel, 2017).

Refahın yükselişte olduğu bu dönemde ülkelerin gerek siyasi gerekse politik ve ekonomik yapılarında kendini gösteren önemli değişiklikler Bebek patlaması kuşağının da düşünce yapısını etkilemiştir. Büyüme, refah, mal ve hizmetlere ulaşmadaki özlem duygusunu yaşayan bu kuşak daha çok harcama ve eğlenmeye odaklı bir kuşak haline gelmiştir (Kupperschmidt, 2000). Farklı ve yeni iş ilanlarının, eğitim anlamında fırsatların ortaya çıkması, mal ve hizmetlerde çeşitlilik ve bolluk bu kuşağın iyimserlik ve geleceğe dair güven

içerisinde yaşamalarını da beraberinde getirmiştir. Bu durum da özellikle Bebek patlaması kuşağının gelecek kaygısı olmadan daha çok kendilerine odaklanan ve kişisel mutluluklarıyla ilgilenen bireyler olmasına neden olmuştur (Smith ve Clurman, 1997). Bu yüzden de ayrıca bu kuşağa Ben kuşağı (Me Generation) denilmektedir. Nitekim Zemke ve diğerlerinin (2000) de ifade ettiği gibi, Bebek patlaması kuşağı hiç taviz vermeksizin kendi istek ve arzularına değer vermiş bir kuşaktır.

Dünya geneline bakıldığında, içinde buldukları dönemin ayırt edici özelliklerinden birinin insan haklarındaki artış olduğu gözlenmektedir. Bu durumla birlikte aynı dönemde savaş karşıtı söylemler de artış göstermiştir. Dönemin üyeleri gençlik yıllarında sosyal özgürlükler için önce insan hakları, kadın hakları ve çevre duyarlılığı gibi farklı eylemlere katılım göstermiş, ardından da savaş karşıtı eylemlere yönelmiştir (Schuman ve Scott, 1989). Bu yüzden kadın-erkek eşitliği, ırk ayrımına karşı mücadele ve çevre hassasiyeti gibi faktörlerin bu kuşaktan günümüze gelen miras olduğu savunulmaktadır. (Strauss ve Howe, 1991). Harris İnteractive Poll adlı kuruluşun yaptığı kuşakların birbirine bakış açısı ve toplumda nasıl algılandıklarını sorgulayan bir kamuoyu araştırmasına göre Bebek patlaması kuşağının toplumsal bilinci en yüksek, en üretken ve topluma en olumlu etkisi olan kuşak olduğu sonucuna ulaşılmıştır (İzmirlioğlu, 2008: 44).

Türkiye’de 1960 askeri darbe yıllarına denk gelen Bebek patlaması kuşağı üyeleri dünyadaki gelişmelerden uzak, kendi içlerine kapanmış bireyler olarak büyümüşlerdir (Toruntay, 2011: 71). Her ne kadar dünyadaki gelişmeler yakından takip edilemese de bir yandan da uzun yıllardır ekonomik ve siyasi sıkıntılarla mücadele eden ve ayakta kalmaya çalışan bir milletin yeniden gelişmeye ve dünya ile etkileşime girmeye başladığı bir dönem olmuştur. Bu kuşağın yetiştiği yıllarda üretim talebin gerisinde kalmış, emek açığı ortaya çıkmış, kırsal kesimden kentlere göç başlamıştır (Fındık, 2013: 45). Senbir (2014) Türkiye’deki Bebek patlaması kuşağının; büyümenin, refahın, mal ve hizmetlere özlem duygusunun ağır bastığı, harcamaya ve eğlenmeye meraklı bir kuşak olduğunu ifade etmektedir. Bu dönemde ülkenin durumunu anlatan ekonomik göstergeler çok parlak olmasa da umut vaat etmektedir. Türkiye’nin 1946-1964 yıllarındaki nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri Çizelge 2.7.’de gösterilmiştir.

Çizelge 2.7. Türkiye'nin 1946-1964 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri

Göstergeler	1946 Yılındaki Göstergeler	1964 Yılındaki Göstergeler
Nüfus	19.000.000 civarı	31.000.000 civarı
Kişi Başına Düşen Gelir	191 Dolar	258 Dolar
Doktor Başına Düşen Hasta Sayısı	8.746	3.024
İlkokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	104.854 kişi/ %8	391.989 kişi/ %11
Ortaokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	12.389 kişi/ %19	66.661 kişi/ %19
Genel Lise Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	6.236 kişi/ %24	19.578 kişi/ %19
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Sayısı	31	83
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Mezuniyet Göstergeleri	2440 kişi	7988 kişi

Kaynak: Erden, 2012.

Bebek patlaması kuşağı bireyleri, güçlü iş ahlakına sahip olan ve bundan gurur duyan bir yapıdadırlar. Özellikle saygı ve değer görmeye, ödüllendirilmeye, bir grubun parçası olmaya, grup çalışmasına, grup tartışmasına, sadakate önem vermektedirler. İş kolik, çalışmak için yaşama anlayışına hâkim, iş değiştirmenin geride kalmaya sebep olduğuna inanan, uzun süre çalışarak kariyerlerini ilerletme hedefine sahip olan bir kuşak türüdür. Ayrıca kurumlarına karşı sadık, adanmışlık duygusuna sahip, otoriteye ve kurallara saygılı, çalışma saatlerine uyumlu, kanaatkâr, iyimser, kişisel gelişime, sağlık ve sağlıklı yaşamaya, genç kalmaya önem veren bireyler olarak tanımlanmaktadır (Zemke ve diğerleri, 2000: 68; Twenge, 2009).

Şu ana kadar yaşamış olan kuşaklar içerisinde en kalabalık nüfusa sahip olan bu kuşağın bireyleri büyüdükçe, ihtiyaçlarına göre sektörler meydana gelmiş ve birçok sektörde büyüme gözlenmiştir. Ekonomik refah düzeyleri hayatlarını kolaylaştırıcı, teknolojik gelişmelere katkı sağlamalarına sebep olmuştur. Televizyon, radyo, gramofon teknolojisinde doğup; elektronik eşyalar, iletişim konularıyla büyümüşlerdir. Bugün ise artık yaşları 56'yi geçmiş olan bireyler sağlık, güzellik, kişisel bakım sektörleri ile iyi yaşlanmanın tadını çıkarmaktadırlar (Lehto ve diğerleri, 2006). Bu kuşağın bireyleri hayatları boyunca kendilerine bir yol bulmuş ve hayatlarının her aşamasında ilgili sosyal kurumların



parametrelerini etkilemişlerdir. Bebekken kreşleri, anaokullarını; gençken üniversiteleri, iş kuyruklarını; yetişkin iken konut pazarlarını, yaşlıyken sağlık, seyahat sektörlerini doldurmuşlardır. Bu kuşak özellikle aile kurumu üzerinde kalıcı izler bırakmıştır. Birlikte yaşama, bekar annelik, aile içi ortak yaşam gibi yaşam tarzlarıyla aile olgusunu yeniden tanımlamışlardır (Newman, 2013: 218).

Bu kuşaktaki tüketiciler, bir ürün ya da hizmeti, onlar için değerliyse ve ihtiyaçlarını karşılıyorsa satın almaktadırlar. Fiyat konusunda gençlere göre daha duyarlıdırlar ve geçmiş deneyimlerinden yararlanarak karşılaştırma yapmaktadırlar. Yaşlanmaları nedeniyle ürün ya da hizmete kolay ulaşmayı istemektedirler. Ayrıca o ürün veya hizmeti satın almadan önce satışı gerçekleştiren kişi veya işletmelere güvenmeyi, ürün ve hizmetler hakkında tam bilgi sahibi olmayı istemektedirler. Bu da ancak etkin iletişimle mümkün olmaktadır (Marangoz, 2000). Gazeteler ve alışveriş sırasındaki gözlemlerini, bilgi kaynakları olarak kullanmaktadırlar. Hareketlilik, araba gibi olanaklardan yoksun olmaları sebebiyle evleri çevresinde alışveriş yapmaktadırlar. Mağaza bağlılığı da göstermektedirler. Bunun nedeni alışveriş kolaylığı, fiyat ve ürün özellikleri, mağazanın fiziki özelliği ve tüketiciye olan yaklaşımdır (Çolakoğlu, 2006). Diğer kuşakların Bebek patlaması kuşağı hakkındaki genel düşünceleri Çizelge 2.8.'de gösterilmiştir.

Çizelge 2.8. Diğer kuşakların bebek patlaması kuşağı hakkındaki genel düşünceleri

Sessiz Kuşak	X kuşağı	Y Kuşağı
<ul style="list-style-type: none"> <li>Olaylar hakkında konuşurken gizlilikten ödün vermezler.</li> <li>Kendilerini düşünürler.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kendilerini beğenirler.</li> <li>İşkoliktirler.</li> <li>Politik davranırlar. Kimin, neden, ne söylediğini şekillendirmeye çalışırlar.</li> <li>Bilgisizdirler.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soğukkanlıdırlar.</li> <li>Çok çalışkandırlar.</li> </ul>

Kaynak: Zemke, Raines ve Filipczak, 2000: 89.

### 2.1.2.3. X kuşağı (1965-1979)

X kuşağı, 1965 ile 1979 yılları arasında doğan, 2020 yılı itibariyle en yaşlısı 55 ve en genci 41 yaşlarında olan bireyleri temsil eden kuşak türüdür (Kyles, 2005: 52-55). X kuşağı terimi; Douglas Coupland'ın 1991 yılında yayınlanan kitabında "Generation X" başlığını kullanmasının ardından yaygınlaşmış ve popülerlik kazanmıştır (Zemke ve diğerleri, 2000: 96; Tolbize, 2008: 3). Etiketlere karşı çıkan bir kuşağı ele alan bu kitapta "X" ifadesi bir

kimlik arayışı içinde olan ancak onu bulamayan bir değeri sembolize etmektedir. Ayrıca bu kitap sonraki kuşakların Y kuşağı ve Z kuşağı şeklinde kategorize edilmesinde referans olmuştur (McCridle, 2006).

Bir önceki kuşak olan Bebek patlaması kuşağının içinde bulunduğu dönemle karşılaştırma yapıldığında bu dönemde yaşanan doğum oranlarındaki düşüş nedeniyle “Bebek düşüşü” (Baby Bust), Amerika Birleşik Devletleri’nin onüçüncü kuşağı olmaları sebebiyle “Onüçüncü kuşak” (Thirteenth Generation) ve Bebek patlaması kuşağı sonrasında gelen kuşak olmaları nedeniyle “Patlama sonrası” (Post-boomers) olarak da isimlendirmeler yapıldığı literatürde görülmektedir (Davis, 2016). Yaşanan ekonomik krizler, azalan evlilik, artan boşanmalar, ailelerin parçalanması, kurumlara duyulan güven eksikliği gibi sosyal zorluklardan etkilenmesi nedeniyle “Kayıp kuşak” olarak da ifade edilmektedir. Ayrıca bu kuşağın çoğunluğu çalışan ailelerin çocukları olduklarından ve ev anahtarları ile büyüdüklerinden dolayı çeşitli kaynaklarda “Kapı anahtarı çocukları” (latchkey kids) olarak da ifade edilirler (Sirias ve diğerleri, 2007: 750; Tolbize, 2008: 3). Kadınların iş yaşamına katıldığı, daha az çocuk ve daha iyi yaşamın önemli olduğu bir dönemi yaşamış olmakla birlikte en eğitilmiş kuşaklardan biridir (Başgöze ve Bayar, 2015; Ordun, 2015). Yirmi birinci yüzyılda kullanılan teknolojik ürünlerin birçoğunu keşfeden ve geliştiren bu kuşak üyeleri olmasına rağmen, teknoloji kullanımı konusunda Y kuşağının gerisinde kalmışlardır (Toruntay, 2011: 74). Evlerinde ve okullarında bilgisayar olan ve video oyunları ile ilk tanışan kuşak, X kuşağıdır (McCridle, 2011: 60).

Bu dönem Türkiye açısından değerlendirildiğinde, Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de televizyonun yaygınlaşması, renkli televizyona geçiş ve bilgisayar kullanımının başlaması gibi önemli değişikliklerin yaşandığı zaman aralığında olduğu görülmektedir. Ancak özellikle Batı toplumlarında olduğu gibi teknolojik gelişmelerin olumlu taraflarından faydalanmanın tersine bu dönemde daha çok X kuşağı, Türkiye’de liberal ekonomiye geçişin zorlukları, ekonomik kriz ve etnik terörün etkisi altında kalmıştır (Atabay, Penbek, Zaptçioğlu ve Uçel, 2013). Türkiye’nin 1965-1979 yıllarındaki nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri Çizelge 2.9.’da gösterilmiştir.

Çizelge 2.9. Türkiye'nin 1965-1979 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri

Göstergeler	1965 Yılındaki Göstergeler	1979 Yılındaki Göstergeler
Nüfus	31.391.421 civarı	44.000.000 civarı
Kişi Başına Düşen Gelir	271 Dolar	1877 Dolar
Doktor Başına Düşen Hasta Sayısı	2.859	1.655
İlkokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	447.933 kişi/ %12	912.154 kişi/ %16
Ortaokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	73.986 kişi/ %21	289.293 kişi/ %26
Genel Lise Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	23.227 kişi/ %24	126.175 kişi/ %26
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Sayısı	83	361
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Mezuniyet Göstergeleri	7.988 kişi	65.006 kişi

Kaynak: Erden, 2012.

X kuşağı kişilik özellikleri açısından kendinden önceki kuşaklarla kıyaslandığında, daha kanaatkâr, bağımsız, girişimci, yaratıcı ve kendine güvenen bireyler olarak tanımlanırlar. Bunların yanında otoriteye saygılı, mücadeleci, işlerine bağlı, muhafazakâr, sabırsız, meraklı, üretken, markalara ilgi duyan hatta marka ile kimliklerini bağdaştıran bireyler oldukları söylenmektedir (Altuntuğ, 2012; Ekşili, Ünal ve Batur, 2014; İzmirlioğlu, 2008: 45; Toruntay, 2011: 72-75; Zemke ve diğerleri, 2000: 93-126).

X kuşağı iş hayatı açısından incelendiğinde, işyerlerine bağlılıkları, kabul edilebilirliklerinin yüksekliği ve aynı işte uzun yıllar çalışabilecek olmaları gibi özellikler, X kuşağına mensup bireylerin benzer özellikleri arasında sayılmaktadır. X kuşağına mensup bireyler, toplumsal sorunlara karşı duyarlı, iş motivasyonları yüksek ve otoriteye saygılıdır (Atabay, 2013). Ayrıca, X kuşağına mensup bireylerin, eğitilmiş, her şeyi tecrübe etme arzusu olan, ısrarcı ve her şeyi bilmek isteyen bir yapısı bulunmaktadır. Yaptıkları işlerde ve çalışmalarda gelişimlerini ve eğitim sürecini tamamlasalar bile hemen birkaç yıl içinde daha iyi fırsatlar aramaya başlayan özellikleri mevcuttur (Bezirci, 2012).

X kuşağı tüketim profili açısından değerlendirildiğinde, tasarruf eğilimleri düşük, sosyal hayatları renkli bireylerdir (Ağlargöz, 2017: 41). X kuşağı üyelerinin gençlik dönemleri tüketimin her geçen gün daha da artmaya başladığı, çok sayıda TV kanalının açıldığı bir döneme gelmektedir ve bu nedenle çok sayıda reklam ve pazarlama faaliyetiyle

karşılaşmalarına rağmen, bu kuşağın bireyleri reklamlara karşı tedbirli olmaktadır. Markaya güvenmeleri halinde marka sadakati olabileceği gibi satın alma konusunda da tedbirli olmayı tercih etmektedirler (Engizek ve Şekerkeya, 2016: 247). X kuşağı, ürünü fonksiyonel özelliklerinden ziyade, markayla kurmuş olduğu duygusal bağların etkisiyle satın almaktadır ve markaya göre kimliğini belirleyen ilk kuşaktır. Hala geleneksel değerlere bağlı olan X kuşağı, akla olduğu kadar duyguya da dayalı hareket eden bir tüketici profili sergilemektedir (Altuntuğ, 2012: 209). Bunun yanında X kuşağı, fiyat konusunda en bilinçli ve düşük fiyat hassasiyeti en çok olan kuşaktır (Williams ve Page, 2011).

X kuşağı turizm faaliyetleri açısından incelendiğinde, seyahate meraklı bir kuşaktır. Teknoloji ve medya, onlarda yeni kültürleri ve farklı ülkelerden insanları tanıma merakı yaratmıştır (Özel, 2017: 11). X kuşağına mensup bireyler yaratıcı ve hoşgörülü olup, onları mutlu edecek hizmetlerin peşindedirler. Aynı zamanda büyük bir eğlence tüketicileridir. Ekolojik geziler deneyimlemeyi, alışveriş yapmayı sevmekte ve aileleriyle bir şeyler yapmaktan zevk almaktadırlar. Bu nedenle X kuşağına mensup bireylerin, çocuklarıyla seyahat etme olasılıkları daha yüksektir. Tatil paketleri satın alan ve yeni yerlere seyahat etmeyi seven turist profili sergilemektedirler (Li, Li ve Hudson, 2013).

#### **2.1.2.4. Y kuşağı (1980-1999)**

Yapılan kuşak çalışmalarında en çok dikkat çeken kuşak olma özelliğini taşıyan Y kuşağı, 1980 ile 1999 yılları arasında doğan, 2020 yılı itibariyle en yaşlıları 40 ve en gençleri 21 yaş aralığında olan bireyleri kapsamaktadır. Y kuşağının literatürde en bilinen isimleri “Y kuşağı” (Generation Y, Gen Y) olmakla birlikte, “Milenyumculular” (Millenials), “Gelecek kuşak” (Generation Next), “Dijital kuşak” (Digital Generation), “Sonrakiler” (Nexters), “www kuşağı” (Generation www), “Net kuşağı” (Gen N, Net generation) şeklindedir (Davis, 2016). Bunun yanında Y kuşağı, kimsenin hiçbir etkinlikte ödül kaybetmediği, herkese katılımından dolayı teşekkür edildiği ve bir şekilde ödül kazanıldığı için “Ödül çocukları” (Trophy kids) olarak ta anılmaktadır (Piper, 2012). Y kuşağına mensup bireyler, Körfez Savaşı’nın, Irak Savaşı’nın, dünya çapında terör saldırılarının ve doğal afetlerin yaşandığı, internet, Google, MSN, MP3, dijital kameralar ve cep telefonlarının tüm dünyada yaygın hale geldiği bir zaman aralığında yaşamışlardır (Downing, 2006: 4; Malthus ve Fowler, 2009: 20; Reeves ve Oh, 2008: 297; Türk, 2013: 20).

Y kuşağını etkileyen dönem Türkiye’de serbest piyasa ekonomisine geçilerek bunun etkilerinin yaşanmaya başlandığı bir zaman dilimidir. Türkiye’de ekonomik istikrarsızlık, karaborsacılık, üretimin azalması gibi durumların ortadan kaldırılması için kamu harcamalarının kısılması, serbest döviz kuru vb. ekonomik önlemlerin alınması ile kapalı ekonomik sistemden dışa açık ekonomik sisteme geçilmiştir (Acılıoğlu, 2015: 28). Bu dönemde doğan Y kuşağına mensup bireyler 1980 öncesi dönemin ekonomik sıkıntılarını yaşamadıkları için önceki kuşakların yaşadığı sorunları anlamamaktadırlar. Bununla birlikte Sovyetler Birliğinin dağılması ve Doğu ve Batı Almanya arasında yer alan duvarın yıkılması gibi olaylara tanıklık etmişlerdir (Latif ve Serbest, 2014: 142). Söz konusu yıllardaki istatistiksel veriler Türkiye’nin nüfus, sağlık, eğitim ve gelir kategorilerinde önemli iyileşmelerin yaşandığını ifade etmektedir. Türkiye’nin 1980-1995 yıllarındaki nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri Çizelge 2.10.’da gösterilmiştir.

Çizelge 2.10. Türkiye’nin 1980-1995 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri

Göstergeler	1980 Yılındaki Göstergeler	1995 Yılındaki Göstergeler
Nüfus	44.736.957 kişi	57.000.000 civarı
Kişi Başına Düşen Gelir	1.539 Dolar	2.184 Dolar
Doktor Başına Düşen Hasta Sayısı	1.631	894
İlkokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	943.875 kişi/ %17	1.218.225 kişi/ %19
Ortaokul Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	310.871 kişi/ %26	695.931 kişi/ %30
Genel Lise Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	137.784 kişi/ %26	289.529 kişi/ %27
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Sayısı	347	625
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Mezuniyet Göstergeleri	71.126 kişi	116.878 kişi

Kaynak: Erden, 2012.

Y kuşağını diğer kuşaklardan ayıran en belirgin özellik, X kuşağının içinde bulunduğu dönem aralığında başlayan internet ve diğer teknolojik gelişmelerin büyük bir hız kazandığı bir dönemi tecrübe edinmiş olmalarıdır. Y kuşağı, teknoloji ile büyümüş, internet ve iletişim teknolojileri hayatlarının ayrılmaz parçaları olmuştur (Lyons, 2003: 182). Teknolojiyle olan bu sıkı ilişkileri Y kuşağını birçok görevi bir arada yapabilmeleri bakımından üstün yetenekli bireyler haline getirmiştir. Bu da birçokları tarafından Y kuşağının hem sosyal yaşamda hem de çalışma yaşamında bir dönüm noktası olarak düşünülmesine neden olmaktadır (Aydın ve Başol, 2014: 3).

X kuşağı gibi Y kuşağı da çalışan anne babaya sahiptir. Çocuklarının en iyi şartlarda büyüebilmesi, en iyi eğitimleri alması, güvende olması konusunda ebeveynliğe yeni bir anlam katmışlardır. Y kuşağı, aileleri tarafından sürekli kontrol altında olan, okulları ziyaret edilen, öğretmenleriyle görüşülen, dersleri arkadaşları denetlenen çocuklar olmuşlardır. Bu kuşağın çocuklarının bakımları, okul öncesi, okul sonrası programları, sosyal aktiviteleri aileleri tarafından planlanmıştır. Şu ana kadar gelmiş kuşaklar arasında en çok korunan kuşak olmalarına rağmen en çok strese maruz kalan kuşak olmaktan kurtulamamıştır (Bezirci, 2012: 14; Toruntay, 2011: 76-77).

Y kuşağı kişilik özellikleri açısından kendinden önceki kuşaklarla kıyaslandığında, narsist, bireyci, isteklerini kolaylıkla ortaya koyabilen, girişimci, tatminsiz, otoriteye meydan okuyan, özgürlüklerine düşkün, teknoloji meraklısı, istekleri oldukça fazla, sadakat duyguları az, rahata düşkün, çalışmayı sevmeyen, eğlenceyi, kazanmayı seven, hırslı, eleştiriye tahammülü az olan bireylerdir. Genele hitap edeni değil kişisel olanı severler, standart olanı sevmezler. Yokluğun çekilmediği bir zaman diliminde dünyaya gelen Y kuşağı yokluk nedir bilmedikleri için sabretmeyi, beklemeyi sevmezler. Her şeyi hemen isteyen, hemen tüketen, bir bedel ödemek istemeyen bir kuşaktır. Bunun yanı sıra iyimser, vatandaşlık görevlerini yerine getiren, güvenilir, başarılı, yetenekli, iyi eğitilmiş, açık fikirli, iddialı, zorlu bireyler olarak tanımlanırlar (Bezirci, 2012: 5); İzmirlioğlu, 2008: 46). Ayrıca Y kuşağı bireyleri, akranlarının düşünce ve önerilerine dikkat ederler. İlişkilere önem verir ve sosyalleşmek, ilişkileri geliştirmek için özel olarak zaman ayırmak isterler (Keleş, 2011: 131).

Y kuşağı iş hayatı açısından incelendiğinde, iş yaşamında özgüven sahibi, iyimser, becerikli, iyi eğitilmiş, iş birliği halinde çalışabilen, açık görüşlü, başarı odaklı, idealist ve meydan okuyan zor bireyler olarak kendilerini ifade etmişlerdir (Weston, 2006). Bunun sonucu olarak da Y kuşağı beraberinde birçok yeni teknolojiyi, sosyal iletişim ağlarını, teknoloji meraklısı bir kültürü, yeni iş uygulamalarını ve yönetim şekillerini getirmektedir. Yani bu kuşak mensupları iş yerlerine enerji ve yenilik getirmekte ve bu da beraberinde iyi bir yönetim gerektirmektedir (Yüksekbilgili, 2013: 344). İş/yaşam dengesi elde etmeye odaklanarak yaratıcı, yenilikçi, eğlenceli bir kariyer aradığı ileri sürülen Y kuşağı üyeleri, iş hayatlarında takım çalışması yaparak çalışmayı tercih etmekte ve yaptıkları işlerin anlamlı olmasını ve büyük bir amaca ulaştırmasını istemektedirler. Eğlenceli bir çevreye sahip olmak, gelişime açık fırsatlar, yaptıkları işlerde çeşitlilik, yeni yetenekler öğrenebilme fırsatı

ve esnek çalışma saatleri işlerinde olmasını arzu ettikleri en önemli özelliklerdir. Esnek çalışma saatlerini, iş-özel yaşam dengesini kurmak için isterler (Carver ve Candela, 2008: 989; Malthus ve Fowler, 2009: 20). Bu kuşak bireyleri, çalışma alanlarını bile sosyalleştirdikleri için, bu alanı kendilerini geliştirme ve hatta eğlence alanı olarak görürler. Bu isteklerini karşılayamayan iş yerlerinden mutsuz olurlar ve ayrılmanın yolunu ararlar. Çünkü onlar için bireysel özgürlük alanı, temel ihtiyaç listelerinde yer almaktadır (Tufur, 2011: 36). Önceki kuşaklar gibi iş yerine bağlı olamayan Y kuşağı bireylerinin hayatları boyunca 10'dan fazla iş değiştirecekleri öngörülmektedir (Daloğlu, 2013: 33).

Y kuşağı tüketim profili açısından değerlendirildiğinde, pazarlamacıların hedef pazarlarını tam anlamıyla tanımlamalarını zorlaştıran bir kuşak türü olduğu söylenmektedir (Sox, Kline, ve Crews, 2014). Reklamcılık çabalarına karşı dirençli, tüketimi boş zaman etkinliği olarak algılayan (Chettri ve diğerleri, 2014) Y kuşağı, büyük markalara karşı büyük bir yakınlık hissetmektedir (Howe ve Strauss, 2007). Y kuşağı üyeleri genellikle seyahat etmeyi seven ve materyalist öğeler yerine deneyimlere para harcamayı tercih eden bireylerden oluşmaktadır. Çevrimiçi pazarlamaya verdikleri geri dönütler, internette ulaştıkları bilgileri eski kuşaklara göre beş kat daha hızlı işledikleri ve aynı zamanda diğer tüm kuşaklarla kıyaslandığında en duygusal ve en az sadık müşterileri oldukları için farklı olmaları beklenmektedir (Berezina, Bilgihan, Çobanoğlu ve Okumuş, 2016). Y kuşağı genellikle yeme alışkanlıkları ve alışveriş tercihleri açısından karmaşık ve yüksek harcama odaklı olarak tanımlanmaktadır. Alışveriş yapmayı çok sevdiği için perakende işletmelerinin en sevdiği kuşaktır (Jackson ve diğerleri, 2011; Gindi, Abdullah, İsmail ve Nawi, 2016: 2). Martin ve Turley'e (2004) göre, Y kuşağı üyelerinin bir alışveriş ortamının atmosferine yönelik algıları, alışveriş ortamına yönelik duyacakları heyecan ve alışveriş ortamına gelecekte geri dönme niyetleri üzerinde etkilidir. Görünüm konusunda titizdirler ve imajları ile kişiselleşmek isterler. En güçlü tüketici grubu olarak nitelendirilen Y kuşağı, kendinden önceki kuşaklara göre çok daha fazla harcanabilir gelire sahiptir. Harcamalarının büyük bir kısmını restoran endüstrisindeki yiyecek içeceklerle yapan Y kuşağı, ABD Gıda Pazarlama Enstitüsü'ne göre haftada üç defa dışarda yemek yiyen üyelerinin sayısı, diğer kuşakların iki katına tekabül etmektedir (Jang, Kim, ve Bonn, 2011).

Y kuşağı turizm faaliyetleri açısından incelendiğinde, sık sık seyahat etmeyi istemektedir ve seyahati bir yaşam tarzı olarak görmektedir. Bu kuşağın, Bebek patlaması kuşağından sonra turizm endüstrisini önemli derecede etkileyebilecek ikinci kuşak olduğu ifade edilmiştir

(Moscardo ve Benckendorff, 2010: 24). Uluslararası seyahatlere önceki kuşaklara göre daha fazla harcama yapmaktadır. Y kuşağının seyahat davranışları arasında macera, kaçış ve yenilik arayışı, yerel kültürü deneyimlemek ve destinasyonlara kolay ulaşım yer almaktadır (Pendergast, 2010: 11). Araştırmacılara göre Y kuşağı üyeleri rahatlama, gezme-görme, lüks bir tatil yaşama, iyi hava şartlarından yararlanma, gece hayatına katılma, macera yaşama, eğitim amaçlı deneyimler, farklı ve iyi yiyecekler-içecekler deneyimleme, farklı kültürleri tanıma, güzel bir manzara izleme, yeni insanlarla tanışma ve yeni anılar biriktirme gibi pek çok güdü ile seyahat edebilmektedirler (Özel, 2017: 15). Bu kuşak turistlerinin sosyalleşmek, diğer insanlarla birlikte vakit geçirmek gibi tercihlerinin aksine, Elliot ve Choi (2011) çalışması sonucu bu kuşağın günlük yaşamın ötesinde yalnızlık arayan, yaşamlarını zenginleştiren ve kalıcı anılar yaratan deneyimler aradığını tespit etmiştir. Diğer kuşakların Y kuşağı hakkındaki genel düşünceleri Çizelge 2.11.'de gösterilmiştir.

Çizelge 2.11. Diğer kuşakların X kuşağı hakkındaki genel düşünceleri

Sessiz Kuşak	Baby Boomer Kuşağı	X Kuşağı
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Olumlu davranışlar gösterirler.</li> <li>• Yaşça küçüktürler.</li> <li>• Güçlüklere alışmaya gereksinim duymaktadırlar.</li> <li>• Televizyon izlemek için çok zaman harcarlar, izledikleri programların lisansı kabadır ve çok yüksek sesle televizyon izlerler.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sevimlidirler.</li> <li>• Ailelerine karşı daha disiplinli olmaya ihtiyaçları vardır.</li> <li>• Çok daha dikkatli olmaya ihtiyaçları vardır.</li> <li>• Başkalarına işlerini yaptırmaktan hoşlanırlar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bencil bir kuşaktır.</li> </ul>

Kaynak: Zemke, Raines ve Filipczak, 2000: 137.

#### 2.1.2.5. Z kuşağı (2000 ve sonrası)

Z kuşağı için esas alınan doğum tarih aralığı konusunda diğer kuşaklarda olduğu gibi farklı aralıklar ileri sürülmekle birlikte, genel kabul gören anlayışa göre, 2000 yılı ve sonrasında doğanlar Z kuşağı olarak kabul edilmektedir (Twenge ve diğerleri, 2010). 2020 yılı itibariyle en yaşlısı 20 yaşında olan ve hala doğmakta olan Z kuşağı günümüz şartlarında kendileri hakkında tahmin yapmanın aslında zor olduğu, yakın geleceğin gizemli çocukları konumunda bulunmaktadır (Ayhün,2013: 102). Söz konusu yıllardaki veriler Türkiye'nin nüfus, sağlık, eğitim ve gelir kategorilerinde önceki kuşaklardan her yönden daha gelişme



göstermiş bir dönemde dünyaya geldiklerini göstermektedir. Türkiye'nin 2003 ve 2010 yıllarındaki nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergelerinin değişimlerine ilişkin bilgiler Çizelge 2.12.'de gösterilmiştir.

Çizelge 2.12. Türkiye'nin 2003-2010 yıllarında nüfus, eğitim, gelir ve sağlık göstergeleri

Göstergeler	2003 Yılındaki Göstergeler	2010 Yılındaki Göstergeler
Nüfus	68.000.000	57.000.000 civarı
	civarı	
Kişi Başına Düşen Gelir	3.383 Dolar	5.477 Dolar
Doktor Başına Düşen Hasta Sayısı	684	591
Genel Lise Diplomasına Sahip Olan Kişi Sayısı/ Toplam Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı	334.044 kişi/ %16	399.478 kişi/ %17
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Sayısı	1203	1617
Fakülte, Yüksekokul ve Meslek Yüksekokullarının Mezuniyet Göstergeleri	289.579 kişi	520.614 kişi

Kaynak: Erden, 2012.

Z kuşağına mensup bireyler Y kuşağındaki gibi teknolojiyle hatta daha fazlası, teknolojinin tam ortasında dünyaya gelmiş ve teknolojiyle iç içe yaşamaktadırlar. Bu nedenle farklı kaynaklarda “Dijital kuşak” (Digital Generation), “İnternet kuşağı” (Generasyon I–i Gen), “Her zaman online” (Instant Online) olarak adlandırılmıştır. Ayrıca bu kuşak “Sıfır kuşak” (Zero Generasyon), “Biz kuşağı” (Generasyon We), “M kuşak” (Mobil, Multitasking-çoklu iş) olarak da adlandırılmaktadır (Akdemir ve diğerleri, 2013: 15; Seçkin, 2000; Senbir, 2004: 29; Toruntay, 2011: 82). Bir diğer ismi “Suskun Kuşak” (yeni sessiz kuşak) olan kuşağa bu ismin verilmesinin nedeni tepkilerini teknolojiyi, iletişim araçlarını kullanarak göstermesi ve aşırı bireyselleşme sonucu yalnız kalacaklarının tahmin edilmesidir (Çamsarı, 2013: 26).

Teknolojinin içinde gözlerini açan bu kuşak, tüm iletişim araçlarını öğrenip dünyaya gelmiş gibi davranmaktadır. Teknolojiyi ileri derecede kullanan hayatının her aşamasına taşıyan bir kuşaktır. İnternet ve teknoloji bağımlısı değil, bunları doğal yaşam standardı olarak algılayan bir nesil olduğu ifade edilir (Mengi, 2012). Sokakta oynamayı değil PlayStation oyun oynamayı bilen, haberleşmek için e-postayı değil sosyal medyayı kullanan, arkadaşlık ilişkilerini internet üzerinden gerçekleştiren, uzakta bile olsalar anında görsel iletişim kurabilen, fiziksel mağazaları değil internet mağazalarını gezen, istedikleri şarkıyı istedikleri an dinleyebilen bireylerdir (Çamsarı, 2013: 26).

Z kuşığı kişilik özellikleri açısından diğer kuşaklarla kıyaslandığında, geleneksel inançları benimseyen yeni muhafazakârlar, aileye değer veren, kendini kontrol eden ve daha çok sorumluluk sahibi bireylerden oluşmaktadır (Williams ve Page, 2011). Jain, Vatsa ve Jagani (2014) yaptıkları araştırmada Z kuşığını işbirlikçi, yaratıcı, birden fazla görev üstlenebilen ve anlık tatmin için yaşayan bireyler olarak tanımlamaktadır. Seemiller ve Grace (2015), Z kuşığı öğrencilerinin kendilerini sadık, düşünceli, şefkatli, açık fikirli ve sorumluluk sahibi olarak tanımladıklarını belirtmişlerdir. Runcan (2015) ise, Z kuşığı gençlerini bağımsız, bireysel, narsist, aceleci ve kişisel hedeflerini dikkatlice takip eden bireyler olarak tanımlamıştır.

Z kuşığına mensup bireyler eğitim gördüklerinden dolayı henüz iş dünyasına adım atmadıklarından veya yeni yeni adım atmaya başladıklarından iş yaşamında nasıl bir davranış gösterecekleri belirsizlik taşımaktadır (Kuyucu, 2017: 850). Ancak bu kuşak eğitim ve işi kendini gerçekleştirmenin bir yolu, başarının ve kaliteli bir yaşamın parçası olarak görmekle birlikte, yaşamlarında otoriteye çok fazla önem vermeyecekleri bir yapıya sahip olacakları ifade edilmiştir (Aydemir ve Şentürk, 2016: 659).

Z kuşığı tüketim profili açısından değerlendirildiğinde, çok az bir kısmının kredi kartına sahip olmasının dışında, henüz bireysel olarak tüketime tam anlamıyla katılmasalar da ailelerinin tüketim kararlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Bu kuşığın bireyleri kendilerine özgü, kişiselleştirilmiş ve imaja yönelik bir tüketime yönelmektedir. Fonksiyonu olan ve eğlenceli, hayal etmelerini sağlayan, benzeri olmayan ve sade olan ürünleri arzu etmektedirler. Markaya olan bağlılıkları azdır, ancak marka imajlarını bir reklam uzmanından daha iyi bildikleri ifade edilmiştir (Altuntuğ, 2012: 206-210). Zamanı çok hızlı yaşamakta, bu hızlılığa birçok şey sığdırmak istemekte ve anlık tüketen bir tüketici profili sergilemektedirler. İstedikleri her ürünü hemen almak, hemen tüketmek ve yeni tüketim deneyimlerine yönelmek arzusundadırlar. Markaya olan bağlılıklarının az olmasının yarattığı dezavantajın, Z kuşığı bireylerinin birbirlerinden çok hızlı etkilenmelerinden dolayı viral pazarlamayla avantaja çevrilebileceği ifade edilmiştir (Kotler ve Armstrong, 2014: 411).

### 2.1.3. Kuşaklar Arasındaki Benzerlikler ve Farklılıklar

Farklı dönemlerde doğan ve çağın gereklilikleri ile bambaşka koşullarda büyüyen kuşak üyeleri, yaşama bakışlarından, aile yaşantılarına, eğitim süreçlerinden iş hayatına, tüketim alışkanlıklarından teknoloji bağımlılıklarına kadar pek çok farklı konuda farklı karakteristik özelliklere sahiptirler. Çalışmanın bu bölümünde amaçlanan farklı özelliklere sahip kuşakların özelliklerinin tek bir tabloda gösterilerek kuşaklara dair karşılaştırmalar ve değerlendirmeler yapılabilmesidir. Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarının temel özelliklerinin karşılaştırması Çizelge 2.13.'te gösterilmiştir.

Çizelge 2.13. Kuşakların genel ve karakteristik özelliklerinin karşılaştırması

Kuşaklar	Tanımlayan Sıfatlar	Genel Özellikleri	Karakteristik Özellikleri	Tüketim Olgusu
<b>Sessiz Kuşak</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uyumlu</li> <li>• Çekirdek aile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dünyaya gelen en küçük kuşak,</li> <li>• Geniş aileler, sosyal gruplar, komşuluk ilişkileri önem verir,</li> <li>• Tedbirli davranırlar, risk alma eğilimleri yoktur,</li> <li>• Güven duygusuna önem verir,</li> <li>• Çağımızın en yaşlı kuşağı ve %95'i emekli,</li> <li>• Felsefeleri yaşam için çalışmaktır.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otoriteye saygı ve bağlılık,</li> <li>• Tutucu,</li> <li>• Disiplinli ve itaatkâr,</li> <li>• Resmîyet ve vatanseverlik,</li> <li>• Ahlak kurallarına saygı,</li> <li>• Kurallara uyum.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İhtiyaç çerçevesinde alışveriş,</li> <li>• Sakla zamanı gelir zamanı anlayışı,</li> </ul>
<b>Baby Boomer Kuşağı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuralcı</li> <li>• İlgili aile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toplumunu yeniden biçimlendiren kuşak,</li> <li>• İşkolik, adım adım ilerler, kendi kendilerini motive eder,</li> <li>• Çalışkan idealist, kanaatkâr, sadık, kararlarında uyumlu,</li> <li>• Uzun saatler çalışan, uzun dönem istihdam,</li> <li>• Teknolojiye uzak,</li> <li>• Felsefeleri çalışmak için yaşamaktır.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otoriteye şüpheyle yaklaşma,</li> <li>• Kuralcı,</li> <li>• Katılım ve müdahale,</li> <li>• Rasyonellik,</li> <li>• Bencilik (Ben Nesli),</li> <li>• Hırslı olma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tüketim gerekli olduğunda yapılmalı,</li> <li>• Kalıcı harcamalar (ev, araba vb.)</li> <li>• Çocuklara harcama yapma ön planda.</li> </ul>
<b>X Kuşağı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekabetçi</li> <li>• Çalışan aile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topluma duyarlı, otoriteye saygılı, sadakat duyguları değişken,</li> <li>• İş motivasyonları yüksek, aynı işte uzun yıllar çalışabilir, ödüllendirme ve terfi bekler,</li> <li>• Mal mülk edinme ve saygın bir statüye sahip olma kaygısı var,</li> <li>• Kendi sorunlarını kendi çözer,</li> <li>• Kablolulu televizyon ile tanışan ilk kuşak,</li> <li>• Teknolojiyi zorunlu kullanır,</li> <li>• Felsefeleri yaşamak için çalışmaktır.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otoriteye şüpheyle yaklaşma,</li> <li>• Resmi olmama,</li> <li>• Duygusalılık ve rasyonelliğin dengesi,</li> <li>• Değişime açık olma,</li> <li>• Farklılıklara karşı hoşgörü,</li> <li>• Yaratıcı yetenek sahibi olma,</li> <li>• Bağımsızlık.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklamlara ve tüketime karşı tedbirli,</li> <li>• Tüketime şüpheli yaklaşım,</li> <li>• Mümkünse yapılmamalı.</li> </ul>

Çizelge 2.13. (devam) Kuşakların genel ve karakteristik özelliklerinin karşılaştırması

<p><b>Y Kuşağı</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yaratıcı</li> <li>• Birleşmiş aile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sadakat duygusu az, otoriteyi zor kabullenir, bağımsızlığa düşkün,</li> <li>• Sık iş değiştirir,</li> <li>• Bireyci fakat iyimser,</li> <li>• Az televizyon izler, teknoloji ile büyüyen,</li> <li>• İlgi odağı olmaya alışkın, hedefleri net, beklentileri yüksek,</li> <li>• Aynı anda birden fazla iş ile ilgilenilebilir,</li> <li>• Hırslı ve kendi düşüncelerine önem verir,</li> <li>• Her şeyin nedenini sorgular, çekinmeden tartışabilir,</li> <li>• Kendini her şeyde yetkin görür, özgüveni yüksek,</li> <li>• Statüye önem verir,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otoriteye güvensizlik,</li> <li>• Sorgulayıcı,</li> <li>• Kendinden emin,</li> <li>• Çekinmeden tartışabilme,</li> <li>• Gerçekçilik,</li> <li>• Sosyal bilinç,</li> <li>• Sonuç odaklılık,</li> <li>• Duygusalılık</li> <li>• Dijital yatkınlık,</li> <li>• Değişim ve farklılık,</li> <li>• Fark yaratma,</li> <li>• Küresel bakış açısı,</li> <li>• Sorumluluk alma isteği,</li> <li>• Sabırsızlık.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İlk konu ailenin parasını harca</li> <li>• Ürün ve hizmetlerin uzun ömürlü tüketicisi olma eğilimi,</li> <li>• Prestij kazandıracak tüketimler tercih edilmeli.</li> </ul>
<p><b>Z kuşağı</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Derin duygusal</li> <li>• Yüksek ilgili her isteği yerine getiren helikopter aile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknoloji ile doğan,</li> <li>• İşbirlikçi, yaratıcı, bilgisayar kitaba, metni konuşmaya tercih eden,</li> <li>• Dışarıda fazla zaman geçirmeyen,</li> <li>• Yalnız yaşamayı tercih eden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yaratıcı,</li> <li>• Teknolojik bağımlılık,</li> <li>• Küresel dünya vatandaşlığı,</li> <li>• Sürekli bağlı olma (connected),</li> <li>• Sabırsızlık, hemen isteme,</li> <li>• Aynı anda birden fazla konuyla ilgilenme,</li> <li>• Bilgisayar kitaba tercih etme,</li> <li>• Hız.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yeni teknoloji doğrultusunda tüketim,</li> <li>• Tüketimde aileyi yönlendirebilir konumda.</li> </ul>

**Kaynak:** Robbins ve Judge, 2013:148; Öz, 2015:14-17; Berkup, 2015:115; Zemke ve diğerleri, 2000: 94-98; Kuyucu, 2014:58; Aka, 2017: 59.

Kuşakların dönemlerine göre Dünya’da ve Türkiye’de yaşanmış olan önemli siyasi, ekonomik, sosyal olayların kronolojisi Çizelge 2.14.’te gösterilmiştir.

Çizelge 2.14. Kuşakların dönemlerinde Dünya’da ve Türkiye’de yaşanan olaylar

Kuşaklar	Dünya’da Yaşanan Önemli Olaylar	Türkiye’de Yaşanan Önemli Olaylar
<b>Sessiz Kuşak</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1. Dünya Savaşı (1914-1918)</li> <li>• Büyük Ekonomik Buhran (1929)</li> <li>• II. Dünya Savaşı (1939-1945)</li> <li>• Pearl Harbor Savaşı (1941)</li> <li>• Hiroşima Nükleer Saldırısı (1945)</li> <li>• Birleşmiş Milletler (BM) kurulması (1945)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurtuluş Savaşı</li> <li>• Cumhuriyetin İlanı</li> <li>• Tek Partili Dönem</li> </ul>
<b>Baby Boomers Kuşağı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soğuk Savaş (1949)</li> <li>• Vietnam Savaşı (1963)</li> <li>• Uzaya İlk Uydunun Gönderilmesi (1957)</li> <li>• Cinsel Devrim (1960)</li> <li>• JFK Suikasti (1963)</li> <li>• Apple Firmasının Bilgisayarları (1976)</li> <li>• Elvis Presley’in Ölümü (1977)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çok Partili Döneme Geçiş (Türkiye)</li> <li>• Radyonun Altın Çağının Yaşanması (Türkiye)</li> <li>• 1960 İlk Askeri Darbe (Türkiye)</li> <li>•</li> </ul>
<b>X Kuşağı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martin Luther King Suikasti (1968)</li> <li>• İlk Ay Yürüyüşü (1969)</li> <li>• Petrol Krizi (1973)</li> <li>• Uzay Yarışı (1975)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1971 Askeri Darbesi ve Sonrasında Yaşanan Siyasi Olaylar</li> <li>• Sağ- Sol Çatışması</li> <li>• Petrol Krizinden Dolayı Tüpgaz ve Yağ Kuyruklarının Yaşanması</li> <li>• Arabesk Müziğin Ortaya Çıkması</li> <li>• Kıbrıs Barış Harekâtı (1974)</li> </ul>
<b>Y Kuşağı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Küreselleşme Olgusu (1980)</li> <li>• Irkçılığın Azalması (1980)</li> <li>• AIDS’in Ortaya Çıkışı (1981)</li> <li>• Challenger Uzay Faciası (1986)</li> <li>• Berlin Duvarının Yıkılması (1989)</li> <li>• Körfez Savaşı (1990)</li> <li>• SSCB’nin Dağılması (1990)</li> <li>• İnternetin Genel Kullanıma Açılması (1990)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980 Askeri Darbesi (1980)</li> <li>• Anavatan Partisinin İktidara Gelmesi (1983)</li> <li>• Balkanlardan Türkiye’ye Göç (1988)</li> <li>• Renkli TV’lerin Evlere Girmesi</li> <li>• 17 Ağustos Depremi (1999)</li> </ul>
<b>Z kuşağı</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11 Eylül Terör Saldırıları (2001)</li> <li>• Hint Okyanusu Depremi ve Tsunamisi (2004)</li> <li>• Katrina Kasırgası (2005)</li> <li>• Irak Savaşı (2003)</li> <li>• İsrail Lübnan Krizi (2006)</li> <li>• Gazze Muharebesi (2007)</li> <li>• Barack Obama’nın ABD Başkanı Seçilmesi (2008)</li> <li>• Teknolojik Patlama</li> <li>• Covid-19 Küresel Salgını (2020)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Galatasaray’ın UEFA Kupası Şampiyonu Olması (2000)</li> <li>• Adalet ve Kalkınma Partisinin İktidara Gelmesi (2002)</li> <li>• 15 Temmuz Darbe Girişimi (2016)</li> </ul>

Kaynak: Aka, 2017.

Çizelge 2.14 incelendiğinde kuşaklar döneminde Dünya’da ve Türkiye’de yaşanan önemli olayların birbirine benzer olaylar olduğu görülse de farklılıklar da bulunmaktadır. Özellikle Türkiye’deki kuşaklar Türkiye’de yaşanan olaylardan etkilendiği gibi sosyal, siyasal, ekonomik ve psikolojik evrensel etkisi olan Dünya’da yaşanan olaylardan da etkilenmiştir.

## 2.2. Kişilik Kuramı

Kişilik, psikoloji biliminde geçmişi oldukça eskiye dayanan ve üzerine birçok araştırmaların yapıldığı bir konudur. Bu konu üzerinden birçok sorunun cevabı bulunmaya çalışılmıştır. İnsanların birbirinden farklı olma sebepleri ya da benzer durumlar karşısında her insanın farklı tepki göstermesinin sebepleri cevabı en çok merak edilen sorular arasındadır. Kişilik konusunda yapılan araştırmalara bakıldığında, bu konunun uzmanlarının ve bilim insanlarının farklı bakış açıları ve konuyu değişik yönleriyle ele almaları dikkat çekicidir. Tarihte farklı zamanda, farklı düşünce akımlarının egemen olduğu göze çarpmaktadır. Günümüz psikoloji bilimi ise konuyu, belli başlıklar altında ve sayılı kuramları etrafında toplasa da psikolojinin temel kavramlarından olan kişiliğin bütün bilim insanlarının aynı fikirde olduğu bir tanımı veya değerlendirme biçimi bulunmamaktadır. Aşağıda kişilik kavramının genel bir çerçevesi çizilmiş ve beş faktör kişilik özelliklerine değinilmiştir.

### 2.2.1. Kişilik Kavramının Tanımı ve Kapsamı

Psikolojik alanda en çok araştırma yapılan kavramlardan biri olan kişilik, İngilizce’de “personality”, Fransızca’da “personalite”, Almanca’da “personlichkeit”, Orta Çağ Latincesi’nde “personalitas” ve Klasik Latince’de ise “persona” kelimelerinin karşılığı olarak kullanılmaktadır (Gümüş, 2009: 41). Oxford sözlüğüne (2019) göre persona, “bir kişinin karakterinin başkaları tarafından sunulan veya algılanan yönü”, “bir yazar veya oyuncu tarafından benimsenen bir rol veya karakter” ve “bir oyuncu tarafından oynanan karakter veya maske” olarak tanımlanmaktadır. Antik çağ aktörlerinin rollerini sergilediği tiyatrodaki sahne ile izleyici arasındaki mesafenin fazla olması ve aktörlerin rollerini izleyiciye daha iyi bir şekilde aktarılmasını sağlamak için mimiklerine uygun olarak hazırlanan maske anlamındaki persona; toplumsal beklentilere göre sergilenen davranış, toplum tarafından kişinin değerlendirildiği koruyucu bir yüz ve kişinin dış dünya ile olan ilişkilerinin sağlanması için kullandığı bir araçtır (Tekin, 2012: 89).

Milattan önce (M.Ö.) 450 yılında kişiliği ilk olarak ele alan Empedocles’e göre kişilik, hava, toprak, ateş ve su gibi kozmik elementlerle ilişkili bir kavramdır (Arslan, 2017: 21). M.Ö. 400 yılında ise Hipokrat, psikolojik alanda yapmış olduğu çalışmada dört faktörlü bir mizaç teorisini öne süren ilk kişidir. Hipokrat’ın teorisine göre insanlar iyimser, karamsar, sinirli ve ilgisiz olmak üzere dört farklı mizaç türünden birine göre sahiptir ve bu şekilde

sınıflandırılabilirler. Birçok bilim adamı esas olarak bu dört temel faktöre dayalı insan mizacını ve kişiliğini tanımlayan yapılar üzerine çalışmalar yapmışlardır (Yu, 2015: 20).

İnsanoğlunun sosyal yaşamında uzun yıllardan beri ilgi gören kişilik kavramının bilimsel olarak gelişimi ise kişilik psikolojisinin sosyal bilimlerden farklı bir bilimsel disiplin olarak düşünülmesi ile 1930'lu yıllarda ortaya çıkmıştır (Yelboğa, 2016: 198). Kişiliği tanımlayan teorisyenlerin başında gelen Gordon Allport, kişiliği tanımlayabilmek için psikoloji, felsefe, sosyoloji, teoloji, hukuk gibi pek çok farklı bilim dalının bakış açısından yola çıkılarak elliyi aşkın tanımın ortaya çıkabileceğini ifade etmiştir (Moody, 2013: 20). Literatürde de en sık karşılaşılan kişilik tanımını Allport yapmıştır. Allport'a (1937) göre kişilik, "Çevresine uyum sağlarken kendine has düzenlemelerini belirleyen psiko-fiziksel sistemlerin sahibi olan bireyin, içindeki dinamik organizasyonu" olarak tanımlamıştır (Robbins ve Judge, 2012: 135). McCrae ve Costa (1987) ise kişiliği "bireyin farklı durumlarda ortaya koyduğu davranışları açıklayan, sürekliliği olan, kişilerarası, duygusal, motivasyonel ve deneyime dayalı etkileşim tarzı" olarak ifade etmiştir. Cloninger, Svrakic ve Pryzbeck'e (1993) göre kişilik "kişinin deneyimler karşısındaki uyumunu belirleyen psiko-biyolojik sistemlerin dinamik bir organizasyonudur". Burger'e (2006) göre ise kişilik, bireylerin kendilerinden kaynaklanan tutarlı davranış örüntülerini ve kişilik içi süreçlerini ifade eder. Burger' in tanımına göre kişiliğin iki yönü bulunmaktadır. Bunlardan ilki davranış örüntülerindeki tutarlılıktır. Yani bir bireyin herhangi bir olay karşısında "her zamanki gibi davranmasıdır". Diğer ise bireyin davranışlarının büyük çoğunlukla bireyden kaynaklanıyor olmasıdır. Doğan (2012)' a göre de kişilik, bir bireyin doğumla birlikte getirdiği, aynı zamanda yaşantı sonucu edindiği, bireyi diğerlerinden farklı kılan özelliklerin tümüdür. Türk Dil Kurumu'na (1998) göre ise kişilik, bir kimseye ait belirgin bir özellik, manevi ve ruhsal özelliklerin bütünü, bireye yakışacak durum ve davranış olarak ifade edilmiştir.

Tüm bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi kişilik, tutum, davranış ve çevresel etkilerden kaynaklanan özelliklerden oluşması nedeniyle karmaşık bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle kişilik; karakter, mizaç ve yetenek ana başlıkları ile bunların altında yer alan birçok alt başlıktan oluşmaktadır (Eroğlu, 2015: 231-232).

### 2.2.2. Kişiliğin Bileşenleri

Günlük yaşamda bir insanın kişiliğinden bahsedilirken kişilik haricinde başka kavramlar da kullanılmaktadır. Aslında bu kavramlar bir araya geldikleri zaman kişiliği oluşturmaktadır. Literatürde kişiliği oluşturan bu bileşenler genel olarak karakter, mizaç (huy) ve yetenek olarak incelenmiştir.

#### 2.2.2.1. Karakter

Kişilik ile en çok karıştırılan kavram olan karakter kavramı, bireyin çocukluk döneminden itibaren sosyal yaşantıları vasıtasıyla birtakım değer yargılarını benimseyerek, çevresine karşı takındığı tutum olarak tanımlanabilir (Sarıtış, 1997: 534). Toplumsal bir kavram olan karakter; kalıtsal bir nitelik taşımamaktadır. Bir ailede, toplumda ortak karakter özelliklerinin görülmesinin sebebi, bireylerin başkalarında gördükleri özellikleri benimseyerek, kendisinde başkalarının özelliklerine benzer özellikler geliştirmesidir (Adler, 2010: 158). Çünkü doğumla birlikte şekillenmeye başlayan karakter; aile, okul ve çevrenin etkisiyle biçimlenir (Baymur, 1984: 252).

#### 2.2.2.2. Mizaç (huy)

Kişiliğin ahlaki ve sosyal yönü karakter iken, kalıtsal ve duygusal yönü de mizaçtır. Mizaç Allport (1961: 34)'a göre, "bireyin duygusal uyarılmaya olan duyarlılığı, alışkanlık gücü ve tepki hızı, hâkim ruh halini içeren duygusal doğasının karakteristiğini ifade eder ve büyük ölçüde kalıtsaldır". Cloninger ve Svrakic (2005: 2064) tarafından da mizaç, "yaşamın erken dönemlerinde gözlenebilen ve kişinin yaşamı boyunca göreceli olarak kararlı olan, duygu temelli, otomatik davranışsal özelliklerin ve alışkanlıkların edinilmesi altında yatan duygusallık ve öğrenmede kalıtsal önyargı" şeklinde tanımlanmıştır.

Thomas, Chess ve Birch (1968) çocuk mizacını araştırmak için yaptıkları çalışmanın neticesinde 3 tip mizaç belirlemişlerdir. Bunlardan birincisi, kolay mizaç; ikincisi zor mizaç ve üçüncüsü ise yavaş tepkili mizaç şeklinde ortaya konulmuştur. Kolay mizaca sahip çocukların, ortamlara rahatlıkla adapte olabilen, uyumlu, uyku, yemek yeme ve tuvalet alışkanlıklarında problemsiz çocuklar oldukları, zor mizaca sahip çocukların, farklı durumlara, yeni kişilere uyum sağlamakta güçlük çeken, sinirli, uyku, yemek yeme ve



tuvalet alışkanlıklarında problemlili çocuklar oldukları ve yavaş tepkili mizaca sahip çocuklarınsa yeni durumlara yavaş adapte olabilen, farklı kişilere, durumlara karşı çekingen olan çocuklar oldukları bulunmuştur.

### **2.2.2.3. Yetenek**

Yetenek, “insanların belirli olay, olgu, durum ve ilişkileri algılayabilme, analiz edebilme, çözümleyebilme, sonuçlandırabilmeye ilişkin bazı zihinsel özelliklerinin ve bunları gerçekleştirmeye yönelik bedensel niteliklerinin tümü” şeklinde tanımlanabilir (Sarıtaş, 1997: 535). Yetenek, bedensel yetenek ve zihinsel yetenek olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bedensel yetenek, bireylerin duyu organları vasıtası ile bazı durumları gerçekleştirebilmelerini sağlayan bedensel özellikleriyle ilgili becerileridir. Bunların önemli bir kısmını, bireyler doğuştan kazanır ve zamanla kullanılabilir hale getirirler. Örneğin, çok iyi jimnastik yapabilmek ya da çok iyi gitar çalabilmek bedensel yeteneklerdir (Eroğlu, 2015). Zihinsel yetenek ise, bireyin kendisine gelen iç ve dış uyaranları kavrayabilme, anlayabilme, çözümleyebilme ve sonuca ulaştırabilme gibi zihinsel özellikleri kapsar. Bireylerin hem yaşa, cinsiyete ve diğer bazı bireysel özelliklere bağlı olarak edindikleri zihinsel yetenekleri vardır, hem de doğuştan getirdikleri zihinsel becerileri vardır. Bu yetenekler arasında hafıza yeteneği, sayısal ilgi, soyut düşünme, analiz ve sentez yapabilme, öğrenme ve kavrama gibi yetenekleri bulunmaktadır (Zel, 2011: 21). Bireylerin bazı bedensel yetenekleri kullanabilmeleri ve çevreye daha iyi adapte olabilmeleri için zihinsel yeteneklere ihtiyaçları vardır. Birçok bilimsel araştırmada, zekâ ile bedensel yeteneklerin edinilmesi ve kullanılması arasında doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Bu araştırmalardan yola çıkarak; kişiliğin zihinsel yönü dendiğinde, bireysel zekâdan da belirli ölçüde bahsedilmiş olmaktadır. (Çetin ve Beceren, 2007: 117-118).

### **2.2.3. Kişiliği Etkileyen Faktörler**

Kişiliğin oluşumunda içsel ve dışsal birçok süreç yer almakta, hangi faktörlerin kişiliği ne oranda etkilediğini tespit etmenin oldukça zor olduğu görülmektedir. Kişiliği oluşturan faktörler üzerine yapılan değerlendirme ve yaklaşımlar neticesinde genel olarak kişiliğin oluşumunda etkili olduğuna inanılan beş genel faktör söz konusudur. Bu faktörler kişinin yaşamsal alanında nasıl davranacağını, düşüneceğini, sevineceğini etkileyen faktörlerdir (Güney, 2015: 143). Bu bağlamda, kişiliği oluşturan faktörler genel olarak; kalıtım ve

bedensel yapı faktörleri, sosyo-kültürel faktörler, aile faktörü, sosyal sınıf faktörü, coğrafi ve fiziki faktörler olmak üzere belirlenmiştir (Taştumur, 2018: 4-7).

### **2.2.3.1. Kalıtımsal ve bedensel yapı faktörleri**

Kişiliği etkileyen faktörler araştırıldığında, bu etkilerin başında kalıtımsal ve bedensel yapı faktörleri gelmektedir. Kalıtım, doğuştan var olan ve çevrenin etkisi ile değişmeyen cinsiyet, fiziksel yapı, biyolojik ritim vb. özelliklerin ebeveynlerden alınan kromozomlar sayesinde bir kuşaktan diğer kuşağa aktarılması sonucu ortaya çıkan; insanın tüm hayatını şekillendiren biyolojik, fizyolojik ve psikolojik özelliklerdir (Soysal, 2008: 7; Tutar, 2012: 89). Kalıtımın kişiliği etkileyip etkilemediğine dair araştırmalar yapılmıştır. Bunlardan biri doğumlarından itibaren bazı sebeplerden dolayı ayrı kalan ve farklı çevrelerde büyüyen tek yumurta ikizleri ile aynı çevrede, beraber büyüyen kardeşler arasındadır. Araştırma sonucuna göre ikizlerin ayrı çevrelerde yetiştirilmesine karşın çok sayıda ortak yönü olduğu bulunmuştur. Bu da kişiliğin oluşmasında kalıtımın etkili olduğunun bir göstergesidir (Çetin ve Beceren, 2007:114).

Kişilik oluşumuna etki eden faktörlerden bedensel yapı faktörleri de önemli bir role sahiptir. Bireyin kısa veya uzun, zayıf veya şişman, güzel veya çirkin olması, saç, göz veya ten renginin farklı olması, yürüyüş ve oturuş biçimi, mimikleri ve jestleri gibi fiziksel özelliklerine göre çevresinin vermiş olduğu tepkiler farklılıklar gösterebilmekte ve kişiler ile iletişim kurmada önemli bir faktör olabilmektedir. Bireyin çevresindeki kişiler iletişim kurmak için bu belirleyici rol oynayan fiziksel özellikleri dikkate almaktadırlar. Kurulan ilişkinin devam etmesi ve fiziksel özellikler kişiliğin oluşmasını sağlayan etkenler olabilmektedir. Kişilerin bu durumu uzun süreli sürdürmesi ve tepkilere verdiği cevapların benzer olması, farklı kişilik yapılarının oluşmasını sağlayacaktır (Yıldırım, 2014: 6-7).

### **2.2.3.2. Sosyo-kültürel faktörler**

Çevre koşulları içerisinde insanları en fazla etkileyen faktör, bireylerin içinde yaşadıkları toplumun sosyo-kültürel özellikleridir. Her toplumun kendine özgü yaşam biçimi, gelenekleri, görenekleri, amaç ve hedeflerinin olması, bireyin bazı kişilik özelliklerinin o kültürün çeşitli unsurları tarafından biçim almasını sağlar. Burada temel farklılık, kişinin bu şekillenme sürecinde herhangi bir seçiminin olmamasıdır. Birey doğduğu andan itibaren

sosyal bir yapı içinde yer alır ve kişilik özellikleri, bu sosyal yapı ve etkileşimlerin etkisinde gelişir, şekillenir. Bu sosyal yapının en önemli belirleyicisi olan kültür, toplumda yer alan bireylerin tek tek olduğu gibi, bütün olarak da toplumun değer ve davranış biçimlerinin belirleyicisidir. Bu yönüyle kültür sadece toplumun kimliğinin oluşmasını değil aynı zamanda toplumdaki bireylerin de sosyalleşme süreçlerinin ve doğal olarak da kişilik özelliklerinin de oluşmasını ve gelişme yönünü belirlemiştir olur (Güney, 2015: 145; Eroğlu, 2015: 224).

### **2.2.3.3. Aile faktörü**

Bireyler dünyaya geldiklerinde ilk olarak aile sosyal grubu içerisinde yer alırlar. Bireylerin sosyo-kültürel değerleri kazanmak için karşılaştığı ilk ortam ailedir. Bu yüzden anne ve baba toplumsallaşmak için ilk kaynak ve ilk modeldir. Bireyler küçük yaşta ebeveynlerinin bazı özel davranışlarını, sosyo-kültürel değerlerini ve tutumlarını örnek alır ve taklit ederler (Temeloğlu, 2014: 14).

Bireylerin kişiliğinin oluşumunda ve gelişiminde büyüdüğü ortamın, aile içerisindeki kişiler arası ilişkilerin ve etkileşimin önemi çok büyüktür. Anne ve babaların çocuklarını yetiştirirken uygulamış oldukları yönetim şeklinin, ailenin çocuğa olan tavrını, kardeşler arasındaki yaş farkını, zorunlu ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarının aile tarafından karşılanıp karşılanmamasını diğer ailesel faktörler olarak saymak mümkündür. Bireylerin ailelerinin sergilemiş oldukları bu davranışlar aynı zamanda çocuklar için gelecekte nasıl davranılması gerektiği konusunda bir model oluşturmaktadır (Arslan, 2017: 27).

### **2.2.3.4. Sosyal sınıf faktörü**

Sosyal sınıf; bireyin eğitim, gelir, sosyal sermaye gibi kendini diğer sınıflardan farklı kılan ve bireyin kendi içerisinde yorumladığı bir sosyal kategori olarak ifade edilmektedir (Kraus ve Keltner, 2013: 1). Eroğlu (2015) ise sosyal sınıfı, kişilik yapısının şekillenmesine önemli derecede etki eden bir etken olarak ele almaktadır. Eroğlu'na göre, bireyin sürekli içerisinde var olduğu ve benimsediği sosyal sınıf ortamı; bireyin hayata bakış açısından başlayıp eğitimsel, düşünsel ve fizyolojik olanaklarına varıncaya kadar etkili olabilmektedir. Çetin ve Beceren (2007), farklı sosyal sınıfların bireyin yetişme ve gelişme faktörleri bakımından

farklı olanaklara sahip olmasını sağladığını ve bu farklılıkların, bireylerde çeşitli kişilik özelliklerini ortaya çıkardığını belirtmektedir.

#### **2.2.3.5. Coğrafi ve fiziki faktörler**

Bireylerin yaşadığı yerlerdeki iklim şartları, bitki örtüsü ve fiziki özellikler kişiliklerine etki eden bir diğer faktördür. Kıyı bölgelerde yaşayan insanlar ile karasal, dağlık bölgelerde yaşayanların; soğuk iklim ile sıcak iklimde yaşayanların kişilikleri arasında farklılıklar olduğu genel olarak kabul edilir. İskandinav ülkeleri gibi soğuk iklimlerde yaşayan insanlar genellikle sert ve donuk mizaçlı, ilgisiz iken; Akdeniz iklimi gibi sıcak iklimlerde yaşayan insanların daha yumuşak, duygusal ve sevecen olduğu görülmüştür (Girgin, 2007: 46). Bununla birlikte, göç eden insanlar düşünüldüğünde, kişiliklerinin göç ettikleri ülkenin gerek kültürü gerek coğrafi özelliklerinden etkilendiği kabul edilmektedir (Pihl ve Caron, 1980: 190). Mevsim değişikliklerinin görülmemesi de kişilik özelliklerini etkilemektedir. İklimin sürekli soğuk veya sürekli sıcak olması bireylerin kişiliklerinde pek bir farklılık yaratmamakta; ancak mevsim değişiklikleri görülen ülkelerde pek çok farklı kültürler ve dolayısıyla kişilikler oluşmaktadır (Kessler, 1985: 217-218).

#### **2.2.4. Beş Faktör Kişilik Kuramı**

Kişilik kavramının anlamlandırılmasına ve analiz edilmesine dair farklı görüşler savunulmuştur. Son zamanlarda yapılmış olan araştırmalar neticesinde; diğer kuramlara nazaran Beş Faktör Kişilik Kuramının ampirik çalışmalara dayalı olması, ölçülen özelliklerin zamana karşı sürekliliğini koruması, bazı biyolojik temellere sahip olması, farklı kültürlerde ve dillerde geçerliliğinin olması, kültürlerarası karşılaştırma olanağı sunması, psikometrik açıdan kullanımının ve değerlendirilmesinin kolay olması nedenleri ile el üstünde tutulduğu anlaşılmaktadır. Detaylı bakıldığında; kişilikle ilgili çalışmaların neredeyse tamamının Beş Faktör Kişilik Kuramına dayandığı görülmektedir (Şentepe ve Güven, 2015: 28). Kişilik kavramını farklı açılardan araştıran analiz araçlarının temeli beş faktörden oluşmaktadır (Gültaş ve Tüzüner, 2017: 50). Bundan hareketle Beş Faktör Kişilik Kuramının diğer bütün kuramları bağdaştırıcı özellikte olduğunu söylemek mümkün olabilir. Sosyal ilişkiler ile kişiliğin etkileşimine dair bilinenlerin çoğu Beş Faktör Kişilik Kuramına dayanmaktadır (Çınar, 2011: 72).

Bu zamana kadar yapılmış ve yapılmakta olan çalışmalar oldukça geniş alanlara ulaşmıştır, dolayısıyla Beş Faktör Kişilik Kuramının yalnızca tek kişiye ait olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Ancak yaptıkları araştırmalar ile kişiliğin boyutlarını belirleme noktasında önemli sonuçlar elde eden McCrea ve Costa, (1985) Büyük Beşli Kişilik Kuramının asıl mimarları olarak kabul edilmişlerdir. Kişilik kavramının hem yapısal hem de süreklilik yönünü analiz etmek maksadıyla bir faktör analiz yöntemi geliştirmişlerdir (Bolat, 2008: 91). İlk olarak “dışadönüklük ve duygusal denge” alt boyutları üzerine yoğunlaşmışlardır, fakat kısa bir süre sonra ise “deneyime açıklık” olarak isimlendirdikleri yeni ve farklı bir boyut daha bulmuşlardır (Alacatlı, 2013: 29). 1985 yılına kadar bu üç boyuttan ibaret olarak kullanılan beş faktör kişilik kuramı, McCrea ve Costa’nın 1983-1985 yılları içerisinde devam ettirdiği yeni araştırmalar ve çalışmalar neticesinde beş boyut olarak geliştirilmiş ve kurama “sorumluluk” ve “uyumluluk” olarak ifade edilen alt boyutlar eklenmiştir. Bu çalışma neticesinde kişiliğin bu beş boyut kapsamında analiz edilebilmesi için bir test geliştirmişlerdir (Kardaş, 2018: 16) Kuramın farklı kişilik özelliklerini kapsayacak şekilde tasarlanan ve bireysel farklılıkları açıklayabilen 5 boyutuna yönelik geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmış ve kuram ile ilgili birçok farklı kültürde uygulamalar yapılmıştır.

McCrea ve Costa’nın geliştirmiş oldukları büyük beşli kişilik özellikleri yapısının bireylerin kişilik özelliklerini açıklamak için güçlü ve çevreleyici olduğunu düşünen Goldberg, literatürde ilk kez “beş faktör” deyimini kullanmıştır. Goldberg önceki ölçekleri geliştirerek 50 ve 100 maddeden oluşan iki ölçek oluşturmuştur. Kişiliğin tanımlanması için uyumluluk, deneyime açıklık, dışadönüklük, duygusal denge ve sorumluluk olmak üzere beş faktörün yeterli olduğunu savunmuştur (Arpacı, 2012: 30).

Farklı kişilik özelliklerini ve bireyleri birbirinden ayıran yönleri açıklayabilen beş faktör kişilik testi halen birçok dile çevrilmekte; pek çok ülkede uygulanmaktadır. Bazı istisnalar dışında yapılmış olan araştırmalar beş faktör modelinin kişiliği tanımlamada evrensel bir kalıp olduğunu göstermektedir. Türkiye’de de çeviri çalışmaları yapılmış; envanterlerin geçerlilik ve güvenilirlikleri sağladığı görülmüştür (Burger, 2006: 257; Gülgöz, 2002; Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002; Tatar, 2017, Morsünbül, 2014).

### **2.2.4.1. Beş faktör kişilik kuramının alt boyutları**

Mccrea ve Costa (1985) tarafından oluşturulan ve Goldberg (1990) tarafından geliştirilen Beş Faktör Kişilik Kuramının dışadönüklük (Extroversion), uyumluluk (Agreeableness), deneyime açıklık (Openness to Experiences), sorumluluk (Conscientiousness) ve duygusal denge (Neuroticism) alt boyutları bu alt başlık altında açıklanmıştır.

#### **2.2.4.1.1. Dışadönüklük boyutu (extroversion)**

Kuramın ilk boyutu “Dışadönüklük” boyutudur. Bu boyut ile ilgili bazı araştırmacılar tarafından farklı ifadeler kullanılmıştır. McCrea ve Costa bu boyut içerisindeki bireylerin özelliklerini sosyal, cana yakın, sıcakkanlı, konuşkan, sevecen, girişimci, dış dünyaya açık olan şekilde ifade etmişlerdir (Tatar, Şahintürk, Saltukoğlu ve Telvi, 2013: 3). Goldberg’e (1990) göre ise, baskınlık ve aktivite dışadönüklük boyutunun temel belirleyicileri arasındadır. Ayrıca sosyallik ve insanlarla birlikte olmayı sevme, eğlenceyi sevme, liderlik, güç, istekli olma ve arkadaşça davranma gibi özellikler de bu boyutu temsil etmektedirler (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002: 23). Dışa dönüklük, sosyalliği ve dürtüsellliği temsil ederken, bu boyutta yüksek puan alan bireyler, insanlarla iletişimi seven, girişken, birlikte olmayı tercih eden bireyler olarak tanımlanmıştır (Karancı, Dirik ve Yorulmaz, 2007: 255). Bu boyutun diğer ucunda da içedönüklük yer almaktadır. İçedönükler insan ilişkilerinde mesafeli, çekingen, ketum ve yalnızlıktan hoşlanan kimselerdir (İnanç ve Yerlikaya, 2008: 286). Dışadönüklük seviyesi daha üst olan bireyler; diğer kişilerle daha kolay iletişim kurmaktadır, onlarla geçirdiği zamandan haz duyar, iş birliği ve dayanışmaya açıktır, karşısındaki kişiyi anlayabilecek yeterliliktedir. Buldukları her ortamda bir şekilde dikkati kendi üzerlerinde toplayabilen, söylediklerinde kararlı ve ısrarcı olan bireylerdir. Bu bireyleri güçlü kılan en önemli faktörler ise sürekli başarılı olma ve daima en iyi olma beklentisidir. Dışadönüklük seviyesi düşük olan bireyler ise genelde sessiz ve sakin, karşısındaki ile arasına mesafe koyan, sıkılgan ve sosyallikten uzak olan bireyler olarak ifade edilirler (Doğan, 2013: 57).

#### **2.2.4.1.2. Duygusal denge (neuroticism)**

Kuramın ikinci boyutu “Duygusal Denge” boyutudur. Duygusal denge boyutu bireylerin duygusal açıdan kararlılık ve kişisel uyumundaki sürekliliği ifade etmektedir. McCrea ve

Costa boyutunun denge unsurlarını endişe, öfke, kaygı, kendine güven, kırılabilirlik, sıklık ve depresiflik gibi nitelikler ile tanımlamıştır. Bu boyuttaki bireyler genel olarak; sosyal ilişkileri kuvvetli, olumsuzluklardan uzak duran, sakin, stresle başa çıkabilen, öz güveni yüksek, kolayca üzülmeyen ve öfkelenmeyen, güzel şeyler olmasını arzu eden duygusal denge seviyesi yüksek bireyler olarak ifade edilmektedir (Doğan, 2013: 58).

Duygusal açıdan dengeli olan bireyler tutarlı davranışlar sergileyen, stresli durumlarda sakin ve rahat kalabilen, kendine olan güveni yüksek, eleştirilere açık kişilerdir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 288). Duygusal dengenin tam tersi olarak kabul edilen nevrotik davranışları sergileyenler ise huzursuz, sabırsız, endişeli olan; dolayısıyla kendilerini stresli durumlara sokan, utangaç, kendine güveni düşük, karamsar, kolaylıkla öfkelenen ya da hüznlenen, duygusal iniş çıkışlar yaşayan bireylerdir (Zhang, 2003: 1432). Bu bireylerin diğer bireyler ile uyum problemleri yaşadığı ve ilişkiler kurmak konusunda zorlandıkları da görülmektedir. Bu bireyler gerçekleşebilecek tehlikeli durumlar veya sorunlar karşısında hazırlıklı olmak amacıyla aşırı tedbirli davranabilmekte; ancak bu durumun yarattığı stresin fiziksel ve psikolojik etkilerine karşı savunmasız olabilmektedirler (Robbins ve Judge, 2012: 140). Duygusal açıdan sıkıntılara eşlik eden rahatsız edici düşünceleri ve davranışları içeren nevrotiklik; ruhsal sağlık problemleri ve depresyon ile de yakından ilişkilidir. Nevrotiklik puanı yüksek olan her kişinin nevrotik bir rahatsızlığa sahip olmadığı göz önünde bulundurulması gerekirken; nevrotik bir rahatsızlık yaşamaya yatkın oldukları da akıldan çıkartılmamalıdır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 279).

#### **2.2.4.1.3. Deneyime açıklık (openness to experiences)**

Kuramın üçüncü boyutu “Deneyime Açıklık” boyutudur. McCrea ve Costa deneyimlere açıklık faktörünün beş faktör arasından sosyal ve toplumsal görünüm üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğunu ileri sürerek bu boyuttaki bireyleri; analitik düşünebilen, geleneksellikten uzak olan, öz güveni yüksek, sanatsal bakış açısına sahip, yeniliğe açık, değişimden yana olan, enerjik ve içten olarak tanımlamaktadırlar (Develioğlu ve Tekin, 2013: 9). Goldberg ve Peabody’ye göre ise bu boyuttaki bireyler; hayal gücü ve zekâ seviyesi yüksek, bilgili ve estetik bakış açısına haiz kişiler olarak ifade edilmektedir (Tatar ve diğerleri, 2013: 3).

Deneyime açık boyutu yüksek olan bireyler, yeni fikirlere de son derece açıktırlar, yenilikçi bir yaşam üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Hayal güçleri yüksektir, yeni bilgi ve becerilere sahip olmak için çaba sarf ederler. Deneyimlere açık olanlar, meraklıdır, yaratıcıdır ve sanatsal yetenekleri bulunmaktadır. Deneyime açık olmayanlara göre, daha fazla tecrübeleri vardır, çünkü denemekten korkmamaktadırlar. Deneyimlere açık olmayanlar ise yenilikten hoşlanmaz, daha önce denenmiş durumları tercih ederler, tutum ve davranışları muhafazakardır (Burger, 2006: 168).

#### **2.2.4.1.4. Sorumluluk (conscientiousness)**

Kuramın dördüncü boyutu “Sorumluluk” boyutudur. Çok geniş kapsamlı bir alanı etkilediğinden kişilik alt boyutları arasında şüphesiz en çok tartışma konusu olan boyuttur. Bu boyuttaki bireyler; genel olarak çevrelerinde zeki, güvenilir ve dürüst kişiler olarak tanınmaktadırlar. Yaptıkları işlerden keyif alırlar, motivasyonları yüksektir, sürekli başarıya arzusu içerisindedirler, sistemli çalışmayı severler, azimli ve gayretlidirler. Ön plana çıkan en belirgin özelliklerinin ise sorumluluk sahibi, dürüst olma ve güven verme olduğu görülmektedir (Tatar ve diğerleri, 2013: 3). Costa ve McCrae (1992) sorumluluk boyutundan yüksek puan alan bireylerin hareket etmeden önce dikkatlice düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu boyuttan yüksek puan alan kişilerin bir plan doğrultusunda hareket eden kararlı kişiler oldukları, düşük puan alan kişilerin ise dikkatsiz ve güvenilmez kişiler oldukları düşünülmektedir. Bu boyut temel olarak örgütlü, dayanıklı, dikkatli, sorumlu, çalışkan, etkili, yeterli, ihtiyatlı, özenli, dakik, pratik ve tedbirli olma gibi özellikleri içermektedir (Burger, 2006; Morris, 2002). Bunun yanında sorumluluk boyutu, farklı araştırmalarda daha sık emniyet kemeri takma, sağlıklı beslenme ve daha az sigara kullanma gibi davranışlarla bağlantılı bulunmuştur (Friedman ve Martin, 2011; Raynor ve Levine, 2009).

#### **2.2.4.1.5. Uyumluluk (agreeableness)**

Kuramın son boyutu ise “Uyumluluk” boyutudur. Uyumluluk boyutu da tıpkı diğer boyutlar gibi bazı araştırmacılar tarafından başka isimlerle ifade edilmektedir. McCrea ve Costa bu boyutta olan bireylerin genel olarak iyi huylu, yumuşak kalpli, kendinden ziyade başkalarını da düşünen, hoşgörülü, iyi niyetli, saygılı, fedakarlıktan kaçınmayan, merhamet sahibi bireyler olarak tanımlamışlardır. Karşısındaki kişiyle iş birliği yapmak, pozitif ilişkilerde



bulunmak, ilgi alaka göstermek, saygı ve sevgide kusur etmemek bu boyutun diğer öne çıkan özellikleridir (Tatar ve diğerleri, 2013: 3).

Uyumluluk, bireylerin kişilerarası ilişkilerini değerlendiren bir özelliktir. Uyumluluk seviyesi yüksek olan bireyler güvenilir, işbirlikçi, olumlu olma ve çalışma ilişkisine olumlu katkı sağlıyor gibi görünse de kendi çıkarlarını düşünme ve çıkarları için sıkı pazarlık azmi, çevresini etkileyebilme ve yönetebilme özelliklerini de taşıdığı görülmektedir. Uyumluluk seviyesi yüksek olanların yakın ilişkilerinin iyi olması, çalışanları etkileyen önemli kararlar alınması gerektiğinde yönetsel açıdan zorluk yaşayabileceği için, yönetim alanında görevlendirilmeleri olumsuz karşılanmaktadır (Seibert ve Kraimer, 2001: 6).

Uyumluluk seviyesi düşük olanlar insanları etkilemekte ve yönlendirmektedir. Kaba, alay eden, iş birliğinden uzak duran ve şüpheli yaklaşımları bulunmaktadır. Yüksek düzeyde uyumluluk ise aşırı uyum, başkalarına hayır diyememe, bağımlı olma ve itaat etme durumlarını ortaya çıkarmaktadır (Shiner 2009: 722).

Çizelge 2.15.'te Goldberg'e (1990) göre beş faktör kişilik kuramındaki beş faktör olan dışadönüklük, yumuşak başlılık, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık faktörlerinin özellikleri özetlenmiştir.

Çizelge 2.15. Beş faktör kişilik özellikleri ve alt boyutları

Boyutlar	Pozitif Kutup	Negatif Kutup
Dışadönüklük (+) İçedönüklük (-)	Canlı, Konuşkan, Sosyal, Doğal, Maceraperest, Kendini beğenmiş, Gösterişli, Enerjiklik	Uyuşuk, Mesafeli, Sessiz, Alçak gönüllü, Karamsar, Çekingen
Yumuşak Başlılık (+) Uyumsuzluk (-)	Güvenilir, Cana yakın, Cömert, Uyumlu, Hoşgörülü, Kibar, Yardımsever, Şefkatli, Dürüst	Kindar, Aksi, Eleştiren, Küçük gören, Rekabetçi, Saldırgan, Önyargılı, Asabi, Kıskanç, Açgözlü, Samimiyetsiz
Sorumluluk (+) Sorumsuzluk (-)	Düzenli, Disiplinli, Azimli, Tutarlı, Güvenilir, Kültürlü, İleri görüşlü, Olgun, Ağırbaşlı, Tutumlu	Dikkatsiz, Özensiz, Tutarsız, Düşüncesiz, Rahatına düşkün
Duygusal Denge (+) Nevrotiklik (-)	Süreklilik, Kendine güveni olan, Kolaylıkla etkilenmeyen, Açık sözlü	Endişeli, Alıngan, Kendine güveni olmayan, Ürkek, Çekingen, Olgun olmayan
Deneyime Açıklık-Zekâ (+) Tutuculuk (-)	Akıllı, anlayışlı, yaratıcı, meraklı, tarafsız, entelektüel, hayal gücü geniş, sanatsal yönü olan	Basit, bilgisiz, monoton, dar görüşlü, muhafazakâr

Kaynak: Goldberg, 1990: 9-10.

McCrae ve Costa'nın (1992) çalışmasına göre kişiliğin beş faktörü ve özellikleri Çizelge 2.16.'da gösterilmiştir (Howard ve Howard, 1995: 5-7).

Çizelge 2.16. McCrae ve Costa'ya göre beş kişilik faktörü ve faktörlerin 6 özelliği

<b>Özellikler</b>	<b>(+)</b>	<b>Faktörler</b>	<b>(-)</b>
<b>Dışadönüklük</b>	<b>Dışadönük</b>	<b>İçedönük</b>	
Sıcaklık / İçtenlik	Sevecen, arkadaş canlısı	Samimiyetsiz	
Girişken	Girişken, arkadaşları olan	Nadiren arkadaş arayan	
Kendine güven	Açıkça konuşan	Arka planda kalan	
Aktiflik	Hareketli, enerjik ilerleyen	Yavaş ilerleyen	
Heyecan Arama	Heyecan için can atan	Az heyecan arayan	
Olumlu Duygular	Neşeli, iyimser	Daha az canlı ve neşeli	
<b>Uyumluluk</b>	<b>Adapte Olan</b>	<b>Meydan Okuyan</b>	
Güven	İyi niyetli	Şüpheli	
Dürüstlük	Doğru sözlü, dobra	Gerçekleri çarpıtan	
Fedakârlık	Gönüllü yardım eden	İsteksiz	
Uyumluk	Saygılı	Saldırgan	
Alçak gönüllülük	Mütevazı	Kendini üstün gören	
Yumuşak Başlılık	Mülayim	İnatçı, sabit fikirli	
<b>Sorumluluk</b>	<b>Odaklanmış</b>	<b>Rahat</b>	
Yeterlilik	Kabiliyetli, etkili	Hazırlıksız hisseder	
Düzen	Tertipli, düzenli	Düzensiz	
Sorumluluğu bilme	Güvenilir	İlgisiz	
Başarı mücadelesi	Azimli	Başarı ihtiyacı az	
Öz disiplin	Görevleri bitirme odaklı	İşleri sonraya bırakır	
Dikkat, Tedbir	Dikkatlice düşünen	Aceleci, dikkatsiz	
<b>Duygusal Denge</b>	<b>Tepki Gösteren</b>	<b>Dirençli</b>	
Kaygı	Kaygılı	Rahat, sakin	
Öfke	Çabuk öfkelenen	Serinkanlı	
Cesaretsizlik	Cesareti kolay kırılan	Cesareti kolay kırılmayan	
Bireysel farkındalık	Utangaç	Rahatsız olmayan	
Düşünmeden hareket etme	Kolay ikna olan	İçgüdülerine karşı koyan	
Hassasiyet	Kolay etkilenen	Stresle başa çıkan	
<b>Deneyime Açıklık</b>	<b>Keşfedici</b>	<b>Koruyucu</b>	
Hayal Gücü	Yaratıcı, hayal kuran	Şu ana odaklanır	
Estetik	Sanatı takdir eder	Sanata karşı ilgisiz	
Duygular	Duygulara değer verir	Duyguları reddeder	
Eylemler	Yeni şeyler dener	Bildiklerini tercih eder	
Fikirler	Entelektüel merakı çok	Entelektüel odağı dar	
Değerler	Değerleri sorgulayan	Tutucu	

Kaynak: Howard ve Howard, 1995: 5-7.

Çizelge 2.17.'de ise çalışmada ölçek olarak kullanılan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Ölçeğinin açılımı yer almaktadır.

Çizelge 2.17. Hızlı büyük beşli kişilik testi (HBBKT) açılımı

Alt Boyut	Yüksek Seviye	Düşük seviye
Uyumluluk Alt Boyutu:  Anlaşma ve iletişim kurma olanağı daha yüksek, güvenilir, kolay aldanan kişilik tipleridir. Uyumluluk insanlar arası uyumu ölçen bir kişilik özelliğidir.	Uyumluluk özelliği güçlü bireyler güvenilir, affedici, sempatik, fedakâr ve kolayca aldanan bireylerdir. Güçlü bir uyumluluk, bireyin iş birlikçi değerlerinin varlığına ve insanlar arası ilişkilerin pozitif olduğunun işaretidir.	Zayıf uyumluluk özelliği ise çıkarıcılık, benmerkezcilik, şüphecilik ve merhametsizlik gibi niteliklerle birlikte anılmaktadır.
Dışa Dönüklük Alt Boyutu:  Sosyal, toplum içerisinde sevilen, iyimser, eğlenceli bireyleri ifade etmek için kullanılan bu kavram, içe kapanıklık kavramıyla birlikte ele alınmaktadır.	Dışa dönüklüğü güçlü kişiler olağanüstü duygusal halleri olan, başka insanları sevmeye, coşku arama eğilimde olan birey	Dışa dönüklüğü zayıf bireyler ise yalnız olmayı seçen ve içine kapanık, sessiz ve bağımsız olarak açıklanmaktadır.
Sorumluluk Alt Boyutu:  Bireye ait güvenilirlik özelliğidir.	Sorumluluk duygusu güçlü insanlar; daha düzenli, hesaplı, çaba sarf eden ve tepkileri akla uygun davranırlar. Sorumluluk duygusu zayıf olan bireylere göre verilen işe daha sadık, bir problem karşısında sorumluluk almaya ve önceliği ele almaya arzulu, ilkelere uyma konusunda daha tutarlıdır.	Sorumluluk puanı düşük olan bireyler ise düzensiz, güvenilirmez ve disiplinsiz özelliklere sahip olan bireylerdir
Duygusal Denge Alt Boyutu:  Ruhsal durum olarak iki uç durumun incelendiği kişilik özelliğidir.	Duygusal dengesi güçlü olan bireyler anksiyete, düşmanlık, depresyon, içine kapanıklık, düşünmeden davranma ve kırılabilirlik gibi birçok olumsuz duyguyu yaşama eğilimindedir	Duygusal denge özelliği zayıf olan bireyler kendine güvenen, sakin, soğukkanlı ve rahat insanlar olarak açıklanır.
Deneyime Açıklık Alt Boyutu:  Merak duygusu yüksek, zeki ve yaratıcı bireylerin deneyimlere açıklık özelliğine sahip olduğu gözlenirken, kapalılık özelliği yüksek olan bireylerde ise bu özelliklerin tersi görülmektedir.	Deneyime açıklığı güçlü bireyler, yenilikçi, yaratıcı, hayal gücü kuvvetli, anlayışlı ve gelenekçi olmayan bireyler olarak karakterize edilmektedir.	Deneyime açıklığı zayıf bireyler ise geleneksel, çözümleyici düşünemeyen, ilgi alanı kısıtlı olan insanlardır.

Kaynak: Costa ve McCrae, 1992.

### 2.3. Yeme-İçme Olgusu

Gastronomi; yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemine anlamlarına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2019). Dil kökenbilim (etimolojik köken) itibariyle gastronomi; Yunanca “gastro” (karın/mide) ile “nomos” (kanun, yönetim) sözcüklerinden oluşan gastronomi kavramı, dilimize Fransızca’dan geçmiştir. Günlük kullanımda ise yiyecek-içecek bilimi ve sanatı ile ilgili evrensel bir kavram olarak kullanılmaktadır (en.wikipedia.org, 2019).

Nomos yukarıda da belirtildiği gibi, “özellikli bir konudaki bilgilerin toplamı” olarak değerlendirilebilir. Bu bakış açısıyla gastronomi “bir kimsenin iyi yemek yeme bilimi ve sanatıyla” ilgili sahip olduğu tüm bilgiler anlamına gelmektedir (Blank, 2003: 29). Gastronomi, yemeklere odaklanan yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi inceleyen bir disiplin olarak da tanımlanmaktadır (Çavuşoğlu, 2011).

Gastronomi; pişirme tekniği, beslenme bilgisi, gıda bilimi, lezzetin yanı sıra, tat koku ve besin yoluyla insanlara geçen her şeyi kapsamaktadır. Gastronomi; keşfetme, tatma, deneyimleme, araştırma, anlama, yemek hazırlama, bir bütün olarak bireylerin beslenmesi ve yemeğin duyuşal kalitesi hakkında yazmayı içerir. Ayrıca besinlerin ve beslenmenin kültürler arasında nasıl köprü oluşturduğunu da incelemektedir (Öney, 2013: 161). Gastronomi, “ülke ya da bölge mutfaklarını birbirinden ayıran özellikleri, bir ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade etmektedir” (Cömert ve Özkaya, 2014: 63).

Bir başka tanıma göre gastronomi; yemeğin hazırlanmasında kullanılan yiyecek malzemelerini, yiyeceklerin hazırlanma, pişirme ve saklanma yöntemlerini, yiyecek-içecek çeşitlerini ve miktarlarını, beğenilen lezzetleri, yiyecek-içecek sunumu ile ilgili gelenek ve görenekleri, kullanılan sofraya malzemelerini ve yeme-içme olgusu ile ilgili inanışları içeren bir kavramdır (Çalışkan 2013: 40).

Gastronomi; tarihi, kültürel ve çevresel etkilere bağlı olarak neyin, nerede, ne zaman, ne şekilde ve hangi bileşimle yeneceğine ve içileceğine ilişkin öneriler sunma ve rehberlik etme olarak ifade edilmektedir. Gastronomi bu durumda yeme-içme ile ilgili genel kural ve normları içermektedir (Santich, 2004: 18). Şahin’e (2015) göre ise gastronomi, post-modern

toplumlarda kültürel kimliği oluşturan önemli bir kaynaktır, bu nedenle yeme-içme kültürünün oluşumunda çok önemli bir yere sahiptir.

Maslow'un insan ihtiyaçları piramidinde ihtiyaçlar önceliklerine göre sıraladığında beslenme fizyolojik ihtiyaçlar içerisinde ve temelde yer almaktadır (Dölekoğlu ve Yurdakul 2004). Fizyolojik ihtiyaçların en önemlisi olan beslenme, sadece acıkma hissini bastırmak veya insanın canının istediğini yemesi değil; insanın büyümesi, gelişmesi, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşaması için gerekli olan besin öğelerinin yeterli ve dengeli miktarlarda alınıp vücutta kullanılmasıdır (Baysal, 2011). İnsan beslenmesinde amaç; bireyin yaşına, cinsiyetine, bulunduğu özel duruma, fiziksel aktivitesine uygun enerji ve besin ögesi gereksinimlerinin karşılanarak sağlıklı bir yaşam sürmesinin sağlanmasıdır. Bu amacın gerçekleşmesinde ilk aşama besinlerin varlığı ve bu besinlerin bireyler tarafından tüketilmesidir (Baysal, 1996).

Beslenme ihtiyacının karşılanması için yiyeceği bulma, hazırlama ve tüketme eylemleri insanlık tarihi boyunca hayatın hep önemli bir bölümünü kapsayarak dinamik şekilde ayrıcalıklı bir yere sahip olmuştur. İnsanoğlunun zaman içerisindeki yeme-içme alışkanlıklarındaki değişimi; ilkel toplumdan tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, yirmi birinci yüzyılda ise sanayi toplumunun getirmiş olduğu teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji toplumuna geçiş şeklinde farklı gelişme aşamalarından geçmiştir (Onurlubaş, Doğan ve Gürler, 2015).

İlkel toplumdan yirmi birinci yüzyıla insanların yeme-içme şekilleri, bağlı oldukları kültürlerine, coğrafyalarına ve sosyal statülerine göre farklı yönlerde değişmiştir. İlkel devirlerde insanoğlu avcılık ve toplayıcılık ile yeme-içme ihtiyacını karşılamıştır. Avladıkları hayvanları ve topladıkları bitkileri çiğ olarak tüketmekte iken, ateşin keşfedilmesiyle birlikte pişirerek tüketmeye başlamışlardır. Daha sonraki dönemlerde ise insanoğlu tohumu keşfederek tarıma yönelmiş ve yerleşik hayata geçmiştir (Topuzoğlu, Hıdıroğlu, Ay, Önsüz ve İkişik, 2007). Yerleşik hayatın getirmiş olduğu nüfus artışı ve buna bağlı olarak tüketimin artması, üretimde ve tüketimde bireysellikten kiteselliğe geçişe neden olmuştur. Böylelikle sanayi dönemi başlamış ve insanlar artık bireysel üretim ve tüketim yerine kitlesel üretim ve tüketime geçmiştir (Çetin, 2006). Sanayi dönemine bağlı olarak gelişen teknolojiyle birlikte bilgi ve teknoloji dönemine geçilmesi insanların hayatlarında çok hızlı bir değişime neden olmuştur. Tüm bu değişimlerle birlikte

insanoğlunun yaşam şekli, şartları ve buna bağlı olarak da yeme-içme alışkanlıkları köklü bir değişime uğramıştır (Beşirli, 2010).

Yaşam şeklinin değişikliği insanoğlunun yeme-içme ihtiyacını değiştirdiği kadar hayat şartlarını ve diğer ihtiyaçlarını da değişime uğratmıştır. Her geçen gün ağırlaşan hayat şartları, aile bireylerinin çoğunu çalışmak zorunda bırakmıştır. Çalışma hayatında teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanların iş yükü artmış, kendilerine ayırdıkları zaman azalmıştır. Artan bu hayat temposu karşısında insanların en önemli sorunu zaman ve yeme-içme ihtiyacını karşılamak olmuştur (Uzel, 2018). Bu da insanları zamanı etkin kullanma konusunda yeme-içme ile ilgili ihtiyaçlarını karşılarken ev dışı yiyecek-içecek tüketimine yöneltmiştir. Bu yönelme ev dışı yeme-içme sektörünün de her geçen gün büyümesine ve gelişmesine öncülük etmiştir. Örneğin; insanların evlerde yemek pişirmek yerine hazır besinleri tüketmeye ve dışarıda yemek yemeye başlaması buna en iyi örnektir (Elmacıoğlu, 1996). Yirmi birinci yüzyılda insanlar artık, yoğun yaşam tempoları nedeniyle evlerde yemek pişirmek yerine dışarıda yemek yemeyi, hazır ve dondurulmuş besinlerle beslenmeyi tercih etmektedir. Yeme-içme alışkanlıklarındaki değişikliklerin farkında olmak ve bunların duyuşal, biyolojik, demografik, bilişsel, psikolojik, ekonomik, kültürel faktörler ve sağlık ile olan ilişkilerini saptamak, yeme-içme alışkanlıklarının nedenlerini ve sonuçlarını anlamaya önemli ölçüde katkı sağlayacaktır (Tutar ve Yazırlı, 2016).

### **2.3.1. Yeme-İçme Alışkanlıklarına Etki Eden Faktörler**

Yeme-içme alışkanlıkları; bireyin günlük öğün sayısı, ana öğünlerde ve ara öğünlerde tükettikleri yiyeceklerin tür ve miktarları, yiyecek satın alma, yemek hazırlama, pişirme ve servis gibi davranış kalıplarını içermektedir (Sürücüoğlu, 1999). Bireyin ve toplumun yeme-içme düzeni ve alışkanlıkları iklim, coğrafi konum, nüfus yapısı, eğitim, iç ve dış göçler, kitle iletişim araçları, sanayileşme gibi demografik, sosyal, ekonomik ve kültürel faktörlerden etkilenmekte ve bu faktörlere göre de toplumdan topluma değişmektedir (Simopoulos ve Van, 1984). Yapılan araştırmalar çeşitli ülkelerin halkları, hatta aynı ülkenin değişik yörelerinde yaşayan toplulukların yeme-içme alışkanlıklarında farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum tüketilen yiyeceğin ve içeceğin çeşit ve miktarını, yiyeceklerin hazırlanış ve pişiriliş tarzını, öğün sayı ve zamanlarını ve yiyeceklerin öğünlere göre dağılımını etkilemektedir (Oruç, 2008).

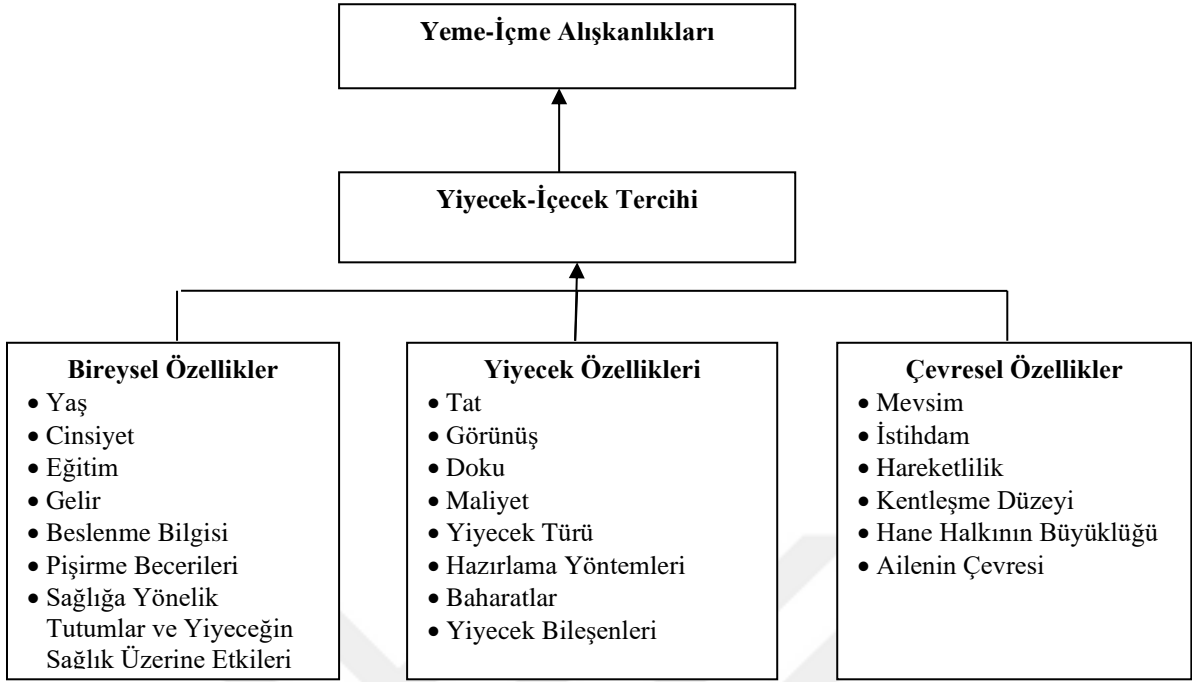
Yiyecek-içeceklerin tüketilmelerinde ya da seçimlerinde birçok faktörün rol oynadığı bilinmektedir. Steenkamp (1993) yaptığı çalışmada yeme içme alışkanlıklarının besinlerin özellikleri, insan ile ilgili faktörler ve çevre ile ilgili faktörler olmak üzere üç belirleyici arasındaki etkileşimi dikkate alarak kapsamlı bir analizinin yapmıştır.

- Gıdaların özellikleri (fiziksel form, besin içeriği, lif içeriği, enerji değeri)
- Kişi (cinsiyet, yaş, vücut ağırlığı, psikolojik faktörler)
- Çevre (sosyokültürel, ekonomik, pazarlama)

Sheperd (1995) ise yaptığı çalışmada yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek seçimlerini etkileyen faktörlerin üçe ayrılabilceğini belirtmiştir.

- Gıda (fiziksel / kimyasal özellikler, besin içeriği)
- Kişi (duyusal niteliklerin algısı, psikolojik faktörler-kişilik, ruh hali)
- Ekonomik ve sosyal (fiyat, markanın bulunabilirliği, sosyal / kültürel tutumlar)

Randall ve Sanjur (1981) yaptıkları çalışmada bireylerin yeme-içme alışkanlıklarının şekillenmesinde yiyecek-içecek seçimlerinin büyük etkisinin olduğunu, yiyecek-içecek seçimlerinin de üç faktörden etkilendiğini belirtmektedir. İlk faktör; yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, beslenme, bilgi, pişirme becerisi ve sağlık ile yiyecek arasındaki ilişkiye yönelik tutumlar dahil olmak üzere bireyle ilgilidir. İkinci faktör; tat, görünüş, doku, maliyet, yiyecek türü, hazırlama yöntemi ve baharatlar dahil olmak üzere yiyeceklerin doğasıyla ilgilidir. Üçüncü faktör; mevsim, istihdam, hareketlilik, kentleşme düzeyi, hane halkı büyüklüğü ve ailenin çevresi gibi çevresel faktörler ile ilgilidir (Randall ve Sanjur, 1981).



Şekil 2.1. Yiyecek-içecek seçimi modeli

Kaynak: Randall ve Sanjur, 1981: 153.

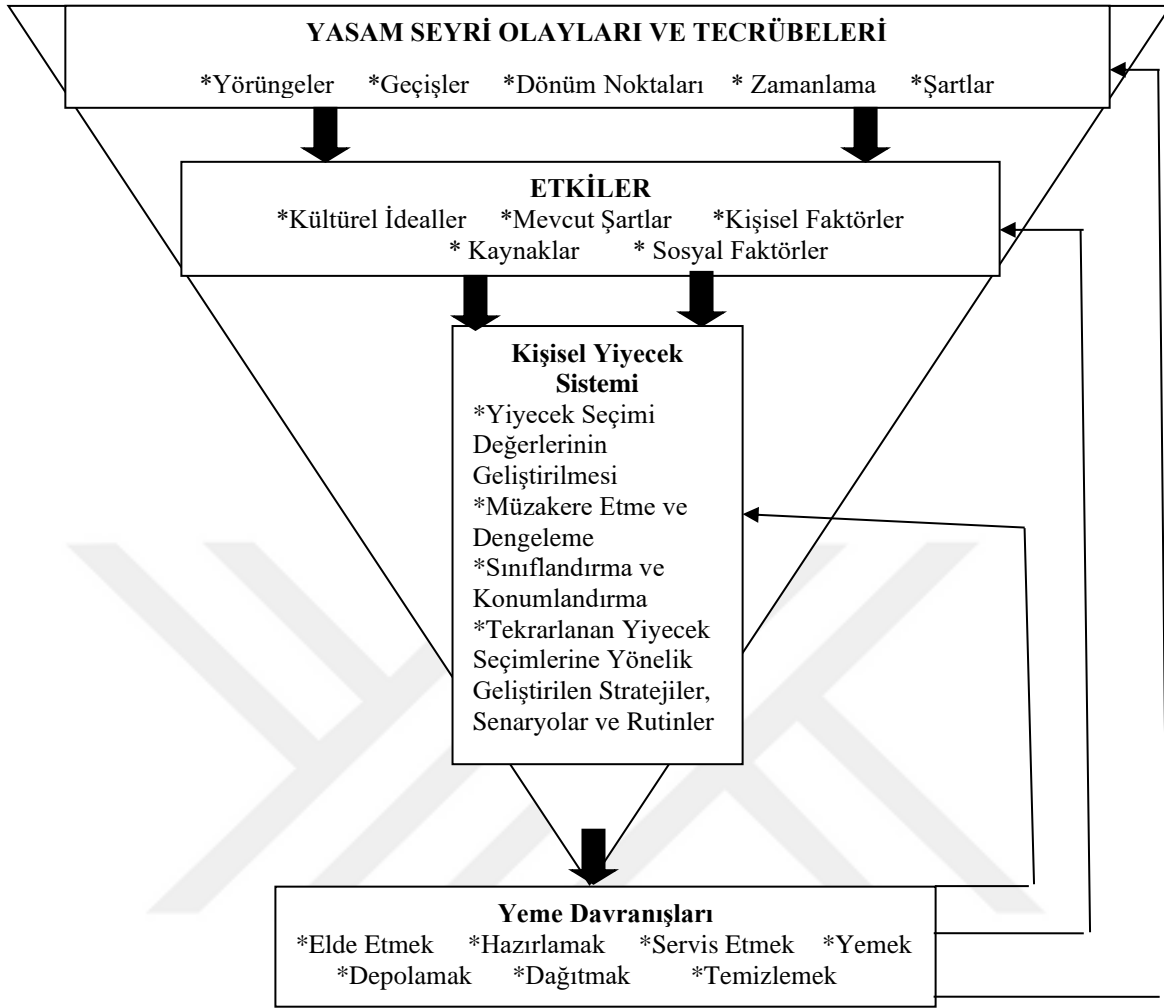
Yeme-içme alışkanlıkları sürecine yönelik Sobal ve Bisogni (2009) tarafından geliştirilen bir diğer modele göre bireylerin yiyecek-içecek seçimlerine yönelik davranışları üç temel faktör tarafından etkilenmektedir. İlk faktör; yaşam seyri ve yaşam tecrübeleri olarak isimlendirilmiştir. Yaşam seyri ve yaşam deneyimleri, bireylerin yiyecekler ile ilgili seçim kararlarını vermeden önce sahip oldukları olayları ve deneyimleri, ayrıca gelecekteki olasılıklarla ilgili beklentilerini içermektedir. Ayrıca bireylerin keşfettiği, karşılaştığı ortamlar olarak da açıklanabilir. Yaşam seyri, yalnızca çocukluk, büyüme ve yaşlılık gibi döngüleri ifade etmez, aynı zamanda, çocukluk, ergenlik ve yetişkinlik gibi aşamaları sırasıyla geçerken yaşanılanları ve anıları da içermektedir (Elder, 1985: 196). Bu faktör, yörüngeler (rotalar), geçiş/dönüm noktaları, zamanlamalar ve şartlar gibi yaşam seyri ve aşamalarının da üzerinde dinamik bir süreci kapsamaktadır. Yörüngeler hayat tecrübesinin oluşmasında anahtar kavramlardan biridir. Yiyecek seçimi yörüngeleri, kişilerin duygularını, stratejilerini, ısrarlı düşüncelerini ve yiyecek seçimine yönelik yaptığı tüm eylemleri içermektedir (Devine, Connors, Bisogni ve Sobal, 1998: 363). Bireyler hayatları boyunca yiyecek seçimlerine yönelik yörüngelerini sürekli bir şekilde inşa ederler (Sobal ve Bisogni, 2009: 40). Geçişler ve dönüm noktaları bireylerin yaşamlarında yiyecek seçimine yönelik yörüngelerinde değişikliğe gitmelerine sebep olmaktadır (Wethington, 2005: 117).



Yiyecek seçimine yönelik yörüngeler dinamik bir yapıya sahiptir ve bireylerin yaşam seyirleri ve yaşam deneyimleri neticesinde değişebilmektedirler. Geçişler bireylerin hayatlarında yaşadıkları çok önemli olaylar neticesinde, örneğin; yaşanılan yerden farklı bir yere taşınmak, evlilik nedeniyle ile yapısının değişmesi, emekli olmak ya da herhangi bir hastalık tanısı konması gibi, yiyecek seçimi yörüngesinde önemli değişiklikler yaşanabilmektedir. Dönüm noktaları ise, sağlık, bir beslenme neticesinde önemli bir kalp rahatsızlığı sonrasında tüm yemek tercihlerinin diyet yoluyla değişmesi bireylerin yiyecek seçim yörüngelerinde aniden bir dönüm noktası olabilmektedir (Falk, Bisogni ve Sobal, 2000: 244).

Bireylerin sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve diğer makro düzeydeki şartları yiyecek seçiminde kararlarını olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin, 20. yüzyılın başlarında yaşanan ekonomik bunalım döneminde çocuk olan bireyler yeterince yiyecek alamamaları ve hep ellerindeki ile yetinmek durumunda kaldıkları için, büyüdüklerinde de yiyecek satın alırken o zamanlardan kalan alışkanlıklarından ötürü hep temkinli alışveriş yapma alışkanlığı yaşamaktadırlar (Falk, Bisogni ve Sobal, 1996: 261). Mikro düzeydeki şartlar ise, aileler, okullar, iş yerleri gibi bireylerin yiyecek seçimini şekillendiren sosyal ve fiziki yapılarıdır. Örneğin, belirli bir topluluğa ait olan bireyler yemek seçimlerinde o etnik grubun özelliklerine uygun ve özgü yiyecek tercihi davranışı gösterebilmektedir (Devine, Sobal, Bisogni ve Connors, 1999: 89).

Yiyecek seçimini etkileyen son basamak ise, kişisel yiyecek sistemi olarak adlandırılmaktadır. Bireyler, besin seçiminde bilişsel süreçler olarak, yeme-içme davranışlarını belirli ortamlarda yönlendiren kişisel yiyecek sistemleri geliştirirler (Connors, Bisogni, Sobal ve Devine, 2001: 194; Furst, Connors, Bisogni, Sobal ve Falk, 1996: 252). Kişisel yiyecek sistemleri, yiyecek seçimine yönelik değerlerin geliştirilmesini, yiyecek seçim değerlerinin müzakere edilmesi ve dengelenmesini, yiyeceklerin sınıflandırılması ve konumlandırılması ile tekrarlanan yiyecek seçimi davranışları için stratejiler, senaryolar ve rutinlerin geliştirilmesini sağlar (Sobal ve Bisogni, 2009: 42).



Şekil 2.2. Yiyecek seçim sürecinde bileşenlerin kavramsal bir modeli

Kaynak: Sobal ve Bisogni, 2009: 41.

Verilen örneklere bakarak bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek-içecek seçimlerini etkileyen faktörler duysal ve biyolojik faktörler, demografik ve fizyolojik faktörler, bilişsel ve psikolojik faktörler, sosyo-ekonomik ve kültürel faktörler olmak üzere dört ana başlıkta toplanmıştır.

### 2.3.1.1. Duyusal ve biyolojik faktörler

Yiyecek seçimlerini etkileyen duysal (tatma, görme, işitme, koklama ve dokunma) ve biyolojik (lezzet algısı) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

**Tatma Duyusu:** Tat duyusu yeme-içmeye yönelik kimyasal bir duyudur. Tat duyusu ağız boşluğuna bir yiyecek veya içecek alındığında duyulan histir (Delwiche, 2004). Bir başka ifadeyle tatma duyusu ağızda bir yiyecek ürününün duyusal olarak değerlendirilmesidir (ISO, 2019). Tat algılanması, yiyecek ürününün ağza alınması ile tat verici maddelerin ağızda çözünmesi ve bunların tat tomurcukları tarafından algılanarak beyne iletilmesi yolu ile oluşan histir (Karakuş, 2009: 9). Yiyecek-içeceklerin seçimlerinde çok önemli bir yere sahip olan tat duyusu ile sıcak, soğuk, doku gibi özellikler ve tatlı, ekşi, tuzlu, acı ve umami gibi tatlar algılanır. Tat algılanması, tat alma duyusunu etkileyen yaş, cinsiyet, genetik ve kültürel farklar gibi birçok faktöre bağlı olduğundan tatlar bireyler tarafından farklı algılanmaktadır (Bennion ve Scheule, 2004). Miişoğlu ve Hayoğlu (2005) tarafından dört temel tadın eşik derecelerinin algılanması üzerine bir araştırmanın sonucuna göre kadınların tat alma duyarlılığı erkeklere göre daha fazla olduğu ifade edilmiştir. Linstrom (2006) ise yaşlılarda gençlere oranla tat alma duyarlılığının azaldığını, kültürlerin ve ülkelerin farklılık göstermesinin de tat alma duyarlılığı hususunda etkili olduğunu bildirmiştir. Krishna ve Jayaraj (2017) tarafından Hint nüfusundaki lezzet yoğunluğunun yaşa göre nasıl değişiklik gösterdiğini belirlemek istedikleri bir çalışmada farklı yaş gruplarına (18-25, 26-40, 40-50, 50 ve üzeri) ayırdıkları bireylere tatmaları için farklı substratlar verilerek lezzetinin yoğunluğuna göre puanlanmaları istenmiştir. Çalışma sonucunda 18-25 yaş grubundaki bireylerin tatlı tat algısının daha yüksek olduğu, acı tat hissini ise 40 yaşından daha fazla olan bireylerde algılandığı belirtilmiştir. Linstrom (2007) ise beş duyu arasında duyusal anlamlandırmada %31 oranında tat alma duyusunun yiyecek-içecek seçiminde en etkili dördüncü duyusal faktör olduğunu ifade etmiştir.

**Görme Duyusu:** Görme duyusu, yiyecek-içeceklerin ilk olarak satın alınmasında ve seçiminde önemli rol oynamaktadır. Özellikle yiyeceklerle ilgili görsel uyarıcılar, bireyin yiyecekleri satın alma kararı, alınacak yiyeceğin miktarı veya tüketimiyle ilgili davranışlar üzerinde etkileri bulunmaktadır (Krishna, 2011: 344). Görme duyusu ile yiyeceğin yapısı, rengi, parlaklığı ve boyutları algılanmaktadır. Yiyeceğin görüntüsü özellikle tazeliğinin ve güvenilirliğinin bir göstergesidir. Bu nedenle görüntüsü hoş olmayan bir yiyecek tadına bakılmaksızın reddedilebilir (Bennion ve Scheule, 2004). İrlandalı yetişkinler üzerinde yapılan bir çalışmada da yiyeceğin kalitesi ya da tazeliği yiyeceğin seçimini etkileyen en önemli etkenler arasında gösterilmiştir (Kearney ve diğerleri., 2000). Görme duyusuna hitap eden yiyeceklerin en önemli özelliklerinden biri olan renk, lezzet algısı, hoşluk ve kabul edilebilirlik derecesini etkileyerek yiyeceğin seçiminde önemli bir rol üstlenir (Clydesdale,

1993). Linstrom (2007) ise beş duyu arasında duysal anlamlandırmada %58 oranında görme duyusunun yiyecek-içecek seçiminde en etkili duysal faktör olduğunu ifade etmiştir.

Bunun yanında yiyeceklerin satıldığı ve tüketime sunulduğu alanların özellikleri de yiyeceklerin tercih edilme durumlarına etki etmektedir. Temeloğlu, Taşpınar ve Soylu (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada restoran atmosferinin bireyin tüketim duygusu ve müşteri memnuniyeti üzerindeki olumlu veya olumsuz etkinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda atmosferin tüketim duyguları, müşteri memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışı arasında bir ilişkinin ve etkinin olduğu belirtilmiştir.

**Koklama Duyusu:** Koku duyusu havadaki koku partiküllerinin bireyin burnuna taşınması ile oluşmaktadır. Burnun mukozasının üst bölümünün 1/3'lük kısmını kapsayan bu kısım koku duyusuna hassas olan bölgedir. Bölgede koku alınması ile görevli hücreler bulunmaktadır. Solunan hava ile gelen koku parçacıkları bölgeye ulaştığında koku hücreleri uyarılmaktadır. Koku hücrelerinin oluşturduğu sinir lifleri burnun üst kısmının kafatasının içine girerek beyin ön kısmındaki koku merkezine ulaşmaktadır. Bu şekilde beyin kokuyu algılamış olmaktadır (Koç, 2016: 118). Kokunun algılanması burnun üst kısmında gerçekleştiğinden dolayı tat ve lezzet veren maddelerin algılanabilmesi için gaz haline gelmeleri ve burnun üst kısmına ulaşmaları gerekmektedir. Koku duyusunu diğer duylardan ayıran en önemli fark bireyin kokuya odaklanmasa dahi onu algılayabilmesi ve ona karşı herhangi bir tepkide bulunabilmesidir. Yiyecek görülme bile çevresine yaydığı koku ile yiyeceği tüketme ve satın alma isteğini harekete geçirebilir ya da yiyeceğin tamamen reddedilmesine sebep olabilmektedir (Arslan ve Bayçu, 2012: 116). Linstrom (2007) beş duyu arasında duysal anlamlandırmada %45 oranında koklama duyusunun yiyecek seçiminde en önemli ikinci etkiyi oluşturduğunu ifade etmiştir. Kokusal duyların yiyecek seçimlerinde etkisi ile ilgili örnek olarak Kuzey Avrupa'daki süper marketlerde taze ekmeklerin marketlerin hemen girişinde göze çarpacak şekilde yerleştirilmesi gösterilebilir. Ortamda fırın bulunmamaktadır, fakat tavana dikkatle bakıldığında taze pişmiş ekmek kokusunu tüm mağazaya yaymayı amaçlayan vantilatörler bulunmaktadır. Yapılan bu uygulamanın bireylerin ekmek satın alma oranlarını artırdığı gözlenmiştir. Artan satışın sadece fırın ürünlerinde değil diğer ürünlerde de etkili olarak karlı bir uygulama olduğu saptanmıştır (Dal, 2009: 113).

Bunun yanında bireylerde yaşın ilerlemesi ile koku alma arasında ters bir ilişki bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda yaşlanmaya bağlı olarak bireylerde tat ve koku alma duyusunda azalma meydana gelerek besin tüketimeinde yemeklerden zevk alamama ve besin çeşitliliğinde azalmalar olduğu belirlenmiştir (Özgüneş, 2013).

**İşitme Duyusu:** Ses, insan kulağını etkileyerek fiziksel bir olayın neden olduğu işitsel bir deneyim olarak tanımlanmaktadır. Kulak kepçesi sayesinde seçilen uyarıcılar, dış kulaktaki kulak zarı aracılığıyla orta kulakta yer alan örs, eki ve üzengi kemikleriyle i kulakta bulunan salyangoza aktarılır. Salyangoz organı işitsel uyarıcıları beynin yorumlayabileceği forma dönüştürmekle görevlidir. Bu aktarma işlemler neticesinde bireyin duyma sisteminin özelliklerini oluşturur (Koç, 2016). Yiyeceklerin ambalajının açılması, pişirilmesi ve tüketimi esnasında oluşan sesler işitme duyusu ile algılanmaktadır. Bu sesler bireylerin yeme isteğini tetikleyebilir ya da olumsuz bir etki oluşturabilmektedir (Brown, 2000). Ayrıca ses öğesinin bireylerin duygularını değiştirmek, mevcut duygularını etkilemek, rahatlatmak ve stresi azaltmak gibi etkileri söz konusudur. Bu sebeple ses öğelerinin hisleri ve duyguları etkileyerek bireyin ruh hali üzerinde etkileri bulunmaktadır (Juslin ve Laukka, 2004). Sesin bu fonksiyonundan dolayı birey seçimlerini değiştirebilmektedir. Linstrom (2007) beş duyu arasında duysal anlamlandırmada %41 oranında işitme duyusunun yiyecek seçiminde en önemli üçüncü etkiyi oluşturduğunu ifade etmiştir. Wilson'un (2003) yapmış olduğu çalışmada müziğin bir restoranın algılanan atmosfer ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Dört farklı müzik türü (popüler, caz, kolay dinleme ve klasik) alınmış ve iki hafta ara ile de müzik alınmamıştır. Araştırma sonucunda farklı müzik türlerinin atmosfer algısı üzerinde etkilerinin olduğu ve bireylerin yiyecek tercihlerini etkilediğini göstermiştir. Klasik, caz ve popüler müziğin alınması, bireylerin yemek tercih sayısını artırırken kolay dinleme türünde ve müziğin alınmadığı durumlarda bu durum önemli derece düşük bulunmuştur.

**Dokunma Duyusu:** Dokunma duyusu basınç, sıcaklık ve acı kavramları ile yakından ilgilidir. Deri yüzeyinin iç kısmında dokunma duyusuyla ilgili alıcılar bulunmaktadır. Bu alıcıların görevi basıncı veya sıcaklıktaki değişimleri yorumlama amacı ile beyne iletimini sağlayarak sinir ağına dönüştürme işlemidir. Alt derideki sinirlere bağlı olan dokunma duyusu dokunulan nesnenin sıcaklığının veya soğukluğunun hissedilip algılanmasını sağlamaktadır (Koç, 2016). Yiyeceğin yumuşaklığı, sertliği ve yapısı dokunma duyusu ile tanımlanmaktadır (Brown, 2000). Dokunma duyusu ile ilgili yapılan araştırmalar bireylerin

dokunma duyusunun bir yiyecek hakkında bilgi toplanmasına olanak sağladığına yöneliktir. Konuyla ilgili araştırmaların çoğunluğu sınırlı uygulamadan öteye geçmekte ve yiyecek ile ilgili faydalı bilgiler olmadığı durumlarda dahi dokunma duyusunun birey davranışlarını etkileyebileceğini ifade etmektedir. Bazı bireylerde yüksek dokunma ihtiyacı durumu söz konusudur. Bu bireylerde yiyeceğe temas, bireyin tepkisinin ve güveninin artmasına neden olmaktadır (Peck, 2012). Linstrom (2007) beş duyu arasında duyuusal anlamlandırmada %25 oranında dokunma duyusunun yiyecek seçiminde etkili olduğunu belirtmiştir.

**Lezzet Algısı:** Lezzet, bir yiyecek-içeceğin seçimi, kabulü ve tüketilmesinde belirleyici olan ana duyuusal özelliklerden biridir. Lezzet genellikle bireylerin bir yiyecek-içeceği seçmesinin ana nedenlerinden en önemlisi olabilmektedir (Kumar Verma ve Srivastav, 2019: 12-13). Yiyecek-içecek hakkındaki ilk izlenim renk ve koku gibi duyuusal özellikler aracılığıyla oluşmaktadır ve bu açıdan beğenilmeyen yiyecek-içecekler satın alınmamakta veya tüketilmemektedir (Ekşi, 2018). Lezzet, genel olarak, bir yiyecek veya içecekten gelen koku, tat ve diğer uyarıların algılanmasının bir sonucu olarak üretilen sinyallerin entegrasyonundan veya etkileşiminden kaynaklanan duyum olarak tanımlanmaktadır (Laing ve Jinks, 1996: 387; Smith ve Margolskee, 2001: 32). Aslında, lezzet, yalnızca tat alma ve koklama yeteneğimizden değil, dokunma, görme, doku, sıcaklık, ses, ruh hali, ambiyans, yaş, milliyet ve cinsiyet gibi diğer unsurlardan da etkilenen son derece karmaşık bir konudur. Ayrıca, lezzet unsuru besinlerin yaşlanmasında, korunması esnasında veya pişirilmesinde ortaya çıkan birçok kimyasal, genetik ve diğer işlemleri de içermektedir (Fresquez, 2013: 20; Guichard ve Salles, 2016: 4). Lezzet algısı, besin tüketimi sırasında tüm duyuuların (tatma, koklama, görme, işitme ve dokunma) bütüncül bir algılaması sonucunda oluşmaktadır (Lindsay, 1996: 724; Krishna, 2011: 333). Her ne kadar beş duyu lezzet algısı üzerinde önemli etkilere sahip olsa da genel olarak lezzet algılamasında tatma ve koklama duyuuları kilit rol oynamaktadır (Karadeniz, 2000: 317; Serdaroğlu ve Değirmencioğlu, 2002: 297; Simon, de Araujo, Gutierrez, ve Nicolelis, 2006; Abdi, 2002; Auvray ve Spence, 2008: 1017; Delwiche, 2007: 352; Orhun ve Akıllı, 2019). Lezzet algılaması genel olarak besinin görsel değerlendirilmesi ile başlamakta ve yeme sırasında açığa çıkan kimyasal uyarıcılarla oluşmaktadır (Laing ve Jinks, 1996: 387; Karadeniz, 2000: 317). Lezzet algısı, uçucu aroma bileşikleriyle çeşitli aroma dışı besin matrisi bileşenleri arasındaki etkileşimlerden oldukça etkilenmektedir. Bir besin protein, vitamin, mineraller bakımından çok zengin de olsa, lezzeti hoş olmazsa bireyler tarafından tüketilmek istenmeyecektir (Bayrak, 2006). Bireyler tüketebilecekleri yiyecek ve içeceklerin lezzetini artırmak için çok eski çağlardan beri katkı

maddeleri kullanarak veya özel koku ve lezzeti olan sebze ve otların bir araya getirilmesiyle oluşan sebze buketi (bouquet garnie) gibi karışımlarla lezzet artırmaya çalışmaktadırlar (Ekşi, 2014: 2; Eraslan, 2012: 87). Bu nedenle yiyecek ve içeceklerin lezzeti bireyler için çok önemlidir (Orhun, 2019). Pliner ve Mann (2004) tarafından yapılan bir araştırmada sosyal etki ve lezzetin besin seçimi ve tüketilen besin miktarı üzerindeki etkisi incelenmeye çalışmıştır. Çalışmada sosyal etkinin besin seçimlerinde bir katkısı olmadığı, katılımcıların lezzetli besinlere yöneldiği görülmüştür.

### 2.3.1.2. Demografik ve fizyolojik faktörler

Yiyecek seçimlerini etkileyen demografik (yaş, cinsiyet, meslek, eğitim) ve fizyolojik (açlık durumu) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

**Yaş:** Bireyin alışkanlıklarını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Çünkü bebeklikten çocukluğa, çocukluktan ergenliğe, ergenlikten yetişkinliğe, yetişkinlikten yaşlılığa uzanan farklı yaş dönemleri boyunca birey, farklı tutum ve davranışlar edinmektedir. Her yeni yaş, değişimleri beraberinde getirmekte ve değişen birey yeni tüketim davranışları sergilemektedir (Köseoğlu, 2002: 98). Ayrıca benzer yaş gruplarındaki bireyler aynı kuşak kültüründen etkilenmeleri dolayısıyla benzer ihtiyaç, satın alma ve tüketim davranışları göstermektedirler (Schewe ve Meredith, 2004: 52). Bireylerin yiyecek seçimleri de yaş dönemlerine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Çocukların ön yargı ve tabuları erken yaşlarda oluşmaktadır. Çocukluk dönemindeki alışkanlıklar, yetişkinlikte yeme alışkanlıklarının temelini oluşturur. Ergenlerin yeme-içme alışkanlık ve yiyecek seçimleri üzerine yapılan çalışmalarda yeme-içme alışkanlık ve zevklerinin genellikle yaş ve cinsiyet ile ilişkili olduğu görülmüştür (Hyde ve Feller, 1981; James ve Laing, 1995). Çocukların yiyecek seçimi; ebeveynlerin, yaşlıların baskısı, medya, sosyo-ekonomik faktörler, kültürel etkenler okullardaki beslenme eğitimi dahil olmak üzere bu faktörlere bağlıdır. Sekiz yaşın altındaki çocuklar beslenme hakkındaki bilgileri ev, okul, televizyon, ebeveyn gibi kaynaklardan almaktadır. Beslenme eğitiminin, çocukların yiyecek seçimlerinde motive edici unsur olduğu bilinmektedir (Chambers, Lobb, Butler ve Traill, 2008). Çocuklar yaşları ilerledikçe daha çok atıştırmaya, daha çok öğün atlamaya ve yabancı yiyeceklere daha fazla ilgi göstermeye başlarlar. Ergen yaşta önceden beğendikleri birçok yiyeceği reddedebilir. Buluş çağından sonra ise önceden sevmedikleri yiyeceklerin bazılarını beğenmeye başlarlar. Ergenlerin yiyecek repertuarlarının bu dönemde sosyal ve bilişsel

etkilerden dolayı genişlediği bilinmektedir (Nu, Macleod ve Barhhelemy, 1996). Yaşın ilerlemesi ile fizyolojik ve çevresel değişiklikler yiyecek alımında düşüşe neden olabilir (Morley, 2001). Bu etkiler nedeniyle ilerleyen yaş ve artan eğitim düzeyi yiyecek seçimini bağımsız sosyo-demografik değişkenler olarak etkilemektedir (Kearney, Kearney, Dunne ve Gibney, 2000). Bunun yanında tat tercihi de yaşam boyu değişiklik gösterir. Tat tercihi ile ilgili uzun dönemde görülen değişiklikleri saptamak amacıyla yapılan bir çalışmada bireylerin sakkaroz tadına yönelik tercihleri 11-15 yaşında iken ve 9-10 yıl aradan sonra 19-25 yaşlarında ölçülmüştür. Tercih edilen şeker düzeyi aradan geçen yıllarda düşmüştür. Çalışma genç yaşlarda yüksek olan tatlı tercihinin yaş ilerledikçe düştüğünü göstermiştir (Desor ve Beauchamp, 1987). Yapılan başka bir çalışmada ise yaşlı bireylerin yiyeceklerin tatlarına yönelik algılarının, tat eşiklerinin, eşik üstü tat yoğunluklarının yaşla ilintili kimyasal duylardaki değişimler tarafından etkilendiği, tat eşiği duyarlılığının yaş ile birlikte düştüğü saptanmıştır. Çalışmada yaşlılar yüksek şeker ve tuz yoğunluklarını gençlere göre daha hoş olarak değerlendirmişlerdir. Kemoduyumsal algılarda yaş ile ilgili kayda değer değişimlerin görüldüğü, bu değişimlerin yaşlıların yiyecek seçimini ve tüketimini etkilediği ifade edilmiştir (Murphy, 1993).

**Cinsiyet:** Bireyin cinsiyeti de beslenme gereksinimini ve dolaylı olarak da yiyecek seçimini etkileyen bir diğer faktördür. Kadınlar, erkeklere göre yiyeceklere daha farklı tepkiler vermektedirler. Yiyecek seçim davranışlarındaki bu farklılığın sebebinin, beyindeki superior temporal sulcus (STS) mekanizmalarındaki farklılıklardan dolayı oluştuğunun üzerinde durulmaktadır (Manippa, Padulo, Laan ve Brancucci, 2017). Kadınlar yiyecek seçerken vücut ağırlığı kontrolüne ve sağlıklı olma faktörüne erkeklere göre daha fazla önem vermektedirler. Adolesanlarda yapılan bir araştırmada vücut ağırlığı endişesi fazla olan kadınlarda, yiyeceğin sağlıklı olması ve düşük miktarda yağ içermesi yiyecek seçiminde daha önemli olmaktadır (Wardle, Haase, Steptoe, Nillapun, Jonwutiwes ve Bellisle, 2004). Ayrıca menstruasyon ve doğum gibi biyolojik aktiviteler kadınların demir ve kalsiyum ihtiyaçlarının artmasına sebep olmaktadır. Erkeklerin vücut kas dokusunun daha fazla olması sebebiyle kadınlardan daha fazla proteine ihtiyaç duymaktadırlar. Dolayısıyla yiyecek tercihleri proteini yüksek besinlerden yana olmaktadır (Shannon, Story, Fulkerson ve French, 2002). Yiyecek türü açısından kadınların daha çok meyve, sebze, lifli ve sağlıklı besinleri tükettikleri erkeklerin ise, daha çok yağlı ve şekerli olan enerji içeriği yüksek besinleri, işlenmiş et ve yumurtayı tükettikleri ifade edilebilir. Buradaki temel gerekçe kadınların kilo kontrolü konusunda erkeklere göre daha hassas davranmalarıdır. Bu duruma



göre kadınlar literatürce de desteklenen, genellikle sağlıklı kabul edilen yiyecekleri tüketirken, erkekler daha sağlıksız yiyecekleri tercih edebilmektedir (Neumark- Sztainer ve diğerleri, 1999). Kanadalıların yiyecek seçim davranışlarının incelendiği başka bir çalışmada ise; vücut ağırlığı hakkındaki endişelerin yiyecek seçim davranışı üzerinde önemli etkisinin olduğu görülmüştür. Tüm yaş gruplarındaki bireyler, düşük yağlı yiyecekleri tercih ettiklerini ve yağlardan uzak durduklarını ifade etmişlerdir (Ree, Riediger ve Moghadasian, 2008).

**Meslek:** Bireylerin mesleği, yedikleri yiyecekleri etkileyen önemli unsurlardan biridir. Bireyin çalışma süresi, iş yoğunluğu ve işin ne kadar fiziksel güç gerektirdiği gibi unsurlar, tüketilen yiyeceklerin enerji yoğunluğunu, bireylerin yediği yiyeceklerin hazır besin olup olmamasını etkilemektedir (Saygı, 2017: 80). Örneğin işçilerin beslenmesinde, günlük harcanan miktar kadar enerji alınmadığı durumlarda bireyin çalışması için gerekli olan fiziksel güç azalmaktadır. Bunun yanı sıra gerekli besin öğelerinin alınmıyor oluşu bireyin hastalıklara karşı direncini zayıflatacak, dolayısıyla işçinin işe karşı olan ilgisi ve odağı azalacağından iş kazalarını da beraberinde getirecektir (Baysal, 2011: 525).

**Eğitim:** Bireylerin eğitim durumu; yiyecek-ıçeceklerin besin içeriği, beslenme gereksinimi, yiyecek hazırlığı hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır (Saygı, 2017: 80). Yapılan araştırmalar, eğitim seviyesi yükseldikçe et ve süt ürünlerine yapılan harcamaların arttığını (Aydın, 2011; Akbay, Meral, Yılmaz ve Gözek, 2013), eğitim seviyesi yüksek bireylerin yiyecek tercihlerini sulu yemeklerin oluşturduğunu ve bu bireylerin sağlıklı beslenmeye daha fazla önem verdiklerini göstermektedir (Kayışoğlu ve İçöz, 2012).

**Açlık Durumu:** Açlık; bireylerin verimli, sağlıklı ve aktif bir yaşam sürdürebilmesi için yeterli miktarlarda yiyecek-ıçeeğe ulaşamama veya tüketilen yiyecek-ıçeeğin protein gibi makro besin bileşeni veya vitamin gibi mikro besin bileşenlerince eksik alınması olarak tanımlanır. Bireylerin günlük olarak ihtiyaçlarını karşılayabilmek için alması gereken 1800 kcal. diyetsel enerjiyi almama durumu olarak ta tanımlanmaktadır (FAO, 2003; WFP, 2009). Açlık sadece yeterli miktarda yiyecek-ıçecek alınmaması sonucunda değil, ihtiyaç duyulan yiyecek-ıçecek enerji, vitamin ve minerallerin yoksunluğundan da ortaya çıkmaktadır (Valentini, Caprisito, De Vitis, ve Gasbarrini, 2000). Vücudumuza alınan yiyecek-ıçecek ile enerji tüketimi arasında dengeyi sağlayan duyuların merkezi Hipotalamus'tadır. Bu merkezde su, enerji ve diğer besinlere duyulan ihtiyaç açlık, tokluk ve susuzluk hissi olarak

sinyal vermektedir (Anderson, 1985). Açlık, bireylerin yaşamlarını devam ettirmelerini sağlayan fiziksel ihtiyaç olarak beslenmeleri gerektiğini uyararak sinyaller olup yeme-içme alışkanlıklarının oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir. Bu sinyaller fiziksel açlık olarak tanımlanmaktadır. Vücudumuzun enerji depoları azaldığı zaman vücuttaki hormonların sinyal vermesiyle açlık hormonu yükselmeye başlar. Bu esnada birey yemek yemeye başlar başlamaz açlık bastırılma sürecine geçer ve yiyecek-içecek sindirim yolundan geçerken ağızdan başlayarak ince bağırsaklardaki emilim sürecine kadar devam eden tokluk sinyalini oluşturur. Yemek yeme sadece hormonları etkileyen bir konu değil, aynı zamanda beyinde de birçok sinyale bağlıdır (Kazanç, 2018). Yiyeceklerin enerji oranı tokluk üzerinde önemli etkiye sahiptir. Enerji oranı düşük yiyecekler, enerji oranı yüksek yiyeceklerden daha fazla doyunluk sağlar. Enerji veren besin öğelerine göre de karbonhidratlar, proteinler ve yağlar değişen derecelerde doyunluk sinyalleri oluşturur (Kabaran ve Mercanlıgil, 2013:122). Yapılan araştırmalar yağın en düşük doyunluk gücüne sahip olduğunu, karbonhidratların orta seviyede bir etkisinin olduğunu ve proteinin ise en doyurucu bulunduğunu ortaya koymuştur (Chomitz, Cheung ve Lieberman, 1995). Önemli bir doyunluk sinyali ise tüketilen besinin miktarı veya porsiyon boyutudur. Pek çok birey uygun porsiyon boyutunu neyin oluşturduğunu bilemez ve bunun sonucu fazla enerji alır (Story ve Moe, 2000). Açlığın sadece fiziksel değil duygusal yönü de vardır. Duygusal açlık; birtakım duygu durumlarına karşı sergilenen yeme davranışı olarak tanımlanmaktadır. Bireyin duygu durumuna, kızgınlığına, neşesine veya depresyon gibi durumlara bağlı olarak değişim göstermektedir. Aynı duruma maruz kalan bireylerde dahi duygusal açlık düzeyi ve sergileyecekleri davranışlar birbirinden farklılık göstermektedir. Fiziksel açlık ve duygusal açlık belirtileri birbirinden farklıdır. Fiziksel açlıkta bireyin midesinde kazanma, burukluk ve kan şekerinde düşüş yaşanmaktadır. Yaşanan bu durum bünyeye alınan yiyeceklerle tokluk seviyesine ulaşıncaya kadar giderilebilmektedir (Serin ve Şanlıer, 2018). Duygusal açlıkta ise, bireyden bireye değişiklik göstermekle birlikte açlık hissi aniden başlamakta ve fiziksel bir belirti vermemektedir. Yaşanan bu açlık halinde bireyin kişilik özelliklerine ve alışkanlıklarına bağlı olarak yeme-içme şekli oluşmaktadır (Sevinçer ve Konuk, 2013).

### **2.3.1.3. Bilişsel ve psikolojik faktörler**

Yiyecek seçimlerini etkileyen bilişsel (inanç ve tutumlar, sağlık bilgisi, aşinalık, kilo kontrolü, doğal içerik, deneyimler) ve psikolojik (ruh hali, kişilik özellikleri ve etiksel kaygı) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

**Psikolojik Durum (Duygu ve Ruh Hali):** Duygu, öznel olarak yaşanan bir durumun dışavurumu olan gözlenebilen bir davranış yapısıdır. Duygular değişime ve duruma bağlıdır. Ruh hali ise, yaygın ve uzun süreli olan, belirginleştiğinde bireyim davranışlarını ve dünyayı algılayış biçimini önemli ölçüde etkileyen duygudur (Bakırcıoğlu, 2012: 414). Orta Çağ'da hâkim olan bütüncül doğa bakış açısında, ruh halinin yiyecek-içecekler tarafından değiştirildiği düşünülmüş, ruh hali ve yiyecek-içecekler arasındaki ilişki tıbbi mutfak kitaplarında belgelenmiştir. Orta Çağ'da yaşayan bireylere göre her yiyecek-içecek, ruh hali üzerinde hemen ya da zamanla iyi ya da olumsuz etkiye sahip olduğu düşünüldüğünden ötürü önemlidir. Bu etkiler, yiyecek-içeceğin bileşimi ve kalori yoğunluğundan ziyade yiyecek-içeceğin kendisi ile ilgilidir. Örneğin yumurta, tavus kuşu, sığır eti, nar ve elmanın cinsel isteği artırıcı; ayva, hurma, mürverin ruh halini geliştirici; marul, maydonoz ve hindibanın sakinleştirici etkisinin olduğu düşünülmüştür (Prasad, 1998: 1518). Yiyecek-içecekler, duygular ve ruh hali birçok yönden birbirleriyle ilişkilidir. Duygu ve ruh hali bireylerin yiyecek içecek seçimini ve tüketimini etkilemekte ve sıklıkla birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Köster ve Mojet, 2015: 180-181). Duygu, ruh hali ve fizyolojik unsurlar arasındaki ilişki, bireye bağlı olduğu için kompleks bir yapıya sahip olmaktadır (Gibson, 2006: 54). Duygu durumu ve yiyecek-içecek tüketimi arasındaki ilişkiyi açıklayan farklı görüşler bulunmaktadır. Duyguların yiyecek-içecek tüketimini etkilediği birçok araştırmacı tarafından ele alınmakla birlikte (Babiczy-Zielińska, Rybowska ve Zabrocki, 2006; Zellner, Loaiza, Gonzalez, Pita, Morales, Pecora ve Wolf, 2006; Gardner, Wansink, Kim ve Park, 2014; Penaforte, Matta, ve Japur, 2016; Flasketud, 2015: 307) yiyecek-içeceklerin duygu durumunu etkilediği görüşü de araştırmacılar tarafından ileri sürülmektedir (Özenoğlu, 2018: 358; Flasketud, 2015: 307). Yiyecek-içecek tüketimi ve duygu durumu üzerine yapılan araştırmalar pozitif ve negatif duygu durumu üzerine yoğunlaşmışlardır. Pozitif duygu durumu ihtiyaçlar, etkili duygusal yönetim, pozitif biliş, amaçlar, yarar elde etme ile ilişkilidir. Pozitif duygu durumu kategorisinde mutluluk, memnuniyet, eğlence, coşku, övünç, iyimserlik, zindelik, duygusal rahatlama, güç gibi duygular yer alır. Araştırmalar, bireylerin pozitif duygu durumlarında özellikle kendilerini ödüllendirmek ya da herhangi bir kutlama yapmak istediklerinde iştahlarının arttığını ve bireylerin çikolata, tereyağı, tuzlu mısır gibi aşına oldukları hedonik yiyecekleri tükettiklerini bulgulamakla birlikte (Macht, 1999; Macht, Roth ve Ellgring, 2002) kimi araştırmalarda bireylerin sağlıklı besin tüketimine yöneldiği bulgulanmıştır (Wansink, Gardner, Park ve Kim, 2004; Gardner, Wansink ve Kim Park, 2014). Negatif duygu durumları karşılanamayan ihtiyaçlar, amaçları başarmadaki engeller, zayıf duygusal yönetim, negatif düşünme gibi işlevsiz biliş, kayıplar,

travmatik olaylar, cezalar ve engellerle ilişkilidir. Negatif duygu durumu kategorisinde, üzüntü, cesaretsizlik, hayal kırıklığı, öfke, mutsuzluk, depresyon, pişmanlık, hüsrana, umutsuzluk hissi, keder, yalnızlık, ümitsizlik, kendini kapatma, suçluluk hissi, ağrı, acı çekme, utanç, iğrenme, hoşnutsuzluk ve kıskançlık gibi duygular yer alır (Andrieş, 2011: 32-33). Araştırmaların bir kısmı negatif duygu durumunda duygusal durumu yükseltmek ve ruh halini iyileştirmek için bireylerin belirli yiyecekleri tüketmeye yöneldiklerini bulgulamıştır (Babicz-Zielińska, 2006: 380). Negatif duygu durumlarından biri olan stres faktörü, yeme davranışını etkileyerek bireylerin kilo almasına sebep olan bir faktör olarak gösterilmiştir. Yapılan araştırmalarda, erkeklerin stres faktörü karşısında daha fazla alkol ve sigara tüketimine yöneldiği görülürken, kadınların daha fazla yeme eğilimi gösterdiği bulgulanmıştır (Altıntaş ve Özgen, 2017: 1799). Babicz-Zielińska, Rybowska ve Zabrocki (2006), Polonya’da genç kadınlar arasındaki farklı duyguların yiyecek-içecek tercihleri üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla 15-20 yaş aralığındaki 100 genç kadın üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırmada katılımcılardan; duygusal durumlara göre yiyecek tercihlerini belirtmeleri istenmiştir. Katılımcılar öfkeli durumlarında en çok tatlı ve alkol; üzüntülü ruh hallerinde tatlı ve cips; korkmuş ruh hallerindeyken en çok tatlı ve yoğurt; can sıkıntısı durumlarında tatlı ve cips; yorgun oldukları durumlarda dondurma ve tatlı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ruh hallerinin yiyecek alımı üzerine etkisi incelendiğinde; öfke, üzüntü, korku, yorgunluk, stres, duygu durumlarında yiyecek-içecek tüketiminin daha az olduğu, can sıkıntısı durumunda daha fazla yiyecek-içecek tüketimi gerçekleştiği bulunmuştur. Macht (1999), duygu durumu ve yiyecek-içecek tüketimi arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmada, diğer duygulara oranla korku ve üzüntü gibi duygularda katılımcıların daha az açlık hissettikleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca öfke ve üzüntü anında kadın katılımcıların erkek katılımcılardan daha yüksek seviyede dürtüsel yeme ve duyuşsal yeme sergiledikleri sonucuna erişmiştir.

**İnanç ve Tutumlar:** İnanç, bireyin herhangi bir nesne hakkında sahip olduğu tamamlayıcı düşüncedir (Durmaz, 2008: 80). Tutum, bir objeye karşı sunulan, sürekli devam eden olumlu veya olumsuz bir davranış ile karşılık verme eğiliminin öğrenilmesi olarak tanımlanmaktadır (Wong, Cheung ve Calvin, 2013: 172). İnanç ve tutumlar, çeşitli eylemlerle şekillenip, bireyin yeme-içme davranışlarına yön verir (Yükselen, 2003: 133). Yiyecekler ile ilgili kabul edilebilir olanlara ilişkin inançlar dünya genelinde çeşitlilik gösterir ve genellikle bu inançlar din ve kültürel mirasa bağlıdır. Dünya üzerindeki hemen her dinin yiyecek tüketimi ile ilgili belirli bazı kısıtlamaları bulunmaktadır. Müslümanların inançları gereği domuz eti

tüketmemesi ya da Budistlerin kırmızı eti yiyememesi gibi durumlar örnek olarak verilebilir. Literatürde tutum ise, yiyecek-içeceklere karşı iyi/kötü, memnuniyet / memnuniyetsizlik, hoşlanılan/hošlanılmayan gibi ifadeleri içeren psikolojik eğilim olarak görülür (Eagly ve Chaiken, 1993). Tutumların bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç ögesi bulunmaktadır. Bu görüş açısına göre, bireyin bir konu hakkında bildiklerini bilişsel öge, ona nasıl bir duyguyla yaklaşacağını duygusal öge ve ona karşı nasıl bir tavır ortaya koyacağını davranışsal öge belirlemektedir. Bireyin bir nesne, durum ya da kişi hakkında bilişsel, duygusal ve davranışsal anlamda ortaya koyduğu duruş onun tutumunu yansıtmaktadır. Tutumun oluşması için söz konusu üç öge arasında örgütsel ve uyumlu bir ilişki ve eşgüdüm olması gerekmektedir (İnceoğlu, 2010: 20). Bu ögeler ile birlikte yakalanan tutarlılık, bireyin belli yiyecek-içeceklere karşı olan fikirlerinde, duygularında ve davranışlarında devamlılık ve düzenlilik göstermesine neden olmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2004: 104). Ayrıca tutumlar, küresel değerlendirme ve/veya inançlara dayalı olarak sınıflandırılabilir (Van Trijp, 1995). Küresel değerlendirme, göze çarpan inançlar tarafından belirlenen değerlendirmelerdir (Eagly and Chaiken, 1993). Kalite, tazelik, besinin nitelikleri, tikslenme gibi negatif etkiler, beslenme küresel değerlendirmeler olarak gösterilebilir (Shepherd ve Raats, 1996). Yiyecek-içecek tüketiminde sevme-sevmeme, olumlu ya da olumsuz tat tercihleri, tat veya tikslenme gibi unsurlar da büyük önem arz etmektedir. Ayrıca bu unsurlar yiyecek-içecek seçiminde önemli motivasyon araçlarıdır (Olsen, 1999). Yiyecek-içecek seçimindeki tutum, duygusal ve hedonik boyutla ilintilidir. Bu boyutlar, ürünün duygusal özelliği, tadı, görünümü (renk, şekil, kusurlar ve homojenlik), koku, doku tutarlılığıdır. (Honkanen, Olsen and Myrland, 2004).

**Sağlık Durumu:** Birçok birey için sağlık faktörü yiyecek-içecek seçiminde oldukça önemlidir ve genellikle daha iyi yeme-içme alışkanlıklarıyla ilişkilendirilmektedir (Birkenhead ve Slater, 2015). Sağlıklı beslenme dendiğinde insanların akıllarına; sebzeler, meyveler, yağı ve şekeri az, enerjisi düşük olan yiyecek-içecekler gelmektedir (Phan ve Chmabers, 2016). Sağlıklı beslenme davranışını tercih eden bireylerde, sigara içmeme ve daha fazla fiziksel aktivite yapma gibi eğilimler de daha fazla görülmektedir. Sağlığa önem verme düzeyi bireylerin cinsiyetinden, yaşından, eğitim ve gelir düzeyinden etkilenmektedir (Birkenhead ve Slater, 2015). Genç, erkek, eğitim düzeyi düşük veya öğrenci olan bireylerde sağlıkla ilgili olan endişeler azalmaktadır; bunun sonucu olarak da bu bireylerde, sağlıklı yiyecek-içecek seçimi veya yiyecek-içeceğin sağlıklı olup olmamasıyla ilgili olan endişeler düşük seviyelerde kalmaktadır (Honkanen ve Frewer, 2009). Yiyecek seçiminde kadınlar,

sağlık faktörüne erkeklere göre daha fazla önem vermektedirler (Share ve Stewart-Knox, 2012). Evli çiftlerin genelde daha sağlıklı beslendiği ve kadınların, eşlerini sağlıklı beslenme konusunda teşvik ettiğinin üzerinde durulmaktadır (Lawrence ve Barker, 2009). Sağlık faktörünün başka bir boyutunu da yiyecek-içecek alerjileri ve intoleransları oluşturmaktadır. Alerjik reaksiyonları azaltmak veya çeşitli rahatsızlıkları önlemek amacıyla bazı yiyecek-içeceklerden istenirse de uzak durulabilmektedir. Örneğin, yiyecek-içecek intoleransı genel olarak beslenme potansiyeli olan bir maddenin yutulmasından kaynaklanan hastalıklara ayrılmış bir terimdir (Herman ve Hagler, 1979). İçlerinde en yaygın olan ise laktoz intoleransıdır ve “laktaz” enziminin eksikliğinden kaynaklanır. Doğuştan olabileceği gibi yaşamın ilerleyen süreçlerinde de ortaya çıkabilmektedir. Alınan laktozun bağırsak mikroorganizmaları tarafından fermentasyonu ile birlikte osmatik diyare gözlemlenir. Bu nedenle bu hastalığa sahip bireyler laktoz barındıran besin ürünlerini tüketemezler (Lau, Kronl, ve Coleman, 1984). Ya da normal şartlar altında kırmızı et tüketimi yapan birey, gut teşhisi konduktan sonra kırmızı et ürünlerini satın almaması örnek olarak verilebilir. Bu örneklerdeki sağlık şartlarına benzer durumlarda da bireylerin yiyecek-içecek seçimini dolaylı yönden etkileyebilmektedir (Birkenhead ve Slater, 2015). Fiziksel aktivite düzeyi yüksek olan bireyler yiyecek-içecek seçerken, sağlık ve beklenen besin değeri faktörüne fiziksel aktivite düzeyi düşük olan bireylere göre daha fazla dikkat etmektedirler (Hebden, Chan, Louie, Rangan, ve Allman-Farinelli, 2015).

**Aşinalık (Bilinirlik):** Yiyecek-içeceklere aşinalık, yiyecek-içeceklerin görüntüsünün ve tadının algılanmasıyla birlikte şekillenir. Bebeğin besinlere aşinalığı ilk olarak anne karnında başlar. Emzirme döneminde ve ek besine geçişle birlikte devam eder. İlk deneyimler yiyecek-içecek seçimlerinde etkili olur. Bebeklerin genellikle aşına oldukları besinleri tüketip, yeni besin denemeye açık olmamalarının nedeni, yeni besinlerin keşfi sırasında potansiyel zararlı maddelere maruz kalmayı engellemektir. Ancak yeni besinlerin tüketilmesini engelleyen neofobiye karşı da bebeğin aşinalık kazanabilmesi için besinlerin tekrar tekrar denenmesi gerekir (Aldridge, Dovey ve Halford, 2009). Çocuklarda sebze ve meyve tüketimine yönelik gelişen neofobi durumunda sağlıksız yiyecek-içecek seçimleri görülür (Eertmans, Victoir, Vansant ve Van Den Bergh, 2005). King ve Meiselman (2010) bir yiyecek-içeceği satın alan bireyler ile satın almayan bireylerin duygu profiline birbirinden farklı olduğunu belirlemişlerdir. Ürüne aşına olmak bu noktada önem taşımaktadır. Ürünü kullanma sıklığına göre duyguların yoğunluğu artmaktadır. Ürünü satın

almayan bireyler, negatif duygulara daha fazla odaklanmakta, bu durum neofobiye de açıklamaktadır (Jiang, King ve Prinyawiwatkul, 2014).

**Beden İmgesi:** Beden imgesi; düşünceleri, duyguları, inançları, davranışları ve bireylerin beden ile ilişkili algı ve tutumlarını içermektedir (Prates, Junior-Freitas, Prates, Veloso ve Barros, 2017). Bebeklikte gelişmeye başlayan beden imgesi, adölesan dönemde daha çok önem kazanmakta olan yaşam boyu gelişen ve değişen bir kavramdır. Beden imgesi; beden ölçüsü algısı ve bedene karşı tutum olmak üzere iki bileşenden oluşmaktadır. Hormonal, fonksiyonel bir farklılık durumunda bireylerin beden imajında değişiklikler gözlenebilir. Özellikle kadınların beden imgesi; adölesan, gebelik, gebelik sonrası ve menopoz döneminde beden algılarında değişiklik göstermektedir (Babacan, Çevik, Hataf, Biçen, Keskin ve Tuna, 2011). Beden algısı rahatsızlıkları, ergenlik döneminde ve daha küçük yaşlarda ortaya çıkabilmektedir. Ergenlerin değişen fiziksel görünüşleri, artan bilişsel yetenekleri ve iç gözlem kapasiteleri, onların zihinlerini aşırı derecede ve olumsuz olarak, kendileri ve bedenleri hakkında başkalarının algılamaları ile meşgul eder. Ergenler bir yandan değişikliklere uyum sağlamaya çalışırken, önemli gelişimsel görevlerden biri olan kimliğini şekillendirmeye, kendini bireysel olarak tanımlamaya çabalarlar. Bu dönem bireyin nasıl görüldüğü ve nasıl bir kişi olduğu ile yoğun olarak ilgilendiği, sorular sorduğu ve bu sorulara cevap aradığı bir dönemdir (Oktan ve Şahin, 2010: 545). Bazı adölesanlar boya göre ağırlıkları konusunda gerçekçi olmayan beklentiler içinde olabilirler. Bu durum özellikle kendine güveni az olan ve kendini olumsuz değerlendiren ergenler arasında görülür. Erkeklerin 1/3'ünün, adölesan kadınların 1/2'sinin hatta daha fazlasının kendilerini şişman buldukları belirlenmiştir. Bu nedenle, ağırlık kaybetmek ya da en azından almamak için çaba gösterirler (Şahin ve Çiçek, 2013). Diyet yapma konusunda genellikle katı ve seçici davranırlar, çabuk ağırlık kaybetme isteği ile oldukça sınırlı diyetlerle başarıya ulaşamadıkları gibi, bazen tehlikeli sonuçlarla da karşılaşabilirler. Adölesanın çok ince olma isteği, bazen sağlığı ciddi derecede tehdit eden durumlara neden olur. Normal ağırlıklı ya da zayıf olsalar bile kendilerini şişman olarak görürler ve bu durum olumsuz yeme-içme alışkanlıklarına bağlı oluşabilecek rahatsızlıklar ile sonuçlanabilir (Oktan ve Şahin, 2010). Batılı toplumlarda zayıflık kavramı erişkinlerde olduğu gibi adölesanlar arasında da beğeni toplarken, obez olanlar dışlanabilmektedir. Aşırı vücut ağırlığı nedeniyle eleştirilme ve sosyal dışlanma adölesanlarda utanç duygularının gelişimine neden olabilmekte, okul başarılarını, sosyal ilişkilerini ve fiziksel etkinliklere karşı olan tutumlarını etkileyebilmektedir. Şişman ergenlerin bir kısmında benlik saygısı sorunu ve sosyal

dışlanma yaşanmaktadır. Şişmanlamaktan kendilerinin sorumlu olduğunu düşünen çocukların, yaşlıları tarafından daha fazla olumsuz eleştirildikleri ve etkinliklerden dışlandıkları saptanmıştır (Limnili, 2010: 26; Batman, Sarıışık ve Candidate, 2015). Beden imgesi erkekler için de önemli olmasına rağmen, genel olarak bakıldığında kadınlarda beden imgesine ve bununla ilgili değişkenlere verilen önemin, erkeklere nazaran daha fazla olduğu görülmektedir. Kendini şişman algılayan 630 ergen kız lise öğrencisiyle yapılan araştırmada, kendilerini şişman algılayan, zayıf olarak nitelendirilebilecek kızların, yalnızlık ve ümitsizlik puanlarının yüksek çıktığı görülmüştür (Bektaş, 2016: 67). Zayıflamaya verilen önem ergen kızlarda son derece yaygın olup vücutlarının yağ oranının düşük, erkekler de kas oranının yüksek olmasını istedikleri belirlenmiştir (Kabaran ve Mercanlıgil, 2013:122). Negatif beden algısı, kilo kontrolünde kendini aç bırakmak, sigara içmek, sağlıksız diyet yapmak ve ishal oluşturma, aşırı spor yapmak gibi davranışların oluşmasına neden olabilmektedir (Ata, Vural ve Keskin, 2014). Birçok çalışmadan elde edilen bulgularda, beden görüntüsündeki memnuniyetsizliğin; bağımlılık yapan egzersiz, depresyon ve düzensiz beslenme gibi problemlerle davranışlar ve olumsuz duygular ile ilişkili olduğu belirlenmiştir (Kolka ve Abayomi, 2012: 140).

**Kişilik Özellikleri:** Kişilik; belirli olaylarda insanların motivasyon, davranış ve farkındalığını etkileyen, genetik geçmişten kaynaklanan ve tarih boyunca öğrenilen, dış çevre ve durumlardan etkilenen bir dizi kavramı içeren (Yöyen, 2017: 35), bireyin kendisiyle ve çevresiyle kurduğu, kendisini diğer bireylerden ayıran, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimi olarak (Yöyen, 2017: 492) doğumdan ölüme kadar süren dinamik bir süreçtir ve bireyin duygu, yetenek, kültür, eğitim, gelenek, sevinç, üzüntü, konuşkanlık, sinirlilik, konuşma şekli gibi konuların hepsini diğerlerinden farklı kılan çeşitli psikolojik dinamikleri içermektedir. Bireyin bu bireysel zihinsel, fiziksel ve duygusal özellikleri davranış ve yaşam biçimine yansımaktadır (Yöyen, 2017: 123). Yiyeceklerle ilgili kişilik özellikleri, daha çok psikolojik ve içgüdüsel kaynaklı ortaya çıkan davranış biçimleri olarak ifade edilebilir. Yiyeceklerle ilgili kişilik özellikleri, insanoğlunun doğasında (genetik) olabileceği gibi, sonradan deneyimler ya da maruz kalma durumları sonucunda da ortaya çıkabilir. Bu bağlamda kişilik özelliği, restoran ve yiyecek seçimi kararını etkileyen ve tahmin edilmesi ve ölçülmesi son derece zor olan bu özellik, dikkate değerdir. Alman filozof, Ludwig Andreas Feuerbach "İnsan ne yiyorsa, o'dur" ifadesiyle bir kişinin yediklerinin onun kim olduğunu tanımladığını anlatmaya çalışmıştır. Yediğimiz ve içtiğimiz her şey kim olduğumuz, nereden geldiğimiz ve nereye gitmek istediğimizle çok yakından alakalıdır.



Meksikalılar baharatı, kuzey ülkelerinde ya da Amerika'da yaşayanlar eti ve Akdenizli olanlar zeytinyağlı bir salata ile yanında sudan yeni çıkmış bir balığı çok fazla sevmektedir (Beef & Fish, 2014:1).

**Doğal İçerik:** Aroma maddeleri, renklendiriciler ve koruyucular yiyecek-içeceğin organoleptik özelliklerini değiştirmek, besin değerini artırmak veya bireye kolaylık sağlamak amacıyla eklenmektedir. “Doğal” kelimesi bireylerde pozitif bir çağrışım yapmaktadır (Dickson-Spillman, Siegrist ve Keller, 2011). Doğal denildiğinde sağlıklı, taze, organik veya yöresel yiyecek-içecekler akla gelmektedir (Romá, Sanchez-Siles ve Siegrit, 2017). Tüketici açısından bakıldığında, doğal yiyecek-içecek ve organik yiyecek-içecek kavramlarının tanımları arasında büyük bir karmaşa vardır. Organik yiyecek-içeceklerin sentetik kimyasallar içermedikleri ve organik yiyecek-içeceklerin, organik olmayanlara kıyasla daha sağlıklı oldukları düşünülmektedir. Ayrıca, organik yiyecek-içecekler geleneksellere kıyasla çevre dostu olarak görülmektedir. Sağlıkla ilgili endişeler organik yiyecek-içeceklerin satın alınmasının temel sebebi olarak görülmektedir. Tüketici doğal içeriklere sahip olduğunu düşündüğü için organik yiyecek-içeeceklere yönelmektedir. Kadınlar erkeklere kıyasla besin içeriği ile ilgili daha fazla kaygı duymaktadırlar. Bunun nedeni kadınların sağlık ve besin güvenliği konularını erkeklere kıyasla daha fazla önemsemeleridir. Ancak doğal içerikli yiyecek-içecek seçimi konusunda cinsiyete yönelik önyargılar olduğuna dair kanıtlar da mevcuttur (Dickson-Spillmann ve diğerleri., 2011).

**Etiksel Kaygılar:** Son yıllarda etik tüketicilik kavramı gündeme gelmiştir. Etik tüketicilik, kişisel ve ahlaki görüşlere dayalı olarak bilinçli ve kasıtlı bir şekilde belirli tüketim tercihlerine yönelmektir. Birey bir ürünü tercih etme ya da etmeme kararını vererek veya etik koşullarda üretilmiş olan ürünleri almaya istekli olduğunu göstererek kurumsal uygulamaları yönlendirir (Dowd ve Burke, 2013). Etik tüketimde birey sadece kendi istekleri ve değerlerine göre değil, aynı zamanda iyi/kötü, doğru/yanlış gibi ahlaki düşünce ve değerleri de göz önünde bulundurarak seçimler yapmaktadır (Johnston, Szabo ve Rodney, 2011). Çevreci yaklaşımlar, insan ve hayvan hakları, adil ticaret gibi kavramlar bireylerin etik anlayış çerçevesinde seçim ve tüketim tercihleri yapmalarına neden olmaktadır. Etik anlayışa dayalı yeme-yeme içme davranışları ise sadece yeme eyleminin kurallarını içermez. Aynı zamanda kültürel bir olgudur. Etik yeme anlayışına sahip olma çevresel, siyasi ve etik açıdan farkındalıkla birlikte yeni bir tutum geliştirme ile ilişkilidir. Bununla birlikte toplumsal tabakalaşma ile sınıfsal bir kültürün yansımalarıdır. Etik yeme anlayışına sahip

bireylerin iyi eğitim görmüş ve gelir düzeyi orta-yüksek sınıftan oldukları görülmektedir (Konyar, 2017). DeVault (1991), zengin aileler için yiyeceklerin kendini ifade etme arenası haline geldiğini, düşük gelirli ailelerin ise kendilerini besleyebilmelerinin bile başarı olduğunu ifade etmiştir. Ancak etik anlayışa göre ürünlerin alınmasını yalnızca ekonomik kaynakların göstergesi olarak değerlendirmek doğru değildir (Johnston ve diğerleri, 2011). Bireylerin tercihleri ve ürünün ücretini ödemeye istekli olmaları kişisel ve/veya insani değerlerine bağlıdır. De Pelsmacker, Driesen ve Rayp (2005), “Adil Ticaret” anlayışına sahip bireylerin adil ticaret etiketli kahvelere ödeme yapmaya istekli olduklarını belirlemişlerdir. Bunun temelinde etik ve sosyal konular yer almaktadır. Organik besinlerin tercih edilmesinde benzer bir durum söz konusudur. Etik yeme anlayışı ile ilgili İstanbul’da yapılan bir çalışmada, bireylerin kendi bireysel etik anlayışlarına göre farklı tercihler yaptıkları, genel olarak yöresel yemekleri, dini inanışları doğrultusunda helal besinleri, popüler ticari ürünleri ve estetik kaygının ön planda tutularak seçkin diye nitelendirdikleri ürünleri tercih etme eğiliminde oldukları saptanmıştır (Konyar, 2017).

**Yeme-İçme ile İlgili Yaşanan Deneyimler:** Yeme-içme ile ilgili özellikle çocukluk çağındaki deneyimler, bu deneyimlere bağlı pozitif veya negatif sonuçlar, maruz kalınan yiyecek-içecekler genetik nedenlerle (acı lezzetlere bağlı duyarlılık) bir araya gelerek yiyecek-içecek seçimlerinin oluşmasında etkili olmaktadır. Yapılan bir araştırmada 2-3 yaş aralığında yiyecek-içecek seçimlerinin ergenlik döneminde de benzer olarak devam ettiği belirlenmiştir. Son yıllarda yürütülen bir çalışmada da yiyecek-içeceklerin lezzeti ile ilgili beklentinin besinlerle ilgili yaşanan önceki deneyimlerden etkilenebildiği, eğer bir besinin lezzeti beklenenden kötü olarak algılanmışsa sonrasında da bu besinin lezzetli olma beklentisinin azalabildiği saptanmıştır (Story ve Moe, 2000).

#### **2.3.1.4. Sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faktörler**

Yiyecek seçimlerini etkileyen sosyo-ekonomik (sosyo-ekonomik durum, fiyat) faktörler ve sosyokültürel (kültür, aile, çevre, medya ve reklamlar, arkadaş etkisi, kolaylık) faktörler alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmıştır.

**Aile:** Bireylerin yeme davranışlarını, yiyecek tüketimlerini ve yeme-içme alışkanlıklarını etkileyen birçok sosyal-ekonomik ve kültürel faktör bulunmasına rağmen ailedeki yeme-içme alışkanlıklarının bireyin yeme-içme alışkanlıkları üzerindeki etkisi büyük olup, aile içi

davranış bireylerin yiyecek-içecek seçimlerinde ve yeme-içme davranışlarında temel etkiye sahiptir (Favora ve Santonastaso, 1995). Aile, bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını çeşitli nedenlerle etkilemektedir. Aile sofrasında yemek yeme ve sofrada yenilen öğün içerikleri, evde bulunan yiyecek-içeceklerin çeşitleri, hazır ve taze yiyeceklerin bulunabilirliği, dışarıda yemek yeme sıklığı, anne ve babanın yiyecek-içecek tüketimleri, anne ve babanın beslenmeye karşı tutum ve davranışları, model ve örnek olma durumu ile bireylerin yeme-içme alışkanlıkları etkilenmektedir (Shrewsbury, King, Hattersley, Howlett, Hardy ve Shrewsbury, 2010). Ailelerin çocukları belirli yiyecek-içecekleri tüketmeye zorlamaları, bazı yiyecek ve içeceklere karşı getirdikleri kısıtlamalar, model oluşturma durumları da çocukların yeme-içme alışkanlıkları ve vücut ağırlıklarını etkilemektedir (Mattheson, Robinson, Varady ve Killen, 2006). Aile büyükleri yiyecek-içecekleri sağlamakta, ayrıca yiyecek-içeceklere karşı davranışları ile adolesanların yiyecek-içecek seçimlerini etkilemekte ve yaşam boyu sürecek olan yeme-içme alışkanlıklarını kazanmalarına etki etmektedirler. Aile içinde kazanılan alışkanlıklar ile adolesanların ileriki yıllarda bağımsız yiyecek içecek seçimleri oluşmaktadır (Story ve Stang, 2005). Ailelerin gelir düzeyleri de yiyecek-içecek alışkanlıklarını etkilemektedir. Ailelerin gelirlerine göre yiyecek-içeceklere yaptıkları harcamalar arasındaki ilişkiyi saptamak amacıyla yapılan bir çalışmada, ekonomik şartların, yiyecek-içecek tüketimini etkilediği, özellikle et, süt ve süt ürünleri gibi hayvansal yiyecekler için harcanan para oranının, sosyoekonomik düzeyi düşük olan gruplarda, yüksek olan gruplara kıyasla oldukça az olduğu bildirilmiştir (Başoğlu, Besler, Çiğirim, Ersoy, Karaaraoğlu, Pekcan ve Yücecan, 1992: 87; Batman ve diğerleri, 2015: 257). Bunun yanında ev ortamının huzursuz olması, aile içi yaşanan olumsuz ilişkiler, adolesanın anne ya da babadan ayrı yaşaması ruh sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durumda okul başarısında düşme, arkadaş edinememe, sosyal faaliyetlere katılmama gibi davranış bozukluklarının oluşması sonucu yanlış yiyecek-içecek seçimi ve yeme davranışlarında bozukluklar görülebilmektedir (McCullough, Yoo ve Ainsworth, 2004: 235; Limnili, 2010: 8). Ailede uygulanan beslenme modeli, yemek pişirme yöntemleri, aile bireylerinin veya akrabaların genç bireye çocukluktan itibaren hediye olarak şeker, çikolata, gofret gibi besinleri almaları adolesanları yiyecek seçimlerinde yanlış yönlendirilebilmektedir (Baltacı, Ersoy, Karaağaoğlu ve Derman, 2006). Anne ve babanın beslenmeye gerekli önemi verip, zaman ayırmaları ve düzenli olarak öğünlerde yemek yemeleri adolesanın bedenini dinleyip, öğünlerde açlığını gidermek ve vücuda gerekli besin öğelerini almak için yemek yeme eylemi gerçekleştirmesini sağlayarak adolesan bireyi yemek yemeye özendirir. Yiyecek alışverişine, yemek planının yapılmasına ve hazırlanma sürecine adolesanın de katılımının

sağlanması yararlı bir eylemdir. Ailenin faydalı ve zararlı yiyeceklerin uzun süreli etkilerinden çok, kısa süreli etkilerinden bahsetmesi adolesanın motivasyonu için önemlidir (Moreno, Rodriguez, Fleta, Bueno-Lozano, Lazaro ve Bueno, 2010).

**Sosyokültürel Çevre:** Sosyokültürel çevre, bir toplumun ya da toplumsal grubun kendine özgü kültürüdür. Birey için bu çevre yaşadığı ülke ve şehir, daha dar anlamda sosyalleştiği alan, okul ve evinin bulunduğu çevrenin sahip olduğu kültürel yapıdır (Özmert, 2005; Batman ve diğerleri, 2015). Doğusunda fizyolojik ihtiyaçlar güdüsü ile doğan birey, sosyokültürel etkiler ile birlikte beslenmeyi fizyolojik bir ihtiyacın ötesine taşıyarak, beslenmeyi bir kültüre dönüştürebilmektedir. Sosyal kabullenme ve sosyal saygı aracı olarak çoğu zaman beslenme ön plana çıkabilmektedir (Açıkgöz, 2006). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde söz ettiği en alt kademe ihtiyaç ile en üst kademe ihtiyaç beslenme ile gerçekleşebilmektedir. Örneğin karın doyurma bir fizyolojik ihtiyaç iken, lüks bir restorana gidip akşam yemeği yiyerek bunun kamuoyuna yansıtılması bir kendini yenileme ihtiyacı olabilmektedir. Sosyokültürel çevrede en etkili faktörler partiler, toplantılar, bayramlar, özel günler, tatiller ve seyahattir. Yiyecek-içeceği arkadaşlarla, aile ile veya iş arkadaşlarıyla paylaşmak ortak bir etkinliktir (Higgs ve Thomas, 2016). Çok fazla yemeğin sosyal bir bağlamda gerçekleştiği göz önüne alındığında, kiminle neden yemek yendiğini ve bu durumun nasıl etkilendiğini anlamak önemlidir. Özellikle gençler için yemek yeme genellikle sosyal bir durum olup, aileyi, diğer gençleri, akranları içeren diğer insanları gözlemleyerek kendi yeme davranışını ve tercihini oluşturmasını sağlamaktadır (Parlak ve Çetinkaya, 2007). Bunun yanında beslenme sosyal olarak öğrenilen bir davranış olduğu için sosyal baskılardan etkilenir. Normal veya aşırı beslenme arasında kesin bir ayırım çizgisi belirlenmemiştir. Vücut yapısının değerlendirilmesinin sosyal çevreye göre değiştiği bilinmektedir, bu ise yiyecek-içecek alımını etkilemektedir (Büyükkoyuncu, 2010; Batman ve diğerleri, 2015).

**Sosyo-ekonomik Durum:** Ekonomik faktörler ülkeler, toplumlar, aileler ve bireyler için tüketim ihtiyaçları, bu ihtiyaçların karşılanma düzeyi ve tüketim alışkanlıkları üzerinde oldukça etkilidir. Ekonomik durum; bireyin harcanabilir gelir düzeyine, istikrarına, tasarruflarına ve likiditeye, kredisine, aktif değerlere ve harcama ile tasarruf arasındaki tercihinine bağlıdır (Akgün, 2008). Bireyin ekonomik durumu yiyecek-içecek tüketim düzeyini ve alışkanlıklarını da etkilemektedir (Beşirli, 2010). Ekonomik durumun yiyecek-içecek tüketimini farklılaştırması, daha fazla yiyecek-içecek tüketimi ile kimi yiyecek-

içeceği daha fazla tüketilirken kimi yiyecek-içeceği ise daha az tüketilmesi ile ilgilidir (Ritson ve Hutchins, 1995: 49). Ekonomik olanaklar nedeni ile refah seviyesi yüksek olan bireyler istedikleri besin maddelerini alabilme ve yiyebilme olanağına sahiptirler. Bu anlamda zengin bir yeme-içme kültürünün veya alışkanlığının olması ekonomik olanaklarla doğrudan ilişkilidir. Et, süt ürünleri veya parasal değeri ve besin değeri yüksek olan diğer besinlerin tüketimi ekonomi düzeyi düşük olan bireyler için çok fazla mümkün olmayabilmektedir. Bu anlamda gelir durumu düşük olan bireylerde tahıl tüketiminin daha yaygın olduğu söylenebilir (Akçay ve Vatansever, 2013; Arık-Çolakoğlu, İşmen, Özen, Çakır, Yığın, Ormancı, 2006). Bunun en önemli nedeni ise tahıllı besinlerin fiyatının düşük olmasına karşın doyuruculuğunun yüksek olmasıdır. Özellikle ekonomik gücün yeme-içme alışkanlığı konusunda belirleyici olduğu vurgulanabilir. Düşük ekonomik güce sahip aileler meyve, sebze ve günlük vitamin desteklerini yeterince tüketmezken, yağlı ve şekerli besinleri daha fazla tüketmektedir. Ancak, ekonomik gücü iyi olan aileler daha fazla tahıl, meyve, sebze ve az yağlı yiyecek tüketmektedir (Sosa, Cardinal, Contarini ve Hough, 2015). Bu iki aile tipi arasında öğün açısından da bir farklılık söz konusudur. Ekonomik durumu düşük ailelerde öğün örüntüsü çok fazla işlemezken, ekonomik gücü iyi olan ailelerin öğünleri daha düzenli olabilmektedir. Bu durum hem yeterli ve dengeli beslenme açısından hem de yeme-içme alışkanlıkları konusunda ince bir çizgi olarak ekonomik gücü ön plana çıkarmaktadır. Ailelerde olduğu gibi ailelerin çocukları içinde aynı durumu göstermektedir (Öztürk, 2010: 20-21).

**Arkadaş Etkisi:** Yeme-içme davranışı sosyal olarak öğrenilen bir özellikte olduğu için sosyal baskılardan da etkilenmektedir. Bireylerde en önemli sosyal baskılardan biri ise arkadaş etkisidir. Bireyler birbirlerinden ve kendilerinden yaşça büyük örnek aldığı modellerden etkilenip kendilerini bulunduğu ortama ayak uydurmak zorunda hissedebilirler. Özellikle bireyler adölesan döneminde arkadaşlarını model alabilir, taklit edebilirler ve bu taklitler konuşma, çeşitli fiziksel davranışlar, yeme-içme örüntülerini de etkileyebilir (Story ve Moe, 2000). Bu dönemde ailesinden kopan adölesan arkadaş gruplarıyla sosyal etkileşime girmeye başlayarak grup içinde aile ile bir arada olduklarından daha farklı davranış sergileyebilirler. Evde hiç yemediği bir yemeği arkadaşları ile birlikte iştahla yiyen öğrenci örnekleri az değildir. Arkadaş etkisi adölesanların yiyecek-içecek seçimini etkileyen temel faktörler arasında yer almakta olup hazır, atıştırmalık yiyecek-içecek tüketimi arkadaşlar ile birlikte olma, eğlenme ile ilişkilendirilmektedir (Moreno ve diğerleri, 2010). Adölesanların arkadaşlarıyla sosyal etkinlik olarak yemek yemeye daha çok değer verdikleri, pek çok

adolesanın hafta sonlarında arkadaşlarıyla birlikte ev dışında ve daha az sağlıklı yemek tükettikleri yapılan çalışmalarla belirlenmiştir (Fitzgerald, Heary, Nixon ve Kelly, 2010). Ara öğünler ve atıştırmalık yiyecek-içecek seçimlerinde arkadaş etkisi daha önemli bir faktör olarak göze çarpmaktadır. Grup içerisinde benzer yiyecek-içeceklerin tercih edildiği ve adolesanların birbirlerini önemli derecede etkilediği görülmektedir. Bunlardan farklı olarak yiyecek-içeceklerin tüketilen miktarları da birbirlerini etkilemektedir. Wouters, Larsen, Kremers, Dagnelie ve Geener (2010) tarafından yapılan çalışmada örneğin aşırı kilolu adolesanların aşırı kilolu arkadaşları ile normal ağırlıkta olan arkadaşları ile beraber yediklerine göre, daha fazla miktarda yemek yedikleri gözlemlenmiştir.

**Medya Etkisi ve Reklamlar:** Medya hem bilgi kaynağı hem de en etkin reklam aracı olması nedeni ile toplumun tüm tüketim davranışlarında önemli etkiye sahiptir. Televizyonun görsel oluşu ve sayısız iletiyi arka arkaya iletme noktasındaki yeteneği onu başka kitle iletişim araçlarına göre daha ayrıcalıklı kılmıştır (Fitzgerald ve diğerleri, 2010; Günlü, 2010). Reklamcılık sektörünün kullanılarak izleyicilerin tüketime yönlendirilmesi yalnızca reklam programları ile değil, dizi ve filmlerden, haberlere, müzik eğlence programları çizgi filmlere kadar son derece geniş bir çerçevede devam etmektedir. Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması'nda (2010) Türkiye genelinde 15-18 yaş arası erkek adolesanların %91,7'si içecek (meyve suyu vb.), %84,6'sı gazlı içecek, %76,5'i çikolata, gofret, cips vb. atıştırmalık reklamlarından etkilendikleri belirlenmiştir. Aynı çalışmada 15-18 yaş arası kadınların %92,8'i çikolata, gofret, cips vb. atıştırmalık ürün reklamlarından, ikinci sırada %77,8'i içecek reklamlarından, üçüncü sırada da hazır tatlı/puding reklamlarından %73,6 oranında etkilendikleri ifade edilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2014). Yılmaz, Yılmaz ve Uran (2007) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise, reklamların bireylerin tercihlerini hangi düzeyde etkileyebileceği ve bireylere reklamın etkisiyle belirli bir ürünün satın alınması veya kullanılan markanın değiştirilip değiştirilmediğine dair sorular yöneltilmiştir. Buna verilen yanıtlar incelendiğinde, birinci sırayı %36,8'lik oranla çikolata, seker, cips ve ikinci sırayı %30,6'lık oranla yağların aldığı görülmüştür. Reklamların en çok etkilediği tüketici grubunun ise %41,0'lik oranla gençlerden oluştuğu belirlenmiştir. Aynı araştırmada tüketici grubunun büyük bölümünün (%57,0), reklamdan etkilenecek besin maddelerini aldıklarını tespit edilmiştir.

**Fiyat:** Ekonomik faktörler yeme-içme alışkanlıklarını belirleyen önemli faktörlerden biridir. Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization/WHO), yiyecek-içecek fiyatlarının

yüksek olmasının halk sağlığını tehdit ettiğini, özellikle kadınlar, çocuklar, yaşlılar ve gelir düzeyi düşük aileler gibi dezavantajlı grupların bu durumdan etkilendiğini vurgulamıştır. Yiyecek-içecek fiyatları ve gelir durumu bireylerin yiyecek-içecek tercihlerini etkileyen faktörler arasındadır. Düşük sosyoekonomik düzeydeki ailelerde gelirin büyük kısmı yiyecek-içecek alışverişine harcanmaktadır. Yiyecek-içecek fiyatlarının yüksek olması düşük sosyo-ekonomik duruma sahip ailelerin sağlıklı yiyecek-içecek tercihleri yapmalarına engel olmaktadır (Lo, Chang, Lee ve Wahlqvist, 2009). Enerji yoğunluğu ve enerji maliyeti arasında negatif yönlü ilişki vardır. Şeker ve yağ içeriği yüksek yiyecek-içecekler düşük maliyetle daha fazla enerji sağlayan besinlerdir. Bireyler sınırlı mali kaynaklarla enerji içeriği yoğun olan, şeker ve yağ içeriği yüksek yiyecek-içecekler tercih ederek tasarruf yapmaya çalışırlar. Et ürünleri, sebze ve meyveler sağlıklı olmakla birlikte fiyatları yüksektir. Yüksek fiyatlardan dolayı tüketicinin yiyecek tercihleri etkilenir (Drewnoski ve Darmon, 2005). Bireylerin yiyecek-içecek tercihlerinde yiyecek-içeceğin yöresel veya organik olması da önem taşımaktadır. Yiyecek-içeceğin yöresel veya organik olması bireyin daha yüksek fiyatları ödemeye istekli olmasına neden olur (Bazzani, Vincenzina, Nayga ve Canavari, 2015). Yiyecek-içecek fiyatlarındaki indirimler, satın alımları etkilemektedir. French, Jeffery, Story, Breitlow, Baxter, Hannan ve Snyder (2001), düşük yağlı atıştırmalıkların fiyatları azaltıldığında, bu atıştırmalıkların satışında artış olduğunu belirlemiştir. Diğer bir çalışmada, sebze ve meyve fiyatlarında yapılan indirimle birlikte okul kafeteryalarında meyve satışlarında dört kat, havuç satışlarında iki kat artış görülmüştür (Lo ve diğerleri, 2009).

**Kültür:** Kültür, yaygın olan tüm yiyecek-içecek seçimlerinin temelini oluşturmaktadır. Bireyler, kabul edilebilir olduklarını düşündükleri kendi kültür ve etnik gruplarına göre yiyecek-içecekleri sınıflandırır ve yine uygun miktar ve kombinasyonu seçerler (Nestle, Wing, Birch, Disogra, Drewnowski, Middleton, Sigman-Grant, Sobal, Winston ve Economos, 1998). Kültürel etkiler, bazı yiyecek-içeceklerin alışılmış tüketiminde ve hazırlama geleneklerinde farklılıklara neden olmakta, hatta bazı durumlarda et ve sütün öğünlerden çıkarılması gibi kısıtlamalara yol açabilmektedir (Lau ve diğerleri, 1984). Kültür aynı zamanda bireylerin yiyecekleri nasıl kullandıklarını ve böylece yiyecek alımlarını nasıl etkilediklerini de belirlemektedir. Geleneklerine daha bağımlı olan bireyler, batı toplumunun yemek tarzını benimsediğinde tahıl ve nişastalı köklerden uzak, daha fazla enerji yoğunluğu, doymuş yağ ve şeker oranına sahip bir yeme-içme geçişine girerler (Lau ve diğerleri, 1984). Elli yıldan fazla bir süre önce Dr. Margaret Mead, Ulusal Gıda Alışkanlıkları Araştırma

Komitesi'nin bir üyesiyken kültür ve yeme-içme alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Yeme-içme alışkanlıklarının, belirli bir kültürel gelenek içinde yetiştirilen bireylerin tezahür ettiği yiyeceklere ilişkin kültürel olarak standartlaştırılmış davranışlar kümesi olarak görüldüğünü ve bu davranışların aynı kültürdeki diğer standart davranışlarla sistematik olarak ilişkili olduğunu açıklamıştır. Bazıları kültür ve yeme-içme alışkanlıklarını statik ve değişmez olarak görmelerine rağmen, artık seyahat, göç ve sosyo-ekonomik çevreye uyum sağladıkları için sürekli değiştikleri kabul edilmektedir (Poolmann, 1990).

**Kolaylık (Ulaşılabilirlik):** Zaman kısıtlı bir kaynaktır. Postmodern toplumda değişen kültürel, ekonomik ve sosyo-demografik faktörlerle birlikte zaman sıkıntısı yaşanmaktadır. Bu nedenle, bireyler yiyecek-içecek hazırlamaya harcadıkları zamanı azaltmak istemektedirler. Kadınların iş hayatına katılması, yaşam tarzı değişiklikleri, aile yemeklerinin yapısının değişmesi ve boş zamana verilen önemin artmasıyla birlikte kolay hazırlanan ve ulaşılan yiyeceklere yönelim artmıştır. Ev yemeklerinin yerini hazır yemekler almıştır. Hazır yemeklere yönelen bireyler yiyecek-içecek alışverişini sevmeyen, yemek hazırlamaktan keyif almayan, yemek yapma yeteneği iyi olmayan ve yalnız yeme alışkanlığına sahip bireylerdir. Sosyo-demografik özelliklere bakıldığında Casini ve diğerlerinin (2019) yaptıkları çalışmada genç bireylerin, bekar erkeklerin, eğitim düzeyi yüksek bireylerin ve çalışan bireylerin hazır yiyeceklere yöneliminin daha fazla olduğu saptanmıştır. Hazır yiyecek-içecekler, dondurulmuş, soğutulmuş, kurutulmuş ve konserve ürünler de dahil olmak üzere toplu tüketim için üretilmiş, işlenmiş besinleri kapsayan çok geniş bir kategoridir (Jackson ve Viehoff, 2016). Hazır yiyecek-içecekler yönelim için zaman önemli bir faktör olmakla birlikte, yemek hazırlarken fiziksel ve mental olarak harcanan emeği en aza indirmek de önem taşımaktadır. Ayrıca hazır yiyecek-içeceklerin fiyatlarının, ev yemeklerine kıyasla daha uygun olması da yiyecek-içecek tercihlerini etkilemektedir (Brunner ve diğerleri, 2010). Besin kaynağına yakın olmak, yiyecek-içecek seçimini etkileyen bir diğer faktördür. Wadhwa ve Capaldi-Phillips (2014) tarafından üniversite öğrencileri ile ilgili yaptıkları çalışmada, kafeteryalarda tatlı istasyonuna yakın oturan öğrencilerin daha uzak oturanlara kıyasla daha fazla tatlı tükettikleri saptanmıştır.



### 2.3.2. Öğünler

İnsan vücudu gün içerisinde 24 saatlik süreçte belirli bir sistem ve düzen içinde çalışır. Bu süreç çerçevesinde belirli periyotlarda yeme-içme, uyuma ve hareket etme gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekir. Yeterli, sağlıklı yeme içme alışkanlıkları, vücudumuzun sağlıklı bir biçimde işlemesi açısından oldukça gereklidirler. Bu nedenle dengeli ve sağlıklı yeme içme davranışlarında bulunmanın gün içerisinde gerçekleşmesinde öğünler ve öğün örüntülerinin büyük önemi bulunmaktadır (Baysal, 2011). Yeme içme alışkanlıklarını etkileyen en önemli faktörlerden biri de öğünlerdir. Öğünler, yiyecek-içeceklerin servis edilip tüketildiği zaman olarak tanımlanır. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre yiyecek ve içeceklerin gün içerisinde 3 ana ve 2 ara öğün olmak üzere toplam 5 öğünde tüketilmesi en uygun yeme-içme düzeni olarak kabul görmüştür (Baysal, 1996). Ana öğün olarak kahvaltı, öğle ve akşam olmak üzere 3 ana öğün; ara öğün olarak ise sabah ile öğle arası tüketilen aradaki öğün kuşluk, öğle ile akşam yemeği arasında tüketilen ara öğün ikindi öğünü, akşam yemeğinden sonra tüketilen ara öğün ise gece öğünleri olarak sıralanmaktadır (Çiftçi, 2009). Bu öğünlerin de 4 veya 5 saat aralıklar ile düzenlenmesi en yüksek faydanın elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Öğünler ve öğün örüntüleri yorgunluğu giderme, sağlıklı düşünmeyi sağlama, kişiyi günlük yaşama hazırlama ve hastalıklara karşı korunma konusunda da oldukça önemlidir (Türkiye'ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi, 2015: 38).

Sabah, öğle ve akşam öğünlerinin oluşturduğu ana öğünlerde mutlaka besin piramidinde yer alan besin gruplarının dengeli bir şekilde kompozisyonu oluşturularak ana öğünler tüketilmeli, karbonhidrat, protein ve yağı dengeli olarak içecek şekilde ayarlanmalıdır. Kuşluk, ikindi ve gecedan oluşan ara öğünlerde ise tok tutan ancak nispeten daha hafif yiyecekler tüketilmeli, karbonhidrat yanında protein veya yağ grubunu içecek şekilde olmalıdır (Köseoğlu, 2015: 32).

#### 2.3.2.1. Kahvaltı

Kahvaltı ana öğünlerden olup, günün ilk öğününü oluşturmaktadır. Çoğu zaman gündelik hayata başlamak ile uyku arasındaki ince çizgiyi oluşturmaktadır. Bu nedenle ihmal edilme veya uykuya tercih edilme oranı oldukça yüksektir. Sabah kahvaltısının miktarı ve içeriği, güne istekli başlamak ve elverişli bir şekilde devam ettirmek, fiziksel ve bilişsel performansı sürdürebilmek, gece boyu açlığı takiben vücut için ilk enerji kaynağı olması açısından

oldukça önem taşımaktadır. Akşam yemeği ile sabah arasında yaklaşık 12 saatlik bir zaman dilimi geçmekte ve vücut, bu süreç içerisinde besinlerin tamamını kullanmaktadır (Türkiye'ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi, 2015: 38).

Dengeli bir kahvaltı günlük enerjinin 1/4 ü ya da en az 1/5 ini karşılamalıdır. Günlük enerji gereksinimi yaş gruplarına göre farklılık gösterir. Bireyin enerji gereksinimi 2000-3000 kalori olduğunda kahvaltıda alınması gereken enerji miktarı 400- 600 kalori kadardır. (Baysal, 2004). Sabah kahvaltısında bulunabilecek yiyecekler şunlardır;

- a) Süt, peynir, çökelek ve çorba çeşitlerinden biri bulundurulabilir. Yine yumurta, sosis, salam ve sucuk gibi et grubu yiyeceklerinden bulunması uygundur.
- b) Zeytin, yağ, pekmez, reçel ve bal gibi yiyeceklerden biri ya da ikisi. Zeytin ile zeytinyağı, pekmez-reçel yerine bal değiştirilerek olarak yer verilebilir.
- c) Kahvaltıda mevsime göre; portakal, elma, şeftali, üzüm, çilek, yeşilbiber ve domates gibi uygun meyve sebzeler bulundurulmalıdır.
- d) Ekmek çeşitleri; Tam buğday, çavdar, kepekli, ekmek, simit, börek, kek çeşitleri enerji ihtiyacına göre planlanmalıdır (Işıksoluğu, 1991).

Türkiye'de kahvaltı hafta içi günlerde ağırlık yönünden en hafif, hafta sonlarında ise en ağır öğündür. Öğün olarak kahvaltıda genellikle tereyağı, reçel, bal beyaz peynir, siyah zeytin, söğüş domates, salatalık, taze ekmek, içecek olarak ta demleme çay tüketilmektedir. (Millî Eğitim Bakanlığı, 2012). Yöresel beslenme alışkanlıklarına bağlı olarak bazı yörelerde, kahvaltıda kızarmış yoğurtlu biber, bazı yörelerde yufka ekmeği dürümleri tüketilmektedir. Kahvaltıda tüketilen çorbalar yörelere göre değişmekte ise de en çok tarhana çorbası kullanılmaktadır (Önay, 2011). Türk mutfağında çorbanın yeri diğer mutfaklara göre daha farklıdır. Batı ülkelerinde iştah açıcı ve ana yemek olarak tüketilen çorbalar, genellikle Türk mutfağının girişini oluşturmakla birlikte, geleneksel Türk mutfak kültüründe üç öğünde yer alabilen bir yemek çeşididir. Besleyici ve doyurucu özellikleri nedeniyle kahvaltı sofralarında da tüketilmektedir. Kahvaltıda çorba servisi, Türk yemek kültüründe daha fazla yer almaktadır. Çorbalar, Anadolu'da hâlâ sabahları, özellikle kışın sık tüketilmektedir (Güldemir, Haklı ve Işık, 2018).

### 2.3.2.2. Kuşluk

Kuşluk günün ikinci, ara öğünlerin ise birinci öğünüdür. En çok atlanan ara öğündür. Bu öğünde en çok meyve veya ekmek grubu yiyeceklerin tüketildiği söylenebilir (Tuncay, 2008). Kuşluğun en çok atlanan ara öğün olmasında bir takım önemli sebepler bulunmaktadır. Özellikle bireylerin uykularından geç uyanmaları ve kahvaltı ile öğle öğünleri arasındaki sürenin giderek daralması bundaki en önemli nedenlerden bir tanesidir. Ayrıca bireylerin güne yeni başlamalarından dolayı çok fazla güç sarf etmemiş olmaları da bundaki diğer kritik faktörlerden biri olarak vurgulanabilir. Ayrıca özellikle çalışan bireylerin işlerine yeni başlamaları ve verimli zaman olarak o saatlerin kabul edilmesinden dolayı daha çok işe odaklandıklarından dolayı yeme-içme ihtiyacı ikinci planda tutulabilmektedir (Işkın, 2016).

### 2.3.2.3. Öğle yemeği

Öğle yemeği günün üçüncü, ana öğünlerin ise ikinci öğünüdür. Dünya genelinde sıkça tüketilen bir öğündür. Özellikle güne sabah itibarı ile başlayan bireylerin nerdeyse tamamı öğlen öğününü tüketmektedir. Çalışan bireylerde öğle öğünün tüketimi için belli bir boş zaman bile mevcuttur. Genellikle saat 12:00 ile 13:30 olan bu saat aralığı bazı özel sektör işletmeleri tarafından kısaltılabilmektedir. Bireylerin öğlene kadar tükettikleri enerjinin yiyecek-içecekler vasıtası ile sağlanması ve sonrasında harcanacak enerji içinde ihtiyacın giderilmesi gerekmektedir. Lawton ve diğerlerinin (aktaran Yılmaz, 2010) çalışmasında öğlen yemeğinde karbonhidrat değeri yüksek olan ve olmayan besinler verilmiştir. Sonraki açlık durumları incelendiğinde karbonhidrat oranı düşük yiyecekleri tüketen katılımcıların daha yoğun bir açlık çektikleri görülmektedir. Açlığın nedeni ise harcanan enerjidir. Dolayısı ile öğleden sonra harcanan enerji için öğlen yemeğinde iyi beslenilmeli ve mümkünse karbonhidrat ağırlıklı tüketim yapılmalıdır (Işkın, 2016).

### 2.3.2.4. İkinci

İkinci, günün dördüncü, ara öğünlerin ise ikinci öğünüdür. Bu öğün en fazla tuz ağırlıklı atıştırmaların yapıldığı, günün en popüler öğünlerinden olarak ifade edilebilir (Tuncay, 2008: 28). Bunların yanından ikinci de daha fazla karbonatlı içecekler, şeker ve sakız, atıştırmalıklar tercih edilmektedir (Ma, 1983). İkinci ara öğününde çalışanlar açısından,

çalışma zamanına denk gelmesi bu öğünün tüketiminin düşük olmasına zemin hazırlamaktadır. Gençlerin de özellikle eğitim faaliyetlerini sürdürdükleri için bu öğünü kullanmaktan uzak durdukları ifade edilebilir. Bununla birlikte, insanların açlıklarını gideremeyip, akşam ana öğününde yemek tüketme isteğinde olmaları da ikinci öğününde daha az tüketimin yapılmasına zemin hazırlamaktadır (Işkın, 2016).

### **2.3.2.5. Akşam yemeği**

Akşam yemeği ana öğünlerin sonuncu günün ise beşinci öğünüdür. Akşam öğünü aslında en çok tartışılan öğünlerinden bir tanesidir. Bütün gün harcanan enerjinin kazanılması adına akşam yemeğinin yenmesi önem taşımaktadır. Ancak bazı önemli koşulları vardır. Akşam öğününün çok ağır yiyecekler tüketilmeden geçiştirilmesi ve özellikle saat 19.00-20.00'den sonra yemek yenmemesi önerilmektedir. Erken bir akşam yemeğinden sonra da su, ayran, şekersiz ve tatlandırıcı katılmamış olmak şartıyla limonlu çay, yeşil çay, tarçın ve karanfil çayları içilebilir (Karatay, 2011). Mcintosh (1996: 64) yaptığı çalışmada, yemeği kültür aktarım sürecinin önemli bir parçası olarak görmektedir. Aile açısından dayanışmanın güçlendirilerek sürdürülmesi oldukça büyük önem taşımaktadır. Bu sürecin önemli parçalarından bir tanesi de yemektir. Akşam yemekleri bu amaca en iyi hizmet eden öğündür. Yıl içinde aileler bazı zamanlarda, dini ve özel günlerde düzenledikleri büyük yemek organizasyonlarında (Müslümanlarda iftar sofraları, Hıristiyanlarda şükran günü yemekleri gibi) günlük aktiviteleri güçlendirmektedirler. Akşam yemeğinin aile içindeki diğer önemli fonksiyonu da sosyalizasyona yaptığı katkılardır. Bu anlamda yemek masaları bir sosyalizasyon forumu olarak değerlendirilebilir. Bireyler yemek masasında bir araya gelerek günlük hayatlarını birbirlerine aktarabilmektedir. Gençler açısından değerlendirildiğinde akşam yemeğinin oldukça önemli olduğu vurgulanabilir. Bazı durumlarda akşam yemeklerinde sadece (açlık) fizyolojik ihtiyaçların giderilmesi söz konusu iken, bazı durumlarda akşam yemekleri sosyalleşmenin en önemli ögesi haline gelebilmektedir. Bu anlamda üniversite öğrencilerinin evlerinde veya kafelerinde akşam yemekleri için bir araya gelmeleri verilebilecek örneklerdendir (Işkın, 2016).

### **2.3.2.6. Gece**

Gece ara öğünü ise günün son, ara öğünlerin ise üçüncü öğünüdür. Günün en popüler ara öğünü olarak ifade edilebilir ve mevsimine göre dondurmanın çok fazla tercih edildiği

söylenbilir. Gece öğününde ise patlamış mısır, cips gibi tuzlu atıştırmalıkları tercih ettikleri gösterilmiştir (Tuncay, 2008). Gece tüketilen bu tuzlu besinler, kuşluk ve ikinci öğünlerinde yenilen besinlere göre günlük sodyum alımına daha fazla katkıda bulunmaktadır (Ma, 1983: 665). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere, ülkelerin genelinde şişmanlık oranlarının yükselmesinde ara öğünlerin tüketilmesinin önemli etkilerinin olduğu belirtilmektedir. Özellikle insanların tüketiminden sonra çok fazla hareket etme imkânının olmayışı ve tüketiminin üzerinden çok süre geçmeden uykuya geçilmesi gece öğününün şişmanlık üzerinde önemli etkileri olduğu söylenmektedir. Fakat dikkatli bir besin tüketimi yapılırsa, durumun çok da böyle olamayacağı söylenebilir. Gece öğünündeki tüketim ile ilgili ele alınabilecek diğer önemli konulardan biri de gençlerin bu öğünü tüketme düzeyleridir. Özellikle üniversitede eğitim gören gençler bu öğünü çok sık tüketmektedirler. Çünkü genel olarak geç uyumaya meyilli olan bu grubun akşam ana öğünü tükettikten sonraki uzun süreyi acıkmadan geçirmeleri pek mümkün görünmemektedir. Ayrıca, zaman zaman akşam ana öğünü tüketilmeden, bu öğün gece ile birleştirilebilmektedir. Buda erken tüketilmesi gereken yağlı ve ağır besinlerin gece tüketilmesi gibi önemli bir problemi de beraberinde getirmektedir (Işkın, 2016).

### **2.3.3. Atlanan Öğünler ve Öğün Atlama Nedenleri**

Gündelik yaşamın akışı içinde bireyin aklını sürekli meşgul eden en önemli konulardan birisi de gün içerisindeki yeme-içme davranışlarıdır. Gün içerisindeki yeme-içme davranışları söz konusu olduğunda ilk akla gelen şey öğün kavramıdır. Öğünler, günlük beslenme düzeninin en önemli parçalarıdır. Bu anlamda zaman zaman yeme-içme konusunda yaşanan problemlerin temelinde öğünler ile ilgili yaşanan sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunların en önemlilerinden bir tanesi de öğün atlamadır. Günlük hayatta atlanan öğünler ve bunların nedenlerinin bilinmesi son derece önem taşımaktadır. Üniversite öğrencilerinin üniversitede geçirdikleri dönem oldukça kritik bir öneme sahiptir. Bu önemin ortaya çıkmasında etkili olan konulardan birisi de beslenmedir. Çocukluk çağı sonrası dönemi kapsamı, öğrencilerin alıştıkları aile ortamından kopmaları, dış etkilenmeye müsait hale gelmeleri ve daha özgür davranır bir rol kazanmaları hayatlarının birçok alanında olduğu gibi beslenmelerinde de yeni bir dönemi başlatmaktadır. Beslenmedeki bu dönemde dikkat edilecek en önemli hususların başında öğün örüntüsü ile ilgili konular gelmektedir. Bu anlamda bir günde tüketilen öğün sayısı, atlanılan öğün, öğün atlama nedenleri, öğün

aralarında besin tüketim durumları bireyin yeme-içme alışkanlığını şekillenmesine neden olmaktadır. (Arslan, Karaağaoğlu, Duyar ve Güleç, 1993).

### 2.3.3.1. Atlanan öğünler

Öğün atlama konusunda farklı çalışmalar yapılmaktadır. Yapılan çalışmaların önemli bir kısmında değişik sonuçlar elde edilebilmektedir. Sonuçların farklı çıkmasının en belirgin nedeni yeme-içme alışkanlığı araştırılan çalışma evreninin özellikleridir. Çocukların ailelerinin kontrolünde yetişmeleri öğün atlamalarının daha zor olabileceğini göstermektedir. Aynı şekilde üniversite öğrencileri dışındaki diğer gençlerde de durumun böyle olduğu söylenebilir. Eğer bu evrenlerde öğün atlanacaksa da bunun sebepleri farklı olabilmektedir. Belki iştahsızlık bu konuda sebep olarak ifade edilebilir. Ayrıca yetişkin insanların çok fazla öğün atlama gibi problemleri bulunmamaktadır. Fakat üniversite öğrencileri ve çalışan yetişkin bireylerde birtakım öğünlerin atlandığı ve bunların sebeplerinin de değişkenlik gösterebileceği vurgulanabilir. Korkmaz (2010: 404) yaptığı çalışmada, üniversite öğrencilerinin en çok atladıkları öğün olarak sabah kahvaltısını, en az atlanan öğün olarak da akşam yemeğini ifade etmiştir. Ayrıca öğrencilerin önemli bir kısmının da ara öğün alışkanlığı olduğu vurgulanmıştır. Burada ilk iki tespit birçok çalışmada da elde edilmektedir. Ancak ara öğün alışkanlığı konusunda aynı durum söz konusu değildir. Ara öğün alışkanlığı genel itibariyle öğrencilerde bulunmamaktadır. Eğer varsa da bu atlanan ana öğünlerin telafisi niteliğindedir. Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ile ilgili yapılan araştırmaların birçoğunda ciddi sonuçların yaşandığı tespit edilmiştir. Özellikle öğünler konusunda ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Öğrenciler bazı öğünleri geçiştirmekte, bazı öğünlerde ise çok zamansız ve fazla yiyecek-içecek tüketimi yapmaktadır. Başta kahvaltı olmak üzere geçiştirilen bu öğünlerde daha çok çay, simit ve poğaça tükettikleri bilinmektedir. Gençler arasında karın doyurmanın beslenme ile eş değer görülmesi oldukça önemli bir sorundur (Arslan ve diğerleri, 1993: 203). Üniversite öğrencileri açısından değerlendirildiğinde en fazla atlanan ana öğünün sabah kahvaltısı, en çok atlanan ara öğünün ise kuşluk öğünü olduğu söylenebilir. En az atlanan ana öğün akşam yemeği iken, en az atlanan ara öğün gecedir. Bunun en önemli sebepleri, öğrencilerin genel itibari ile aile ortamlarından uzak olmaları, gece geç vakitlere kadar uyumayıp sabah geç uyanmaları, günün önemli bir bölümünde okul ortamında olmaları ifade edilebilir. Yetişkinlerde veya düzenli bir aile yaşantısında durum değişebilmektedir. Öğünler arasında dengeli bir yeme-içme düzeni kurulabilmektedir (Işkın, 2016).

### 2.3.3.2. Öğün atlama nedenleri

Öğün atlama ile ilgili yapılan birçok çalışmanın sonuçları incelendiğinde zaman zaman benzer zaman zaman ise farklı sonuçlara ulaşılabilmektedir. Vançelik, Önal, Güraksın ve Beyhun (2007) tarafından yapılan çalışmada unutmama ve fırsat bulamama öğün atlamasının en önemli nedeni olarak ele alınmıştır. Öğün atlama konusundaki gerekçeler ise plansız yaşama ve yanlış yeme-içme alışkanlıkları olarak değerlendirilmiştir. Fırsat bulamama unutmaya göre daha geçerli bir öğün atlama sebebidir. Zaman bulamamak ile de benzer özelliklere sahip olan fırsat bulunamamasının en temel nedenleri insanların gündelik yaşayışlarındaki hareketliliklerdir. Özellikle çalışan bireylerde bu durum biraz daha belirgindir. Ancak öğün atlama konusunda zaman bulamamaktan daha önemli bir neden olarak iştahsızlık ön plana çıkmaktadır (Türk, Gürsoy ve Ergin, 2007). Özellikle günün belli yoğun fiziksel aktiviteleri başta olmak üzere, yorgunluk, stres, hastalık, hareketsizlik gibi sebeplerden dolayı insanlar iştah problemi yaşayabilmektedir. Yaşanan bu iştahsızlıklar gün içerisindeki öğünlerin atlanmasına ve yeme-içme konusundaki bazı sıkıntıların yaşanmasına zemin hazırlamaktadır. Öğün atlama nedenleri açısından adölesanlar ele alındığında bazı farklı faktörlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Zamanın olmaması önemli bir neden olarak ifade edilebilirken, alışkanlığın olmaması ve öğrencilerde yeterli düzeyde paranın olmaması da öğün atlama açısından kayda değer bir sebep olarak söylenebilir (Korkmaz, 2010: 405). Özellikle öğrenciler tarafından sabah kahvaltısını yapma gibi bir kültürün oluşmadığı söylenebilir. Ayrıca, besinlerin alınması için öğrencilerin birçoğunda istenilen miktarda para bulunamamaktadır. Öğünler açısından oldukça dengesiz bir görüntü çizmektedirler. Öğünler kaydırılarak kahvaltı öğlen, öğle yemeği akşam yenirken, akşam yemeği gece tüketilebilmektedir (Işkın, 2016). Özdoğan, Yardımcı ve Özçelik (2012) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinde atlanan ana öğünlere ilişkin birkaç farklı neden ifade edilmiştir. Zamanın olmaması bu araştırmada da ana öğün atlama da en önemli neden olarak katılımcılarca ifade edilmiştir. Bununla birlikte, kendimi aç hissetmediğim için, geç kalktığım için ve aile yanında kalmadığım için gibi sebepler de atlanan ana öğünlere sebep olarak ifade edilmiştir. Geç kalkma özellikle öğrencilerin sabah kahvaltısını atlamaları konusunda önemli bir neden olarak ifade edilebilir. Genellikle zamanlarını uyku için harcayan öğrenciler bu yüzden beslenmelerini aksatabilmektedir.

### 2.3.4. Besin Hazırlama Teknikleri

Piştirme; yiyecek malzemelerinin ısı yardımıyla lezzetlerinin, yoğunluklarının, renklerinin, biçimlerinin ve yapılarının değiştirilerek yenabilir duruma getirilmesidir (Aktaş ve Özdemir, 2005: 215). Yiyeceklerin birden fazla piştirilme nedenleri bulunmakla birlikte bu nedenler; yiyeceklerden alınacak tat ve lezzeti artırmak, yapısal değişiklik meydana getirmek, yemek yeme isteği uyandırmak, mide özsuynunu harekete geçirmek ve sağlığa zararlı mikroorganizmaları ortadan kaldırmaktır (Maviş, 2003). Piştirme; yiyeceklerin sağlığa olan faydalarını artırarak, yiyeceklerin sindirilmesini kolaylaştıran, aynı zamanda da lezzet gelişimini yükselten önemli bir süreçtir. Besinleri piştirmek sadece besin güvenliği değil, aynı zamanda yemeğin lezzetiyle de ilgilidir. Piştirme yiyeceğin rengini, görüntüsünü, kokusunu, tadını, yapısını, hacmini ve ağırlık gibi özelliklerini az ya da çok değiştirmektedir. Taze ve çiğ besinlerin doğal bir kokusu vardır. Fakat bu besinlerin uzun süre piştirilmesi ve/veya piştirme suyunun dökülmesi kokuların kaybolmasına neden olur. Besinlerin yeme kalitesini artırmak için piştirme sırasında veya gıda endüstrisinde koku verici bazı doğal ve yapay maddeler kullanılmaktadır (MEGEP, 2012). Yiyecek üretimine göre piştirme yöntemleri kuru ısıda piştirme yöntemleri ve sulu ısıda piştirme yöntemleri olarak iki grupta incelenmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2012: 217).

#### 2.3.4.1. Suda piştirme yöntemleri

Suda piştirme yöntemi, diğer piştirme yöntemlerine oranla daha kolay bir piştirme yöntemidir. Bu yöntem ile piştirmede, kullanılacak su miktarı, piştirilecek yiyeceğin niteliğine ve isteğe göre, çok olabileceği gibi az miktarda su kullanılması da düşünülür. Suda piştirme yönteminde, yiyeceklerdeki vitamin ve madensel maddeler gibi besin unsurları suya geçmektedir. Bu özellik göz önünde bulundurularak, piştirme suyu ziyan edilmemeli, en fazla yararlanılma yolları üzerinde durulmalıdır. Yiyeceklerin lezzetini artırmak için piştirme suyuna et suyu, sos veya baharat karışımı konulabilmektedir (Öney, 2016, s. 18). Suda piştirme teknikleri şunlardır:

**Haşlama (Boiling-Simmering/Boullie):** Bu yöntem yiyecek malzemelerinin soğuk ya da sıcak su içerisinde piştirilmesi esasına dayanmaktadır. Haşlama yönteminde yiyecekler doğrudan kaynayan suya atılıp piştirilebilir veya önce soğuk suya konup ardından kaynatılabilir. Kaynatma suyundan faydalanılacaksa soğuk su ile haşlama daha etkili iken



kaynatma suyu kullanılmaması durumunda kaynayan suda ürünlerin haşlanması soğuk suyun kaynaması sırasında oluşabilecek protein kayıplarının önüne geçecektir (Aktaş ve Özdemir, 2012: 226). Bu yöntem, yemeğin daha yumuşak hale gelmesini sağlar. Yemeği damak tadına uygun, sindirilebilir hale getirir ve besin zehirlenmesine yol açabilecek bakteri içeriğini yok ederek yemeği güvenilir hale getirir. Ayrıca yemeğin kalitesini, rengini, lezzetini ve dokusunu geliştirir. Narin et ve sebzeler için yüksek ısıda kaynatmanın verdiği zararı ve yıpranmayı önlemek için 85-96°C ısıda haşlama yöntemine düşük ısıda haşlama (simmering) adı verilmektedir. Et suları kullanılarak hazırlanan çeşitli soslar ve çorbalar simmering yöntemiyle pişirilmektedir (Gisslen, 2011: 71).

**Ön haşlama (Blanching):** Ön haşlamada malzemeler direkt kaynar suya konulacaksa suyun ısısı 100 °C civarında olmalıdır. Bu yöntemde çiğ malzemelerin kaynayan suya birkaç dakika daldırılıp çıkarılması şeklinde veya soğuk suya konulup kısa süre kaynatılması şeklinde uygulanmaktadır. Amaç, sebzelerin renginin ortaya çıkmasını sağlarken etlerin kanının ve kirliliğinin giderilmesidir. Bu yöntemin diğer bir uygulanma biçimi de etler için veya sos yapılacak kemiklerin; soğuk suya konup kaynayınca kadar ısıtıp soğuk sudan geçirilip kanının ve üzerindeki kirin akıtılması şeklindedir (Gisslen, 2011: 71).

**Hafif ateşte haşlama (Poaching/Poache):** Bir sıvı içinde 71-82 °C’de ısı kontrolüne dikkat ederek uygulanan pişirme yöntemidir. Poché (pose) kaynar derecedeki kaynamayan suda pişirme yöntemidir (Gisslen, 2011: 71). Bu yöntemde kaynama ile yapısı bozulabilecek yiyecekler pişirilir. Yani balık ve tavuk gibi uzun süre pişirme gerektirmeyen yiyecekler için uygun bir yöntemdir.

**Kısık ateşte az suda pişirme (Braising/Etuver):** Braising düşük ısının kullanıldığı ve yiyeceklerin üzeri kapalı olarak, az bir miktar su ile uzun süre pişirildiği bir tekniktir. Özellikle büyük parça etlerin ve sebzelerin pişirilmesinde ideal bir yöntemdir. Bunların dışında eti sıkı ve büyük balıklar için de kullanılabilir. Braising tekniği sert etin yumuşatılması ve gevşetilmesi için de kullanılmaktadır (Gökdemir, 2012: 111).

**Kendi suyunda pişirme (Stewing/Etuver):** Bu yöntem yiyeceklerin hiç su ilave edilmeden, kendi suyunda pişirilmesi yöntemidir. Tavuk eti, bonfile gibi yumuşak etler kuşbaşı doğranarak kısık ateşte 65-85 °C sıcaklıkta az miktarda lezzet ve kıvam vermek için ilave edilen soslarla pişirilirken balıklar az yağda, kendi suyunda sote edilerek kısık ateşte

pişirilmektedir. Bu yöntem genellikle yapısında su miktarı fazla olan sebzelerde kullanılır (Öney, 2016: 20).

**Buharda pişirme (Steaming):** Buharda pişirme tekniğinde yiyecek kapalı bir ortamda (tencere/fırın) sıvının buharı ile pişirilir. Yiyecek sıvıya doğrudan temas etmez. Bu yöntemde, direkt buhara tutularak pişirilirken yemeklerin besin değeri ve rengi korunmaktadır (Türkan, 2012: 206). Isı pişme süresince yiyeceğe devamlı ve eşit olarak etki eder. Bu görüntü ve renk olarak yiyeceği cazip kılar. Bu teknik aynı zamanda en sağlıklı pişirme metodu olarak düşünülebilir. Çünkü ilave yağ kullanılmaz ya da suda çözülebilir vitaminlerin kaybına minimum seviyede sebep olur.

#### 2.3.4.2. Kuru pişirme yöntemleri

Kuru ısıda pişirme yöntemleri; yiyeceklerin etrafında sıcak hava dolaşımıyla kızgın yağda veya az yağlı tavada pişirilmesi yöntemlerinden oluşmaktadır. Kuru pişirme yöntemlerinde yiyeceğin içerisindeki suyun bir kısmı buharlaşacağından yiyeceğin tadı daha güçlü hale gelmektedir. Kuru ısıda pişirme teknikleri şunlardır (Öney, 2016: 21):

**Izgarada Pişirme (Grilling):** Yiyeceklerin, odun, kömür, hava gazı ya da elektrik aracılığı ile sağlanan ısı kaynağına doğrudan doğruya tutularak pişirilmesi ızgara olarak adlandırılmaktadır. Doğrudan ısı ile yüz yüze gelmek, yiyeceklerdeki proteini pıhtılaştırarak yiyecekte kalmasını sağladığından yararlı bir pişirme yöntemidir (Gisslen, 2011). Izgarada pişirme süresini, ısının pişirme gücü ve yiyecek maddesinin yapısal özelliği etkilemektedir. Izgara yapılacak malzemelerin, ısı kaynağının altına (broiling) veya üstüne yerleştirilerek (grilling) yüksek ısıda pişirildiği yöntemdir.

**Soteleme (Sote-Saute):** Tavada, hızlı bir şekilde, yüksek ısıda ve kısa süreli bir pişirme yöntemidir. Sotede en önemli faktör bir tavada çok az yağ kızdırmaktır. Sıcaklık 160–240 °C arasında olmalıdır. Yağ iyice kızdıktan sonra yiyecek tavaya ilave edilmelidir. Sotede her türlü yağ kullanılabilir. Fakat yağ miktarı çok az olmalıdır. Sotelenecek yiyeceklerde tuz ve baharat önceden konularak karıştırılır. Sote işleminin birkaç dakikada tamamlanması gerekir. Bunun için bazı taze ve yapraklı sebzeler haricinde ön pişirme yapılmış olması gerekmektedir (Gürman, 2004: 260).

**Az Yağda Kızartma (Shallow Frying):** Az yağda kızartma tekniğinde ısı, ısıtılan tava yolu ile değil, tava veya tencerede ısıtılan yağ ile yiyeceğe iletilir. Sıcak yağ, yiyeceğin dış yüzeyini mühürlemekte (sealing) ve doğal sularının yiyeceğin içinde kalmasını sağlamaktadır. Bu yöntem küçük parçalara ayrılmış balık, et veya kümes hayvanlarına uygulanabildiği gibi 400 grama kadar olan balıklar için de uygulanabilir. Yumurta ve sebzeler de bu şekilde pişirilebilir. Hamburger, sucuk, salam, sosis veya doğranmış soğanlar daha önceden ısıtılmış sıvı yağda sıkça karıştırılarak pişirilir (Öney, 2016: 23).

**Derin Yağda Kızartma (Deep-frying):** Yiyecek malzemelerinin etrafını kaplayacak şekilde yağa daldırılarak pişirilmesi esasına dayalı pişirme yöntemidir. Bu yöntem ile yiyeceklere yüksek ısı temas etmesi sebebiyle kısa zamanda pişirilebilmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2012: 220). Kızartma yapılmadan önce yağın ısısının istenilen sıcaklığa ulaşması gerekmektedir. Bu sıcaklık; 160–180 °C'dir (Gökdemir, 2009; 127). Bol yağda kızaran yiyecek maddesinin hava ile teması az olduğundan, yiyeceklerin besleyici değerleri de muhafaza edilmektedir.

**Fırında Pişirme (Roasting, Baking):** Bu yöntem; yiyeceklerin bir fırın tepsisine yerleştirilerek, bir sıvı içinde ya da kuru olarak, fırın içindeki sıcak hava yardımıyla pişirilmesi ile gerçekleşmektedir. Hamur işlerinin fırında pişirilmesinde diğer pişirme yöntemlerine göre daha düşük bir ısı kullanılmaktadır. Fırında çeşitli sebze yemekleri, börek, ekmek, pasta ürünleri pişirilmektedir. Büyük parçalar hâlinde etlerin pişirilmesi roasting ya da roti adını alırken ekmek ve pastacılık ürünlerinin pişirilmesi baking adını almaktadır (Gisslen, 2011: 73).

### 2.3.4.3. Diğer pişirme yöntemleri

Kuru ısıda ve suda pişirme yöntemlerini birlikte kullanan veya teknolojinin yardımıyla farklı uygulamalar aracılığıyla yemeklerin pişirilebildiği yöntemlerden bazıları şunlardır (Öney, 2016: 24):

**Vakumda Pişirme (Sous Vide):** Sous vide tekniği besinlerin vakumlanmış plastik torbalar içerisinde, sıcaklığı ayarlanabilen sabit ısılı bir su tankında uzun süreli olarak pişirilmesidir. Vakumlayarak pişirme, yiyeceklerin pastörize edilmesini sağlayarak sağlıkla ilgili riski en aza indirmektedir (Batu, 2019).

**Bain marie:** Direkt kaynatma yönteminin kullanılmadığı zamanlarda, yavaş pişirme yapmak için iki tencerenin üst üste konularak yapıldığı bir pişirme yöntemidir. Bu yöntemden, yumurtalı ve tereyağlı sosların hazırlanması, çikolatanın eritilmesi ve sos yapılması için yararlanılır (Öney, 2016, 25).

**Mikrodalga yöntemiyle pişirme:** Bu yöntem radyo dalgaları kullanılarak besinlerdeki su moleküllerinin belirli bir titreşim sıklığıyla hareketleşmesine dayanmaktadır. Su moleküllerinin titreşmesi atomsal seviyede ısının oluşmasına sebep olmaktadır (Alsaffar, 2015).



### 3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmada kullanılan model, çalışma evreni ve örneklem, ölçüm güvenilirliği ve geçerliği, verilerin analizi, veri toplama araçları ve veri toplama sürecinden bahsedilmiştir. Ayrıca Yiyecek Seçim Ölçeği ve Hızlı Büyük Beşli Kişilik Ölçeği ile ilgili elde edilen verilerin güvenilirlik (iç tutarlılık) ve geçerlik analizlerine (doğrulayıcı faktör analizi) yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırma Modeli

Araştırmalar, amacına ve yöntemine göre araştırmalar olmak üzere iki farklı şekilde gruplandırılmaktadır. Amacına göre araştırma çeşitleri temel araştırmalar, değerlendirme araştırmaları, aksiyon araştırmaları, araştırma geliştirme ve uygulamalı araştırmalar olarak gruplandırılırken, yöntemine göre araştırmalar ise tarama modeli ve deneme modeli araştırmalar olarak gruplandırılmaktadır (Arlı ve Nazik, 2003: 4-6; Karasar, 2012).

Bu araştırmada, yöntemine göre araştırma çeşitlerinden biri olan genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modeli; geniş grupları kapsayan çok sayıda ögeden oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile seçilmiş bir örneklem grubu üzerinden yapılan çalışmalardır (Bal, 2001: 70; Karasar, 2012: 79). Genel tarama modelleri de kendi arasında tekil tarama modelleri (anlık-zamansal, izleme-kesit alma) ve ilişkisel tarama modelleri (korelasyon, karşılaştırma) olarak ayrılmaktadır.

Bu araştırmada tekil tarama modeli ve ilişkisel tarama modeli birlikte kullanılmıştır. Tekil tarama modeli; değişkenlerin tek tek, tür veya miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılmaktadır (Erdoğan, 2012: 169-179). Çalışmada Türkiye'deki kuşakların demografik bilgileri, ana öğün ve ara öğünde tükettikleri yiyecek ve içecekler, dışarıda yemek yeme durumları, tercih ettikleri pişirme yöntemleri vb. bilgiler tekil tarama modelini oluşturmaktadır. İlişkisel tarama modelleri (korelasyon, karşılaştırma); iki veya daha çok değişken arasında birlikte veya değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeye çalışır. Korelasyon analizi ile -1 ile 1 arasında değişen bir katsayı elde edilir. Bu katsayı pozitif ise aynı yönde değişen, negatif yönlü ise ters yönde değişen ilişki söz konusu iken, katsayı 1'e yaklaştıkça iki değişken arasındaki ilişki de o kadar fazladır (Köse, 2019). Bu çalışmada

Türkiye’de kişilik özellikleri ile yiyecek-içecek seçimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi ilişkisel tarama modelini oluşturmaktadır.

### 3.2. Çalışma Evreni ve Örneklem

Evren, araştırmacının çalışma alanını oluşturan (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2017) ve araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür (Karasar, 2012; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011). Karasar (2012: 110)’a göre iki tür evren vardır: genel evren ve çalışma evreni. Çalışma evreni araştırmacının ondan seçilmiş bir örnek küme üzerinde yapılan gözlemlerden yararlanarak, hakkında görüş bildirebileceği elemanlar bütünüdür. Örneklem ise belli bir çalışma evreninden, belli kurallara göre seçilmiş ve seçildiği evreni yeterli temsil ettiği kabul edilen küçük küme olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2012).

Bu araştırmanın çalışma evrenini Türkiye’deki Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarında yer alan bireyler oluşturmaktadır. Mevcut çalışma evreninin tümüne ulaşma kısıtlılığı ve uygulama maliyeti nedeniyle örneklem alma yolu izlenmiştir, örnekleme yöntemlerinden de olasılıklı örnekleme yöntemlerinden biri olan tabakalı rastlantısal örnekleme yöntemi ile örnek oluşturulmaya çalışılmıştır. Tabakalı örneklem, evrendeki alt grupların garanti altına alındığı bir örnekleme türüdür. Bu örnekleme türünde amaç, homojen alt gruplar elde etmeye yöneliktir. (Balcı, 2011, 44-45, 93-94). Bu amaçla Türkiye’de yaşayan bireyler doğum yıllarına göre Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağı olarak dört farklı gruba ayrılmıştır. Araştırma evrenini oluşturan kuşakların Türkiye nüfusunun ne kadarını oluşturmakta olduğunu hesaplamak için Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile yazışmalar gerçekleştirilmiştir. 2019 yılı TÜİK Türkiye nüfusu verilerine göre 1946-1964 yılları arasında doğan Baby Boomer kuşağı, 1965-1979 arasında doğan X kuşağı, 1980-1999 arası doğan Y kuşağı, 2000 ve üzeri yıllar arasında doğan Z kuşağına ait sayısal bilgiler elde edilmiştir. Tabakalı örnekleme yöntemine göre belirtilen kuşaklar Türkiye’nin toplam nüfusunun 78.626.598’ini oluşturmaktadır. Çizelge 3.1’de Türkiye nüfusunun araştırmada incelenen kuşaklara göre sayıları ve toplam nüfus içindeki dağılımları verilmiştir. Çizelge 3.1.’de Baby Boomer kuşağı Türkiye genelindeki araştırmaya konu olan kuşakların %15,27’sini, X kuşağı %20,28’ini, Y kuşağı %32,44’ünü ve Z kuşağı ise %32,01’ini oluşturduğu görülmektedir.

Çizelge 3.1. 2019 yılı Türkiye nüfusuna göre kuşakların dağılımı ve araştırma örnekleme

	<b>BB Kuşağı</b> <b>1946-1964</b>	<b>X kuşağı</b> <b>1965-1979</b>	<b>Y Kuşağı</b> <b>1980-1999</b>	<b>Z Kuşağı</b> <b>2000 ve sonrası</b>	<b>Türkiye Geneli</b>
TR10 İstanbul alt bölgesi	1.957.211	3.322.929	5.345.026	4.459.808	15.084.974
TR21 Tekirdağ alt bölgesi	330.608	382.735	576.433	459.382	1.749.158
TR22 Balıkesir alt bölgesi	388.912	379.257	484.145	402.435	1.654.749
TR31 İzmir alt bölgesi	787.185	958.095	1.333.931	1.085.456	4.164.667
TR32 Aydın alt bölgesi	588.930	673.500	902.609	800.993	2.966.032
TR33 Manisa alt bölgesi	568.314	627.700	921.557	847.340	2.964.911
TR41 Bursa alt bölgesi	679.877	881.779	1.292.590	1.140.742	3.994.988
TR42 Kocaeli alt bölgesi	597.328	802.242	1.256.270	1.162.057	3.817.897
TR51 Ankara alt bölgesi	848.221	1.198.325	1.816.070	1.579.812	5.442.428
TR52 Konya alt bölgesi	374.428	460.698	753.142	798.184	2.386.452
TR61 Antalya alt bölgesi	515.280	694.331	994.869	895.492	3.099.972
TR62 Adana alt bölgesi	616.628	820.271	1.200.141	1.304.934	3.941.974
TR63 Hatay alt bölgesi	435.605	611.285	963.478	1.207.048	3.217.416
TR71 Kırıkkale alt bölgesi	262.413	306.913	481.112	486.062	1.536.500
TR72 Kayseri alt bölgesi	393.335	464.597	740.692	759.754	2.358.378
TR81 Zonguldak alt bölgesi	215.003	220.420	298.871	253.170	987.464
TR82 Kastamonu alt bölgesi	184.040	144.997	215.064	185.757	729.858
TR83 Samsun alt bölgesi	540.503	564.284	799.050	767.866	2.671.703
TR90 Trabzon alt bölgesi	531.944	537.947	762.327	684.839	5.188.760
TRA1 Erzurum alt bölgesi	149.291	180.127	346.660	358.603	1.034.681
TRA2 Ağrı alt bölgesi	115.129	154.955	355.031	461.673	1.086.788
TRB1 Malatya alt bölgesi	256.185	329.438	548.565	545.385	1.679.573
TRB2 Van alt bölgesi	166.640	272.145	730.698	967.952	2.137.435
TRC1 Gaziantep alt bölgesi	281.575	456.755	878.751	1.151.216	2.788.297
TRC2 Şanlıurfa alt bölgesi	274.677	495.021	1.199.416	1.792.179	3.761.293
TRC3 Mardin alt bölgesi	158.330	287.798	761.527	1.052.006	2.259.661
<b>Toplam</b>	12.217.592	16.228.544	25.958.025	25.610.145	80.014.306
<b>Oran</b>	% 15,27	% 20,28	% 32,44	% 32,01	% 100,00
<b>Anket</b>	390	390	390	390	1560

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2019

Çalışmadaki örneklem seçimi Avrupa Birliği (AB) İstatistik Bürosu (Eurostat) tarafından AB’de üretilen bölgesel istatistiklerde belli bir yapı oluşturmak için geliştirilen İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına göre (İBBS) –Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS) belirlenmiştir. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS), Avrupa Birliği ülkelerinin bölgesel tabanlı olacak şekilde, sosyo-ekonomik düzey odaklı analizler yapabilmek ve politikalar geliştirebilmek için kullandığı coğrafi kodlama sistemidir (Özçağlar, 2003). 1970 yılından bu yana AB üyesi ülkelerde kullanılan bu sınıflama, kalkınma ajanslarının kurulmasına yol açmıştır. Türkiye ise AB üyelik sürecinde, 2002 yılında, İBBS'ye göre bölgelere ayrılmıştır: İBBS, temel olarak üç tür sınıflandırmadan

oluşmaktadır. Düzey 1 olarak bilinen sınıflama 12 alt bölgeden, Düzey 2 sınıflandırması 26 alt bölgeden ve Düzey 3 sınıflandırması da 81 ilden oluşmaktadır. Bu sınıflandırmalar arasında kalkınma ve politika geliştirme için öncelikli olarak dikkate alınması gereken ise Düzey 2 sınıflandırmasıdır. (Taş, 2006; Kayalak ve Kiper, 2006). Düzey 2 bölgeleri AB’inden en fazla yardım alacak birimler olarak belirlendiğinden bu birimlerin oluşturulmasında; “ortak sorunlara sahip, sosyo-ekonomik ve kültürel olarak birbirine yakın ve coğrafi olarak benzer özellikler gösteren iller” gruplanmıştır. Ayrıca Eurostat bölgesel planlarını Düzey 2 bölgelerine göre yapılmasını öngörmektedir. Yani ülkelerin ve birliğin tamamına yönelik hazırlanacak gelişme ve kalkınma planları Düzey 2 bölgeleri baz alınarak yapılmaktadır. Bu sebeplerden dolayı çalışmada 26 tane Düzey 2 bölgesi örneklem seçimi için kullanılmıştır. Tablo 3.2.’de İBBS Düzey 2’ye Göre Oluşturulmuş Türkiye İstatistiki Bölgeleri gösterilmiştir.

Çizelge 3.2. İBBS düzey 2’ye göre oluşturulmuş Türkiye istatistiki bölgeleri

Kod	Düzey 2 (26 alt bölge)	Kod	Düzey 2 (26 alt bölge)
1. TR10	İstanbul alt bölgesi	14. TR71	Kırıkkale alt bölgesi
2. TR21	Tekirdağ alt bölgesi	15. TR72	Kayseri alt bölgesi
3. TR22	Balıkesir alt bölgesi	16. TR81	Zonguldak alt bölgesi
4. TR31	İzmir alt bölgesi	17. TR82	Kastamonu alt bölgesi
5. TR32	Aydın alt bölgesi	18. TR83	Samsun alt bölgesi
6. TR33	Manisa alt bölgesi	19. TR90	Trabzon alt bölgesi
7. TR41	Bursa alt bölgesi	20. TRA1	Erzurum alt bölgesi
8. TR42	Kocaeli alt bölgesi	21. TRA2	Ağrı alt bölgesi
9. TR51	Ankara alt bölgesi	22. TRB1	Malatya alt bölgesi
10. TR52	Konya alt bölgesi	23. TRB2	Van alt bölgesi
11. TR61	Antalya alt bölgesi	24. TRC1	Gaziantep alt bölgesi
12. TR62	Adana alt bölgesi	25. TRC2	Şanlıurfa alt bölgesi
13. TR63	Hatay alt bölgesi	26. TRC3	Mardin alt bölgesi

Kaynak: T.C. Resmî Gazete, 2002

Araştırmacılara bir kolaylık olması bakımından  $\alpha = 0,05$  için  $\pm 0,03$ ,  $\pm 0,05$  ve  $\pm 0,10$  örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplanarak Çizelge 3.3.’te verilmiştir. Bu çizelge sadece araştırmacılara bir yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmacı kendi özel durumuna göre örneklem



büyükliğini hesaplariken gerekli formüllerden yararlanmalıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 49-50).

Toplam anket sayısına ulaşırken, araştırma evreninin büyüklüğünün 1.000.000'un üzerinde olmasından dolayı %5 hata payıyla, anlamlı bir istatistiksel sonu elde etmek adına araştırmanın uygulanmasın gereken örneklem sayısı en az 384'tür. Buna göre örneklem büyüklüğü örneklem büyüklüğü p ve q değerleri 0,05 alınarak, %5 hata payı ile  $\alpha=0,05$  kabul edilmiş, örneklem sayısı ise 384 olarak hesaplanmıştır. (Sekaran, 2002; Altunışık, 2007). Bu nedenle tabakalı örnekleme yöntemi ile Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağı olarak ayrılan dört farklı kuşağın her birini temsil etmesi açısından her bir kuşaktan 384 örneklem sayısı olmak üzere çalışma evrenini temsil edecek toplam örneklem sayısı 1536 bulunmuştur. Çizelge 3.1.'de belirtildiği gibi kuşakların nüfusa oranına göre, ulaşılan örneklemin %15,66'sını oluşturan 390 Baby Boomer kuşağına, %20,58'ini oluşturan X kuşağına, %32,82'sini oluşturan Y kuşağına ve %30,94'ünü oluşturan Z kuşağına ulaşılmış ve araştırmada Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağında yer alan toplam 1560 bireyden anket ile veri toplanmıştır.

Çizelge 3.3.  $\alpha=0.05$  için örneklem büyüklükleri

Evren Büyüküğü	+ 0.03 örnekleme hatası (d)			+0.05 örnekleme hatası (d)			+0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3
	q=0.5	q= 0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7
100	92	87	90	<b>80</b>	71	77	49	38	45
500	341	289	321	<b>217</b>	165	196	81	55	70
750	441	358	409	<b>254</b>	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	<b>278</b>	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	<b>333</b>	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	<b>357</b>	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	<b>370</b>	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	<b>378</b>	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	<b>381</b>	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	<b>383</b>	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	<b>384</b>	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	<b>384</b>	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan,2004: 50

### 3.3. Ölçme Araçları

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu (Ek-3) kullanılmıştır. Türkçe olarak hazırlanan araştırma anketi üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, medeni durumu vb.) belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

Anketin ikinci bölümünde katılımcıların ana ve ara öğün tüketme sayıları, öğün atlama sayıları, öğün atlama nedenleri, ana ve ara öğünlerde tercih ettikleri yiyecek-ıçecekler ve tercih etme sıklıkları, öğünlerde yemek yemeye ayırdıkları zaman, yemeklerde tercih ettikleri pişirme yöntemleri, dışarıda yemek yeme durumları ve sıklıkları, dışarıda yemek yemek için tercih ettikleri yiyecek-ıçecek işletme türleri, dışarıda yemek yeme amaçlarını belirlemeye yönelik sorular ile Steptoe, Pollard ve Wardle (1995) tarafından geliştirilen ve Dikmen, İnan-Eroğlu, Göktaş, Barut-Uyar ve Karabulut (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp geçerlik, güvenilirlik ve faktör analizi yapılan Yiyecek Seçimi Ölçeği (Food Choice Questionnaire, FCQ) kullanılmıştır. Yiyecek Seçim Ölçeği, katılımcıların yiyecek seçimi sebeplerini ölçmek amacıyla sağlık, ruh hali, kolaylık, duyuşal çekicilik, doğal içerik, fiyat, kilo kontrolü, bilinirlik, etiksel kaygı olmak üzere dokuz alt boyuta sahip toplam 36 ifadeden oluşmaktadır. Steptoe, Pollard ve Wardle (1995) tarafından geliştirilen ölçek, yiyecek seçimine ilişkin birçok boyutu birlikte ele aldığı için bu çalışmada kullanılması uygun bulunmuştur. Zira yiyecek seçimi ilgili bir çalışmada yukarıda ifade edilen dokuz alt boyutun bir ölçek içerisinde yer alması çalışmanın amaçları ve pratik faydaları açısından önem arz etmektedir. Ölçek formunda yer alan ifadeler dördümlü likert tipi ölçek (1=Hiç Önemli Değil, 2=Çok Az Önemli, 3=Ne Çok Ne Az Önemli, 4=Çok Önemli) kullanılarak derecelendirilmiştir. Steptoe, Pollard ve Wardle (1995) tarafından geliştirilen Yiyecek Seçim Ölçeğinde araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen faktör analizinde ölçeğin güvenilirliği açısından sağlıkla ilgili 6 ifadeden oluşan sağlık alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,87, stres, başa çıkma, ruh hali gibi konular ile ilgili 6 ifadeden oluşan ruh hali alt boyutunun Cronbach's alfa kat sayısı 0,83, yiyecek satın alma ve hazırlanmasındaki kolaylıklar ile ilgili 5 ifadeden oluşan kolaylık alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,81, yiyeceklerin görünümü, tadı, kokusu gibi duyuşal özellikler ile ilgili 4 ifadeden oluşan duyuşal çekicilik alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,70, katkı maddelerinin ve doğal bileşenlerin kullanımı ile ilgili 3 ifadeden oluşan doğal içerik alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,84, gıda maliyeti ile ilgili 3 ifadeden oluşan fiyat alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,82, düşük kalorili yiyeceklerin tüketimi ile ilgili 3 ifadeden oluşan kilo kontrolü alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,79, geçmiş deneyimler ile ilgili 3 ifadeden oluşan bilinirlik alt boyutu Cronbach's alfa katsayısı 0,70, çevresel ve politik hususlarla ilgili 3 ifadeden oluşan etiksel kaygı alt boyutu Cronbach's alfa katsayısı da 0,70 olarak bulunmuştur. Araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizine göre  $X_2 = ,997$ ,  $df = 594$ ,  $p < 0,001$ ;  $NNFI = 0,991$ ,  $CFI = 0,991$  olarak saptanmış olup tüm parametreler  $p < 0,001$  değerinde anlamlı bulunmuştur.

Dikmen ve diğeri (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp geçerlik, güvenilirlik ve faktör analizi yapılan Yiyecek Seçimi Ölçeğinde ölçeğin güvenilirlik katsayıları açısından sağlık alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,84, ruh hali alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,81, kolaylık alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,78, duyuşal çekicilik alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,71, doğal içerik alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,81, fiyat alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,66, kilo kontrolü alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,76, bilinirlik alt boyutu Cronbach's alfa katsayısı 0,60, etiksel kaygı alt boyutu Cronbach's alfa katsayısı da 0,70, tüm ölçeğin Cronbach's alfa katsayısı ise 0,90 olarak bulunmuştur. İlgili araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinde  $df=4,63 < 5$ ,  $NNFI=0,5$ ,  $CFI=0,96$ ,  $RMSEA=0,061$  değerleri bulunmuş olup doğrulayıcı faktör analizi sonucunun Yiyecek Seçim Ölçeğinin Türkçe versiyonuna kabul edilebilir iyi uyum gösterdiği saptanmıştır.

Anketin üçüncü bölümünde ise, katılımcıların kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla Goldberg (1990) tarafından geliştirilen ve Morsünbül (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp geçerlik, güvenilirlik ve faktör analizi yapılan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi (Quick Big Five Personality Test, HBBKT) kullanılmıştır. Kişilik özelliklerinden dışadönüklük, uyumluluk, duygusal denge, sorumluluk ve deneyime açıklık olmak üzere beş alt boyut ve 30 ifadeden oluşan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi, 7'li likert tipi ölçek (1=Tamamen Yanlış, 2=Oldukça Yanlış, 3=Biraz Yanlış, 4=Ne Doğru Ne Yanlış, 5=Biraz Doğru, 6=Oldukça Doğru, 7=Tamamen Doğru) kullanılarak derecelendirilmiştir.

Goldberg (1990) tarafından geliştirilen Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinde ilgili araştırmacı tarafından gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda uyumluluk alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,79, dışadönüklük alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,79, sorumluluk alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,81, duygusal denge alt boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,79, açıklık boyutunun Cronbach's alfa katsayısı 0,75 ve tüm ölçeğin Cronbach's alfa katsayısı 0,89 olarak bulunmuştur. Ayrıca faktör analizleri sonuçlarıyla alt boyutların, bağlı oldukları üst düzey faktörler ile net bir şekilde yüksek korelasyon gösterdikleri ve pek çoğunun beklenildiği gibi diğer faktörlerle düşük korelasyona sahip oldukları gösterilmiş olup ölçeğin yapı geçerliğini desteklemektedir.

Morsünbül (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp geçerlik, güvenilirlik ve faktör analizi yapılan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinde güvenilirlik analizi açısından uyumluluk alt

boyutunda Cronbach's alfa katsayısı 0,73, dışadönüklük alt boyutunda Cronbach's alfa katsayısı 0,81, sorumluluk alt boyutunda Cronbach's alfa katsayısı 0,81, duygusal denge alt boyutunda Cronbach's alfa katsayısı 0,72 ve deneyime açıklık alt boyutunda Cronbach's alfa katsayısı 0,71 değerlerinde bulunmuş olup güvenilirlik katsayıları puanlarının kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu ilgili araştırmacı tarafından saptanmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizinde  $X_2/df = 3,76$ , GFI= 0,91, CFI= 0,92, NFI= 0,91, NNFI= 0,91 ve RMSEA= 0,08 değerleri bulunmuş olup ölçeğin beş faktörlü yapısının kabul edilebilir ve geçerli olduğu saptanmıştır.

Anket formunda yeme içme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik sorular içerisinde yer alan atlanılan öğünler, öğün atlama nedenleri, dışarıda yemek yemek için tercih edilen işletme türleri, dışarıda yemek yeme amaçlarını belirlemeye yönelik sorular birden fazla seçenek işaretleme özelliğine sahip soru türleri olup bu durum ankette her sorunun altında belirtilmiştir.

### **3.4. Verilerin Toplanması**

Araştırma amacına bağlı olarak hazırlanan anket öncelikle Beslenme ve Diyetetik bölümünde uzmanlığı bulunan üç farklı akademisyene gönderilmiş ve verilen geri dönütler doğrultusunda ifadeler konusunda düzenlemeler yapılmıştır. Ayrıca anket sorularının anlaşılabilirliğini incelemek için bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmada anketin genel görünümü, soruların anlaşılabilirliği ve ifade biçimine ilişkin 60 farklı katılımcıdan anket toplanılmıştır. Yüz yüze yapılan pilot çalışma sonrasında genel görünüme ve anlaşılmayan ifadelerle yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Yapılan pilot uygulama sonucunda güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach's Alfa değeri 0.89 bulunmuştur. Ayrıca anketin uygulanabilmesi için Etik Komisyonu'na gerekli başvuru yapılmış ve komisyonun 11.09.2018 tarih ve 07 sayılı toplantısında alınan karar ile araştırma izni (Ek 1: Etik Komisyonu Anket Olur Yazısı ve Ek 2: Katılımcılar İçin Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu) (Araştırma kod no: 2018-328) alınmıştır.

Araştırma için verilerin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi için Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Devrek Meslek Yüksekokulu Aşçılık programında öğrenim gören ve İBBS Düzey-2'de yer alan alt bölgelerde yaşayan her alt bölgeden 2 öğrenci sorumlu olacak şekilde toplam 52 öğrenci ile anket grubu oluşturulmuştur. Oluşturulan anket grubuna

anketin doldurulması ile ilgili gerekli eğitim verilerek veri toplama süreci başlamıştır. Veri toplama sürecinde, araştırmacının kendisi ve araştırmacı tarafından belirlenen, çalışma konusu ve anket içeriği hakkında bilgilendirilen anket grupları tarafından yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması esansında yönlendirilen bazı sorular ve sorular anında cevaplandırılarak verilerin en iyi şekilde toplanılmasına çalışılmıştır. Verilerin toplanması 2018 yılı Eylül ile 2019 Şubat ayları içerisinde yaklaşık beş ayda tamamlanmıştır.

Veri toplama sürecinde İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey-2 de yer alan 26 alt bölgede yaşayan Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağında yer alan her kuşakta 390 olmak üzere toplam 1560 bireye anket uygulanmıştır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda elde edilen veriler istatistiki yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada ölçeklere yönelik yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizleri, demografik bulgular ve hipotezlere yönelik bulgular SPSS 22.0 paket programı kullanılarak analiz edilirken doğrulayıcı faktör analizi (DFA) AMOS 23.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağı içerisinde yer alan bireylerin demografik özellikleri tespit edilerek, yeme-içme alışkanlıklarını saptamak için değişkenler arasında ilişki olup olmadığını test etmek için Korelasyon, grup ortalamaları arasında farklılık olup olmadığını test etmek için ANOVA (tek yönlü varyans analizi) uygulanmıştır. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak amacıyla PostHoc analiz yöntemi olarak Tukey HSD testi kullanılmıştır.

### **3.6. Ölçeklere İlişkin Analizler**

#### **3.6.1. Ölçeklere İlişkin Betimsel İstatistik Sonuçları**

Katılımcıların Yiyecek Seçim Ölçeği ile ilgili betimsel istatistik sonuçları Çizelge 3.4.'te gösterilmiştir.

Çizelge 3.4. Yiyecek seçim ölçeği ile ilgili tanımlayıcı istatistikler (n=1560)

	İfadeler	X̄	SS	Hiç Önemli	Çok Az	Önemli	Çok
				Değil	Önemli	%	Önemli
				%	%	%	%
Sağlık	... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır.	2,51	1,03	21,3	25,1	34,4	19,2
	... besleyici olmasıdır.	3,08	0,96	8,1	17,8	32,6	41,5
	... birçok vitamin ve mineral içeriyor olmasıdır.	2,84	1,01	12,4	22,6	33,6	31,4
	... protein içeriğinin yüksek olmasıdır.	2,87	0,99	11,9	21,0	35,7	31,4
	... beni sağlıklı tutmasıdır.	3,11	0,96	8,3	16,4	31,7	43,6
	... cildime, dişlerime, saçlarıma, tırnaklarıma vb. iyi gelmesidir.	2,91	1,04	12,8	20,3	30,1	36,9
Ruh Hali	... beni mutlu etmesidir.	3,13	0,97	7,8	17,8	28,5	45,9
	... stresle başa çıkmama yardım etmesidir.	2,72	1,05	16,9	22,2	33,3	27,6
	... beni uyanık ve canlı tutmasıdır.	2,95	0,99	10,4	20,2	33,7	35,6
	... rahatlamama yardımcı olmasıdır.	2,94	1,00	10,6	20,9	32,1	36,5
	... beni iyi hissettiriyor olmasıdır.	3,09	0,95	7,9	17,7	32	42,4
	... hayatla başa çıkmada yardımcı olmasıdır.	2,78	1,05	16,2	20,1	32,8	30,9
Kolaylık	... hazırlamasının kolay olmasıdır.	2,93	1,05	13,3	19,5	28,7	38,5
	... kolayca mağazalarda ve süpermarketlerde bulunmasıdır.	2,89	0,98	11,5	20,1	36,6	31,7
	... kolayca pişirilebilir olmasıdır.	3,04	0,95	8,6	17,8	34,7	38,9
	... hazırlamasının çok fazla zaman almamasıdır.	2,98	0,99	10,6	18,4	33,0	38,0
Duyusal çekicilik	... yaşadığım ya da çalıştığım yere yakın dükkanlarda satın alınabilir olmasıdır.	2,96	1,00	11,5	17,4	34,4	36,7
	... tadının güzel olmasıdır.	3,34	0,89	4,8	13,5	24,5	57,2
	... güzel kokuya sahip olmasıdır.	3,16	0,93	6,2	18,4	28,8	46,5
	... hoş bir dokuya sahip olmasıdır.	2,86	1,00	11,7	22,3	33,8	32,1
Doğal içerik	... güzel görünüyor olmasıdır.	3,06	0,99	9,7	17,5	29,9	42,9
	... hiçbir katkı maddesi içermemesidir.	2,91	0,99	10,3	22,9	32,3	34,4
	... doğal maddeler içermesidir.	3,00	0,99	10,1	18,8	32,5	38,6
Fiyat	... hiçbir yapay madde içermemesidir.	2,88	1,03	12,7	20,9	31,7	34,7
	... pahalı olmamasıdır.	2,96	0,98	10,8	18,1	35,9	35,3
	... parasal değerinin yüksek olmasıdır.	2,61	1,05	20,0	22,9	33,5	23,7
Kilo Kontrolü	... ucuz olmasıdır.	2,95	1,08	14,5	17,1	27,2	41,2
	... kalori (enerji) oranının düşük olmasıdır.	2,62	1,04	18,3	25,1	32,6	24,0
	... yağ oranının düşük olmasıdır.	2,75	1,01	14,6	22,9	35,1	27,3
Bilinirlik	... kilo kontrolünü sağlamada yardım etmesidir.	2,65	1,06	18,8	23,3	32,1	25,8
	... benim için tanıdık (bilindik) olmasıdır.	2,95	0,97	9,5	20,8	34,7	35,0
	... çocukken yediğim yemeklere benziyor olmasıdır.	2,70	1,03	16,9	22,1	35,2	25,9
Etiksel Kaygı	... genellikle yediğim şey olmasıdır	2,99	0,94	8,7	19,1	37,1	35,2
	... çevre dostu bir şekilde paketlenmiş olmasıdır.	2,72	0,99	13,7	25,8	35,1	25,4
	... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır.	2,59	1,08	21,3	23,0	30,9	24,7
	... menşei (üretim) ülkesinin açıkça belirtiliyor olmasıdır.	2,76	1,05	16,2	21,5	32,2	30,1

Yiyecek seçim ölçeğinde yer alan alt boyutlardaki her bir ifadeye ait ortalama, standart sapma ve yüzdelik değerleri Çizelge 3.4.'te verilmiştir. Yiyecek seçim ölçeğinde en yüksek

puan ortalamasına sahip olan ifadeler Duyusal çekicilik alt boyutunda yer alan 4'üncü ifade olan "... tadının güzel olmasıdır" ( $3,34 \pm 0,89$ ), Duyusal çekicilik alt boyutunda yer alan 14'üncü ifade olan "... güzel kokuya sahip olmasıdır" ( $3,16 \pm 0,93$ ) ve ruh hali alt boyutunda yer alan 13'üncü ifade olan "... beni mutlu etmesidir" ( $3,13 \pm 0,97$ ) iken en düşük puan ortalamasına sahip olan ifadeler ise sağlık alt boyutunda yer alan 9'uncu ifade olan "... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır" ( $2,51 \pm 1,03$ ), etiksel kaygı alt boyutunda yer alan 20'nci ifade olan "... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır" ve fiyat alt boyutunda yer alan 12'nci ifade olan "... parasal değerinin yüksek olmasıdır" ( $2,61 \pm 1,05$ ) olarak saptanmıştır. Yiyecek seçim ölçeği sağlık alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... beni sağlıklı tutmasıdır" ( $3,11 \pm 0,96$ ) iken en düşük puan ortalaması ise "... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır" ( $2,51 \pm 1,03$ ) şeklinde bulunmuştur. Ruh hali alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... beni mutlu etmesidir" ( $3,13 \pm 0,97$ ) iken en düşük puan ortalaması "... stresle başa çıkmama yardım etmesidir" ( $2,72 \pm 1,05$ ) olarak saptanmıştır. Kolaylık alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... kolayca pişirilebilir olmasıdır" ( $3,04 \pm 0,95$ ) ifadesi iken en düşük puan ortalaması ise "... kolayca mağazalarda ve süpermarketlerde bulunmasıdır" ( $2,89 \pm 0,98$ ) ifadesi bulunmuştur. Duyusal çekicilik alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "...tadının güzel olmasıdır" ( $3,34 \pm 0,89$ ) ifadesi iken en düşük puan ortalaması "... hoş bir dokuya sahip olmasıdır" ( $2,86 \pm 1,00$ ) ifadesi tespit edilmiştir. Doğal içerik alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... doğal maddeler içermesidir" ( $3,00 \pm 0,99$ ) iken en düşük puan ortalaması ise "hiçbir yapay madde içermemesidir" ( $2,88 \pm 1,03$ ) ifadesi olarak saptanmıştır. Fiyat alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... pahalı olmamasıdır" ( $2,96 \pm 0,98$ ) ifade iken en düşük puan ortalaması ise "... parasal değerinin yüksek olmasıdır" ( $2,61 \pm 1,05$ ) olarak bulunmuştur. Kilo kontrolü alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... yağ oranının düşük olmasıdır" ( $2,75 \pm 1,01$ ) ifadesi iken en düşük puan ortalaması da "... kalori (enerji) oranının düşük olmasıdır" ( $2,62 \pm 1,04$ ) olarak saptanmıştır. Bilinirlik alt boyutunda en yüksek puan ortalaması "... genellikle yediğim şey olmasıdır" ( $2,99 \pm 0,94$ ) ifadesi iken en düşük puan ortalaması ise "... çocukken yediğim yemeklere benziyor olmasıdır" ( $2,70 \pm 1,03$ ) ifadesi olarak saptanmıştır. Etiksel kaygı alt boyutunda ise en yüksek puan ortalaması "... menşei (üretim) ülkesinin açık bir şekilde belirtiliyor olmasıdır" ( $2,76 \pm 1,05$ ) iken en düşük puan ortalaması da "... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır" ( $2,59 \pm 1,05$ ) olarak bulunmuştur.

Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3.5.'te gösterilmiştir.

Çizelge 3.5. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi ile ilgili tanımlayıcı istatistikler

	İfadeler	X̄	SS	Tamamen	Oldukça	Biraz	Ne Doğru	Biraz	Oldukça	Tamamen
				Yanlış	Yanlış	Yanlış	Ne Yanlış	Doğru	Doğru	Doğru
				%	%	%	%	%	%	%
Uyumluluk	Cana Yakın	5,46	1,50	1,9	2,8	4,8	15,7	21,6	19,1	34,0
	Yardımsaver	5,66	1,41	2,0	1,4	3,4	13,0	19,0	24,6	36,6
	Nazik	5,23	1,55	3,6	2,1	6,2	18,1	22,4	21,0	26,6
	Birlikte Çalışmayı Seven	5,34	1,64	3,5	2,8	7,8	14,2	18,2	20,1	33,3
	Uyumlu	5,33	1,58	3,2	2,6	6,2	16,2	20,7	20,1	31,0
	Anlayışlı	5,51	1,48	2,6	1,4	4,9	14,8	20,4	21,9	34,0
Dışadönüklük	Mesafeli	4,46	1,76	8,9	6,0	11,2	22,7	22,4	13,5	15,3
	Sessiz	4,39	1,83	10,9	6,0	11,2	21,9	20,2	14,4	15,4
	İçe Dönük	4,32	1,74	8,8	6,7	13,7	24,6	20,1	12,8	13,3
	Konuşkan	5,31	1,54	2,9	2,7	5,7	16,3	22,6	20,5	29,2
	Utangaç	4,37	1,80	9,7	6,9	12,9	21,9	19,9	13,5	15,3
	Çekingen	4,34	1,81	10,6	6,5	11,3	24,7	18,5	13,2	15,1
Sorumluluk	Dağınık	4,12	1,95	16,0	7,4	11,0	20,0	20,3	10,4	14,8
	Dikkatli	5,18	1,56	2,9	2,9	7,8	17,8	22,2	20,8	25,6
	Tertipli	5,07	1,62	4,2	3,8	7,4	17,1	24,0	19,9	23,7
	Dakik	4,90	1,74	5,6	5,3	9,2	18,5	20,9	16,3	24,2
	Düzenli	5,06	1,80	6,9	4,0	7,2	16,2	18,9	18,2	28,7
	Sistemli	5,02	1,62	4,4	3,5	8,0	18,6	24,3	18,3	22,9
Duyusal Denge	Hırçın	4,53	1,78	8,5	6,7	10,1	20,1	24,0	13,9	16,7
	Gergin	4,51	1,67	6,7	4,7	12,8	25,6	22,0	12,4	15,7
	Alıngan	4,79	1,70	5,8	5,3	8,7	20,7	23,1	16,0	20,4
	Kaygılı	4,67	1,64	5,3	4,2	11,8	24,7	21,7	14,9	17,2
	Ürkek	3,74	1,93	19,2	11,1	13,5	19,6	16,0	10,4	10,3
	Endişeli	4,57	1,72	6,9	5,7	10,6	25,4	20,9	12,4	18,1
Deneyime Açıklık	Hayal Gücü Geniş	5,47	1,57	3,3	2,3	4,5	14,7	19,5	20,2	35,5
	Meraklı	5,24	1,57	3,5	3,0	5,2	17,0	24,4	18,8	28,1
	Bilgili	5,21	1,45	1,9	2,4	6,3	20,5	23,7	21,3	23,8
	Yenilikçi	5,19	1,54	2,6	3,1	7,4	18,5	22,4	20,1	25,9
	Sanatçı									
	Ruhlu	4,36	1,96	12,4	6,6	13,6	18,8	16,2	12,8	19,6
Yaratıcı	5,14	1,77	5,8	3,7	7,5	15,4	20,1	16,2	31,4	

Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinde yer alan her bir ifadeye ait ortalama, standart sapma ve yüzdelik değerleri Çizelge 3.5.'te verilmiştir. Kuşakların hızlı büyük beşli kişilik testinde en yüksek puan ortalamalarına sahip olan ifadeler uyumluluk alt boyutunda yer alan 10'uncu ifade olan "Yardımsaver" (5,66 ±1,41), uyumluluk alt boyutunda yer alan 28'inci ifade olan "Anlayışlı" (5,51 ±1,48) ve deneyime açıklık alt boyutunda yer alan 1'inci ifade olan "Hayal gücü geniş" (5,47 ±1,57) iken en düşük puan ortalamalarına sahip olan ifadeler ise duygusal denge alt boyutunda yer alan 24'üncü ifade olan "Ürkek" (3,74 ±1,93), sorumluluk alt boyutunda yer alan 3'üncü ifade olan "Dağınık" (4,12 ±1,95) ve dışadönüklük alt boyutunda



yer alan 26'ncı ifade olan "Çekingen" (4,34 ±1,81) olarak bulunmuştur. Uyumluluk alt boyutunda en yüksek puan ortalamasına sahip olan ifade "Yardımsever" (5,66 ±1,41) iken en düşük puan ortalamasına sahip olan ifade ise "Nazik" (5,23 ±1,55) olarak bulunmuştur. Dışadönüklük alt boyutunda en yüksek puan ortalamasına sahip olan ifade "Konuşkan" (5,31 ±1,54) iken en düşük puan ortalamasına sahip olan ifade de "İçedönük" (4,32 ±1,74) olarak saptanmıştır. Sorumluluk alt boyutunda en yüksek puan ortalamasına sahip olan ifade "Dikkatli" (5,18 ±1,56) iken en düşük puan ortalamasına sahip olan ifade "Dağınık" (4,12 ±1,95) olarak bulunmuştur. Duygusal denge alt boyutunda en yüksek puan ortalamasına sahip olan ifade "Alıngan" (4,79 ±1,41) iken en düşük ifade de "Ürkek" (3,74 ±1,93) olarak tespit edilmiştir. Deneyime açıklık alt boyutunda en yüksek puan ortalamasına sahip olan ifade "Hayal gücü geniş" (5,47 ±1,57) iken en düşük puan ortalamasına sahip olan ifade "Yaratıcı" (5,14 ±1,77) olarak bulunmuştur.

### 3.6.2. Gözlenen Değişkenlerin Normal Dağılıma Uygunluğu

Çalışmada uygun analiz türünü belirlemek amacıyla ilk olarak değişkenlerin dağılımının normallik ve homojenlik varsayımlarını sağlayıp sağlamadığı belirlenmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan Yiyecek Seçimi Ölçeği ve Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi için uygulanan Kolmogorov-Smirnov sonuçları Çizelge 3.6.'da gösterilmiştir.

Çizelge 3.6. Ölçeklerin alt boyutlarının normal dağılıma uygunluk testi

		Kolmogorov- Smirnov		
		İstatistik değeri	Serbestlik derecesi	p-değeri
<b>Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi</b>	Uyumluluk	0,070	1560	<0,001
	Dışadönüklük	0,073	1560	<0,001
	Sorumluluk	0,048	1560	<0,001
	Duygusal denge	0,037	1560	<0,001
	Deneyime açıklık	0,052	1560	<0,001
<b>Yiyecek Seçimi Ölçeği</b>	Sağlık	0,092	1560	<0,001
	Ruh hali	0,094	1560	<0,001
	Kolaylık	0,098	1560	<0,001
	Duyusal çekicilik	0,114	1560	<0,001
	Doğal içerik	0,121	1560	<0,001
<b>Alt Boyutları</b>	Fiyat	0,136	1560	<0,001
	Kilo kontrol	0,136	1560	<0,001
	Bilinirlik	0,122	1560	<0,001
	Etiksel kaygı	0,123	1560	<0,001

Çalışma kapsamında elde edilen verilere yönelik gerçekleştirilen normallik testi sonucunda ortaya çıkan Kolmogorov-Smirnov değerleri Çizelge 3.6.'da ölçeklerin alt boyutlarının

normal dağılıma uygunluk testinin betimleyici istatistik sonuçları ise Çizelge 3.7.'de gösterilmiştir. Çizelge 3.6.'da yer alan Kolmogorov-Smirnov değerleri dikkate alındığında hem Yiyecek Seçimi Ölçeğinin hem de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi ölçeğinin alt boyutlarından elde edilen verilerin normal dağılım göstermediği görülmektedir.

Çizelge 3.7. Ölçeklerin alt boyutlarının normal dağılıma uygunluk testinin betimleyici istatistik sonuçları

Boyutlar		İstatistik Değeri		Standart Sapma
<b>Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi Alt Boyutları</b>	Uyumluluk	Skewness	-,236	,062
		Kurtosis	-,107	,124
	Dışadönüklük	Skewness	,302	,062
		Kurtosis	,206	,124
	Sorumluluk	Skewness	-,310	,062
		Kurtosis	,063	,124
	Duygusal denge	Skewness	,099	,062
		Kurtosis	-,005	,124
	Deneyime açıklık	Skewness	-,147	,062
		Kurtosis	-,381	,124
<b>Yiyecek Seçimi Ölçeği Alt Boyutları</b>	Sağlık	Skewness	-,377	,062
		Kurtosis	-,263	,124
	Ruh hali	Skewness	-,448	,062
		Kurtosis	-,330	,124
	Kolaylık	Skewness	-,425	,062
		Kurtosis	-,269	,124
	Duyusal çekicilik	Skewness	-,288	,062
		Kurtosis	-,185	,124
	Doğal içerik	Skewness	-,486	,062
		Kurtosis	-,463	,124
	Fiyat	Skewness	-,363	,062
		Kurtosis	-,474	,124
	Kilo kontrol	Skewness	-,306	,062
		Kurtosis	-,592	,124
	Bilinirlik	Skewness	-,340	,062
		Kurtosis	-,307	,124
	Etiksel kaygı	Skewness	-,244	,062
		Kurtosis	-,655	,124

Yiyecek Seçimi Ölçeği ve Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi ölçeğinin alt boyutlarından elde edilen verilerin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri Çizelge 3.7.'de gösterilmiştir. Kolmogorov-Smirnov değerine göre normal dağılım göstermeyen ölçeklere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olduğu ve George ve Mallery'nin (2003) sınıflandırmasına göre bu verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

### 3.6.3. Ölçeklere İlişkin Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizleri

İyi bir ölçme aracında aranan en temel nitelikler güvenirlilik ve geçerliliğdir. Belirli bir amaca yönelik gerçekleştirilen ölçme işlemleri sonucunda doğru kararları verebilmek için

kullanılan ölçme aracında bu iki niteliğin bulunması gereklidir. Her iki nitelikte ölçmedeki yanılgılarla ilgilidir ve bu yanılgıların azami seviyeye indirilmesi hem güvenilirliği hem geçerliliği iyileştirecektir (Karasar, 2012).

Ölçüme ilişkin güvenilirlik, bir araştırmada kullanılan veri toplama tekniklerinin, aynı konuyu ele alan fakat farklı zaman ve mekanlarda gerçekleştirilen diğer araştırmalarda aynı veya benzer sonuçları verme özelliğidir (Carmines ve Zeller, 1979; Bal, 2001: 133). Karasar (2012) güvenilirliği, aynı durumun bağımsız ölçümleri arasındaki kararlılık, ölçülmek istenilen şeyin, her zaman aynı sembollerle temsili, aynı süreçlerin izlenmesi, aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçlara ulaşılması ve tesadüfi yanılgılardan arınık olması olarak tanımlamaktadır.

Ölçme aracına ilişkin geçerlik ise bir testin kullanılış amacına uygunluk derecesi olarak tanımlanmaktadır (Sönmez ve Alacapınar, 2013: 92). Bir araştırmada kullanılan ölçüm yapan aracın, o konuda ölçüm yapmaya uygun olması gerekmektedir (Bal, 2001: 133). Uygulama yapılan bir testten hesaplanacak puanların ölçülmesi amaçlanan niteliğin iyi bir temsilcisi olması, öncelikle kullanılacak test maddelerinin ölçülmek istenilen davranışları ölçmede yeterli olmasını gerektirir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2010: 118). Örneğin, turizm sektöründe iş tatmin düzeyini ölçen bir ölçek bu amaca hizmet ettiği sürece geçerlidir. Aynı testi davranışsal niyetleri ölçmek için kullanmak uygun değildir. Çünkü farklı amaçlar için geliştirilmişlerdir. Bir ölçme aracı ölçmek istenilen şeyi diğerlerinden ayırt edebiliyorsa geçerli kabul edilebilir (Sönmez ve Alacapınar, 2013: 92).

Bu çalışmada araştırma amacına uygun olarak kullanılan Steptoe, Pollard ve Wardle (1995) tarafından geliştirilen ve Dikmen ve diğerleri (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Yiyecek Seçimi Ölçeği ile Goldberg (1990) tarafından geliştirilen ve Morsünbül (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayısının hesaplanması ile yapılmıştır. Cronbach's alfa katsayısı, 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Bu katsayı 1'e yaklaştıkça uyumun ve tutarlığın yüksek olduğu sonucuna varılabilmektedir. İslamoğlu (2011: 139) bir ölçeğin güvenilirlik ölçüsünü şu şekilde kategorize eder: Cronbach's Alfa Katsayısının ( $\alpha$ );

$0.00 < \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 < \alpha < 0.60$  ise ölçek düşük bir güvenilirliğe sahiptir,

$0.60 < \alpha < 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilirirdir,

$0.80 < \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

### 3.6.3.1. Yiyecek seçimi ölçeği (food choice questionnaire) güvenilirlik analizi

Aşağıda yer alan Çizelge 3.8.'de Yiyecek Seçimi Ölçeğinin sağlık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.8. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin sağlık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır.	FC 9	2,514	1,030	14,798	13,144	0,450	0,784	
... besleyici olmasıdır.	FC 10	3,075	0,956	14,237	12,906	0,546	0,761	
... birçok vitamin ve mineral içeriyor olmasıdır.	FC 22	2,840	1,005	14,472	12,623	0,551	0,760	
... protein içeriğinin yüksek olmasıdır.	FC 27	2,867	0,991	14,446	12,487	0,585	0,751	0,793
... beni sağlıklı tutmasıdır.	FC 29	3,106	0,959	14,206	12,519	0,608	0,746	
... cildime, dişlerime, saçlarıma, tırnaklarıma vb. iyi gelmesidir.	FC 30	2,910	1,038	14,403	12,547	0,536	0,763	
Toplam		17,312	4,191					

Çizelge 3.8.'de Yiyecek Seçim Ölçeğine ait sağlık alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Sağlık alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,793 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.9'da Yiyecek Seçimi Ölçeğinin ruh hali alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.9. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin ruh hali alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... beni mutlu etmesidir.	FC 13	3,125	0,967	14,478	13,438	0,447	0,777	0,788
... stresle başa çıkmama yardım etmesidir.	FC 16	2,717	1,046	14,886	12,694	0,504	0,765	
... beni uyanık ve canlı tutmasıdır.	FC 24	2,946	0,987	14,657	12,627	0,562	0,750	
... rahatlamama yardımcı olmasıdır.	FC 26	2,944	0,997	14,658	12,296	0,608	0,739	
... beni iyi hissettiriyor olmasıdır.	FC 31	3,088	0,955	14,515	12,740	0,570	0,749	
... hayatla başa çıkmada yardımcı olmasıdır.	FC 34	2,783	1,055	14,819	12,383	0,545	0,755	
Toplam		17,603	4,188					

Çizelge 3.9.'da Yiyecek Seçim Ölçeğine ait ruh hali alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Ruh hali alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,788 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.10.'da Yiyecek Seçimi Ölçeğinin kolaylık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.10. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin kolaylık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... hazırlamasının kolay olmasıdır.	FC 1	2,925	1,052	11,873	7,603	0,433	0,656	0,696
... kolayca mağazalarda ve süpermarketlere bulunmasıdır.	FC 11	2,885	0,984	11,913	7,781	0,450	0,647	
... kolayca pişirilebilir olmasıdır.	FC 15	3,040	0,954	11,758	7,746	0,483	0,634	
... hazırlamasının çok fazla zaman almamasıdır.	FC 28	2,985	0,994	11,813	7,652	0,469	0,639	
... yaşadığım ya da çalıştığım yere yakın dükkanlarda satın alınabilir olmasıdır.	FC 35	2,963	1,000	11,835	7,844	0,424	0,658	
Toplam		14,798	3,349					

Tablo 3.10.'da Yiyecek Seçim Ölçeğine ait kolaylık alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Kolaylık alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,696 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin Alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.11.'de Yiyecek Seçimi Ölçeğinin duyuşal çekicilik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.11. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin duyuşal çekicilik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... tadının güzel olmasıdır.	FC 4	3,340	0,885	9,081	5,268	0,476	0,686	0,725
... güzel kokuya sahip olmasıdır.	FC 14	3,157	0,935	9,265	4,782	0,570	0,632	
... hoş bir dokuya sahip olmasıdır.	FC 18	2,863	0,998	9,558	4,872	0,481	0,685	
...güzel görünüyor olmasıdır.	FC 25	3,061	0,994	9,361	4,690	0,536	0,651	
Toplam		12,422	2,826					

Çizelge 3.11.'de Yiyecek Seçim Ölçeğine ait duygusal çekicilik alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Duygusal çekicilik alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,725 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.12.'de Yiyecek Seçimi Ölçeğinin doğal içerik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.12. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin doğal içerik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... hiçbir katkı maddesi içermemesidir.	FC 2	2,908	0,989	5,881	2,954	0,596	0,626	
... doğal maddeler içermesidir.	FC 5	2,996	0,989	5,793	2,970	0,590	0,633	0,743
... hiçbir yapay madde içermemesidir.	FC 23	2,885	1,025	5,904	3,042	0,521	0,714	
Toplam		8,789	2,441					

Çizelge 3.12.'de Yiyecek Seçim Ölçeğine ait doğal içerik alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Doğal içerik alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,743 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.13.'te Yiyecek Seçimi Ölçeğinin fiyat alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.13. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin fiyat alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... pahalı olmamasıdır.	FC 6	2,956	0,981	5,560	2,918	0,460	0,442	0,605
... parasal değerinin yüksek olmasıdır.	FC 12	2,608	1,055	5,908	3,052	0,341	<b>0,608</b>	
... ucuz olmasıdır.	FC 36	2,952	1,077	5,564	2,687	0,445	0,456	
Toplam		8,516	2,328					

Çizelge 3.13.'te Yiyecek Seçim Ölçeğine ait fiyat alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Fiyat alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,605 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde FC 12. maddenin kaldırma katsayı alfa katsayısından büyük olduğu için bu madde silinebilir.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.14.'te Yiyecek Seçimi Ölçeğinin kilo kontrolü alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.14. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin kilo kontrolü alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... kalori (enerji) oranının düşük olmasıdır.	FC 3	2,623	1,041	5,401	2,891	0,492	0,515	0,652
... yağ oranının düşük olmasıdır.	FC 7	2,751	1,013	5,272	3,062	0,459	0,560	
... kilo kontrolünü sağlamada yardım etmesidir.	FC 17	2,649	1,059	5,374	2,993	0,437	0,591	
Toplam		8,024	2,391					

Çizelge 3.14'te Yiyecek Seçim Ölçeği ne ait kilo kontrolü alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Ağırlık kontrolü alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,652 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir.



Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.15.'te Yiyecek Seçimi Ölçeğinin ağırlık kontrolü alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.15. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin bilinirlik alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... benim için tanıdık (bilindik) olmasıdır.	FC 8	2,953	0,967	5,689	2,491	0,407	0,531	
... çocukken yediğim yemeklere benziyor olmasıdır.	FC 21	2,701	1,032	5,940	2,324	0,410	0,530	0,607
... genellikle yediğim şey olmasıdır.	FC 33	2,988	0,943	5,654	2,439	0,452	0,460	
Toplam		8,642	2,089					

Çizelge 3.15.'te Yiyecek Seçim Ölçeğine ait bilinirlik alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Aşinalık alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,607 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.16.'da Yiyecek Seçimi Ölçeğinin etiksel kaygı alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.16. Yiyecek Seçimi Ölçeğinin etiksel kaygı alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
... çevre dostu bir şekilde paketlenmiş olmasıdır.	FC 19	2,722	0,992	5,353	3,161	0,501	0,563	
... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır.	FC 20	2,590	1,079	5,485	2,817	0,533	0,516	0,674
... menşei (üretim) ülkesinin açıkça belirtiliyor olmasıdır.	FC 32	2,763	1,052	5,312	3,187	0,430	0,652	
Toplam		8,075	2,431					

Çizelge 3.16.'da Yiyecek Seçim Ölçeğine ait etik kaygı alt boyutu için madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Etik kaygı alt boyutuna ait Cronbach's alfa katsayısı 0,674 olarak elde edilmiştir. Ölçeğinin alfa katsayısına göre ölçek oldukça güvenilir olarak elde edilmiştir. Madde silme güvenilirlik katsayıları incelendiğinde maddelerin kaldırma katsayıları Alfa katsayısından küçük olduğu için madde silmeye ihtiyaç yoktur.

### 3.6.3.2. Hızlı büyük beşli kişilik testi (quick big five personality test) güvenilirlik analizi

Aşağıda yer alan Çizelge 3.17.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin uyumluluk alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.17. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin uyumluluk alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
Cana Yakın	Kişilik 5	5,46	1,502	27,07	30,161	0,484	0,762	0,783
Yardımseser	Kişilik 10	5,66	1,410	26,87	29,833	0,557	0,745	
Nazik	Kişilik 15	5,23	1,554	27,30	30,134	0,461	0,768	
Birlikte Çalışmayı Seven	Kişilik 20	5,34	1,640	27,18	28,666	0,515	0,755	
Uyumlu	Kişilik 22	5,33	1,578	27,20	28,277	0,574	0,739	
Anlayışlı	Kişilik 28	5,51	1,484	27,02	28,594	0,606	0,732	
Toplam		32,53	6,357					

Çizelge 3.17.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin uyumluluk alt boyutuna ait madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Uyumluluk alt boyutu için Cronbach's alfa değeri 0,783 olarak elde edilmiştir. Bu da ölçeğin oldukça güvenilir ölçek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçekten madde çıkartıldığında Cronbach's alfa değerlerinin düştüğü gözlemlenmiş ve bunun da maddelerin ölçekte kalması gerektiğinin göstergesi olduğu sonucuna varılmıştır. Ölçek maddelerine ait ortalama değerler 5,23 ile 5,66 arasında değişmektedir.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.18.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin dışadönüklük alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.18. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin dışadönüklük alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
Mesafeli	Kişilik 4	3,54	1,758	19,89	30,866	0,220	0,631	0,623
Sessiz	Kişilik 9	3,61	1,830	19,83	26,081	0,472	0,530	
İçe Dönük	Kişilik 13	3,68	1,736	19,75	26,122	0,514	0,515	
Konuşkan	Kişilik 18	5,31	1,543	18,12	35,179	0,037	0,682	
Utangaç	Kişilik 21	3,63	1,805	19,80	26,455	0,460	0,536	
Çekingen	Kişilik 26	3,65	1,813	19,78	26,659	0,443	0,542	
Toplam		23,43	6,184					

Çizelge 3.18.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin dışadönüklük alt boyutuna ait madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans

değerleri ve Cronbac's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach alfa katsayısı verilmiştir. Dışadönüklük alt boyutu için Cronbach's alfa değeri 0,623 olarak elde edilmiştir. Bu da ölçeğin güvenilir ölçek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçekten madde çıkartıldığında Cronbach's alfa değerlerinin düştüğü gözlemlenmiş ve bunun da maddelerin ölçekte kalması gerektiğinin göstergesi olduğu sonucuna varılmıştır. Ölçek maddelerine ait ortalama değerler 3,54 ile 5,31 arasında değişmektedir.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.19.'da Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin sorumluluk alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.19. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin sorumluluk alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
Dağınık	Kişilik 3	3,88	1,94	25,22	33,524	0,249	0,730	0,705
Dikkatli	Kişilik 8	5,18	1,56	23,92	32,882	0,427	0,668	
Tertipli	Kişilik 12	5,07	1,62	24,03	29,872	0,591	0,618	
Dakik	Kişilik 17	4,90	1,74	24,21	32,898	0,349	0,692	
Düzenli	Kişilik 25	5,06	1,80	24,05	28,931	0,557	0,624	
Sistemli	Kişilik 27	5,02	1,62	24,09	31,339	0,495	0,648	
	Toplam	29,11	6,55					

Çizelge 3.19.'da Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin sorumluluk alt boyutuna ait madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Sorumluluk alt boyutu için Cronbach's alfa değeri 0,705 olarak elde edilmiştir. Bu da ölçeğin yüksek güvenilirlikte ölçek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçek maddelerine ait ortalama değerler 3,88 ile 5,18 arasında değişmektedir.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.20.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin duygusal denge alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.20. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin duygusal denge alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
Hırçın	Kişilik 2	3,47	1,777	17,70	30,864	0,310	0,640	0,655
Gergin	Kişilik 7	3,49	1,670	17,68	29,892	0,409	0,605	
Alıngan	Kişilik 11	3,20	1,703	17,96	30,653	0,350	0,625	
Kaygılı	Kişilik 16	3,32	1,638	17,84	29,543	0,445	0,592	
Ürkek	Kişilik 24	4,25	1,934	16,91	29,671	0,320	0,640	
Endişeli	Kişilik 29	3,42	1,719	17,74	28,201	0,493	0,573	
Toplam		21,17	6,34					

Çizelge 3.20.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin uyumluluk alt boyutuna ait madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Duygusal denge alt boyutu için Cronbach's alfa değeri 0,655 olarak elde edilmiştir. Bu da ölçeğin güvenilir ölçek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçekten madde çıkartıldığında Cronbach's alfa değerlerinin düştüğü gözlemlenmiş ve bunun da maddelerin ölçekte kalması gerektiğinin göstergesi olduğu sonucuna varılmıştır. Ölçek maddelerine ait ortalama değerler 3,20 ile 4,25 arasında değişmektedir.

Aşağıda yer alan Çizelge 3.21.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin deneyime açıklık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 3.21. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin deneyime açıklık alt boyutuna ait güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekte Yer Alan Alt Boyuta Ait İfadeler	İfade Kodu	Ortalama	S. Sapma	Madde silindiğinde ortalama	Madde silindiğinde Varyans	Toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alfa	Cronbach's Alfa
Hayal Gücü Geniş	Kişilik 1	5,48	1,567	25,15	27,788	0,358	0,625	0,658
Meraklı	Kişilik 6	5,24	1,570	25,38	29,723	0,232	0,666	
Bilgili	Kişilik 14	5,21	1,449	25,42	27,929	0,401	0,613	
Yenilikçi	Kişilik 19	5,19	1,542	25,44	26,332	0,471	0,587	
Sanatçı Ruhlu	Kişilik 23	4,36	1,956	26,26	25,038	0,373	0,625	
Yaratıcı	Kişilik 30	5,14	1,765	25,48	24,191	0,510	0,567	
Toplam		30,63	6,014					

Çizelge 3.21.'de Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin uyumluluk alt boyutuna ait madde ortalaması ve standart sapması, madde silinince oluşacak olan ölçek ortalaması, varyans değerleri ve Cronbach's alfa katsayıları, madde toplam korelasyonu, genel Cronbach's alfa katsayısı verilmiştir. Deneyime açıklık alt boyutu için Cronbach's alfa değeri 0,658 olarak elde edilmiştir. Bu da ölçeğin güvenilir ölçek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçekten madde çıkartıldığında Cronbach's alfa değerlerinin düştüğü gözlemlenmiş ve bunun da maddelerin ölçekte kalması gerektiğinin göstergesi olduğu sonucuna varılmıştır. Ölçek maddelerine ait ortalama değerler 4,36 ile 5,48 arasında değişmektedir.

Çalışmada faktör yapısının güvenilir olduğunun belirlenmesinin ardından Yiyecek Seçimi Ölçeği ve Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testinin yapı geçerliğinin belirlenmesi için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Bu kapsamda farklı kuşaklardan 1560 katılımcıdan elde edilen veri seti kullanılmıştır. Dolayısıyla 36 maddelik Yiyecek Seçim Ölçeği ve 30 maddelik Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi için aynı veriler üzerinde doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizler sonucunda referans alınacak uyum iyiliği istatistikleri Çizelge 3.22.'de ifade edilmiştir.

Çizelge 3.22. Uyum İyiliği İstatistikleri Anahtarı-Rehberi

Uyum Kriteri	Uyum = İyi	Uyum = Kabul Edilebilir
$\chi^2$	$0 \leq \chi^2 \leq 2sd$	$2sd < \chi^2 \leq 3sd$
p değeri	$0.05 < p \leq 1.00$	$0.01 \leq p \leq 0.05$
$x^2 / sd$	$0 \leq \chi^2 / sd \leq 2$	$2 < \chi^2 / sd \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.09$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 < SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI < 0.95$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI < 0.97$
GFI	$GFI 0.95 \leq GFI \leq 1.$	$00 0.90 \leq GFI < 0.95$

Kaynak: Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller (2003).

### 3.6.3.3. Yiyecek seçimi ölçeği (food choice questionnaire) doğrulayıcı faktör analizi

Yiyecek Seçim Ölçeği'ne doğrulayıcı faktör analizi uygulanması sonucunda elde edilen sonuçlar Çizelge 3.23.'te önerilen uyum değerleri ise Çizelge 3.24.'te gösterilmiştir.

Çizelge 3.23. Yiyecek Seçimi Ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

İfade Kodu		Faktör Kodu	B1	B2	SH	Test İst.	p
FC 30	<---	Sağlık- F1	0,588	1			
FC 29	<---	Sağlık- F1	0,656	1,032	0,05	20,731	<0,001
FC 27	<---	Sağlık- F1	0,661	1,074	0,052	20,838	<0,001
FC 22	<---	Sağlık- F1	0,679	1,118	0,053	21,223	<0,001
FC 10	<---	Sağlık- F1	0,623	0,976	0,049	19,971	<0,001
FC 9	<---	Sağlık- F1	0,550	0,928	0,051	18,168	<0,001
FC 13	<---	Ruh Hali- F2	0,588	0,892	0,046	19,503	<0,001
FC 34	<---	Ruh Hali- F2	0,603	1			
FC 31	<---	Ruh Hali- F2	0,676	1,014	0,047	21,687	<0,001
FC 26	<---	Ruh Hali- F2	0,674	1,056	0,049	21,649	<0,001
FC 24	<---	Ruh Hali- F2	0,63	0,976	0,047	20,57	<0,001
FC 16	<---	Ruh Hali- F2	0,551	0,905	0,049	18,527	<0,001
FC 35	<---	Kolaylık- F3	0,593	1			
FC 1	<---	Kolaylık- F3	0,494	0,876	0,055	15,823	<0,001
FC 11	<---	Kolaylık- F3	0,580	0,961	0,054	17,885	<0,001
FC 15	<---	Kolaylık- F3	0,581	0,934	0,052	17,92	<0,001
FC 28	<---	Kolaylık- F3	0,547	0,917	0,054	17,142	<0,001
FC 4	<---	Duyusal Çekicilik- F4	0,578	0,758	0,038	19,912	<0,001
FC 14	<---	Duyusal Çekicilik- F4	0,676	0,936	0,041	22,822	<0,001
FC 18	<---	Duyusal Çekicilik- F4	0,596	0,879	0,043	20,444	<0,001
FC 25	<---	Duyusal Çekicilik- F4	0,680	1			
FC 2	<---	Doğal İçerik- F5	0,679	0,94	0,039	23,954	<0,001
FC 5	<---	Doğal İçerik- F5	0,726	1,004	0,039	25,42	<0,001
FC 23	<---	Doğal İçerik- F5	0,697	1			
FC 6	<---	Fiyat- F6	0,665	0,972	0,053	18,172	<0,001
FC 12	<---	Fiyat- F6	0,483	0,758	0,052	14,685	<0,001
FC 36	<---	Fiyat- F6	0,623	1			
FC 3	<---	Ağırlık Kontrolü- F7	0,606	1,089	0,063	17,327	<0,001
FC 7	<---	Ağırlık Kontrolü- F7	0,699	1,224	0,065	18,817	<0,001
FC 17	<---	Ağırlık Kontrolü- F7	0,547	1			
FC 8	<---	Aşinalık- F8	0,501	0,976	0,058	16,752	<0,001
FC 21	<---	Aşinalık- F8	0,494	1,026	0,062	16,574	<0,001
FC 33	<---	Aşinalık- F8	0,527	1			
FC 19	<---	Etiksel Kaygı- F9	0,652	0,949	0,047	20,19	<0,001
FC 20	<---	Etiksel Kaygı- F9	0,610	0,967	0,05	19,227	<0,001
FC 32	<---	Etiksel Kaygı- F9	0,647	1			

B1: Standart yol katsayıları, B2: Standart olmayan yol katsayıları

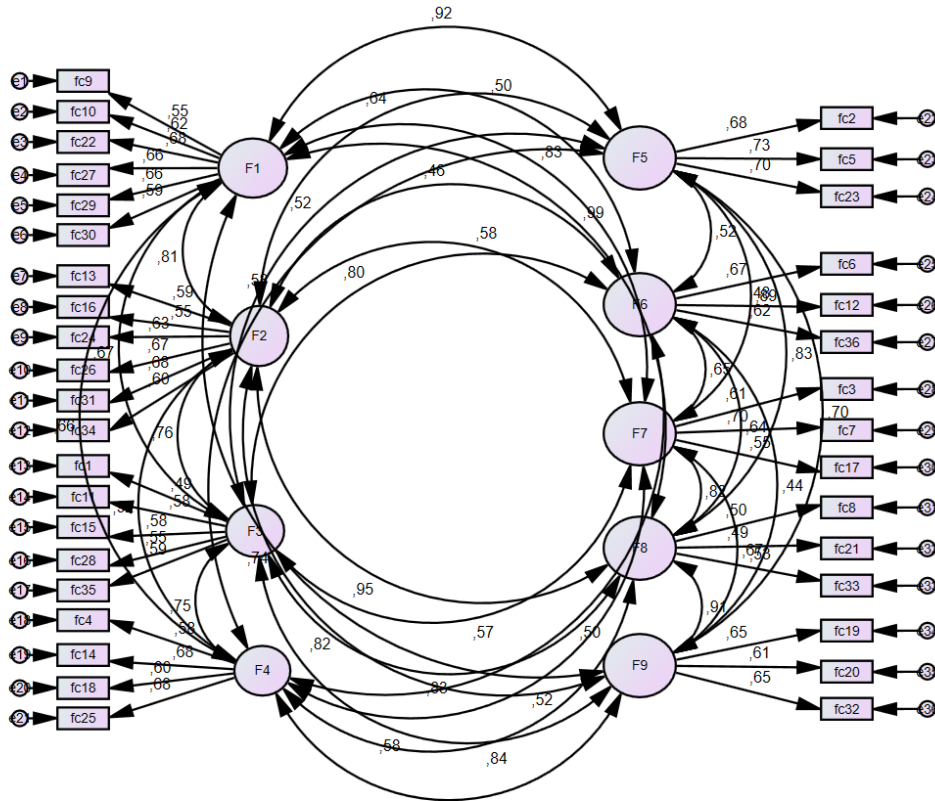
Çizelge 3.24.'de yer alan Yiyecek Seçimi Ölçeği doğrulayıcı faktör sonuçlarına göre Yiyecek Seçimi Ölçeğine ait tüm yol katsayıları istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir.

Çizelge 3.24. Yiyecek Seçimi Ölçeği'ne ait önerilen uyum değerleri

Uyum Kriteri	$\chi^2$	p değeri	$\chi^2 / sd$	RMSEA	CFI	SRMR	NFI	GFI
Önerilen Uyum Değerleri	6124,001	0,001	2,536	,080	0,754	0,06	0,741	0,803

Çizelge 3.24.'te yer alan Yiyecek Seçimi Ölçeği önerilen uyum değerleri incelendiğinde Ki-kare değeri 6124,001, p değeri 0,001, RMSEA değeri 0,080, SRMR değeri 0,06 saptanmış olup bu kriterlerin Çizelge 3.20'de ifade edilen uyum istatistiklerine uygun olduğu, CFI, NFI ve GFI değerlerinin ise uyum istatistiklerine uygun olmadığı saptanmıştır.

Yiyecek Seçim Ölçeği üzerinde uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen Yiyecek Seçim Ölçeği'ne ilişkin standartlaştırılmış çözüm değerleri Şekil 3.1.'de gösterilmiştir.



CMIN=6124,001; DF=558; CMIN/DF=<sup>62</sup>10,975; p=,000; RMSEA=,080; CFI=,754; GFI=,803

Şekil 3.1. Yiyecek Seçim Ölçeği'ne ilişkin standartlaştırılmış çözüm değerleri



### 3.6.3.4. Hızlı büyük beşli kişilik testi (quick big five personality test) doğrulayıcı faktör analizi

Hızlı Büyük Beşli Testi'ne doğrulayıcı faktör analizi uygulanması sonucunda elde edilen sonuçlar Çizelge 3.25.'te önerilen uyum değerleri ise Çizelge 3.26.'da gösterilmiştir.

Çizelge 3.25. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi için doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

İfade Kodu	Faktör Kodu	B1	B2	SH	Test İst.	p
kisilik5	<--- Uyumluluk- F1	0,532	0,776	0,041	18,717	<0,001
kisilik10	<--- Uyumluluk- F1	0,621	0,851	0,039	21,586	<0,001
kisilik15	<--- Uyumluluk- F1	0,583	0,88	0,043	20,368	<0,001
kisilik20	<--- Uyumluluk- F1	0,613	0,977	0,046	21,348	<0,001
kisilik22	<--- Uyumluluk- F1	0,650	0,996	0,044	22,479	<0,001
kisilik4	<--- Dışadönüklük- F2	0,300	0,448	0,044	10,238	<0,001
kisilik9	<--- Dışadönüklük-F2	0,555	0,861	0,049	17,682	<0,001
kisilik13	<--- Dışadönüklük-F2	0,628	0,923	0,048	19,428	<0,001
kisilik18	<--- Dışadönüklük-F2	0,036	0,048	0,037	1,274	0,203
kisilik21	<--- Dışadönüklük-F2	0,629	0,962	0,049	19,459	<0,001
kisilik28	<--- Uyumluluk- F1	0,694	1			
kisilik26	<--- Dışadönüklük-F2	0,651	1			
kisilik3	<--- Sorumluluk- F3	-0,135	-0,246	0,049	-5,041	<0,001
kisilik8	<--- Sorumluluk-F3	0,562	0,823	0,045	18,194	<0,001
kisilik12	<--- Sorumluluk-F3	0,634	0,967	0,048	20,039	<0,001
kisilik17	<--- Sorumluluk-F3	0,524	0,856	0,049	17,394	<0,001
kisilik25	<--- Sorumluluk-F3	0,594	1,006	0,053	19,044	<0,001
kisilik27	<--- Sorumluluk-F3	0,655	1			
kisilik2	<--- Duygusal Denge- F4	0,151	0,23	0,041	5,583	<0,001
kisilik7	<--- Duygusal Denge- F4	0,386	0,571	0,045	12,756	<0,001
kisilik11	<--- Duygusal Denge- F4	0,484	0,731	0,047	15,555	<0,001
kisilik16	<--- Duygusal Denge- F4	0,573	0,827	0,046	18,06	<0,001
kisilik24	<--- Duygusal Denge- F4	0,501	0,858	0,054	16,001	<0,001
kisilik29	<--- Duygusal Denge- F4	0,656	1			
kisilik1	<--- Deneyime Açıklık- F5	0,358	0,548	0,047	11,709	<0,001
kisilik6	<--- Deneyime Açıklık- F5	0,366	0,561	0,047	11,924	<0,001
kisilik14	<--- Deneyime Açıklık- F5	0,570	0,806	0,048	16,894	<0,001
kisilik19	<--- Deneyime Açıklık- F5	0,650	0,979	0,053	18,42	<0,001
kisilik23	<--- Deneyime Açıklık- F5	0,445	0,849	0,061	14,028	<0,001
kisilik30	<--- Deneyime Açıklık- F5	0,580	1			

B1: Standart yol katsayıları, B2: Standart olmayan yol katsayıları

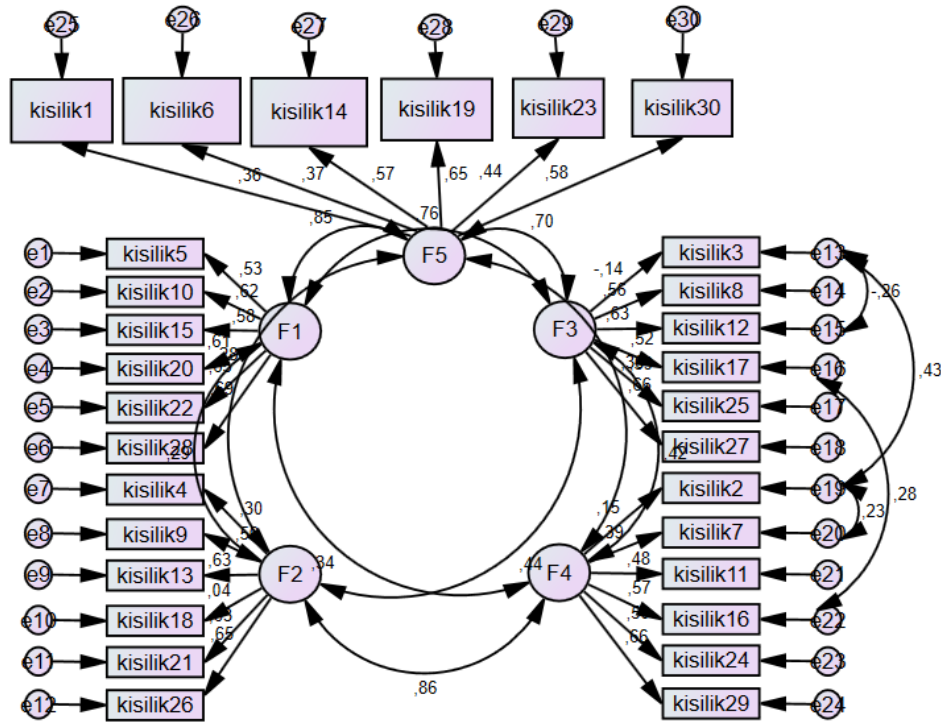
Çizelge 3.25.'te yer alan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi doğrulayıcı faktör sonuçlarına göre kisilik18 haricinde diğer tüm yol katsayıları istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir.

Çizelge 3.26. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi için önerilen uyum değerleri

Uyum Kriteri	$\chi^2$	p değeri	$\chi^2 / sd$	RMSEA	CFI	SRMR	NFI	GFI
Önerilen Uyum Değerleri	5263,467	0,001	13,462	,089	,668	0,08	,768	,800

Çizelge 3.26.'da yer alan Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi önerilen uyum değerleri incelendiğinde Ki-kare değeri 5263,467, p değeri 0,001, RMSEA değeri 0,089, SRMR değeri 0,08 saptanmış olup bu kriterlerin Çizelge 3.20.'de ifade edilen uyum istatistiklerine uygun olduğu, CFI, NFI ve GFI değerlerinin ise uyum istatistiklerine uygun olmadığı bulunmuştur.

Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi üzerinde uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi'ne ilişkin standartlaştırılmış çözüm değerleri Şekil 3.2.'de gösterilmiştir.



CMIN=5263,467; DF=391; CMIN/DF=13,462; p=,000; RMSEA=,089; CFI=,668; GFI=,800

Şekil 3.2. Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testine ilişkin standartlaştırılmış çözüm değerleri

## 4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmaya katılan Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağına ait bireylerin demografik özellikleri, yeme içme alışkanlıklarına ve araştırma hipotezlerine ilişkin betimsel istatistik ve farklılık testleri raporları, kişilik özellikleri ile yiyecek seçimine ilişkin regresyon analizi sonuçlarına yönelik raporlar yer almaktadır.

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Çizelge 4.1.'de verilmiştir.

Çizelge 4.1. Katılımcıların demografik özellikleri (n=1560)

Demografik Değişkenler	Seçenekler	n	%	
Cinsiyet	Kadın	772	49,5	
	Erkek	788	50,5	
Yaşanılan Şehir	Zonguldak	60	3,8	
	Mersin	60	3,8	
	Şanlıurfa	60	3,8	
	Sinop	60	3,8	
	Siirt	60	3,8	
	Samsun	60	3,8	
	İzmir	60	3,8	
	Erzurum	60	3,8	
	Bursa	60	3,8	
	Niğde	60	3,8	
	Tekirdağ	60	3,8	
	Aydın	60	3,8	
	Balıkesir	60	3,8	
	Düzce	60	3,8	
	İstanbul	60	3,8	
	Kütahya	60	3,8	
	Karaman	60	3,8	
	Kayseri	60	3,8	
	Bingöl	60	3,8	
	Van	60	3,8	
	Hatay	60	3,8	
	Ankara	60	3,8	
	Giresun	60	3,8	
	Ağrı	60	3,8	
	Antalya	60	3,8	
	Adıyaman	60	3,8	
	Doğum Tarihi	1946-1964 yılları arası	390	25,0
		1965-1979 yılları arası	390	25,0
1980-1999 yılları arası		390	25,0	
2000 yılı ve sonrası		390	25,0	
Medeni Durum	Evli	746	47,8	
	Bekar	703	45,1	
	Diğer	111	7,1	

Çizelge 4.1. (devam) Katılımcıların demografik özellikleri (n=1560)

Demografik Değişkenler	Seçenekler	n	%
Mezuniyet	Lise	465	29,8
	Ortaokul	312	20,0
	İlkokul	272	17,4
	Lisans	152	9,7
	Ön lisans	147	9,4
	Okur yazar değil	95	6,1
	Okur yazar	94	6,0
	Yüksek Lisans	20	1,3
	Doktora	3	0,2
	Çalışma Durumu	Öğrenci	482
Çalışmıyor		387	24,8
Özel Sektör Çalışanı		283	18,1
Emekli		245	15,7
Kamu Çalışanı		163	10,4
Aylık Gelir	500 TL ve altı	511	32,7
	1501-3000 TL arası	510	32,8
	501-1500 TL arası	317	20,3
	3001-5000 TL arası	176	11,3
	5000 TL ve üzeri	46	2,9
Yeme İçmeye Ayrılan Bütçe	250 TL ve altı	569	36,5
	251-500 TL arası	462	29,6
	501-1000 TL arası	392	25,1
	1001-2000 TL arası	107	6,9
	2000 TL üstü	30	1,9
Ailedeki Birey Sayısı	4 kişi	384	24,6
	3 kişi	302	19,4
	5 kişi	259	16,6
	2 kişi	247	15,8
	6 kişi ve üstü	247	15,8
	Yalnız	121	7,8

Katılımcıların demografik özellikleri Çizelge 4.1.'de yer almaktadır. Cinsiyet açısından bakıldığında, katılımcıların %50,5'i erkek, %49,5'i kadındır. Katılımcıların yaşadıkları şehir dağılımları incelendiğinde tabakalı örneklem yöntemi seçildiğinden dolayı İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey 2'de yer alan 26 şehirde yaşayan 60'ar katılımcıdan (%3,8) toplam 1560 katılımcının araştırmaya katıldığı görülmektedir. Katılımcıların yaş durumlarına bakıldığında tabakalı örneklem yöntemi seçildiğinden katılımcıların %25,0'inin 1946-1964 doğumlu (Baby Boomer kuşağı), %25'inin 1965-1979 doğumlu (X kuşağı), %25'inin 1980-1999 doğumlu (Y kuşağı) ve %25'inin 2000 ve sonrası doğumlu (Z kuşağı) olduğu görülmektedir. Medeni durumları değerlendirildiğinde %47,8'i evli, %45,1'i bekar ve %7,1'i diğer (boşanmış, dul) durumdadır. Eğitim durumları açısından bakıldığında en çok %29,8'inin lise eğitimi en az ise %0,2'sinin doktora eğitimi aldıkları görülmektedir. Okuma yazma bilmeyenlerin oranı ise %6,1'dir. Katılımcıların çalışma durumlarına göre öğrenci

(%30,9) grubunda olanların en fazla, kamu çalışanı (%10,4) grubunda olanların ise en az olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında %32,8'sinin "1501-3000 TL" arasında ortalama aylık gelire sahip olduğu, "5000 TL ve üstü" geliri olan katılımcıların çok az olduğu (%2,9) görülmektedir. Yeme içmeye ayrılan bütçe açısından bakıldığında katılımcıların %36,5'inin yeme içmeye 250 TL ve altında bütçe ayırdıkları, 2000 TL ve üstünde bütçe ayıranların oranının ise %1,9 olduğu görülmektedir. Katılımcıların en çok %24,6'sı ailede 4 kişi ile yaşadığını, en az ise %7,8'i yalnız yaşadığını bildirmiştir.

#### 4.2. Kuşakların Yeme-İçme Davranışlarına İlişkin İlişkin Bulgular

Bu bölümde kuşakların ana ve ara öğünleri tüketme durumları, atlanılan öğünler, öğün atlama nedenleri, yemek yerken sosyalleşme durumları, öğünlerde yemek yeme süreleri, dışarıda yemek yeme sıklıkları, dışarıda yemek yerken tercih ettikleri yiyecek-içecek işletme türleri ve dışarıda yemek yeme nedenleri ile ilgili bulgular yer almaktadır.

Kuşakların günlük ortalama ana öğün tüketmelerine ilişkin dağılımları Çizelge 4.2.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.2. Kuşakların günlük ortalama ana öğün tüketmelerine ilişkin dağılımları (n=1560)

Kuşak Türü	Günlük Ortalama Ana Öğün Tüketme Sayıları										$\chi^2$	p
	Bir Öğün		İki Öğün		Üç Öğün		Dört Öğün		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
BB Kuşağı	3	%0,8	85	%21,8	285	%73,1	17	%4,3	390	%100		
X Kuşağı	5	%1,3	59	%15,1	314	%80,5	12	%3,1	390	%100		
Y Kuşağı	24	%6,2	135	%34,6	226	%57,9	5	%1,3	390	%100	$\chi^2$ 85,785	<0,001
Z Kuşağı	22	%5,6	97	%24,9	254	%65,0	17	%4,3	390	%100		
<b>Toplam</b>	54	%3,5	376	%24,1	1079	%69,1	51	%3,3	1560	%100		

Çizelge 4.2.'de yer alan kuşakların günlük ortalama ana öğün tüketmelerine ilişkin dağılımlarına göre araştırmaya katılan katılımcıların %69,1'i üç öğün, %24,1'i iki öğün, %3,5'i tek öğün ve %3,3'ü dört ana öğün tükettiğini ifade etmiştir. Araştırmaya katılan BB kuşağının %73,1'i günde üç öğün, %21,8'i iki öğün, %4,3'ü dört öğün, %0,8'i ise tek öğün tükettiğini belirtmiştir. Araştırmaya katılan X kuşağının %80,5'i üç öğün, %15,1'i iki öğün,

%3,1'i dört öğün ve %1,3'ü tek öğün tükettiğini ifade etmiştir. Araştırmaya katılan Y kuşağının %57,9'u üç öğün, %34,6'sı iki öğün, %6,2'si tek öğün ve %1,3'ü tek öğün tükettiğini belirtmiştir. Araştırmaya katılan Z kuşağının ise %65,0'ı üç öğün %24,9'u iki öğün, %5,6'sı tek öğün ve %4,3'ü dört öğün tükettiğini belirtmiştir. Sağlıklı beslenmek için günlük üç ana öğün almak gerektiği göz önünde bulundurulduğunda ana öğün tüketim sayısı kuralına en çok dikkat eden kuşağın 1965-1979 yılları arası doğan bireylerden oluşan X kuşağının, en az dikkat eden kuşağın ise 1980-1999 arası doğan Y kuşağının olduğu görülmektedir. Kuşaklar ile günlük ana öğün tüketme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların günlük ortalama ara öğün tüketmelerine ilişkin dağılımları Çizelge 4.3.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.3. Kuşakların günlük ortalama ara öğün tüketmelerine ilişkin dağılımları (n=1560)

Kuşak Türü	Günlük Ortalama Ara Öğün Tüketme Sayıları										$\chi^2$	p
	Hiç Tüketmem		Bir Öğün		İki Öğün		Üç Öğün		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Baby Boomer Kuşağı	153	%39,2	102	%26,2	98	%25,1	37	%9,5	390	%100		
X Kuşağı	162	%41,5	109	%27,9	93	%23,8	26	%6,8	390	%100		
Y Kuşağı	92	%23,6	144	%36,9	105	%26,9	49	%12,6	390	%100	$\chi^2$ 59,449	<0,001
Z Kuşağı	114	%29,2	134	%34,4	98	%25,1	44	%11,3	390	%100		
<b>Toplam</b>	521	%33,4	489	%31,3	394	%25,4	256	%9,9	1560	%100		

Çizelge 4.3.'te yer alan kuşakların günlük ortalama ara öğün tüketmelerine ilişkin dağılımlarına göre araştırmaya katılan katılımcıların %33,4'ü hiç ara öğün tüketmediklerini, %31,3'ü bir ara öğün, %25,4'ü iki ara öğün ve %9,9'u üç ara öğün öğün tükettiklerini ifade etmiştir. Araştırmaya katılan BB kuşağının %39,2'si hiç ara öğün tüketmediklerini, %26,2'si bir ara öğün, %25,1'i iki ara öğün, %9,5'i ise üç ara öğün tükettiklerini belirtmiştir. Araştırmaya katılan X kuşağının %41,5'i hiç ara öğün tüketmediklerini, %27,9'u bir ara öğün, %23,8'i iki ara öğün ve %6,8'i üç ara öğün tükettiklerini ifade etmiştir. Araştırmaya katılan Y kuşağının %36,9'u günde ortalama bir ara öğün tükettiklerini belirtirken, %23,6'sı hiç ara öğün tüketmediklerini, %26,9'u iki ara öğün ve %12,6'sı üç ara öğün tükettiklerini belirtmiştir. Araştırmaya katılan Z kuşağının ise %34,4'ü bir ara öğün tükettiklerini %29,2'si hiç ara öğün tüketmediklerini, %25,1'i iki ara öğün ve %11,3'ü ise üç ara öğün tükettiklerini

belirtmiştir. Sağlıklı beslenmek için günlük ortalama iki ara öğün besin tüketmek gerektiği göz önünde bulundurulduğunda ara öğün tüketim sayısı kuralına en çok dikkat eden kuşağın 1980-1999 yılları arası doğan bireylerden oluşan Y kuşağının, en az dikkat eden kuşağın ise 1979-1980 arası doğan X kuşağının olduğu görülmektedir. Kuşaklar ile günlük ara öğün tüketme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların ana ve ara öğün atlama durumlarına ilişkin dağılımları Çizelge 4.4.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.4. Kuşakların ana ve ara öğün atlama durumlarına ilişkin dağılımları (n=1560)

Kuşak Türü	Öğün Atlama Durumları								$\chi^2$	p
	Evet		Hayır		Bazen		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%		
Baby Boomer Kuşağı	115	%29,5	160	%41,0	115	%29,5	390	%100		
X Kuşağı	98	%25,1	160	%41,0	132	%33,8	390	%100		
Y Kuşağı	184	%47,2	100	%25,6	106	%27,2	390	%100	$\chi^2$ 55,156	<0,001
Z Kuşağı	151	%38,7	120	%30,8	119	%30,5	390	%100		
<b>Toplam</b>	548	%35,1	540	%34,6	472	%30,3	1560	%100		

Çizelge 4.4.'te yer alan kuşakların ana ve ara öğün atlama durumlarına ilişkin dağılımlarına göre araştırmaya katılan katılımcıların %35,1'i öğün atladığını belirtirken, %34,6'sı öğün atlamadığını, %30,3'ü ise bazen öğün atladığını ifade etmiştir. BB kuşağının %41,0'i öğün atlamadığını, %29,5'i öğün atladığını, %29,5'i ise bazen atladığını belirtmiştir. X kuşağının %41,0'i öğün atlamadığını, %33,8'i bazen öğün atladığını ve %25,1'i öğün atladığını ifade etmiştir. Y kuşağının %47,2'si öğün atladığını, %27,2'si bazen atladığını ve %25,6'sı öğün atlamadığını belirtmiştir. Z kuşağının ise %38,7'si öğün atladığını, %30,8'i öğün atlamadığını ve %30,5'i bazen öğün atladığını belirtmiştir. Çizelge 4.4'e göre en çok öğün atladığını ifade eden kuşak Y kuşağı iken, en az öğün atladığını belirten kuşak ise X kuşağıdır. Ayrıca en çok öğün atlamayan kuşak BB kuşağı ile X kuşağı iken, en az öğün atlamayan kuşak Y kuşağıdır. Kuşaklar ile ana ve ara öğün atlama durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların atladıkları öğünlerin durumları Çizelge 4.5'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.5. Kuşakların atladıkları öğünlerin durumlarına ilişkin dağılımları (n=1020)

Kuşak Türü	Atlanılan Öğünler*										$\chi^2$	p
	Kahvaltı		Öğle		Akşam		Ara Öğün		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Baby Boomer Kuşağı	54	%23,9	103	%45,6	6	%2,7	69	%30,5	226	%100		
X Kuşağı	60	%26,0	97	%42,0	8	%3,5	78	%7,6	231	%100		
Y Kuşağı	134	%46,4	122	%42,2	15	%5,2	47	%16,3	289	%100	$\chi^2$ 137,597	<0,001
Z Kuşağı	120	%43,8	101	%36,9	26	%9,5	60	%21,9	274	%100		
<b>Toplam</b>	<b>368</b>	<b>%36,1</b>	<b>423</b>	<b>%41,5</b>	<b>55</b>	<b>%5,4</b>	<b>254</b>	<b>%24,9</b>	<b>1020</b>	<b>%100</b>		

\*Atlanılan öğün olarak birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.5.'te yer alan kuşakların atladıkları öğünlerin durumlarına göre araştırmada öğün atladıklarını ifade eden katılımcılardan %41,5'i öğle yemeğini atladıklarını belirtirken, %36,1'i kahvaltı öğününü ve %5,4'ü akşam öğününü atladıklarını belirtmiştir. BB kuşağının %45,6'sı öğle öğününü, %23,9'u kahvaltıyı, %2,7'si ise akşam öğününü atladıklarını ifade etmiştir. X kuşağının %42,0'si öğle, %26,0'sı kahvaltı ve %3,5'i akşam öğününü atladıklarını belirtmiştir. Y kuşağının %46,4'ü kahvaltı, %42,2'si öğle, %5,2'si akşam öğününü atladıklarını ifade etmiştir. Z kuşağının ise %43,8'inin kahvaltı, %36,9'unun öğle ve %9,5'inin akşam öğününü atladıklarını belirtmiştir. Kahvaltı öğününü en çok atlayan kuşak Y kuşağı iken, en az atlayan kuşak ise BB kuşağıdır. Öğle öğününü en çok atlayan kuşak BB kuşağı iken, en az atlayan kuşak ise Z kuşağıdır. Akşam yemeğini en çok atlayan kuşak Z kuşağı iken, en az atlayan kuşak BB kuşağıdır. Ara öğünü ise en çok atlayan kuşak X kuşağı iken, en az atlayan kuşak Y kuşağıdır. Kuşaklar ile atladıkları öğünlerin durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).



Kuşakların öğün atlama nedenlerine ilişkin dağılımları Çizelge 4.6.'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.6. Kuşakların öğün atlama nedenlerine ilişkin dağılımları (n=1020)

Öğün Atlama Nedenleri*	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
İştahsızlık	120	%28,4	81	%19,1	98	%23,2	124	%29,3	423	%41,5	$\chi^2$ 180,121	<0,001
İşe/okula geç kalma	18	%6,0	53	%17,5	115	%38,1	116	%38,4	302	%29,6		
Yemekleri beğenmeme	19	%31,1	13	%21,3	18	%29,5	35	%28,0	125	%12,3		
Ekonomik yetersizlik	19	%31,1	13	%21,3	18	%29,5	11	%18,0	61	%6,0		
Önemsememe	92	%24,8	96	%25,9	97	%26,1	86	%23,2	371	%36,4		
Hazırlayanın olmaması	44	%22,8	51	%26,4	70	%36,3	28	%14,5	193	%18,9		
Zayıflama isteği	26	%20,0	30	%23,1	29	%22,3	45	%34,6	130	%12,7		
Diğer nedenler	23	%31,1	20	%27,0	21	%28,4	10	%13,5	74	%7,3		
<b>Toplam</b>	<b>228</b>	<b>%22,4</b>	<b>229</b>	<b>%22,5</b>	<b>292</b>	<b>%28,6</b>	<b>271</b>	<b>%26,6</b>	<b>1020</b>	<b>%100</b>		

\*Öğün atlama nedeni olarak birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.6.'da yer alan kuşakların öğün atlama nedenlerine ilişkin dağılımlarına göre araştırmada öğün atladıklarını ifade eden katılımcıların öğün atlama nedenleri en çoktan aza doğru sırasıyla iştahsızlık (%41,5), önemsememe (%36,4), işe/okula geç kalma (%29,6), zayıflama isteği (%12,7), yemekleri beğenmeme (%12,3), diğer nedenler (%7,3) ve ekonomik yetersizlik şeklindedir. BB kuşağında öğün atlama nedenleri; yemekleri beğenmeme (%31,1), ekonomik yetersizlik (%31,1) ile diğer nedenler (%31,1), iştahsızlık (%28,4), önemsememe (%24,8), hazırlayanın olmaması (%22,8), zayıflama isteği (%20,0) ve işe/okula geç kalma (%6,0) şeklindedir. X kuşağında öğün atlama nedenleri; diğer nedenler (%27,0), hazırlayanın olmaması (%26,4), önemsememe (%25,9), zayıflama isteği (%23,1), yemekleri beğenmeme (%21,3), ekonomik yetersizlik (%21,3), iştahsızlık (%19,1) ve işe/okula geç kalma (%17,5) şeklindedir. Y kuşağında öğün atlama nedenleri; işe/okula geç kalma (%38,1), hazırlayanın olmaması (%36,3), yemekleri beğenmeme (%29,5), ekonomik yetersizlik (%29,5), diğer nedenler (%28,4), iştahsızlık (%23,2) ve zayıflama isteği (%22,3) şeklinde sıralanmıştır. Z kuşağında öğün atlama nedenleri ise; işe/okula geç kalma (%38,4), zayıflama isteği (%34,6), yemekleri beğenmeme (%28,0), önemsememe (%23,2), ekonomik yetersizlik (%18,0), hazırlayanın olmaması (%14,5) ve diğer nedenler (%13,5) şeklindedir. Kuşaklar diğer nedenler arasında belirttikleri nedenleri yorgunluk, zaman kısıtlılığı, antrenmanlara yetişememek, acıkmama, çalışma şartları, işte yemek yeme imkanının olmaması şeklinde ifade etmişlerdir. Kuşakların ifade ettikleri en çok öğün atlama nedenleri BB kuşağında yemekleri beğenmeme, X kuşağında diğer nedenler, Y ve Z

kuşaklarında ise işe/okula geç kalma şeklindedir. Kuşakların ifade ettikleri en az öğün atlama nedenleri ise BB ve X kuşaklarında işe/okula geç kalma, Y kuşağında zayıflama isteği, Z kuşağında ise diğer nedenler şeklindedir. Kuşaklar ile öğün atlama nedenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların yemek esnasında sosyal durumlarına ilişkin dağılımları Çizelge 4.7.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.7. Kuşakların yemek esnasında sosyal durumlarına ilişkin dağılımları (n=1560)

Yemek Esnasında Sosyal Durum	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Yalnız	55	%14,1	40	%10,3	80	%20,5	72	%18,5	247	%15,8	$\chi^2 364,076$	<0,001
Aile	289	%74,1	303	%77,7	272	%69,7	269	%69,0	1133	%72,6		
Arkadaş	109	%27,9	129	%33,1	197	%50,5	205	%52,6	640	%41,0		
Sevgili/Eş	153	%39,2	155	%39,7	182	%46,7	95	%24,4	585	%37,5		
Çocuk	163	%41,8	166	%42,6	69	%17,7	15	%3,8	413	%26,5		
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>1560</b>	<b>%100</b>		

\*Yemek esnasında sosyal durum ile ilgili birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.7.'de yer alan kuşakların yemek esnasında sosyal durumlarına ilişkin dağılımlarına göre araştırmaya katılan katılımcıların %72,6'sı ailesi ile birlikte yemek yemekten hoşlanırken, %15,8'i yalnız yemek yemekten hoşlandığını belirtmiştir. BB kuşağının %74,1'i yalnız yemekten, %41,8'i çocuk/çocuklarıyla, %39,2'si sevgili/eşiyle, %27,9'u arkadaşlarıyla yemek yemekten hoşlanırken %14,1'i yalnız yemek yemekten hoşlandığını ifade etmiştir. X kuşağının %77,7'si ailesiyle yemek yemekten, %42,6'sı çocuk/çocuklarıyla, %39,7'si sevgili/eşiyle, %33,1'i çocuk/çocuklarıyla, %10,3'ü ise yalnız başına yemek yemekten hoşlandıklarını belirtmiştir. Y kuşağının %69,7'si ailesiyle yemek yemekten, %50,5'i arkadaşlarıyla, %46,7'si sevgili/eşiyle, %20,5'i yalnız ve %17,7'si ise çocuk/çocuklarıyla yemek yemekten hoşlandıklarını ifade etmiştir. Z kuşağının ise %69,0'ı ailesiyle birlikte, %52,6'sı arkadaşlarıyla, %24,4'ü sevgili/eşiyle, %18,5'i yalnız ve %3,8'i ise çocuk/çocuklarıyla yemek yemekten hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Kuşaklar ile yemek esnasında sosyal durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların yemek yemek için harcadıkları süreye ilişkin dağılımları Çizelge 4.8.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.8. Kuşakların yemek yemek için harcadıkları süreye ilişkin dağılımları (n=1560)

Yemek İçin Harcanan Süre	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
<b>Kahvaltı Süresi</b>												
Yapmam	7	%1,8	3	%0,8	32	%8,2	35	%9,0	77	%4,9	$\chi^2 127,023$	<0,001
1-15 dakika	91	%23,3	124	%31,8	153	%39,2	174	%44,6	542	%34,7		
16-30 dakika	176	%45,1	140	%35,9	145	%37,2	120	%30,8	581	%37,2		
31-45 dakika	81	%20,8	86	%22,1	38	%9,7	43	%11,0	248	%15,9		
46-60 dakika	17	%4,4	24	%6,2	12	%3,1	14	%3,6	67	%4,3		
60 dakika üstü	18	%4,6	13	%3,3	10	%2,6	4	%1,0	45	%2,9		
<b>Toplam</b>	390	%100	390	%100	390	%100	390	%100	1560	%100		
<b>Öğle Yemeği Süresi</b>												
Yapmam	9	%2,3	12	%3,1	14	%3,6	12	%3,1	47	%3,0	$\chi^2 65,973$	<0,001
1-15 dakika	52	%13,3	75	%19,2	102	%26,2	124	%31,8	353	%22,6		
16-30 dakika	162	%41,2	164	%42,1	166	%42,6	147	%37,4	639	%41,0		
31-45 dakika	99	%25,4	90	%23,1	82	%21,0	69	%17,7	340	%21,8		
46-60 dakika	42	%10,8	36	%9,2	18	%4,6	28	%7,2	124	%7,9		
60 dakika üstü	26	%6,7	13	%3,3	8	%2,1	10	%2,6	57	%3,7		
<b>Toplam</b>	390	%100	390	%100	390	%100	390	%100	1560	%100		
<b>Akşam Yemeği Süresi</b>												
Yapmam	2	%0,5	1	%0,3	1	%0,3	3	%0,8	7	%0,4	$\chi^2 37,247$	<0,001
1-15 dakika	29	%7,4	47	%12,1	54	%13,8	51	%13,1	181	%11,6		
16-30 dakika	128	%32,8	118	%30,3	163	%41,8	153	%39,2	562	%36,0		
31-45 dakika	127	%32,6	116	%29,7	104	%26,7	93	%23,8	440	%28,2		
46-60 dakika	53	%13,6	59	%15,1	35	%9,0	53	%13,6	200	%12,8		
60 dakika üstü	51	%13,1	49	%12,6	33	%8,5	37	%9,5	170	%10,9		
<b>Toplam</b>	390	%100	390	%100	390	%100	390	%100	1560	%100		

Çizelge 4.8.'de yer alan kuşakların yemek yemek için harcadıkları süreye ilişkin dağılımlarına göre araştırmaya katılan katılımcıların %37,2'si kahvaltılarını ortalama 16-30 dakikada yaptığını, %2,9'ü ise 60 dakika ve üstü sürede kahvaltı yaptığını belirtmiştir. Baby Boomer kuşağının %45,1'i kahvaltılarını 16-30 dakikada, X kuşağının %35,9'u 16-30 dakikada, Y kuşağının %39,2'si 1-15 dakikada, Z kuşağının ise %44,6'sı 1-15 dakikada yaptığını ifade etmiştir. Kuşaklar ile ortalama kahvaltı için harcadıkları süre arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p < 0,001$ ).

Araştırmaya katılan katılımcıların %41,0'i öğle yemeklerini ortalama 16-30 dakikada yediklerini belirtmiştir. Baby Boomer kuşağının %41,2'si öğle yemeklerini 16-30 dakikada, X kuşağının 42,1'i 16-30 dakikada, Y kuşağının %42,6'sı 16-30 dakikada, Z kuşağının ise %37,4'ü 16-30 dakikada yaptıklarını ifade etmişlerdir. Kuşaklar ile ortalama öğle yemeği için harcadıkları süre arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Araştırmaya katılan katılımcıların %36,0'sı akşam yemeklerini ortalama 16-30 dakikada yediklerini ifade etmişlerdir. Baby Boomer kuşağının %32,8'i akşam yemeklerini ortalama 16-30 dakikada, X kuşağının %30,3'ü 16-30 dakikada, Y kuşağının %41,8'i 16-30 dakikada, Z kuşağının ise %39,2'si ise 16-30 dakikada yediklerini belirtmiştir. Kuşaklar ile ortalama akşam yemeği için harcadıkları süre arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklığı durumuna ilişkin dağılımları Çizelge 4.9.'da yer almaktadır

Çizelge 4.9. Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklığı durumuna ilişkin dağılımları (n=1560)

Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
<b>Kahvaltı Öğünü</b>												
Her gün	10	%2,6	19	%4,9	19	%4,9	32	%8,2	80	%5,1	$\chi^2 134,042$	<0,001
Haftada 4-5 defa	4	%1,0	18	%4,6	37	%9,5	33	%8,5	92	%5,9		
Haftada 1-3 defa	35	%9,0	32	%8,2	69	%17,7	73	%18,7	209	%13,4		
Ayda 1-2 defa	46	%11,8	50	%12,8	72	%18,5	45	%11,5	213	%13,7		
2-3 ayda 1 defa	27	%6,9	33	%8,5	30	%7,7	22	%5,6	112	%7,2		
Daha seyrek	76	%19,5	79	%20,3	72	%18,5	86	%22,1	313	%20,1		
Hiç yemem	192	%49,2	159	%40,8	91	%23,3	99	%25,4	541	%34,7		
<b>Toplam</b>	390	%100	390	%100	390	%100	390	%100	1560	%100		
<b>Öğle Öğünü</b>												
Her gün	4	%1,0	31	%7,9	45	%11,5	42	%10,8	122	%7,8	$\chi^2 233,893$	<0,001
Haftada 4-5 defa	17	%4,4	33	%8,5	86	%22,1	66	%16,9	202	%12,9		
Haftada 1-3 defa	31	%7,9	47	%12,1	86	%22,1	76	%19,5	240	%15,4		
Ayda 1-2 defa	63	%16,2	67	%17,2	52	%13,3	72	%18,5	254	%16,3		
2-3 ayda 1 defa	45	%11,5	37	%9,5	23	%5,9	31	%7,9	136	%8,7		
Daha seyrek	95	%24,4	70	%17,9	57	%14,6	65	%16,7	287	%18,4		
Hiç yemem	135	%34,6	105	%26,9	41	%10,5	38	%9,7	319	%20,4		
<b>Toplam</b>	390	%100	390	%100	390	%100	390	%100	1560	%100		

Çizelge 4.9. (devam) Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklığı durumuna ilişkin dağılımları (n=1560)

<b>Akşam Öğünü</b>										
Her gün	2	%0,5	10	2,6	13	%3,3	20	%5,1	45	%2,9
Haftada 4-5 defa	8	%2,1	19	4,9	31	%7,9	24	%6,2	82	%5,3
Haftada 1-3 defa	32	%8,2	44	11,3	87	%22,3	51	%13,1	214	%13,7
Ayda 1-2 defa	75	%19,2	72	18,5	84	%21,5	103	%26,4	334	%21,4
2-3 ayda 1 defa	46	%11,8	53	13,6	33	%8,5	47	%12,1	179	%11,5
Daha seyrek	97	%24,9	72	18,5	86	%22,1	92	%23,6	347	%22,2
Hiç yemem	130	%33,3	120	30,8	56	%14,4	53	%13,6	359	%23,0
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>390</b>	<b>%100</b>	<b>1560</b>	<b>%100</b>

$\chi^2$  131,740 <0,001

Çizelge 4.9.'da yer alan Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklığı durumuna ilişkin dağılımlarına göre kahvaltı öğünü açısından araştırmaya katılan katılımcıların %34,7'si kahvaltıyı dışarıda hiç yapmadıklarını, %5,1'i ise her gün dışarıda kahvaltı yaptıklarını ifade etmişlerdir. Baby Boomer kuşağının %49,2'si kahvaltıyı dışarıda hiç yapmadığını, %1,0'i ise haftada 4-5 defa dışarıda kahvaltı yaptıklarını, X kuşağının %40,8'i kahvaltıyı dışarıda hiç yapmadıklarını, %4,6'sı haftada 4-5 defa dışarıda kahvaltı yaptıklarını, Y kuşağının 23,3'ü kahvaltıyı dışarıda hiç yapmadıklarını, %4,9'u her gün yaptıklarını, Z kuşağının ise %25,4'ü kahvaltıyı dışarıda hiç yapmadıklarını ve %8,2'si her gün dışarıda kahvaltı yaptıklarını belirtmişlerdir. Kuşaklar ile dışarıda kahvaltı yapma sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Öğle öğünü bakımından katılımcıların %20,4'ü dışarıda hiç öğle yemeği yemediklerini, %7,8'i ise her gün dışarıda öğle yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Baby Boomer kuşağının %34,6'sı dışarıda hiç öğle yemeği yemediklerini, %1,0'i her gün dışarıda öğle yemeği yediklerini, X kuşağının 26,9'u dışarıda öğle yemeğini hiç yemediklerini, %7,9'u her gün dışarıda öğle yemeği yediklerini, Y kuşağının %22,1'i öğle yemeğini haftada 4-5 defa dışarıda yediklerini, %22,1'i haftada 1-3 defa dışarıda öğle yemeği yediklerini, %5,9'u 2-3 ayda 1 defa dışarıda öğle yemeği yediklerini, Z kuşağının ise %19,5'i öğle yemeğini dışarıda haftada 1-3 defa yediklerini ve %7,9'u 2-3 ayda 1 defa dışarıda yediklerini ifade etmişlerdir. Kuşaklar ile dışarıda öğle yemeği yeme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Akşam öğünü açısından katılımcıların %23,0'ü akşam yemeğini dışarıda hiç yemediklerini, %2,9'u ise her gün akşam yemeğini dışarıda yediklerini belirtmişlerdir. Baby Boomer

kuşağının %33,3'u akşam yemeğini dışarıda hiç yemediklerini, %0,5'i her gün akşam yemeğini dışarıda yediklerini, X kuşağının %30,8'i akşam yemeğini dışarıda hiç yemediklerini, %2,6'sı her gün akşam yemeğini dışarıda yediklerini, Y kuşağının %22,3'u akşam yemeğini dışarıda haftada 1-3 defa yediklerini, %3,3'ü her gün akşam yemeğini dışarıda yediklerini, Z kuşağının ise %26,4'ü akşam yemeğini dışarıda ayda 1-2 defa yediklerini ve %5,1'i ise her gün akşam yemeğini dışarıda yediklerini ifade etmişlerdir. Kuşaklar ile dışarıda akşam yemeği yeme sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p < 0,001$ ).

Kuşakların kahvaltı için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları Çizelge 4.10.'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.10. Kuşakların kahvaltı için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları (n=1192)

Dışarıda Yemek Yeme İçin Tercih Edilen İşletme Türleri (Kahvaltı)	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Kahvaltı Salonu	142	%55,9	164	%60,1	190	%56,5	172	%52,3	668	%56,0	$\chi^2 12,560$	<0,001
Çorbacı	65	%25,6	69	%25,3	75	%22,3	47	%14,3	256	%21,5		
Pastane	57	%22,4	79	%28,9	86	%25,6	90	%27,4	312	%26,2		
Kafe	43	%16,9	71	%26,0	133	%39,6	99	%30,1	346	%29,0		
Esnaf Lokantası	13	%5,1	24	%8,8	28	%8,3	21	%6,4	86	%7,2		
Yöresel Restoran	30	%11,8	26	%9,5	25	%7,4	16	%4,9	97	%8,1		
Etnik Restoran	4	%1,6	10	%3,7	12	%3,6	7	%2,1	33	%2,8		
Fine Dining Restoran	3	%1,2	4	%1,5	3	%0,9	10	%3,0	20	%1,7		
Seyyar Satıcı	4	%1,6	9	%3,3	21	%6,3	19	%5,8	53	%4,4		
Paket Servis	4	%1,6	11	%4,0	25	%7,4	21	%6,4	61	%5,1		
Fast Food İşletmesi	6	%2,4	18	%6,6	34	%10,1	40	%12,2	98	%8,2		
Diğer	28	%11,0	23	%8,4	18	%5,4	29	%8,8	98	%8,2		
<b>Toplam</b>	254	%21,3	273	%22,9	336	%28,2	329	%27,6	1192	%100		

\*Dışarıda yemek yeme için tercih edilen işletme türleri ile ilgili birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.10.'da yer alan kuşakların kahvaltı için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımlarına göre katılımcıların kahvaltı için en çok tercih ettikleri işletme türü kahvaltı salonu (%56,0) iken en az tercih ettikleri işletme fine dining restoran (%1,2) olmuştur. Tablo incelendiğinde tüm kuşakların en çok tercih ettikleri işletme türünün kahvaltı salonu, en az tercih ettikleri işletme türünün ise fine dining restoran olduğu görülmektedir. Kuşaklar ile

kahvaltı için tercih ettikleri işletme türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların öğle öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları Çizelge 4.11.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.11. Kuşakların öğle öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları (n=1324)

Dışarıda Yemek Yeme İçin Tercih Edilen İşletme Türleri (Öğle Öğünü)	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Et Restoranı	84	%29,2	121	%39,3	105	%29,2	91	%24,7	401	%30,3	$\chi^2$ 23,150	<0,001
Balık Restoranı	65	%22,6	72	%23,4	47	%13,1	42	%11,4	226	%17,1		
Köfteci, Kebapçı	107	%37,2	146	%47,4	146	%40,6	136	%37,0	535	%40,4		
Esnaf Lokantası	125	%43,4	132	%42,9	135	%37,5	83	%22,6	475	%35,9		
Yöresel Restoran	72	%25,0	60	%19,5	63	%17,5	45	%12,2	240	%18,1		
Etnik Restoran	7	%2,4	12	%3,9	9	%2,5	14	%3,8	42	%3,2		
Fine Dining Restoran	4	%1,4	7	%2,3	12	%3,3	8	%2,2	31	%2,3		
Kafe	22	%7,6	47	%15,3	129	%35,8	112	%30,4	310	%23,4		
Pizzacı	8	%2,8	43	%14,0	97	%26,9	113	%30,7	261	%19,7		
Seyyar Satıcı	6	%2,1	23	%7,5	21	%5,8	34	%9,2	84	%6,3		
Paket Servis	20	%6,9	31	%10,1	83	%23,1	66	%17,9	200	%15,1		
Fast Food İşletmesi	11	%3,8	32	%10,4	102	%28,3	89	%24,2	234	%17,7		
Diğer	23	%8,0	24	%7,8	16	%4,4	23	%6,3	86	%6,5		
<b>Toplam</b>	288	%21,8	308	%23,3	360	%27,2	368	27,8	1324	%100		

\*Dışarıda yemek yeme için tercih edilen işletme türleri ile ilgili birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.11'de yer alan kuşakların öğle öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımlarına göre katılımcıların öğle öğünü için en çok tercih ettikleri işletme türü kebabçı, köfteci (%40,4) iken en az tercih ettikleri işletme türü fine dining restoran (%2,3) olmuştur. Baby Boomer kuşağının öğle öğünü için en çok tercih ettiği işletme türü esnaf lokantası (%43,4), en az tercih ettiği işletme türü fine dining restoran (%1,4), X kuşağının en çok tercih ettiği yiyecek içecek işletme türü köfteci, kebabçı (%47,4), en az tercih ettiği işletme türü fine dining restoran (%2,3), Y kuşağının en çok tercih ettiği işletme türü köfteci, kebabçı (%40,6), en az tercih ettiği işletme türü etnik restoran (%2,5), Z kuşağının ise en çok tercih ettiği işletme türü köfteci kebabçı (%37,0), en az tercih ettiği işletme türü fine dining restoran (%2,2) olmuştur. Kuşaklar ile öğle öğünü için tercih ettikleri işletme türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

Kuşakların akşam öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları Çizelge 4.12.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.12. Kuşakların akşam öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımları (n=1318)

Dışarıda Yemek Yeme İçin Tercih Edilen İşletme Türleri (Akşam Öğünü)	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Et Restoranı	139	%46,6	160	%52,3	130	%36,3	120	%33,7	549	%41,7	$\chi^2$ 86,657	<0,001
Balık Restoranı	81	%27,0	103	%33,7	71	%19,8	47	%13,2	302	%22,9		
Köfteci, Kebapçı	96	%32,2	138	%45,1	142	%39,7	125	%35,1	501	%38,0		
Esnaf Lokantası	132	%44,3	105	%34,3	114	%31,8	80	%22,5	431	%32,7		
Yöresel Restoran	81	%27,2	62	%20,3	60	%16,8	58	%16,3	261	%19,8		
Etnik Restoran	14	%4,7	25	%8,2	20	%5,6	18	%5,1	77	%5,8		
Fine Dining Restoran	8	%2,7	14	%4,6	24	%6,7	18	%5,1	64	%4,9		
Kafe	23	%7,3	47	%15,4	136	%38,0	91	%25,6	297	%22,5		
Pizzacı	14	%4,7	39	%12,7	88	%24,6	106	%29,8	247	%18,7		
Seyyar Satıcı	13	%4,4	27	%8,8	22	%6,1	31	%8,7	93	%7,1		
Paket Servis	27	%9,1	36	%11,8	84	%23,5	67	%18,8	214	%16,2		
Fast Food İşletmesi	15	%5,0	28	%9,2	107	%29,9	78	%21,9	228	%17,3		
Diğer	22	%7,4	35	%11,4	11	%3,1	15	%4,2	83	%6,3		
<b>Toplam</b>	298	%22,6	306	%23,2	358	%27,2	356	%27,0	1318	%100		

\*Dışarıda yemek yeme için tercih edilen işletme türleri ile ilgili birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.12.'de yer alan kuşakların akşam öğünü için tercih ettikleri işletme türlerine ilişkin dağılımlarına göre katılımcıların akşam öğünü için en çok tercih ettikleri işletme türünün et restoranı (%41,7) olduğu en az tercih ettikleri işletme türünün ise fine dining restoran (%4,9) olduğu bulunmuştur. Baby Boomer kuşağının akşam öğünü için en çok tercih ettikleri işletme türünün et restoranı (%46,6), en az tercih ettiği işletme türünün fine dining restoran (%2,7), X kuşağının en çok tercih ettiği yiyecek içecek işletme türünün et restoranı (%52,3), en az tercih ettiği işletme türünün fine dining restoran (%4,6), Y kuşağının en çok tercih ettiği işletme türünün köfteci, kebabçı (%39,7), en az tercih ettiği işletme türünün diğer işletme türleri (%3,1), Z kuşağının ise en çok tercih ettiği işletme türünün köfteci kebabçı (%35,1), en az tercih ettiği işletme türünün diğer işletme türleri (%4,2) olduğu saptanmıştır. Kuşaklar ile akşam öğünü için tercih ettikleri işletme türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p < 0,001$ ).



Kuşakların dışarıda yemek yeme amaçlarına ilişkin dağılımları Çizelge 4.13.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.13. Kuşakların dışarıda yemek yeme amaçlarına ilişkin dağılımları (n=1374)

Dışarıda Yemek Yeme Amacı	Kuşak Türü										$\chi^2$	p
	BB Kuşağı		X Kuşağı		Y Kuşağı		Z Kuşağı		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Açlığı Giderme	209	%68,1	224	%68,9	285	%77,4	266	%71,1	984	%71,6	$\chi^2$ 123,567	<0,001
Yenilik Arayışı	45	%14,7	57	%17,5	64	%17,4	74	%19,8	240	%17,5		
Eğlenme	75	%24,4	106	%32,6	155	%42,1	173	%46,3	509	%37,0		
Mutlu Olma	101	%32,9	124	%38,2	142	%38,6	150	%40,1	517	%37,6		
Kolaylık	111	%36,2	133	%40,9	163	%44,3	117	%31,3	524	%38,1		
Zaman Tasarrufu	64	%20,8	115	%35,4	100	%27,2	94	%25,1	373	%27,1		
Sosyal Etkileşim	61	%19,9	85	%26,2	115	%31,3	112	%29,9	373	%27,1		
Aile/Arkadaşlarla Birlikte Olma	149	%48,5	168	%51,7	193	%52,4	196	%52,4	706	%51,4		
Statü Sağlama	13	%4,2	19	%5,8	30	%8,2	23	%6,1	85	%6,2		
Prestij Sağlama	12	%3,9	15	%4,6	22	%6,0	16	%4,3	65	%4,7		
<b>Toplam</b>	<b>307</b>	<b>%22,3</b>	<b>325</b>	<b>%23,7</b>	<b>368</b>	<b>%26,8</b>	<b>374</b>	<b>%27,2</b>	<b>1374</b>	<b>%100</b>		

\*Dışarıda yemek yeme amaçları ile ilgili birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Çizelge 4.13.'te yer alan kuşakların dışarıda yemek yeme amaçlarına ilişkin dağılımlarına göre katılımcıların %71,6'sı dışarıda açlığı gidermek için yemek yediklerini, %4,7'si ise prestij sağlama amacıyla yemek yediklerini belirtmişlerdir. Baby Boomer kuşağının %68,1'i açlığı giderme, %48,5'i aile/arkadaşlarla birlikte olma, %36,2'si kolaylık, %32,9'u mutlu olma, %24,4'ü eğlenme, %20,8'i zaman tasarrufu, %19,9'u sosyal etkileşim, %14,7'si yenilik arayışı, %4,2'si statü sağlama, %3,9'u prestij sağlama amacıyla dışarıda yemek yediklerini belirtmiştir. X kuşağının %68,9'u açlığı giderme, %51,7'si aile/arkadaşlarla birlikte olma, %40,9'u kolaylık, %38,2'si mutlu olma, %35,4'ü zaman tasarrufu, %32,6'sı eğlenme, %26,2'si sosyal etkileşim, %17,5'i yenilik arayışı, %5,8'i statü sağlama, %4,6'sı prestij sağlama amacıyla dışarıda yemek yediklerini ifade etmişlerdir. Y kuşağının %77,4'ü açlığı giderme, %52,4'ü aile/arkadaşlarla birlikte olma, %44,3'ü kolaylık, %42,1'i eğlenme, %38,6'sı mutlu olma, %31,3'ü sosyal etkileşim, %17,4'ü yenilik arayışı, %8,2'si statü sağlama, %6,0'sı prestij sağlama amacıyla dışarıda yemek yediklerini belirtmiştir. Z kuşağının ise %71,1'i açlığı giderme, %52,4'ü aile/arkadaşlarla birlikte olma, %46,3'ü eğlenme, %40,1'i mutlu olma, %31,3'ü kolaylık, %29,9'u sosyal etkileşim, %25,1'i zaman tasarrufu, %19,8'i yenilik arayışı, %6,1'i statü sağlama ve %4,3'ü prestij sağlama amacıyla

dışarıda yemek yediklerini ifade etmişlerdir. Kuşaklar ile dışarıda yemek yeme amcaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,001$ ).

### 4.3. Kuşakların Tercih Ettikleri Yiyecek-İçecekler, Yiyecek-İçecek Seçimi Ölçeği ve Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde kuşakların ana ve ara öğünlerde tercih ettikleri yiyecek ve içecekler, yemek seçiminde tercih ettikleri pişirme yöntemleri, yiyecek seçiminde önem verdikleri faktörler ile ilgili bulgulara yer verilmiştir.

Kuşakların kahvaltıda tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.14.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.14. Kuşakların kahvaltıda tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Kuşak Türleri	BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği *	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
<b>Kahvaltıda Tüketilen Yiyecekler</b>										
1. Domates	4 ± 1a		3,8 ± 1,1b		3,8 ± 1,1b		3,5 ± 1,1c		11,589	<b>&lt;0,001</b>
2. Salatalık	4 ± 1a		3,8 ± 1b		3,8 ± 1b		3,6 ± 1,1b		8,743	<b>&lt;0,001</b>
3. Zeytin Çeşitleri	4,3 ± 0,9a		4,1 ± 1ab		4 ± 1,1b		3,6 ± 1,2c		27,463	<b>&lt;0,001</b>
4. Peynir Çeşitleri	4,3 ± 0,9a		4,2 ± 0,9a		4 ± 1,1b		3,9 ± 1,1b		16,798	<b>&lt;0,001</b>
5. Tereyağı	3,5 ± 1,3a		3,3 ± 1,2ab		3,1 ± 1,4b		3,1 ± 1,3b		6,710	<b>&lt;0,001</b>
6. Bal	3,4 ± 1,3a		3,3 ± 1,2a		2,9 ± 1,3b		3 ± 1,3b		10,802	<b>&lt;0,001</b>
7. Reçel, Marmelat Çeşitleri	3,1 ± 1,3b		3,4 ± 1,2a		3,1 ± 1,3b		3,1 ± 1,3b		4,066	<b>0,007</b>
8. Şarküteri Ürünleri (Sucuk, salam, sosis vb.)	2,8 ± 1,3a		3,1 ± 1,2b		3,2 ± 1,3b		3,2 ± 1,2b		6,569	<b>&lt;0,001</b>
9. Yumurta ve Yumurtalı Ürünler (Omlet, melemen vb.)	3,9 ± 1,1a		3,8 ± 1,1ab		3,8 ± 1,2ab		3,7 ± 1,2b		2,810	<b>0,038</b>
10. Yeşil Yapraklı Sebzeler	3 ± 1,4a		2,8 ± 1,3ab		2,6 ± 1,3bc		2,3 ± 1,3c		17,513	<b>&lt;0,001</b>
11. Meyveler	2,4 ± 1,4b		2,3 ± 1,4a		2,3 ± 1,4a		2,6 ± 1,4b		2,977	<b>0,031</b>
12. Sade Yoğurt ve Meyveli Yoğurt Çeşitleri	2,5 ± 1,5		2,4 ± 1,4		2,4 ± 1,4		2,6 ± 1,4		2,334	0,072
13. Hamur işleri (Börek, poğaç vb.)	2,7 ± 1,3a		2,8 ± 1,2a		3 ± 1,3b		3,1 ± 1,2b		7,399	<b>&lt;0,001</b>
14. Acuka	1,8 ± 1,2		1,8 ± 1,1		1,9 ± 1,1		1,9 ± 1,2		1,348	0,257
15. Kahvaltılık Tahıllar ve Gevrekler (Mısır gevreği, müsli)	1,3 ± 0,9a		1,5 ± 1a		1,8 ± 1,2b		2,2 ± 1,3c		39,526	<b>&lt;0,001</b>

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır ( $P<0,05$ )

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.14.'te yer alan kuşakların kahvaltıda tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre kuşakların kahvaltıda

domates tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=11,589$ ;  $p<0,001$ ). Kahvaltıda domates tüketme sıklığı ortalaması açısından X ( $3,8 \pm 1,1$ ) ve Y ( $3,8 \pm 1,1$ ) kuşaklarında fark yok iken Baby Boomer ( $4,0 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,5 \pm 1,1$ ) kuşaklarında farklılık görülmektedir. Kahvaltıda domates tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların kahvaltıda salatalık tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=8,743$ ;  $p<0,001$ ). X ( $3,8 \pm 1,0$ ), Y ( $3,8 \pm 1,0$ ) ve Z ( $3,6 \pm 1,1$ ) kuşaklarının kahvaltıda salatalık tüketme sıklık ortalamalarında farklılık bulunmaz iken Baby Boomer ( $4,0 \pm 1,0$ ) kuşağında farklılık bulunmaktadır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklara göre kahvaltıda daha sık salatalık tüketmektedir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru kahvaltıda salatalık tüketimi sıklığında azalma olduğu görülmektedir.

Kuşakların kahvaltıda zeytin çeşitleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=27,463$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $4,3 \pm 0,9$ ), X ( $4,1 \pm 1,0$ ) ve Y ( $4,0 \pm 1,1$ ) kuşaklarının kahvaltıda zeytin çeşitlerini tüketme sıklığı farklı değil iken Z ( $3,6 \pm 1,2$ ) kuşağının ortalaması farklıdır. Z kuşağı diğer kuşaklara göre daha az zeytin çeşitlerini tüketmektedir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru zeytin çeşitleri tüketimi sıklığının azaldığı görülmektedir.

Kuşakların kahvaltıda peynir çeşitleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=27,463$ ;  $p<0,001$ ). Kahvaltıda peynir çeşitleri tüketim sıklığı ortalamaları Baby Boomer ( $4,3 \pm 0,9$ ) ve X ( $4,2 \pm 0,9$ ) kuşakları ile Y ( $4,0 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,9 \pm 1,1$ ) kuşakları arasında farklılık göstermektedir. Baby Boomer ve X kuşaklarının kahvaltıda peynir tüketimi sıklığı Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların kahvaltıda tereyağı tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,710$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,5 \pm 1,3$ ) kuşağının kahvaltıda tereyağı tüketme sıklığı ortalaması X ( $3,3 \pm 1,2$ ) Y ( $3,1 \pm 1,4$ ) ve Z ( $3,1 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer kuşağı kahvaltıda diğer kuşaklara göre daha sık tereyağı tüketmektedir.

Kuşakların kahvaltıda bal tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=10,802$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,4 \pm 1,3$ ) ve X ( $3,3 \pm 1,2$ )

kuşaklarının kahvaltıda bal tüketme sıklığı ortalamaları ile Y ( $2,9 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında fark vardır. Baby Boomer ve X kuşaklarının kahvaltıda bal tüketme sıklığı Y ve Z kuşaklarından daha yüksektir.

Kuşakların kahvaltıda reçel, marmelat çeşitleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,066$ ;  $p<0,05$ ). X ( $3,4 \pm 1,2$ ) kuşağının kahvaltıda reçel, marmelat çeşitlerini tüketme sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $3,1 \pm 1,3$ ) Y ( $3,1 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,1 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaların farklıdır. X kuşağı diğer kuşaklara göre kahvaltıda reçel ve marmelat çeşitlerini daha sık tüketmektedir.

Kuşakların kahvaltıda şarküteri ürünleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,569$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,8 \pm 1,3$ ) kuşağının kahvaltıda şarküteri ürünlerini tüketme sıklık ortalaması X ( $3,1 \pm 1,2$ ), Y ( $3,2 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,2 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer kuşağının kahvaltıda şarküteri ürünlerini tüketme sıklığı diğer kuşaklara göre daha düşük düzeydedir.

Kuşakların kahvaltıda yumurta ve yumurtalı ürünler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,810$ ;  $p<0,05$ ). Kahvaltıda yumurta ve yumurtalı ürünler tüketme sıklığı ortalamaları bakımından Baby Boomer ( $3,9 \pm 1,1$ ), X ( $3,8 \pm 1,1$ ), Y ( $3,8 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,7 \pm 1,2$ ) kuşakları arasında düşük düzeyde farklılık vardır. Her kuşak kahvaltıda yumurta ve yumurtalı ürünleri yaklaşık olarak aynı sıklıkta tüketme eğilimi göstermektedir.

Kuşakların kahvaltıda yeşil yapraklı sebzeleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=17,513$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,0 \pm 1,4$ ), X ( $2,8 \pm 1,3$ ), Y ( $2,6 \pm 1,3$ ) ve Z ( $2,3 \pm 1,3$ ) kuşaklarının kahvaltıda yeşil yapraklı sebzeleri tüketme sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru yeşil yapraklı sebzeleri tüketimi sıklığının düştüğü görülmektedir.

Kuşakların kahvaltıda meyve tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,977$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $2,4 \pm 1,4$ ) ve Z ( $2,6 \pm 1,4$ ) kuşağının kahvaltıda meyve tüketme sıklık ortalamaları X ( $2,3 \pm 1,4$ ) ve Y ( $2,3 \pm 1,4$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer ve Z kuşakları kahvaltıda meyveleri daha sık tüketmektedirler.

Kuşakların kahvaltıda sade yoğurt ve meyveli yoğurt çeşitlerini tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,334$ ;  $p=0,072$ ).

Kuşakların kahvaltıda hamur işleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,399$ ;  $p<0,001$ ). Y ( $3,0 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,1 \pm 1,2$ ) kuşaklarının kahvaltıda hamur işleri tüketme sıklık ortalamaları Baby Boomer ( $2,7 \pm 1,3$ ) ve X ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Y ve Z kuşağının kahvaltıda hamur işi tüketimi sıklığı Baby Boomer ve X kuşağına göre daha yüksek seviyededir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru kahvaltıda hamur işi tüketimi sıklığının yükseldiği saptanmıştır.

Kuşakların kahvaltıda acuka tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,348$ ;  $p=0,257$ ).

Kuşakların kahvaltıda kahvaltılık tahıllar ve gevrekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=39,526$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $1,3 \pm 0,9$ ) ve X ( $1,5 \pm 1,0$ ) kuşaklarının kahvaltıda tahıl ve gevrek tüketme sıklık ortalamaları arasında fark yok iken Y ( $1,8 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarında farklılık vardır. Y ve Z kuşaklarının kahvaltıda kahvaltılık tahıl ve gevrek tüketme sıklığının Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bütün kuşakların kahvaltıda kahvaltılık tahıl ve gevrek tüketimlerinin düşük seviyede olduğu, eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru kahvaltıda kahvaltılık tahıllar ve gevreklerin tüketim sıklığının yükseldiği saptanmıştır. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>1a</sub>**: Kuşakların kahvaltı öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların öğle öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.15.’te gösterilmiştir.

Çizelge 4.15. Kuşakların öğle öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Öğle Yemeğinde Tüketilen Yiyecekler	Kuşak Türleri	BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği*	P
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
1.Çorbalar		3,9 ± 1,2c		3,5 ± 1,2b		3,3 ± 1,2b		3 ± 1,2c		33,873	<0,001
2.Kırmızı Et Yemekleri ve Kırmızı Etlili Sebze Yemekleri		3,3 ± 1,1a		3,1 ± 1,1b		3 ± 1,1b		3 ± 1,2b		6,612	<0,001
3.Beyaz Et Yemekleri ve Beyaz Etlili Sebze Yemekleri		3,4 ± 1,1a		3,3 ± 1ab		3,2 ± 1,1b		3 ± 1,1c		9,382	<0,001
4.Balıklar ve Deniz Ürünleri ile Hazırlanan Yemekler		2,9 ± 1,2a		2,7 ± 1,1ab		2,6 ± 1,1b		2,6 ± 1,2b		6,039	<0,001
5.Köfteler		3,1 ± 1,2		3 ± 1		3 ± 1		3,2 ± 1,1		1,559	0,198
6.Tahıl ve Kurubaklagil Yemekleri		3,6 ± 1,2a		3,4 ± 1,2a		3 ± 1,2b		3 ± 1,2b		24,610	<0,001
7.Sebze Yemekleri		3,8 ± 1,2a		3,4 ± 1,2b		3 ± 1,3c		2,9 ± 1,2c		46,425	<0,001
8.Mantılar ve Makarnalar		3,4 ± 1,1		3,3 ± 1,1		3,2 ± 1,2		3,3 ± 1,1		1,283	0,279
9.Zeytinyağlı Yemekler		3,2 ± 1,2a		3,1 ± 1,2ab		2,9 ± 1,2b		3 ± 1,2ab		2,733	0,042
10.Salatalar		3,9 ± 1,1a		3,7 ± 1,1b		3,6 ± 1,2bc		3,4 ± 1,2c		12,981	<0,001
11.Dolmalar ve Sarmalar		3,5 ± 1,2a		3,1 ± 1,1b		3,1 ± 1,3b		3,3 ± 1,2ab		7,977	<0,001
12.Tatlı ve Tuzlu Hamur işleri		2,6 ± 1,2a		2,8 ± 1,1ab		2,9 ± 1,2b		3,1 ± 1,2c		9,586	<0,001
13.Pastalar		2,2 ± 1,1a		2,5 ± 1,1b		2,5 ± 1,2b		2,8 ± 1,2c		17,412	<0,001
14.Tatlılar		2,4 ± 1,2a		2,6 ± 1,1b		2,7 ± 1,2b		2,9 ± 1,3c		12,762	<0,001
15.Ekmek ve Pideler		3,8 ± 1,2b		3,7 ± 1,2ab		3,5 ± 1,3b		3,6 ± 1,2b		5,067	0,002
16.Turşular		3,2 ± 1,3a		3,1 ± 1,2a		3,1 ± 1,3a		2,8 ± 1,2b		7,795	<0,001
17.Diyet Yemekleri		1,6 ± 1,1ab		1,6 ± 1,1ab		1,5 ± 1a		1,7 ± 1,2b		3,401	0,017
18.Endüstriyel Hazır Yemekler		1,6 ± 1a		1,8 ± 1,1a		2 ± 1,2b		2,2 ± 1,3c		22,259	<0,001

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır (P<0.05)

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.15.'te yer alan kuşakların öğle öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre kuşakların öğle öğününde çorbaları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=33,873; p<0,001). X (3,5 ± 1,2) ve Y (3,3 ± 1,2) kuşaklarının öğle öğününde çorbaları tüketme sıklığı ortalamaları ile Baby Boomer (3,9 ± 1,2) ve Z (3,0 ± 1,2) kuşaklarının ortalamaları birbirinden farklıdır. Baby Boomer kuşağının öğle öğününde çorba tüketme sıklığı en yüksek iken Z kuşağının çorba tüketme sıklığı en düşük düzeydedir. Öğle öğününde çorba tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde kırmızı et yemekleri ve kırmızı etli sebze yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=6,612;

$p < 0,001$ ). Baby Boomer ( $3,3 \pm 1,1$ ) kuşağının öğle öğününde kırmızı et yemekleri ve kırmızı etli sebze yemekleri tüketme sıklığı ortalaması X ( $3,1 \pm 1,1$ ), Y ( $3,0 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklara göre öğle öğününde daha sık kırmızı et yemekleri ve kırmızı etli sebze yemekleri tüketmektedir.

Kuşakların öğle öğününde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=9,382$ ;  $p < 0,001$ ). X ( $3,3 \pm 1,0$ ) ve Y ( $3,2 \pm 1,1$ ) kuşaklarının öğle öğününde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri tüketim sıklığı ortalamaları ile Baby Boomer ( $3,4 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer kuşağının öğle yemeğinde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemeklerini tüketme sıklığı en yüksek iken, Z kuşağının tüketim sıklığı ise en düşük seviyededir. Öğle öğününde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde balıklar ve deniz ürünlerinden hazırlanan yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,039$ ;  $p < 0,001$ ). Baby Boomer ( $2,9 \pm 1,2$ ) kuşağının öğle öğününde balıklar ve deniz ürünleri ile hazırlanan yemekleri tüketim sıklığı ortalaması ile X ( $2,7 \pm 1,1$ ), Y ( $2,6 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,6 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer kuşağının öğle öğününde balıklar ve deniz ürünleri ile hazırlanan yemekleri tüketme sıklığı diğer kuşaklardan daha yüksektir.

Kuşakların öğle öğününde köfteleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,559$ ;  $p=0,198$ ).

Kuşakların öğle öğününde tahıl ve kurubaklagil yemeklerini tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=24,610$ ;  $p < 0,001$ ). Baby Boomer ( $3,6 \pm 1,2$ ) ve X ( $3,4 \pm 1,2$ ) kuşakları ile Y ( $3,0 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,2$ ) kuşaklarının öğle öğününde tahıl ve kurubaklagil yemekleri tüketme sıklığı ortalamaları birbirinden farklılık göstermektedir. Baby Boomer ve X kuşaklarının öğle öğününde tahıl ve kurubaklagil yemekleri tüketme sıklığı Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların öğle öğününde sebze yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=46,425$ ;  $p<0,001$ ). Y ( $3,0 \pm 1,3$ ) ve Z ( $2,9 \pm 1,2$ ) kuşaklarının öğle öğününde sebze yemekleri tüketim sıklığı ortalamaları aynı iken, Baby Boomer ( $3,8 \pm 1,2$ ) ve X ( $3,4 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamaları farklılık göstermektedir. Y ve Z kuşaklarının öğle öğününde sebze yemeklerini tüketme sıklığı Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha düşüktür. Öğle öğününde sebze yemekleri tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde mantı ve makarnaları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=1,283$ ;  $p=0,279$ ).

Kuşakların öğle öğününde zeytinyağlı yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,733$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $3,2 \pm 1,2$ ) kuşağının öğle öğününde zeytinyağlı yemekleri tüketim sıklığı ortalaması ile X ( $3,1 \pm 1,2$ ), Y ( $2,9 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklara göre öğle öğününde zeytinyağlı yemekleri daha sık tüketmektedir. Öğle öğününde zeytinyağlı yemekleri tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde salata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=12,981$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,9 \pm 1,1$ ) kuşağının öğle öğününde salata tüketme sıklığı ortalaması X ( $3,7 \pm 1,1$ ), Y ( $3,6 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,4 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer kuşağının öğle öğününde salata tüketme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Öğle öğününde salata tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde dolma ve sarma tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,977$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,5 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,3 \pm 1,2$ ) kuşaklarının öğle yemeğinde dolma ve sarma tüketme sıklığı ortalamaları ile X ( $3,1 \pm 1,1$ ) ve Y ( $3,1 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında düşük oranda farklılık vardır. Baby Boomer ve Z kuşaklarının öğle öğününde dolma ve sarma tüketme sıklığı X ve Y kuşaklarına göre düşük oranda daha yüksek düzeydedir.



Kuşakların öğle öğününde tatlı ve tuzlu hamur işleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=9,586$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,6 \pm 1,2$ ), Y ( $2,8 \pm 1,1$ ), Y ( $2,9 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,1 \pm 1,2$ ) kuşaklarının öğle öğününde tatlı ve tuzlu hamur işi tüketim sıklığı ortalaması birbirinden farklılık göstermektedir. Öğle öğününde tatlı ve tuzlu hamur işi tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde pasta tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=17,412$ ;  $p<0,001$ ). Öğle öğününde pasta tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $2,2 \pm 1,1$ ), X ( $2,5 \pm 1,1$ ), Y ( $2,5 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşakları arasında farklıdır. Öğle öğününde pasta tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde tatlı tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=12,762$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,4 \pm 1,2$ ), X ( $2,6 \pm 1,1$ ), Y ( $2,7 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,9 \pm 1,3$ ) kuşaklarının öğle öğününde tatlı tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Öğle öğününde tatlı tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde ekmek ve pide tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=5,062$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $3,8 \pm 1,2$ ), X ( $3,7 \pm 1,2$ ), Y ( $3,5 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,6 \pm 1,2$ ) kuşaklarının öğle öğününde ekmek ve pide tüketim sıklığı ortalamaları birbirine yakındır. Tüm kuşakların ekmek ve pide tüketim sıklıkları yüksek düzeydedir.

Kuşakların öğle öğününde turşu tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,795$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşağının öğle öğününde turşu tüketme sıklığı Baby Boomer ( $3,2 \pm 1,3$ ), X ( $3,1 \pm 1,2$ ) ve Y ( $3,7 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Z kuşağının öğle öğününde turşu tüketme sıklığı diğer kuşaklardan daha düşüktür.

Kuşakların öğle öğününde diyet yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,401$ ;  $p<0,05$ ). Öğle öğününde Z ( $1,7 \pm 1,2$ ) kuşağının diyet yemekleri tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $1,6 \pm 1,1$ ), X ( $1,6 \pm 1,1$ ) ve Y ( $1,5 \pm 1,0$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Z kuşağı öğle öğününde diğer

kuşaklara göre diyet yemeklerini daha sık tüketmektedir. Öğle öğününde diyet yemeklerini tüketme sıklığı tüm kuşaklarda genel olarak düşük düzeydedir.

Kuşakların öğle öğününde endüstriyel hazır yemek tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=22,259$ ;  $p<0,001$ ). Öğle öğününde Baby Boomer ( $1,6 \pm 1,0$ ) ve X ( $1,8 \pm 1,1$ ) kuşaklarının endüstriyel hazır yemek tüketim sıklığı ortalamaları Y ( $2,0 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer ve X kuşağının öğle öğününde endüstriyel hazır yemek tüketim sıklığı diğer kuşaklardan daha düşük düzeydedir. Öğle öğününde endüstriyel hazır yemek tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>1b</sub>**: Kuşakların öğle ana öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların akşam öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.16.’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.16. Kuşakların akşam öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Akşam Yemeğinde Tüketilen Yiyecekler	Kuşak Türleri		BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği*	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS				
1.Çorbalar	4,3 ± 0,9a		4,1 ± 1b		3,8 ± 1,1c		3,6 ± 1,1d		32,112	<0,001		
2.Kırmızı Et Yemekleri ve Kırmızı Etli Sebze Yemekleri	3,5 ± 1,2a		3,4 ± 1ab		3,2 ± 1,1b		3,3 ± 1ab		4,639	0,003		
3.Beyaz Et Yemekleri ve Beyaz Etli Sebze Yemekleri	3,5 ± 1,1a		3,5 ± 0,9a		3,3 ± 1,1b		3,3 ± 1,1b		7,321	<0,001		
4.Balıklar ve Deniz Ürünleri İle Hazırlanan Yemekler	3,1 ± 1,2a		2,9 ± 1b		2,7 ± 1,1b		2,9 ± 1,2b		8,370	<0,001		
5.Köfteler	3,2 ± 1,2		3,2 ± 1		3,1 ± 1,1		3,3 ± 1,1		2,106	0,098		
6.Tahıl ve Kurubaklagil Yemekleri	3,7 ± 1,2a		3,6 ± 1,1a		3,3 ± 1,2b		3 ± 1,2c		30,757	<0,001		
7.Sebze Yemekleri	3,8 ± 1,1a		3,5 ± 1,1b		3,3 ± 1,2b		3 ± 1,2c		32,498	<0,001		
8.Mantılar ve Makarnalar	3,4 ± 1,1		3,3 ± 1,1		3,4 ± 1,1		3,3 ± 1,1		0,674	0,568		
9.Zeytinyağlı Yemekler	3,2 ± 1,2		3,2 ± 1,1		3,1 ± 1,2		3,2 ± 1,1		2,139	0,093		
10.Salatalar	4,0 ± 1,1a		3,9 ± 1a		3,8 ± 1,1b		3,7 ± 1,1b		6,406	<0,001		
11.Dolmalar ve Sarmalar	3,6 ± 1,1c		3,2 ± 1a		3,2 ± 1,1a		3,4 ± 1,1bc		9,358	<0,001		
12.Tatlı ve Tuzlu Hamur işleri	2,6 ± 1,2a		2,9 ± 1,1b		2,9 ± 1,1b		3 ± 1,1b		10,503	<0,001		
13.Pastalar	2,2 ± 1,1a		2,5 ± 1,1b		2,6 ± 1,2b		2,8 ± 1,2c		19,395	<0,001		
14.Tatlılar	2,5 ± 1,2a		2,7 ± 1,1b		2,8 ± 1,1bc		3 ± 1,2c		13,798	<0,001		
15.Ekmek ve Pideler	3,9 ± 1,2		3,8 ± 1,2		3,7 ± 1,2		3,7 ± 1,2		2,416	0,065		
16.Turşular	3,2 ± 1,3a		3,2 ± 1,2ab		3,1 ± 1,3ab		3 ± 1,3b		2,959	0,031		
17.Diyet Yemekleri	1,5 ± 1,1a		1,6 ± 1a		1,5 ± 1a		1,7 ± 1,2b		3,510	0,015		
18.Endüstriyel Hazır Yemekler	1,6 ± 1a		1,7 ± 1,1ab		1,9 ± 1,2bc		2 ± 1,3c		8,948	<0,001		

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır ( $P<0,05$ )

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.16.'da yer alan kuşakların akşam öğününde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre kuşakların akşam öğününde çorba tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=32,112$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $4,3 \pm 0,9$ ), X ( $4,1 \pm 1,0$ ), Y ( $3,8 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,6 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde çorba tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Özellikle Baby Boomer ve X kuşaklarının akşam öğününde çorba tüketim sıklığı yüksek düzeyde olduğu gibi tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde kırmızı et yemekleri ve kırmızı etli sebze yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,639$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $3,5 \pm 1,2$ ), X ( $3,4 \pm 1,0$ ), Y ( $3,2 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,3 \pm 1,0$ ) kuşaklarının öğle öğününde kırmızı et yemekleri ve kırmızı etli sebze yemekleri tüketme sıklığı ortalamaları arasında düşük düzeyde farklılıklar vardır.

Kuşakların akşam öğününde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,321$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,5 \pm 1,1$ ) ve X ( $3,5 \pm 0,9$ ) kuşakları ile Y ( $3,3 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,3 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Baby Boomer ve X kuşaklarının akşam öğününde beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri tüketim sıklığı Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların akşam öğününde balıklar ve deniz ürünleri ile hazırlanan yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=8,370$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,1 \pm 1,2$ ) kuşağının akşam öğününde balıklar ve deniz ürünleri ile hazırlanan yemekleri tüketim sıklığı ortalaması X ( $2,9 \pm 1,0$ ), Y ( $2,7 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,9 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklılık göstermektedir. Baby Boomer Kuşağı diğer kuşaklara göre akşam öğününde daha sık balıklar ve deniz ürünleri ile hazırlanan yemekleri tüketmektedir.

Kuşakların akşam öğününde köfteleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,106$ ;  $p=0,098$ ).

Kuşakların akşam öğününde tahıl ve kurubaklagil yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=30,757$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,7 \pm 1,2$ ) ve X ( $3,6 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde tahıl ve kurubaklagil yemekleri tüketim sıklığı ortalamaları Y ( $3,3 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Akşam öğününde tahıl ve kurubaklagil yemekleri tüketim sıklığı Baby Boomer ve X kuşaklarında daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde tahıl ve kurubaklagil yemekleri tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde sebze yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=30,757$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,8 \pm 1,1$ ), X ( $3,5 \pm 1,1$ ), Y ( $3,3 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,2$ ) kuşaklarının akşam öğününde sebze yemekleri tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklılık göstermektedir. Akşam öğününde sebze yemekleri tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde mantı ve makarna tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,674$ ;  $p=0,568$ ).

Kuşakların akşam öğününde zeytinyağlı yemekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,139$ ;  $p=0,093$ ).

Kuşakların akşam öğününde salata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,406$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $4,0 \pm 1,1$ ) ve X ( $3,9 \pm 1,0$ ) kuşakları ile Y ( $3,8 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,7 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde salata tüketim sıklığı ortalamaları arasında farklılık vardır. Akşam öğününde salata tüketme sıklığı Baby Boomer ve X kuşaklarında daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde salata tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde dolma ve sarmaları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,406$ ;  $p<0,001$ ). X ( $3,2 \pm 1,0$ ) ve Y ( $3,2 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde dolma ve sarmaları tüketim sıklığı ortalamaları ile Baby Boomer ( $3,6 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,4 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer ve Z kuşaklarının akşam öğününde dolam ve sarmaları tüketim sıklığı X ve Y kuşaklarına göre daha yüksektir.

Kuşakların akşam öğününde tatlı ve tuzlu hamur işleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=10,503$ ;  $p<0,001$ ). Akşam öğününde tatlı ve tuzlu hamur işleri tüketim sıklığı ortalamaları Baby Boomer ( $2,6 \pm 1,2$ ) ile X ( $2,9 \pm 1,1$ ), Y ( $2,9 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,1$ ) kuşakları arasında farklılık göstermektedir. Baby Boomer kuşağının akşam öğününde tatlı ve tuzlu hamur işlerini tüketme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde tatlı ve tuzlu hamur işleri tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde pasta tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=19,395$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,2 \pm 1,1$ ), X ( $2,5 \pm 1,1$ ), Y ( $2,6 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşaklarının akşam öğününde pasta tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Akşam öğününde pasta tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artmaktadır.

Kuşakların akşam öğününde tatlı tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=13,798$ ;  $p<0,001$ ). Akşam öğününde pasta tüketim sıklığı ortalamaları Baby Boomer ( $2,5 \pm 1,2$ ), X ( $2,7 \pm 1,1$ ), Y ( $2,8 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarında birbirinden farklıdır. Z kuşağı akşam öğününde daha sık tatlı tüketmektedir. Akşam öğününde pasta tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde ekme ve pideleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,416$ ;  $p=0,065$ ).

Kuşakların akşam öğününde turşu tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,959$ ;  $p<0,05$ ). Akşam öğününde turşu tüketim sıklık ortalamaları Baby Boomer ( $3,2 \pm 1,3$ ), X ( $3,2 \pm 1,2$ ), Y ( $3,1 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,3$ ) kuşakları arasında düşük düzeyde farklıdır. Akşam öğününde turşu tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde diyet yemekleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,510$ ;  $p<0,05$ ). Akşam öğününde diyet yemekleri tüketim sıklığı ortalamaları Z ( $1,7 \pm 1,2$ ) kuşağı ile Baby Boomer ( $1,5 \pm 1,1$ ), X

( $1,6 \pm 1,0$ ) ve Y ( $1,5 \pm 1,0$ ) kuşakları arasında düşük düzeyde farklıdır. Z kuşağının akşam öğününde diyet yemekleri tüketim sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların akşam öğününde endüstriyel hazır yemekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=8,948$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $1,6 \pm 1,0$ ), X ( $1,7 \pm 1,1$ ), Y ( $1,9 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarının akşam öğününde endüstriyel hazır yemekler tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Akşam öğününde endüstriyel hazır yemekler tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir. Bu sonuca göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>1c</sub>**: Kuşakların akşam ana öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların ara öğünde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.17.’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.17. Kuşakların ara öğünde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1039)

Kuşak Türleri	BB Kuşağı (n=237)		X Kuşağı (n=228)		Y Kuşağı (n=298)		Z Kuşağı (n=276)		Test istatistiği*	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
Ara Öğünde Tüketilen Yiyecekler										
1. Yoğurt, Peynir Türü Süt Ürünleri	3,6 ± 1,2a		3 ± 1,3b		2,8 ± 1,3b		2,9 ± 1,3b		20,312	<0,001
2. Sandviç, Tost, Börek	2,7 ± 1,3a		2,7 ± 1,2a		3 ± 1,1b		3,3 ± 1,1c		15,995	<0,001
3. Simit, Poğaçı Vb.	2,8 ± 1,3a		2,8 ± 1,2a		3,1 ± 1,2bc		3,4 ± 1c		16,779	<0,001
4. Meyve, Sebze	3,8 ± 1,1a		3,4 ± 1,2b		3,1 ± 1,3c		3,3 ± 1,2bc		14,597	<0,001
5. Kek, Bisküvi, Kurabiye	2,6 ± 1,2a		3 ± 1,2b		3,2 ± 1,1bc		3,4 ± 1,2c		20,547	<0,001
6 Kuru Yemiş, Kuru Meyve	3,3 ± 1,2a		3,3 ± 1,2a		2,9 ± 1,3b		2,9 ± 1,2b		8,479	<0,001
7. Şekerleme, Çikolata	2 ± 1,2a		2,4 ± 1,2b		3 ± 1,3c		3,3 ± 1,3d		54,425	<0,001

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır ( $P<0,05$ )

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.17.’de yer alan kuşakların ara öğünde tükettikleri yiyeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre kuşakların ara öğünde süt, yoğurt peynir tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F= 20,312$ ;  $p<0,001$ ). Kuşaklara göre ara öğünde tüketilen yoğurt, peynir türü süt ürünleri tüketimi sıklığı ortalaması X ( $3,0 \pm 1,3$ ), Y ( $2,8 \pm 1,3$ ) ve Z kuşaklarında ( $2,9 \pm 1,3$ ) aynı iken Baby Boomer kuşağında ( $3,6 \pm 1,2$ ) farklılık

göstermektedir. Baby Boomer kuşağının ara öğünde yoğurt, peynir türü süt ürünleri tüketim sıklığı diğer kuşaklara göre daha fazladır.

Kuşakların ara öğünde sandviç, tost, börek tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=15,995$ ;  $p<0,001$ ). Sandviç, tost, börek tüketim sıklığı ortalamaları açısından Baby Boomer ( $2,7 \pm 1,3$ ) ve X kuşağı ( $2,7 \pm 1,2$ ) arasında fark bulunmaz iken, Y ( $3,0 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,3 \pm 1,1$ ) kuşağının sandviç, tost ve börek tüketim sıklığı farklılık göstermektedir. Y ve Z kuşaklarının ara öğünde sandviç, tost ve börek tüketimi Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha fazladır. Çizelgeye göre eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde sandviç, tost, börek tüketim sıklığında artış olduğu görülmektedir.

Kuşakların ara öğünde simit, poğaçaya türü mayalı ürün tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=16,779$ ;  $p<0,001$ ). Ara öğünde simit, poğaçaya türü mayalı ürün tüketim sıklığı ortalamasında Baby Boomer ( $2,8 \pm 1,3$ ) ve X ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşaklarında farklılık bulunmazken, Y ( $3,1 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,4 \pm 1$ ) kuşaklarının tüketim sıklık ortalamalarında farklılık bulunmaktadır. Y ve Z kuşaklarının ara öğünde simit, poğaçaya türü mayalı hamurdan elde edilen ürün tüketim sıklığı, Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha fazladır. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde simit, poğaçaya türü mayalı hamurdan elde edilen ürün tüketimi sıklığında artış olduğu incelenmektedir.

Kuşakların ara öğünde meyve, sebze tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=14,597$ ;  $p<0,001$ ). Ara öğünde meyve, sebze tüketim sıklığı ortalamasına göre X ( $3,4 \pm 1,2$ ), Y ( $3,1 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,3 \pm 1,2$ ) kuşakları arasında farklılık bulunmazken, Baby Boomer ( $3,8 \pm 1,1$ ) kuşağının tüketim sıklığında farklılık bulunmaktadır. Baby Boomer kuşağı ara öğünde diğer kuşak türlerine göre daha fazla meyve ve sebze tüketmektedir.

Kuşakların ara öğünde kek, bisküvi, kurabiye tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=20,547$ ;  $p<0,001$ ). Kuşakların ara öğünde kek, bisküvi, kurabiye tüketme sıklıkları ortalamaları açısından X ( $3,0 \pm 1,2$ ), Y ( $3,2 \pm 1,1$ ) ve Z ( $3,4 \pm 1,2$ ) kuşakları arasında fark bulunmaz iken, Baby Boomer ( $2,6 \pm 1,2$ ) kuşağında farklılık bulunmaktadır. Baby Boomer kuşağının ara öğünde kek, bisküvi, kurabiye tüketme

sıklığı diğer kuşaklara göre daha düşük seviyededir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde kek, bisküvi, kurabiye tüketimi sıklığında artış olduğu incelenmektedir.

Kuşakların ara öğünde kuru yemiş, kuru meyve tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=8,479$ ;  $p<0,001$ ). Ara öğünde kuru yemiş, kuru meyve tüketme sıklığı açısından Y ( $2,9 \pm 1,3$ ) ve Z ( $2,9 \pm 1,2$ ) kuşakları ile Baby Boomer ( $3,3 \pm 1,2$ ) ve X ( $3,3 \pm 1,2$ ) kuşakları arasında farklılık bulunmaktadır. Baby Boomer ve X kuşakları ara öğünde Y ve Z kuşaklarına göre daha fazla kuru meyve, kuru yemiş tüketmektedir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde kuru yemiş, kuru meyve tüketimi sıklığında düşüş olduğu görülmektedir.

Kuşakların ara öğünde şekerleme, çikolata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=54,425$ ;  $p<0,001$ ). Her bir kuşağın ara öğünde şekerleme, çikolata tüketme sıklığı ortalaması birbirinden farklılık göstermektedir. Z ( $3,3 \pm 1,3$ ) kuşağı X ( $2,4 \pm 1,2$ ), Y ( $3,0 \pm 1,3$ ) ve Baby Boomer ( $2 \pm 1,2$ ) kuşaklarına göre ara öğünde daha fazla şekerleme, çikolata tüketme eğilimine sahiptir. En düşük çikolata, şekerleme tüketme sıklığı Baby Boomer kuşağındandır. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde şekerleme, çikolata tüketimi sıklığında artış olduğu incelenmektedir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>1a</sub>**: Kuşakların ara öğünlerde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi desteklenmiştir.

Kuşakların kahvaltıda tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.18.’de gösterilmiştir.



Çizelge 4.18. Kuşakların kahvaltıda tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Kuşak Türleri	BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği*	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
1. Demleme Çay	4,4 ± 1a		4,4 ± 1a		4,2 ± 1,2b		3,7 ± 1,4c		34,674	<0,001
2. Bitki Ve Meyve Çayları	2,1 ± 1,3		2,1 ± 1,2		2 ± 1,2		2,1 ± 1,3		0,400	0,753
3. Kahve Çeşitleri	2 ± 1,3a		2 ± 1,2a		2,4 ± 1,3b		2,3 ± 1,4b		10,190	<0,001
4. Sıcak Çikolata ve Kakao	1,5 ± 1a		1,6 ± 1ab		1,7 ± 1,1b		2,2 ± 1,3c		27,967	<0,001
5. Taze Sıkılmış Meyve Suları	2,2 ± 1,3a		2,3 ± 1,2a		2,2 ± 1,2a		2,6 ± 1,3b		7,157	<0,001
6. Konsantre (Hazır) Meyve Suları	1,9 ± 1,1a		2 ± 1,2ab		2,2 ± 1,1b		2,6 ± 1,3c		27,524	<0,001
7. Limonata	1,8 ± 1,2a		1,8 ± 1,1a		1,8 ± 1,1a		2,2 ± 1,3b		10,315	<0,001
8. Soda	1,7 ± 1,2a		1,7 ± 1,1a		1,6 ± 1,1a		2 ± 1,3b		6,089	<0,001
9. Süt	2,8 ± 1,4a		2,4 ± 1,2b		2,2 ± 1,3b		2,7 ± 1,4a		16,873	<0,001
10. Ayran	2,3 ± 1,6a		2,2 ± 1,4ab		2 ± 1,3b		2,3 ± 1,5a		5,404	0,001
11. Gazlı İçecekler	1,6 ± 1,1a		1,6 ± 1,1a		1,7 ± 1,1a		2,1 ± 1,4b		18,330	<0,001
12. Su	4,3 ± 1,1c		4,3 ± 1,1c		4,1 ± 1,3ab		4 ± 1,4a		7,852	<0,001

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır (P<0.05)

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.18.'de yer alan kuşakların kahvaltıda tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre; kuşakların kahvaltıda demleme çay tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=34,674; p<0,001). Kahvaltıda demleme tüketme sıklığı ortalaması açısından Baby Boomer (4,4 ± 1,0) ve X (4,4 ± 1,0) kuşaklarında fark yok iken Y (4,2 ± 1,2) ve Z (3,7 ± 1,4) kuşaklarında farklılık görülmektedir. Baby Boomer ve X kuşaklarının kahvaltıda demleme çay tüketme sıklıkları Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek seviyededir. Kahvaltıda demleme çay tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların kahvaltıda bitki ve meyve çayları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=0,400; p=0,753).

Kuşakların kahvaltıda kahve çeşitlerini tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=10,190; p<0,001). Y (2,4 ± 1,3) ve Z (2,3 ± 1,4) kuşaklarının kahvaltıda kahve tüketim sıklığı ortalamaları ile Baby Boomer (2,0 ± 1,3) ve X (2,0 ± 1,2) kuşaklarının ortalamaları birbirinden farklıdır Y ve Z kuşaklarının kahvaltıda

kahve çeşitlerini tüketme sıklığı Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların kahvaltıda sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=27,967$ ;  $p<0,001$ ). Kahvaltıda sıcak çikolata ve kakao tüketim sıklığı ortalamaları açısından Baby Boomer ( $1,5 \pm 1,0$ ), X ( $1,6 \pm 1,0$ ) ve Y ( $1,7 \pm 1,1$ ) kuşakları ile Z ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşağının ortalaması arasında farklılık vardır. Z kuşağı diğer kuşaklara göre kahvaltıda daha sık sıcak çikolata ve kakao tüketmektedir. Kahvaltıda sıcak çikolata ve kakao tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların kahvaltıda taze sıkılmış meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,157$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,6 \pm 1,3$ ) kuşağının kahvaltıda taze sıkılmış meyve suyu tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $2,2 \pm 1,3$ ), X ( $2,3 \pm 1,2$ ) ve Y ( $2,2 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklılık göstermektedir. Z kuşağının kahvaltıda taze sıkılmış meyve sularını tüketme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların kahvaltıda konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=27,967$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $1,9 \pm 1,1$ ), X ( $2,0 \pm 1,2$ ), Y ( $2,2 \pm 1,1$ ) kuşakları ile Z ( $2,6 \pm 1,3$ ) kuşaklarının kahvaltıda konsantre (hazır) meyve suları tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Z kuşağının kahvaltıda konsantre (hazır) meyve sularını tüketim sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksektir. Kahvaltıda konsantre (hazır) meyve suları tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların kahvaltıda limonata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=10,315$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşağının kahvaltıda limonata tüketim sıklığı ile Baby Boomer ( $1,8 \pm 1,2$ ), X ( $1,8 \pm 1,1$ ) ve Y ( $1,8 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamaları birbirinden farklıdır. Baby Boomer, X ve Y kuşaklarının kahvaltıda limonata tüketim sıklığı ortalamaları aynı iken, Z kuşağının ortalaması farklıdır. Z kuşağının kahvaltıda limonata tüketim sıklığı diğer kuşaklara göre yüksek seviyededir.

Kuşakların kahvaltıda soda tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,089$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,0 \pm 1,3$ ) kuşağının kahvaltıda soda tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $1,7 \pm 1,2$ ), X ( $1,7 \pm 1,1$ ) ve Y ( $1,6 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Z kuşağının kahvaltıda soda tüketim sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksektir.

Kuşakların kahvaltıda süt tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=16,873$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,8 \pm 1,4$ ) ve Z ( $2,7 \pm 1,4$ ) kuşaklarının kahvaltıda süt tüketim sıklığı ortalamaları X ( $2,4 \pm 1,2$ ) ve Y ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer ve Z kuşaklarının kahvaltıda süt tüketim sıklığı X ve Y kuşaklarının tüketim sıklığından daha yüksektir.

Kuşakların kahvaltıda ayran tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=5,404$ ;  $p<0,001$ ). X ( $2,1 \pm 1,4$ ) ve Y ( $2,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarının kahvaltıda ayran tüketim sıklığı ortalamaları, Baby Boomer ( $2,3 \pm 1,6$ ) ve Z ( $2,3 \pm 1,5$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklılık göstermektedir. Baby Boomer ve Z kuşaklarının kahvaltıda ayran tüketim sıklığı Y ve Z kuşaklarının tüketim sıklığından daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların kahvaltıda gazlı içecek tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=18,330$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,1 \pm 1,4$ ) kuşağının kahvaltıda gazlı içecek tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $1,6 \pm 1,1$ ), X ( $1,6 \pm 1,1$ ) ve Y ( $1,7 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Z kuşağı diğer kuşaklara göre daha sık kahvaltı öğününde gazlı içecek tüketmektedir.

Kuşakların kahvaltıda su tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,852$ ;  $p<0,001$ ). Y ( $4,1 \pm 1,3$ ) ve Z ( $4,0 \pm 1,4$ ) kuşaklarının kahvaltıda su tüketim sıklığı ile Baby Boomer ( $4,3 \pm 1,1$ ) ve X ( $4,3 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamaları birbirinden farklıdır. Baby Boomer ve X kuşağının kahvaltıda su tüketim sıklığı Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksektir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>2a</sub>**: Kuşakların kahvaltı öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların öğle öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.19.'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.19. Kuşakların öğle öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Öğle Yemeğinde Tüketilen İçecekler	BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği *	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
1.Demleme Çay	3,7 ± 1,4c		3,8 ± 1,3c		3,3 ± 1,4b		3 ± 1,5a		27,140	<0,001
2.Bitki ve Meyve Çayı	2,1 ± 1,2		2 ± 1,1		1,9 ± 1,2		2,1 ± 1,3		2,295	0,076
3.Kahve Çeşitleri	2,3 ± 1,2a		2,3 ± 1,2a		2,6 ± 1,3b		2,5 ± 1,4b		4,632	0,003
4.Sıcak Çikolata ve Kakao	1,6 ± 0,9a		1,7 ± 1a		2 ± 1,1b		2,3 ± 1,3c		33,200	<0,001
5.Taze Sıkılmış Meyve Suları	2,3 ± 1,2a		2,1 ± 1,1a		2,2 ± 1,2a		2,6 ± 1,3b		12,672	<0,001
6.Konsantre (Hazır) Meyve Suları	2 ± 1,1a		2,1 ± 1,1a		2,3 ± 1,1b		2,7 ± 1,3c		23,415	<0,001
7.Sebze Suları	1,8 ± 1,2ab		1,7 ± 1,1ab		1,6 ± 1,1a		1,9 ± 1,2b		3,465	0,016
8.Gazlı İçecekler	2,2 ± 1,2a		2,4 ± 1,2a		2,8 ± 1,2b		3 ± 1,3b		27,713	<0,001
9.Limonata	2,1 ± 1,2a		2,2 ± 1,2a		2,3 ± 1,2a		2,7 ± 1,3b		13,382	<0,001
10.Şalgam Suyu	2,1 ± 1,3a		2,2 ± 1,3ab		2 ± 1,2b		2,1 ± 1,3ab		1,368	0,251
11.Ayran	3,3 ± 1,4a		3,1 ± 1,3ab		3,1 ± 1,3b		3,2 ± 1,3ab		3,569	0,014
12.Alkollü İçecekler	1,4 ± 0,9		1,5 ± 1,1		1,5 ± 1		1,6 ± 1,1		2,377	0,068
13.Su	4,5 ± 1a		4,5 ± 0,9a		4,4 ± 1,1ab		4,3 ± 1,1b		4,584	0,003

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır (P<0.05)

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.19.'da yer alan kuşakların öğle öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre; kuşakların öğle öğününde demleme çay tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=27,140; p<0,001). Baby Boomer (3,7 ± 1,4) ve X (3,8 ± 1,3) kuşaklarının öğle öğününde demleme çay tüketme ortalamaları Y (3,3 ± 1,4) ve Z (3,0 ± 1,5) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer ve X kuşağının öğle öğününde demleme çay tüketme sıklığı Y ve Z kuşaklarına göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşakların öğle öğününde bitki ve meyve çayı tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=2,295; p=0,076).

Kuşakların öğle öğününde kahve çeşitleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=4,632; p<0,05). Öğle öğününde kahve çeşitlerini tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer (2,3 ± 1,2) ve X (2,3 ± 1,2) kuşakları ile

Y ( $2,6 \pm 1,3$ ) ve Z ( $2,5 \pm 1,4$ ) kuşakları arasında farklılık göstermektedir. Baby Boomer ve X kuşağı öğle öğününde kahve çeşitlerini Y ve Z kuşaklarına göre daha seyrek tüketmektedir.

Kuşakların öğle öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=33,200$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $1,6 \pm 0,9$ ) ve X ( $1,7 \pm 1,0$ ) kuşağının öğle öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklığı ortalamaları ile Y ( $2,0 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,3 \pm 1,3$ ) kuşakları ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer ve X kuşaklarının öğle öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklığı Y ve Z kuşaklarına göre daha düşük düzeydedir. Öğle öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde taze sıkılmış meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=12,672$ ;  $p<0,001$ ). Öğle öğününde taze sıkılmış meyve suları tüketim sıklığı ortalaması Z ( $2,6 \pm 1,3$ ) kuşağı ile Baby Boomer ( $2,3 \pm 1,2$ ), X ( $2,1 \pm 1,1$ ) ve Y ( $2,2 \pm 1,2$ ) kuşakları arasında farklılık göstermektedir. Z kuşağı öğle öğününde diğer kuşaklara göre daha sık düzeyde taze sıkılmış meyve sularını tüketmektedir.

Kuşakların öğle öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=23,415$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,0 \pm 1,1$ ) ve X ( $2,1 \pm 1,1$ ) kuşaklarının öğle öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklığı ortalamaları ile Y ( $2,3 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,7 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Z kuşağının öğle öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Öğle öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde sebze suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,465$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $1,8 \pm 1,2$ ), X ( $1,7 \pm 1,1$ ), Y ( $1,6 \pm 1,1$ ) ve Z ( $1,9 \pm 1,2$ ) kuşaklarının öğle öğününde sebze suları tüketim sıklığı ortalamaları az oranla farklılık göstermektedir. Öğle öğününde sebze sularını en düşük sıklıkla tüketen kuşak Y kuşağı iken en yüksek sıklıkla tüketen kuşak Z kuşağıdır.

Kuşakların öğle öğününde gazlı içecekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=27,113$ ;  $p<0,001$ ). Y ( $2,8 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarının öğle öğününde gazlı içecekler tüketim sıklığı ortalamaları ile Baby Boomer ve X kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Y ve Z kuşaklarının öğle öğününde gazlı içecekler tüketim sıklığı Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha yüksek düzeydedir. Öğle öğününde gazlı içecekler tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların öğle öğününde limonata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,465$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,7 \pm 1,3$ ) kuşağının öğle öğününde limonata tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $2,1 \pm 1,2$ ), X ( $2,2 \pm 1,2$ ) ve Y ( $2,3 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklılık göstermektedir. Z kuşağı öğle öğününde diğer kuşaklara göre daha sık limonata tüketmektedir.

Kuşakların öğle öğününde şalgam suyu tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,368$ ;  $p=0,251$ ).

Kuşakların öğle öğününde ayran tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=3,569$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $3,3 \pm 1,4$ ), X ( $3,1 \pm 1,3$ ), Y ( $3,1 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,2 \pm 1,3$ ) kuşaklarının öğle öğününde ayran tüketim sıklık ortalamaları düşük düzeyde farklılık göstermektedir. Tüm kuşakların öğle öğününde ayran tüketim sıklığı yüksek düzeydedir.

Kuşakların öğle öğününde alkollü içecekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,377$ ;  $p=0,068$ ).

Kuşakların öğle öğününde su tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,584$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $4,5 \pm 1,0$ ), X ( $4,5 \pm 0,9$ ), Y ( $4,4 \pm 1,1$ ) ve Z ( $4,3 \pm 1,1$ ) kuşaklarının öğle öğününde su tüketim sıklık ortalamaları düşük düzeyde farklılık göstermektedir. Tüm kuşakların öğle öğününde su tüketim sıklığı yüksek düzeyde olduğu gibi tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>2b</sub>**: Kuşakların öğle ana öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların akşam öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.20.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.20. Kuşakların akşam öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Kuşak Türleri	BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği*	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
Akşam Yemeğinde Tüketilen İçecekler										
1.Demleme Çay	3,7 ± 1,5a		3,7 ± 1,5a		3,4 ± 1,5a		2,9 ± 1,6b		20,926	<0,001
2.Bitki ve Meyve Çayı	2 ± 1,2		2 ± 1,1		1,9 ± 1,2		1,9 ± 1,2		0,553	0,646
3.Kahve Çeşitleri	2,2 ± 1,2a		2,4 ± 1,2ab		2,6 ± 1,3b		2,4 ± 1,3b		6,843	<0,001
4.Sıcak Çikolata ve Kakao	1,5 ± 1a		1,7 ± 1ab		1,9 ± 1,1b		2,2 ± 1,3c		26,352	<0,001
5.Taze Sıkılmış Meyve Suları	2,1 ± 1,2a		2,1 ± 1,1a		2 ± 1,1a		2,5 ± 1,3b		11,501	<0,001
6.Konsantre (Hazır) Meyve Suları	2 ± 1,1a		2,1 ± 1,1a		2,1 ± 1,1a		2,4 ± 1,2b		12,757	<0,001
7.Sebze Suları	1,8 ± 1,1b		1,7 ± 1,1b		1,5 ± 1a		1,8 ± 1,1b		5,304	<0,001
8.Gazlı İçecekler	2,2 ± 1,3a		2,4 ± 1,2a		2,8 ± 1,2b		3 ± 1,3b		30,275	<0,001
9.Limonata	2 ± 1,2a		2,2 ± 1,1a		2,2 ± 1,1a		2,5 ± 1,2b		13,268	<0,001
10.Şalgam Suyu	2,1 ± 1,3		2,1 ± 1,2		2 ± 1,2		2,1 ± 1,3		0,709	0,546
11.Ayran	3,4 ± 1,3a		3,2 ± 1,3b		3 ± 1,2b		3,1 ± 1,3b		5,306	0,001
12.Alkollü İçecekler	1,5 ± 1		1,7 ± 1,2		1,6 ± 1,1		1,6 ± 1,1		2,362	0,070
13.Su	4,6 ± 0,9a		4,5 ± 1ab		4,4 ± 1ab		4,3 ± 1,1b		4,524	0,004

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır (P<0.05)

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.20.'de yer alan kuşakların akşam öğününde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre; kuşakların akşam öğününde demleme çay tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=20,926; p<0,001). Z (2,9 ± 1,6) kuşağı ile Baby Boomer (3,7 ± 1,5), X (3,7 ± 1,5), ve Y (3,4 ± 1,5) kuşaklarının akşam öğününde demleme çay tüketim sıklıkları ortalamaları arasında farklılık vardır. Z kuşağı diğer kuşaklara göre akşam öğününde daha az sıklıkla demleme çay tüketmektedir. Akşam öğününde demleme çay tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde bitki ve meyve çayları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=0,553; p=,0,646).

Kuşakların akşam öğününde kahve çeşitleri tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=6,843; p<0,001). Baby Boomer (2,2 ± 1,2) kuşağı ile X (2,4 ± 1,3), Y (2,6 ± 1,3) ve Z (2,4 ± 1,3) kuşaklarının akşam öğününde kahve

çeşitleri tüketme sıklığı ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklara göre akşam öğününde daha az sıklıkla kahve çeşitlerini tüketmektedir.

Kuşakların akşam öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=26,352$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $1,5 \pm 1,0$ ), X ( $1,7 \pm 1,0$ ), Y ( $1,9 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşaklarının akşam öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklıdır. Z kuşağının diğer kuşaklara göre akşam öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketim sıklığı daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde sıcak çikolata ve kakao tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artmaktadır.

Kuşakların akşam öğününde taze sıkılmış meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=11,501$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,1 \pm 1,2$ ), X ( $2,1 \pm 1,1$ ) ve Y ( $2,0 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde taze sıkılmış meyve suları tüketim sıklığı ortalamaları ile Z ( $2,5 \pm 1,3$ ) kuşağının ortalaması birbirinden farklıdır. Akşam öğününde taze sıkılmış meyve suları tüketim sıklığı Z kuşağında diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde taze sıkılmış meyve suyu tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=12,757$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,0 \pm 1,1$ ), X ( $2,1 \pm 1,1$ ) ve Y ( $2,1 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketim sıklığı ortalamaları ile Z ( $2,4 \pm 1,2$ ) kuşağının ortalaması arasında farklılık vardır. Akşam öğününde konsantre (hazır) meyve suları tüketim sıklığı Z kuşağında diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde konsantre (hazır) meyve suyu tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artmaktadır.

Kuşakların akşam öğününde sebze suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=5,304$ ;  $p<0,001$ ). Y ( $1,5 \pm 1,0$ ) kuşağının akşam öğününde sebze suları tüketme sıklığı ortalaması ile Baby Boomer ( $1,8 \pm 1,1$ ), X ( $1,7 \pm 1,1$ ) ve Z ( $1,8 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamaları farklıdır. Y kuşağı akşam öğününde diğer kuşaklara göre daha seyrek sebze suları tüketmektedir.



Kuşakların akşam öğününde gazlı içecekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=30,275$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,2 \pm 1,3$ ) ve X ( $2,4 \pm 1,2$ ) kuşaklarının akşam öğününde gazlı içecekler tüketim sıklığı ortalamaları ile Y ( $2,8 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarının tüketim sıklığı ortalamaları birbirinden farklılık göstermektedir. Y ve Z kuşağı akşam öğününde Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha sık gazlı içecekler tüketmektedir. Akşam öğününde gazlı içecekler tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artmaktadır.

Kuşakların akşam öğününde limonata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=13,268$ ;  $p<0,001$ ). Z ( $2,5 \pm 1,2$ ) kuşağının akşam öğününde limonata tüketim sıklığı ortalaması Baby Boomer ( $2,0 \pm 1,2$ ), X ( $2,2 \pm 1,1$ ) ve Y ( $2,2 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Z kuşağının akşam öğününde limonata tüketim sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Akşam öğününde limonata tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşakların akşam öğününde şalgam suyu tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,709$ ;  $p=0,546$ ).

Kuşakların akşam öğününde ayran tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=5,306$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,4 \pm 1,3$ ) kuşağının akşam öğününde ayran tüketim sıklığı ortalaması X ( $3,2 \pm 1,3$ ), Y ( $3,0 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,1 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklara göre akşam öğününde daha sık ayran tüketmektedir.

Kuşakların akşam öğününde alkollü içecekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,362$ ;  $p=0,070$ ).

Kuşakların akşam öğününde su tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,524$ ;  $p<0,05$ ). Baby Boomer ( $4,6 \pm 0,9$ ), X ( $4,5 \pm 1,0$ ), Y ( $4,4 \pm 1,0$ ) ve Z ( $4,3 \pm 1,1$ ) kuşaklarının akşam öğününde su tüketim sıklık ortalamaları farklılık göstermektedir. Tüm kuşakların akşam öğününde su tüketim sıklığı yüksek düzeyde olduğu gibi tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir. Bu sonuçlara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>2c</sub>**: Kuşakların akşam ana öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi desteklenmiştir.

Kuşakların ara öğünde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi Çizelge 4.21.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.21. Kuşakların ara öğünde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1039)

Ara Öğünde Tüketilen İçecekler	BB Kuşağı (n=237)		X Kuşağı (n=228)		Y Kuşağı (n=298)		Z Kuşağı (n=276)		Test istatistiği*	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
1. Demleme Çay	4,2 ± 1,1a		3,9 ± 1,1b		3,7 ± 1,3b		3,1 ± 1,4c		35,717	<0,001
2. Bitki ve Meyve Çayları	2,3 ± 1,3ab		2,4 ± 1,1b		2,2 ± 1,2ab		2 ± 1,3a		3,337	0,019
3. Kahve Çeşitleri	2,7 ± 1,3a		2,7 ± 1,1a		3,2 ± 1,2b		2,8 ± 1,3a		8,544	<0,001
4. Sıcak Çikolata ve Kakao	1,7 ± 1a		1,9 ± 1,1a		2,3 ± 1,2b		2,7 ± 1,3c		43,723	<0,001
5. Taze Sıkılmış Meyve Suları	2,6 ± 1,3ab		2,4 ± 1,1a		2,5 ± 1,2a		2,8 ± 1,2b		6,103	<0,001
6. Konsantre (Hazır) Meyve Suları	2,1 ± 1,2a		2,3 ± 1,2a		2,4 ± 1,2a		2,9 ± 1,2b		19,604	<0,001
7. Limonata	2,3 ± 1,3ab		2,1 ± 1,1a		2,4 ± 1,1bc		2,6 ± 1,3c		9,187	<0,001
8. Soda	2,5 ± 1,5		2,6 ± 1,1		2,7 ± 1,2		2,7 ± 1,3		1,116	0,342
9. Süt	3,1 ± 1,4c		2,5 ± 1,3ab		2,3 ± 1,3a		2,8 ± 1,4bc		15,156	<0,001
10. Ayrın	3,5 ± 1,3b		3,1 ± 1,3a		3 ± 1,3a		3,1 ± 1,3a		7,842	<0,001
11. Gazlı İçecekler	2,4 ± 1,3a		2,5 ± 1,2a		2,8 ± 1,3b		3,2 ± 1,3c		20,878	<0,001
12. Su	4,6 ± 0,8a		4,4 ± 1ab		4,5 ± 1ab		4,4 ± 1,1b		2,462	0,061

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır (P<0.05)

\*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.21.'de yer alan kuşakların ara öğünde tükettikleri içeceklerin tüketim sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre; kuşakların ara öğünde demleme çay tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=35,717; p<0,001). Ara öğünde demleme çay tüketme sıklığı ortalamaları arasında X (3,9 ± 1,1) ve Y (3,7 ± 1,3) kuşakları arasında farklılık bulunmazken Baby Boomer (4,2 ± 1,1) ve Z (3,1 ± 1,4) kuşaklarının ortalamalarında farklılık bulunmaktadır. Çizelgeye göre demleme çay tüketim sıklığı en yüksek Baby Boomer kuşağında, en düşük tüketim sıklığı ise Z kuşağındadır. Çizelgeye göre eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde demleme çay tüketim sıklığında düşüş olduğu görülmektedir.

Kuşakların ara öğünde bitki ve meyve çayları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=3,337; p=0,019). Baby Boomer (2,3 ± 1,3), X (2,4 ± 1,1), Y (2,2 ± 1,2) ve Z (2 ± 1,3) kuşaklarının ara öğünde bitki ve demleme çayları

tüketme sıklık ortalamaları arasında farklılık bulunmamıştır. Her kuşağın ara öğünde bitki ve meyve çayları tüketme sıklığı düşüktür.

Kuşakların ara öğünde kahve çeşitlerini tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=8,544$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,7 \pm 1,3$ ), X ( $2,7 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,8 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ara öğünde kahve çeşitlerini tüketim sıklık ortalamaları ile Y kuşağının ortalaması arasında farklılık vardır. Y ( $3,2 \pm 1,2$ ) kuşağı diğer kuşaklara göre ara öğünde daha fazla kahve çeşitlerini tüketmektedir.

Kuşakların ara öğünde sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=43,723$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $1,7 \pm 1$ ) ve X ( $1,9 \pm 1,1$ ) kuşağının sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklık ortalaması aynı iken, Y ( $2,3 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,7 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarında farklılık vardır. Z kuşağının ara öğünde sıcak çikolata ve kakao tüketme sıklığı yüksek iken, Baby Boomer kuşağının tüketim sıklığı çok düşüktür. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde sıcak çikolata ve kakao tüketimi sıklığında artış olduğu incelenmektedir.

Kuşakların ara öğünde taze sıkılmış meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=6,103$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,6 \pm 1,3$ ), X ( $2,4 \pm 1,1$ ), Y ( $2,5 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşaklarının taze sıkılmış meyve suları ortalamaları arasında farklılık yoktur. Her kuşağın ara öğünde taze sıkılmış meyve sularını tüketme sıklığı yaklaşık olarak aynı seviyede bulunmaktadır.

Kuşakların ara öğünde konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=19,604$ ;  $p<0,001$ ). Ara öğünde Baby Boomer ( $2,1 \pm 1,2$ ), X ( $2,3 \pm 1,2$ ) ve Y ( $2,4 \pm 1,2$ ) kuşaklarının konsantre (hazır) meyve suları tüketme sıklıkları ortalamaları arasında farklılık yok iken Z ( $2,9 \pm 1,2$ ) kuşağının ortalaması diğer kuşaklardan farklıdır. Z kuşağı diğer kuşaklara göre ara öğünde daha sık düzeyde konsantre (hazır) meyve suyu tüketmektedir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde konsantre (hazır) meyve suyu tüketimi sıklığında artış olduğu incelenmektedir.

Kuşakların ara öğünde limonata tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=9,187$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $2,3 \pm 1,3$ ), X ( $2,1 \pm 1,1$ ), Y ( $2,4 \pm 1,1$ ) ve Z ( $2,6 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ara öğünde limonata tüketme sıklığı

ortalamaları arasında farklılık yoktur. Her kuşağın ara öğünde limonata tüketme sıklığı yaklaşık olarak aynı seviyededir.

Kuşakların ara öğünde soda tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,116$ ;  $p=0,342$ ). Her kuşağın ara öğünde soda tüketme sıklığı yaklaşık olarak aynı düzeydedir.

Kuşakların ara öğünde süt tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=15,156$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,1 \pm 1,4$ ) ve Z ( $2,8 \pm 1,4$ ) kuşaklarının ara öğünde süt tüketim sıklığı ortalamaları ile X ( $2,5 \pm 1,3$ ) ve Y ( $2,3 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer ve Z kuşaklarının süt tüketim sıklığı X ve Y kuşaklarına göre daha fazladır.

Kuşakların ara öğünde ayran tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,842$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,5 \pm 1,3$ ) kuşağı ara öğünde ayran tüketme sıklığı X ( $3,1 \pm 1,3$ ), Y ( $3,0 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,1 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamalarından farklıdır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklara göre ara öğünlerde daha fazla ayran tüketmektedir.

Kuşakların ara öğünde gazlı içecekler tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=20,878$ ;  $p<0,001$ ). Ara öğünde gazlı içecekler tüketme sıklığı ortalamaları açısından Baby Boomer ( $2,4 \pm 1,3$ ) ve X ( $2,5 \pm 1,2$ ) kuşağı ile Y ( $2,8 \pm 1,3$ ) ve Z ( $3,2 \pm 1,3$ ) kuşakları arasında farklılıklar vardır. Z ve Y kuşaklarının ara öğünde gazlı içecekler tüketme sıklığı Baby Boomer ve X kuşağına göre daha yüksek düzeydedir. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde gazlı içecekler tüketimi sıklığında artış olduğu incelenmektedir.

Kuşakların ara öğünde su tüketme sıklık durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,462$ ;  $p=0,061$ ). Baby Boomer ( $4,6 \pm 0,8$ ), X ( $4,4 \pm 1$ ), Y ( $4,5 \pm 1$ ) ve Z ( $4,4 \pm 1,1$ ) kuşaklarının ara öğünde su tüketim sıklığı ortalamaları yaklaşık olarak birbirine yakındır. Tüm kuşakların ara öğünde su tüketme sıklıkları yüksek düzeydedir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>2a</sub>**: Kuşakların ara öğünlerde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemlerini tercih sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçları Çizelge 4.22.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4. 22. Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemlerini tercih sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi (n=1560)

Pişirme Yöntemleri	BB Kuşağı (n=390)		X Kuşağı (n=390)		Y Kuşağı (n=390)		Z Kuşağı (n=390)		Test istatistiği*	P
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS		
1.Haşlama	3,5 ± 1,5a		3,1 ± 1,2b		2,9 ± 1,1b		2,8 ± 1,2b		26,589	<0,001
2.Hafif Ateşte Haşlama (Poşe)	3,1 ± 1,1a		2,7 ± 1,1b		2,5 ± 1,1b		2,6 ± 1,1b		21,284	<0,001
3.Kısık Ateşte Az Suda Pişirme	3,1 ± 1,2a		2,9 ± 1,2b		2,7 ± 1,2b		2,8 ± 1,2b		10,541	<0,001
4.Kendi Suyu ile Pişirme	3,5 ± 1,2a		3,2 ± 1,2b		3,1 ± 1,2b		3,0 ± 1,2c		7,421	<0,001
5.Izgara Yapararak Pişirme	3,5 ± 1,2a		3,4 ± 1,1b		3,3 ± 1,2b		3,5 ± 1,2a		2,336	0,072
6.Fırında Pişirme	3,6 ± 1,1a		3,5 ± 1,1b		3,5 ± 1,1b		3,6 ± 1,1a		0,958	0,412
7.Sote Yapararak Pişirme	3,5 ± 1,2a		3,3 ± 1,2b		3,4 ± 1,2b		3,4 ± 1,2b		1,321	0,266
8.Derin Yağda Kızartma	2,5 ± 1,3b		2,7 ± 1,3b		2,8 ± 1,2b		3,0 ± 1,3a		7,283	<0,001
9.Az Yağda Kızartma	3,0 ± 1,2b		3,1 ± 1,2b		3,1 ± 1,1b		3,2 ± 1,1a		1,255	0,288
10. Mikrodalga ile Pişirme	2,1 ± 1,4b		2,3 ± 1,4a		2,2 ± 1,3b		2,4 ± 1,4a		4,380	0,004

a-b-c-d: Tukey testine göre ortak harf olmayan ortalamalar arasında anlamlı farklılık vardır (P<0.05) \*F: Varyans analizi test istatistiği

Çizelge 4.22.'de yer alan kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemlerini tercih sıklıklarının ortalama-standart sapma değerleri ve Varyans analizi sonuçlarına göre; kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından haşlama yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=26,589; p<0,001). Yemek seçimi yaparken Baby Boomer (3,5 ± 1,5) kuşağının haşlama yöntemini tercih etme sıklığı ortalaması ile X (3,1 ± 1,2), Y (2,9 ± 1,1) ve Z (2,8 ± 1,2) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer kuşağı yemek seçimi yaparken diğer kuşaklara göre haşlama yöntemini daha sık tercih etmektedir. Kuşakların yemek seçimi yaparken haşlama yöntemini tercih etme sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru azalmaktadır.

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından hafif ateşte haşlama (poşe) yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=21,284; p<0,001). Baby Boomer (3,1 ± 1,1) kuşağının yemek seçimi yaparken hafif ateşte haşlama (poşe) yöntemini tercih etme sıklığı ortalaması ile X (2,7 ± 1,1), Y (2,5 ± 1,1) ve Z (2,6 ± 1,1) kuşaklarının ortalamaları farklıdır. Baby Boomer

kuşağının yemek seçimi yaparken hafif ateşte haşlama (poşe) yöntemini tercih etme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir.

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından kısık ateşte az suda pişirme yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=10,541$ ;  $p<0,001$ ). Yemek seçimi yaparken Baby Boomer ( $3,1 \pm 1,2$ ) kuşağının kısık ateşte az suda pişirme yöntemini tercih etme sıklığı ortalaması ile X ( $2,9 \pm 1,2$ ), Y ( $2,7 \pm 1,2$ ) ve Z ( $2,8 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Baby Boomer kuşağı yemek seçimi yaparken diğer kuşaklara göre kısık ateşte az suda pişirme yöntemini daha sık tercih etmektedir.

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından kendi suyu ile pişirme yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=7,421$ ;  $p<0,001$ ). Baby Boomer ( $3,5 \pm 1,2$ ) kuşağının yemek seçimi yaparken kendi suyu ile pişirme yöntemini tercih etme sıklığı ortalaması ile X ( $3,2 \pm 1,2$ ), Y ( $3,1 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,2$ ) kuşaklarının ortalamaları farklıdır. Baby Boomer kuşağının yemek seçimi yaparken kendi suyu ile pişirme yöntemini tercih etme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Kuşakların yemek seçimi yaparken kendi suyu ile pişirme yöntemini tercih etme sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru azalmaktadır.

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından ızgara yaparak pişirme yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=2,336$ ;  $p=0,072$ ).

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından fırında pişirme yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,958$ ;  $p=0,412$ ).

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından sote yaparak pişirme yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,321$ ;  $p=0,266$ ).

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından derin yağda kızartma yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

bulunmaktadır ( $F=7,283$ ;  $p<0,001$ ). Yemek seçimi yaparken Baby Boomer ( $2,5 \pm 1,3$ ) ve X ( $2,7 \pm 1,3$ ) kuşaklarının derin yağda kızartma yöntemini tercih etme sıklığı ortalamaları ile Y ( $2,8 \pm 1,2$ ) ve Z ( $3,0 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaları arasında farklılık vardır. Y ve Z kuşakları yemek seçimi yaparken Baby Boomer ve X kuşaklarına göre derin yağda kızartma yöntemini daha sık tercih etmektedir. Kuşakların yemek seçimi yaparken derin yağda kızartma yöntemini tercih etme sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından az yağda kızartma yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,255$ ;  $p=0,288$ ).

Kuşaklar ile yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri açısından mikrodalga ile pişirme yönteminin tercih edilme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,380$ ;  $p<0,05$ ). Z ( $2,4 \pm 1,4$ ) kuşağının yemek seçimi yaparken mikrodalga ile pişirme yöntemini tercih etme sıklığı ortalaması ile Baby Boomer ( $2,1 \pm 1,4$ ), X ( $2,3 \pm 1,4$ ) ve Y ( $2,2 \pm 1,3$ ) kuşaklarının ortalamaları farklıdır. Z kuşağının yemek seçimi yaparken mikrodalga ile pişirme yöntemini tercih etme sıklığı diğer kuşaklara göre daha yüksek düzeydedir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>3</sub>**: Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının kuşaklara göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları Çizelge 4.23'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.23. Yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının kuşaklara göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonuçları (n=1560)

Yiyecek Seçimi Alt Boyutları	Kuşak Türü					F	p
	BB Kuşağı (n=390)	X Kuşağı (n=390)	Y Kuşağı (n=390)	Z Kuşağı (n=390)	Toplam (n=1560)		
	$\bar{X}$ SS	$\bar{X}$ SS	$\bar{X}$ SS	$\bar{X}$ SS	$\bar{X}$ SS		
Sağlık	2,95 ± 0,70	2,85 ± 0,69	2,81 ± 0,72	2,74 ± 0,74	2,84 ± 0,71	6,455	<b>,001</b>
Ruh Hali	3,01 ± 0,71	2,96 ± 0,62	2,91 ± 0,72	2,84 ± 0,73	2,93 ± 0,70	3,794	<b>,010</b>
Kolaylık	3,03 ± 0,69	2,92 ± 0,64	2,98 ± 0,66	2,90 ± 0,68	2,90 ± 0,67	3,094	<b>,026</b>
Duyusal Çekicilik	3,19 ± 0,69	3,11 ± 0,67	3,10 ± 0,72	3,01 ± 0,72	3,11 ± 0,71	4,479	<b>,004</b>
Doğal İçerik	3,13 ± 0,79	2,94 ± 0,77	2,88 ± 0,84	2,75 ± 0,80	2,92 ± 0,81	15,112	<b>,001</b>
Fiyat	3,00 ± 0,78	2,82 ± 0,76	2,79 ± 0,76	2,74 ± 0,77	2,83 ± 0,77	8,300	<b>,001</b>
Kilo Kontrol	2,79 ± 0,74	2,71 ± 0,79	2,62 ± 0,81	2,56 ± 0,82	2,67 ± 0,80	6,901	<b>,001</b>
Bilinirlik	2,97 ± 0,71	2,88 ± 0,68	2,90 ± 0,70	2,76 ± 0,69	2,88 ± 0,70	6,287	<b>,001</b>
Etiksel Kaygı	2,73 ± 0,79	2,80 ± 0,77	2,63 ± 0,84	2,60 ± 0,82	2,69 ± 0,81	4,964	<b>,020</b>

Çizelge 4.23.'te yer alan yiyecek seçimi alt boyutları puanlarının kuşaklara göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre kuşakların yiyecek seçimlerinin sağlık alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre çok istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (F=6,455; p<0,001). Bu sonuca göre “**H<sub>4a</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri sağlık açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalaması 2,95 ± 0,70, X kuşağında 2,85 ± 0,69, Y kuşağında 2,81 ± 0,072, Z kuşağında ise 2,74 ± 0,74 olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, yiyecek seçiminde sağlık alt boyutuna verilen önem eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma göstermektedir.

Yiyecek seçimi sağlık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonrası Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.24'te yer almaktadır.



Çizelge 4.24. Sağlık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu	Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Sağlık	BB Kuşağı	X	,10872	0,504	,136
		Y	<b>,14821*</b>	0,504	<b>,018</b>
		Z	<b>,21641*</b>	0,504	<b>,000</b>
	X Kuşağı	BB	-,10872	0,504	,136
		Y	,09349	0,504	,862
		Z	,10769	0,504	,142
	Y Kuşağı	BB	<b>-,14821*</b>	0,504	<b>,018</b>
		X	-,03949	0,504	,862
		Z	,06821	0,504	,529
	Z Kuşağı	BB	<b>-,21641*</b>	0,504	<b>,000</b>
		X	-,10769	0,504	,142
		Y	-,06821	0,504	,529

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4,24.'te yer alan yiyecek seçimi sağlık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonrası Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer kuşağı ile Y ( $p<0,05$ ) kuşağı arasında ve Z ( $p<0,001$ ) kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken sağlık faktörüne Y ve Z kuşaklarına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin ruh hali alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=3,794$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre “**H<sub>4b</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri ruh hali açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $3,01 \pm 0,71$ , X kuşağında  $2,96 \pm 0,62$ , Y kuşağında  $2,91 \pm 0,72$ , Z kuşağında ise  $2,84 \pm 0,73$  olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, yiyecek seçiminde ruh hali alt boyutuna verilen önem eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma göstermektedir.

Ruh hali alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan tek yönlü Varyans analizi (ANOVA) sonrası Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.25.'te yer almaktadır.

Çizelge 4.25. Ruh hali alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu	Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Ruh Hali	BB Kuşağı	X	,04316	0,498	,822
		Y	,09060	0,498	,265
		Z	<b>,16026*</b>	0,498	<b>,007</b>
	X Kuşağı	BB	-,04316	0,498	,822
		Y	,04744	0,498	,777
		Z	,11709	0,498	,088
	Y Kuşağı	BB	-,09060	0,498	,265
		X	-,04744	0,498	,777
		Z	,06966	0,498	,501
	Z Kuşağı	BB	<b>-,16026*</b>	0,498	<b>,007*</b>
		X	-,11709	0,498	,088
		Y	-,06966	0,498	,501

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.25.'te yer alan ruh hali alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonrası post-hoc tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer kuşağı ile Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,01$ ). Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken ruh hali faktörüne Z kuşağına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin kolaylık alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=3,094$ ;  $p < 0,05$ ). Araştırmanın hipotezlerinden olan "**H<sub>4c</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri kolaylık açısından anlamlı farklılık göstermektedir." hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları 3,03

$\pm 0,69$ , X kuşağında  $2,92 \pm 0,64$ , Y kuşağında  $2,98 \pm 0,066$ , Z kuşağında ise  $2,90 \pm 0,068$  olarak elde edilmiştir.

Kolaylık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.26.'da yer almaktadır.

Çizelge 4.26. Kolaylık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu		Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Kolaylık	BB Kuşağı		X	,11077	0,478	,095
			Y	,05231	0,478	,694
			Z	<b>,131179*</b>	0,478	<b>,030</b>
	X Kuşağı		BB	-,11077	0,478	,095
			Y	-,05846	0,478	,613
			Z	,02103	0,478	,972
	Y Kuşağı		BB	-,05231	0,478	,694
			X	,05846	0,478	,613
			Z	,07949	0,478	,345
	Z Kuşağı		BB	<b>-,13179*</b>	0,478	<b>,030*</b>
			X	-,021103	0,478	,972
			Y	-,07949	0,478	,345

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.26.'da yer alan kolaylık alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer kuşağı ile Z kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken kolaylık faktörüne Z kuşağına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin Duyusal çekicilik alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=4,479$ ;  $p < 0,01$ ). Buna göre “**H<sub>4a</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri Duyusal çekicilik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $3,19 \pm 0,69$ , X

kuşağında  $3,11 \pm 0,67$ , Y kuşağında  $3,10 \pm 0,72$ , Z kuşağında ise  $3,01 \pm 0,72$  olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, yiyecek seçiminde Duyusal çekicilik alt boyutuna verilen önem eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma göstermektedir.

Duyusal çekicilik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.27.'de yer almaktadır.

Çizelge 4.27. Duyusal çekicilik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu	Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Duyusal Çekicilik	BB Kuşağı	X	,07885	0,504	,400
		Y	,09615	0,504	,226
		Z	<b>,18397*</b>	0,504	<b>,002</b>
	X Kuşağı	BB	-,07885	0,504	,400
		Y	,01731	0,504	,986
		Z	,10513	0,504	,303
	Y Kuşağı	BB	-,07885	0,504	,226
		X	-,01731	0,504	,986
		Z	,08782	0,504	,303
	Z Kuşağı	BB	<b>-,18397*</b>	0,504	<b>,002</b>
		X	-,10513	0,504	,159
		Y	-,08782	0,504	,303

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.27.'de yer alan duyusal çekicilik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer kuşağı ile Z kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,01$ ). Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken Duyusal çekicilik faktörüne Z kuşağına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin doğal içerik alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $F=15,112$ ;  $p<0,001$ ). Bu sonuca göre “**H<sub>4e</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri doğal içerik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $3,13 \pm 0,79$ , X kuşağında  $2,94 \pm 0,77$ , Y kuşağında  $2,88 \pm 0,84$ , Z kuşağında ise  $2,75 \pm 0,80$  olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, yiyecek seçiminde doğal içerik alt boyutuna verilen önem eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma göstermektedir.

Doğal içerik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.28.’de yer almaktadır.

Çizelge 4.28. Doğal içerik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu	Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Doğal İçerik	BB Kuşağı	X	<b>,19231*</b>	0,574	<b>,005</b>
		Y	<b>,25299*</b>	0,574	<b>,000</b>
		Z	<b>,37949*</b>	0,574	<b>,000</b>
	X Kuşağı	BB	<b>-,19231*</b>	0,574	<b>,005</b>
		Y	,06068	0,574	,717
		Z	<b>,18718*</b>	0,574	<b>,006</b>
	Y Kuşağı	BB	<b>-,25299*</b>	0,574	<b>,000</b>
		X	-,06068	0,574	,717
		Z	,12650	0,574	,124
	Z Kuşağı	BB	<b>-,37949*</b>	0,574	<b>,000*</b>
		X	<b>-,18718*</b>	0,574	<b>,006</b>
		Y	-,12650	0,574	,124

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.28.’de yer alan doğal içerik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer kuşağı ile X ( $p<0,05$ ), Y ( $p<0,001$ ) ve Z ( $p<0,001$ ) kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağı yiyecek seçimi yaparken doğal içerik faktörüne X, Y ve Z kuşaklarına göre daha fazla önem vermektedir. X kuşağı ile Z kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Buna göre X kuşağı yiyecek seçimi yaparken doğal içerik faktörüne Z kuşağına göre daha fazla önem vermektedir. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin fiyat alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $F=8,300$ ;  $p < 0,001$ ). Araştırma hipotezlerinden olan “**H<sub>4f</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri fiyat açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $3,00 \pm 0,78$ , X kuşağında  $2,82 \pm 0,76$ , Y kuşağında  $2,79 \pm 0,76$ , Z kuşağında ise  $2,74 \pm 0,77$  olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, yiyecek seçiminde fiyat alt boyutuna verilen önem eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma göstermektedir.

Fiyat alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.29.’da yer almaktadır.

Çizelge 4.29. Fiyat alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu		Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Fiyat	BB Kuşağı		X	<b>,18291*</b>	,0552	<b>,005</b>
			Y	<b>,20855*</b>	,0552	<b>,001</b>
			Z	<b>,25726*</b>	,0552	<b>,000</b>
	X Kuşağı	BB		<b>-,18291*</b>	,0552	<b>,005</b>
			Y	,02564	,0552	,967
			Z	,07436	,0552	,533
	Y Kuşağı	BB		<b>-,20855*</b>	,0552	<b>,001</b>
			X	-,02564	,0552	,967
			Z	,04872	,0552	,814
	Z Kuşağı	BB		<b>-,025726*</b>	,0552	<b>,000</b>
			X	-,07436	,0552	,533
			Y	-,04872	,0552	,814

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.29.’da yer alan fiyat alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer

kuşağı ile X ( $p<0,05$ ), Y ( $p<0,001$ ) ve Z ( $p<0,001$ ) kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken fiyat faktörüne X, Y ve Z kuşaklarına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin kilo kontrol alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $F=6,901$ ;  $p<0,001$ ). Bu sonuca göre “**H<sub>4g</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri kilo kontrolü açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $2,79 \pm 0,74$ , X kuşağında  $2,71 \pm 0,79$ , Y kuşağında  $2,62 \pm 0,81$ , Z kuşağında ise  $2,56 \pm 0,82$  olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, yiyecek seçiminde kilo kontrol alt boyutuna verilen önem eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma göstermektedir.

Kilo kontrol alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.30.’da yer almaktadır.

Çizelge 4.30. Kilo Kontrol alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu	Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Kilo Kontrolü	BB Kuşağı	X	,07778	,0568	,519
		Y	<b>,16239*</b>	,0568	<b>,022</b>
		Z	<b>,22735*</b>	,0568	<b>,000</b>
	X Kuşağı	BB	-,07778	,0568	,519
		Y	,08462	,0568	,444
		Z	<b>,14957*</b>	,0568	<b>,042</b>
	Y Kuşağı	BB	<b>-,16239*</b>	<b>,0568</b>	<b>,022</b>
		X	-,08462	,0568	,444
		Z	,06496	,0568	,662
	Z Kuşağı	BB	<b>-,022735*</b>	,0568	<b>,000</b>
		X	<b>-,14957*</b>	,0568	<b>,042</b>
			Y	-,06496	,0568

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.30.’da yer alan kilo kontrol alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby

Boomer kuşağı ile Y ( $p<0,05$ ) ve Z kuşakları arasında ( $p<0,001$ ) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken kilo kontrol faktörüne Y ve Z kuşaklarına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. X kuşağı ile Z kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Bu sonuca göre X kuşağı yiyecek seçimi yaparken Z kuşağına göre daha fazla kilo kontrol faktörüne önem vermektedir. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin bilinirlik alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=6,287$ ;  $p<0,001$ ). Buna göre **H<sub>4b</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri bilinirlik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $2,97 \pm 0,71$ , X kuşağında  $2,88 \pm 0,68$ , Y kuşağında  $2,90 \pm 0,70$ , Z kuşağında ise  $2,76 \pm 0,69$  olarak elde edilmiştir.

Bilinirlik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.31.’de yer almaktadır.

Çizelge 4.31. Bilinirlik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu		Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Bilinirlik	BB Kuşağı		X	,08889	,0496	,278
			Y	,06838	,0496	,513
			Z	<b>,21111*</b>	,0496	<b>,000</b>
	X Kuşağı		BB	-,8889	,0496	,278
			Y	,02051	,0496	,976
			Z	,12222	,0496	,066
	Y Kuşağı		BB	-,06838	,0496	,513
			X	-,02051	,0496	,976
			Z	<b>,14274*</b>	,0496	<b>,021</b>
	Z Kuşağı		BB	<b>-,21111*</b>	,0496	<b>,000</b>
			X	-,12222	,0496	,066
			Y	<b>-,14274*</b>	,0496	<b>,021</b>

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.31.’de yer alan bilinirlik alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre Baby Boomer kuşağı ile Z kuşakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur



( $p < 0,001$ ). Bu sonuca göre Baby Boomer kuşağının yiyecek seçimi yaparken bilinirlik faktörüne Z kuşağına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Y kuşağı ile Z kuşağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ( $p < 0,05$ ). Buna göre Y kuşağı yiyecek seçimi yaparken Z kuşağına göre daha fazla bilinirlik faktörüne önem vermektedir. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p > 0,05$ ).

Kuşakların yiyecek seçimlerinin etiksel kaygı alt boyutu puan ortalamaları kuşaklara göre istatistiksel olarak farklılık göstermektedir ( $F=4,964$ ;  $p < 0,01$ ). Araştırma hipotezlerinden olan “**H<sub>4</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri etiksel kaygı açısından anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Baby Boomer kuşağında puan ortalamaları  $2,73 \pm 0,79$ , X kuşağında  $2,80 \pm 0,77$ , Y kuşağında  $2,63 \pm 0,84$ , Z kuşağında ise  $2,69 \pm 0,81$  olarak elde edilmiştir.

Etiksel kaygı alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları Çizelge 4.32.’de yer almaktadır.

Çizelge 4.32. Etiksel kaygı alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçları

Yiyecek Seçimi Alt Boyutu	Kuşak (i)	Kuşak (j)	Ort. Farkı	SS.	P değeri
Etiksel Kaygı	BB Kuşağı	X	-,05812	,0578	,747
		Y	,10940	,0578	,232
		Z	,13504	,0578	,091
	X Kuşağı	BB	,05812	,0578	,747
		Y	<b>,16752*</b>	,0578	<b>,020</b>
		Z	<b>,19316*</b>	,0578	<b>,005</b>
	Y Kuşağı	BB	-,10940	,0578	,232
		X	<b>-,16752*</b>	,0578	<b>,020</b>
		Z	,02564	,0578	,971
	Z Kuşağı	BB	-,13504	,0578	,091
		X	<b>-,19316*</b>	,0578	<b>,005</b>
			Y	-,02564	,0578

Belirtilen kuşak (i) ile \* işareti olan kuşak/kuşaklar (j) arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Çizelge 4.32.’de yer alan etiksel kaygı alt boyutu puanlarının kuşaklara göre hangi kuşaklar arasında farklılaştığını belirlemek için yapılan Post-Hoc Tukey testi sonuçlarına göre X

kuşağı ile Y ( $p<0,05$ ) ve Z kuşakları ( $p<0,01$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre X kuşağının yiyecek seçimi yaparken etiksel kaygı faktörüne Y ve Z kuşaklarına göre daha fazla önem verdikleri saptanmıştır. Diğer kuşaklar arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

Kuşakların cinsiyete göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikleri Çizelge 4.33.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.33. Kuşakların cinsiyete göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560)

Kuşak Türü	Cinsiyet	Yiyecek Seçimi Alt Boyutları																	
		Sağlık		Ruh hali		Kolaylık		Duyusal çekicilik		Doğal içerik		Fiyat		Kilo kontrol		Bilinirlik		Etiksel kaygı	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
BB Kuşağı	Kadın	2,93 ± 0,72		2,96 ± 0,72		3,03 ± 0,67		3,19 ± 0,7		3,12 ± 0,78		2,97 ± 0,75		2,76 ± 0,76		2,91 ± 0,68		2,6 ± 0,79	
	Erkek	2,99 ± 0,68		3,05 ± 0,71		3,04 ± 0,71		3,2 ± 0,69		3,15 ± 0,8		3,03 ± 0,81		2,82 ± 0,73		3,02 ± 0,73		2,86 ± 0,78	
	Toplam	2,96 ± 0,7		3,01 ± 0,71		3,03 ± 0,69		3,2 ± 0,69		3,14 ± 0,79		3 ± 0,78		2,79 ± 0,74		2,97 ± 0,71		2,74 ± 0,79	
X Kuşağı	Kadın	2,91 ± 0,67		3,03 ± 0,58		2,99 ± 0,59		3,17 ± 0,64		3 ± 0,81		2,85 ± 0,75		2,77 ± 0,74		2,89 ± 0,67		2,82 ± 0,74	
	Erkek	2,79 ± 0,7		2,90 ± 0,65		2,85 ± 0,68		3,07 ± 0,71		2,89 ± 0,74		2,79 ± 0,78		2,66 ± 0,84		2,88 ± 0,69		2,77 ± 0,8	
	Toplam	2,85 ± 0,69		2,96 ± 0,62		2,92 ± 0,64		3,12 ± 0,67		2,94 ± 0,78		2,82 ± 0,76		2,71 ± 0,79		2,88 ± 0,68		2,8 ± 0,77	
Y Kuşağı	Kadın	2,85 ± 0,7		3,00 ± 0,69		3,10 ± 0,61		3,15 ± 0,72		2,89 ± 0,82		2,83 ± 0,76		2,69 ± 0,8		2,96 ± 0,67		2,67 ± 0,82	
	Erkek	2,77 ± 0,74		2,83 ± 0,74		2,85 ± 0,7		3,04 ± 0,73		2,88 ± 0,86		2,74 ± 0,78		2,56 ± 0,83		2,84 ± 0,72		2,59 ± 0,86	
	Toplam	2,81 ± 0,72		2,92 ± 0,72		2,98 ± 0,66		3,1 ± 0,73		2,88 ± 0,84		2,79 ± 0,77		2,63 ± 0,81		2,9 ± 0,7		2,63 ± 0,84	
Z Kuşağı	Kadın	2,8 ± 0,71		2,93 ± 0,73		2,93 ± 0,66		3,1 ± 0,71		2,82 ± 0,74		2,67 ± 0,78		2,62 ± 0,82		2,8 ± 0,68		2,63 ± 0,83	
	Erkek	2,69 ± 0,71		2,77 ± 0,71		2,87 ± 0,69		2,93 ± 0,73		2,7 ± 0,86		2,81 ± 0,76		2,51 ± 0,82		2,73 ± 0,69		2,57 ± 0,82	
	Toplam	2,74 ± 0,71		2,85 ± 0,73		2,9 ± 0,68		3,01 ± 0,72		2,76 ± 0,8		2,74 ± 0,77		2,56 ± 0,82		2,76 ± 0,69		2,6 ± 0,82	
Toplam	Kadın	2,87 ± 0,7		2,98 ± 0,68		3,01 ± 0,63		3,15 ± 0,69		2,95 ± 0,8		2,83 ± 0,77		2,71 ± 0,78		2,89 ± 0,67		2,68 ± 0,8	
	Erkek	2,81 ± 0,71		2,89 ± 0,71		2,91 ± 0,7		3,06 ± 0,72		2,91 ± 0,83		2,85 ± 0,79		2,64 ± 0,81		2,87 ± 0,72		2,7 ± 0,82	
	Toplam	2,84 ± 0,71		2,93 ± 0,7		2,96 ± 0,67		3,11 ± 0,71		2,93 ± 0,81		2,84 ± 0,78		2,67 ± 0,8		2,88 ± 0,7		2,69 ± 0,81	

Kuşakların cinsiyete göre yiyecek-içecek seçim puanları karşılaştırılması için Varyans analizi Çizelge 4.34.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.34. Kuşakların cinsiyete göre yiyecek-içecek seçim puanlarının karşılaştırılması için iki yönlü Varyans analizi (n=1560)

	Alt Boyutlar	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Kuşaklar	Sağlık	9,384	3	3,128	6,327	<b>0,000</b>
	Ruh hali	5,344	3	1,781	3,704	<b>0,011</b>
	Kolaylık	3,958	3	1,319	2,979	<b>0,030</b>
	Duyusal çekicilik	6,532	3	2,177	4,404	<b>0,004</b>
	Doğal içerik	28,848	3	9,616	14,921	<b>0,000</b>
	Fiyat	14,707	3	4,902	8,262	<b>0,000</b>
	Kilo kontrol	11,334	3	3,778	6,018	<b>0,000</b>
	Bilinirlik	8,676	3	2,892	6,032	<b>0,000</b>
	Etiksel kaygı	9,525	3	3,175	4,896	<b>0,002</b>
Cinsiyet	Sağlık	1,707	1	1,707	3,453	0,063
	Ruh hali	3,532	1	3,532	7,345	<b>0,007</b>
	Kolaylık	4,506	1	4,506	10,173	<b>0,001</b>
	Duyusal çekicilik	3,124	1	3,124	6,318	<b>0,012</b>
	Doğal içerik	1,052	1	1,052	1,632	0,202
	Fiyat	0,058	1	0,058	0,098	0,754
	Kilo kontrol	1,797	1	1,797	2,862	0,091
	Bilinirlik	0,204	1	0,204	0,425	0,515
	Etiksel kaygı	0,137	1	0,137	0,212	0,645
Kuşaklar * Cinsiyet	Sağlık	2,091	3	0,697	1,410	0,238
	Ruh hali	4,212	3	1,404	2,920	<b>0,033</b>
	Kolaylık	3,557	3	1,186	2,677	<b>0,046</b>
	Duyusal çekicilik	1,555	3	0,518	1,048	0,370
	Doğal içerik	1,687	3	0,562	0,872	0,455
	Fiyat	3,372	3	1,124	1,894	0,129
	Kilo kontrol	2,381	3	0,794	1,264	0,285
	Bilinirlik	2,803	3	0,934	1,949	0,120
	Etiksel kaygı	8,153	3	2,718	4,190	<b>0,006</b>

Kuşakların cinsiyete göre yiyecek seçim puanları ortalamaları arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda kuşakların cinsiyete göre sağlık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=1,410; p=0,238).

Kuşakların cinsiyete göre ruh hali alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (F=2,920; p<0,05). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, Baby Boomer kuşağındaki erkeklerin ortalaması (3,05 ± 0,71) ile X (2,90 ± 0,65), Y (2,83 ± 0,74 ve Z (2,87 ± 1,71) kuşağındaki erkeklerin ortalamaları arasındaki farktan kaynaklandığı bulunmuştur. Kadınlar arasında ise X (3,03 ± 0,58) ve Y (3,00 ± 0,69) kuşağındaki kadınların ortalamaları ile Baby Boomer (2,96 ± 0,72) ve Z (2,93 ± 0,73) kuşağındaki kadınların ortalamaları arasında farklılıktan kaynaklandığı saptanmıştır. Bu sonuca göre erkeklerde yiyecek seçiminde ruh haline verilen önem derecesi eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru

düşüş göstermektedir. Kadınlarda ise X ve Y kuşağındaki kadınlar, Baby Boomer ve Z kuşağındaki kadınlara göre yiyecek seçiminde ruh haline daha fazla önem vermektedir.

Kuşakların cinsiyete göre kolaylık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,677$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, Baby Boomer kuşağındaki erkeklerin ortalaması ( $3,04 \pm 0,71$ ) ile X ( $2,85 \pm 0,68$ ), Y ( $2,85 \pm 0,70$ ) ve Z ( $2,87 \pm 0,69$ ) kuşağındaki erkeklerin ortalamaları arasındaki farktan kaynaklandığı bulunmuştur. Kadınlarda ise Y ( $3,10 \pm 0,61$ ) kuşağındaki kadınların ortalaması ile Baby Boomer ( $3,03 \pm 0,67$ ), X ( $2,99 \pm 0,59$ ) ve Z ( $2,93 \pm 0,66$ ) kuşağındaki kadınların ortalamaları birbirinden farklılık göstermektedir. Bu sonuca göre erkeklerde Baby Boomer kuşağı, Z kuşağı erkeklerine göre kolaylık faktörüne daha fazla önem verirken, Z kuşağı da X ve Y kuşağındaki erkeklere göre daha fazla önem vermektedir. Kadınlarda ise Y kuşağı, Baby Boomer kuşağı erkeklerine göre yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne daha fazla önem verirken, Baby Boomer kuşağı, X kuşağına göre, X kuşağı da Z kuşağı kadınlara göre daha fazla önem vermektedir.

Kuşakların cinsiyete göre Duyusal çekicilik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,048$ ;  $p=0,370$ ). Kuşakların cinsiyete göre doğal içerik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,872$ ;  $p=0,455$ ). Kuşakların cinsiyete göre fiyat alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,894$ ;  $p=0,129$ ). Kuşakların cinsiyete göre kilo kontrol alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,264$ ;  $p=0,285$ ). Kuşakların cinsiyete göre bilinirlik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,949$ ;  $p=0,120$ ).

Kuşakların cinsiyete göre etiksel kaygı alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=4,190$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, Baby Boomer ( $2,86 \pm 0,78$ ) kuşağındaki erkeklerin etiksel kaygı alt boyutu puan ortalaması ile X ( $2,77 \pm 0,80$ ), Y ( $2,59 \pm 0,86$ ) ve Z ( $2,57 \pm 0,82$ ) kuşağındaki erkeklerin puan ortalamaları arasında farklılık bulunmuştur. Kadınlarda ise X ( $2,82 \pm 0,74$ ) kuşağındaki kadınların etiksel kaygı alt boyutu puan ortalaması ile Baby Boomer ( $2,60 \pm 0,79$ ), Y ( $2,67$

$\pm 0,82$ ) ve Z ( $2,63 \pm 0,83$ ) kuşaklarındaki kadınların ortalamaları arasında farklılık olduğu saptanmıştır. Bu sonuca göre erkeklerde yiyecek seçiminde etiksel kaygıya verilen önem derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru düşüş göstermektedir. Kadınlarda ise X kuşağındaki kadınlar Y kuşağındaki kadınlara göre yiyecek seçiminde etiksel kaygıya daha fazla önem verirken, Y kuşağı Z kuşağına göre, Z kuşağı da Baby Boomer kuşağındaki kadınlara göre yiyecek seçiminde etiksel kaygıya daha fazla önem vermektedir. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>5a</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların medeni duruma göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikleri çizelge 4.35.’te gösterilmiştir.

Çizelge 4.35. Kuşakların medeni duruma göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560)

Kuşak Türü	Medeni Durum	Yiyecek Seçimi Alt Boyutları																		
		Sağlık		Ruh hali		Kolaylık		Duyusal çekicilik		Doğal içerik		Fiyat		Kilo kontrol		Bilimlilik		Etiksel kaygı		
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	
BB Kuşağı	Evli	2,95 ± 0,66	3 ± 0,69	3 ± 0,69	3,19 ± 0,7	3,14 ± 0,77	3 ± 0,79	2,76 ± 0,72	2,97 ± 0,7	2,72 ± 0,77										
	Bekar	3,02 ± 0,98	2,96 ± 0,95	3,05 ± 0,79	3,43 ± 0,56	3,17 ± 1	2,87 ± 0,81	2,96 ± 1,01	3,05 ± 0,83	2,81 ± 1,03										
	Diğer	2,97 ± 0,76	3,07 ± 0,71	3,2 ± 0,65	3,12 ± 0,69	3,13 ± 0,81	3,08 ± 0,71	2,89 ± 0,71	2,93 ± 0,71	2,81 ± 0,82										
	Total	2,96 ± 0,7	3,01 ± 0,71	3,03 ± 0,69	3,2 ± 0,69	3,14 ± 0,79	3 ± 0,78	2,79 ± 0,74	2,97 ± 0,71	2,74 ± 0,79										
X Kuşağı	Evli	2,83 ± 0,69	2,95 ± 0,63	2,88 ± 0,67	3,1 ± 0,69	2,95 ± 0,75	2,82 ± 0,78	2,71 ± 0,78	2,86 ± 0,71	2,8 ± 0,77										
	Bekar	2,85 ± 0,66	2,92 ± 0,58	3,02 ± 0,53	3,12 ± 0,63	2,94 ± 0,83	2,8 ± 0,72	2,62 ± 0,86	2,95 ± 0,62	2,74 ± 0,69										
	Diğer	3,02 ± 0,73	3,15 ± 0,56	3,11 ± 0,56	3,24 ± 0,59	2,86 ± 0,86	2,85 ± 0,77	2,9 ± 0,72	2,99 ± 0,53	2,84 ± 0,91										
	Total	2,85 ± 0,69	2,96 ± 0,62	2,92 ± 0,64	3,12 ± 0,67	2,94 ± 0,78	2,82 ± 0,76	2,71 ± 0,79	2,88 ± 0,68	2,8 ± 0,77										
Y Kuşağı	Evli	2,8 ± 0,69	2,85 ± 0,7	2,89 ± 0,72	2,99 ± 0,78	2,93 ± 0,83	2,81 ± 0,76	2,61 ± 0,81	2,9 ± 0,67	2,66 ± 0,81										
	Bekar	2,81 ± 0,74	2,95 ± 0,73	3,03 ± 0,63	3,16 ± 0,69	2,84 ± 0,85	2,78 ± 0,78	2,62 ± 0,82	2,9 ± 0,71	2,6 ± 0,85										
	Diğer	3,3 ± 1,04	3,29 ± 0,48	3,15 ± 0,6	3,25 ± 0,61	3,58 ± 0,63	3,17 ± 0,43	3,42 ± 0,5	3,42 ± 0,79	3,08 ± 1,07										
	Total	2,81 ± 0,72	2,92 ± 0,72	2,98 ± 0,66	3,1 ± 0,73	2,88 ± 0,84	2,79 ± 0,77	2,63 ± 0,81	2,9 ± 0,7	2,63 ± 0,84										
Z Kuşağı	Evli	2,74 ± 0,41	2,9 ± 0,49	2,68 ± 0,64	2,88 ± 0,73	2,77 ± 0,85	2,7 ± 0,66	2,73 ± 0,73	2,73 ± 0,62	2,6 ± 0,6										
	Bekar	2,74 ± 0,72	2,85 ± 0,73	2,91 ± 0,68	3,01 ± 0,72	2,76 ± 0,8	2,74 ± 0,78	2,56 ± 0,83	2,76 ± 0,69	2,61 ± 0,83										
	Diğer	2,7 ± 0,44	2,85 ± 0,72	2,85 ± 0,81	3,28 ± 0,7	2,42 ± 0,77	2,83 ± 0,56	2,71 ± 0,58	2,79 ± 0,31	2,33 ± 0,69										
	Total	2,74 ± 0,71	2,85 ± 0,73	2,9 ± 0,68	3,01 ± 0,72	2,76 ± 0,8	2,74 ± 0,77	2,56 ± 0,82	2,76 ± 0,69	2,6 ± 0,82										
Toplam	Evli	2,87 ± 0,67	2,95 ± 0,67	2,93 ± 0,69	3,11 ± 0,72	3,02 ± 0,78	2,89 ± 0,78	2,71 ± 0,76	2,91 ± 0,7	2,74 ± 0,77										
	Bekar	2,79 ± 0,73	2,89 ± 0,73	2,96 ± 0,65	3,09 ± 0,71	2,82 ± 0,83	2,76 ± 0,77	2,6 ± 0,84	2,84 ± 0,7	2,63 ± 0,84										
	Diğer	2,98 ± 0,74	3,09 ± 0,65	3,14 ± 0,63	3,18 ± 0,65	3 ± 0,84	2,98 ± 0,71	2,9 ± 0,7	2,96 ± 0,64	2,8 ± 0,85										
	Total	2,84 ± 0,71	2,93 ± 0,7	2,96 ± 0,67	3,11 ± 0,71	2,93 ± 0,81	2,84 ± 0,78	2,67 ± 0,8	2,88 ± 0,7	2,69 ± 0,81										

Kuşakların medeni durumuna göre yiyecek-içecek seçim puanları karşılaştırılması için Varyans analizi Çizelge 4.36.’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.36. Kuşakların medeni duruma göre yiyecek-içecek seçim puanlarının karşılaştırılması için Varyans analizi (n=1560)

	Alt Boyutlar	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Kuşaklar	Sağlık	2,236	3	0,745	1,501	0,213
	Ruh hali	0,754	3	0,251	0,518	0,670
	Kolaylık	2,326	3	0,775	1,742	0,156
	Duyusal çekicilik	1,554	3	0,518	1,047	0,371
	Doğal içerik	9,742	3	3,247	5,032	<b>0,002</b>
	Fiyat	2,881	3	0,960	1,611	0,185
	Kilo kontrol	2,328	3	0,776	1,236	0,295
	Bilinirlik	2,153	3	0,718	1,492	0,215
	Etiksel kaygı	2,689	3	0,896	1,371	0,250
Medeni Durum	Sağlık	0,859	2	0,429	0,865	0,421
	Ruh hali	1,045	2	0,522	1,077	0,341
	Kolaylık	2,229	2	1,114	2,504	0,082
	Duyusal çekicilik	2,164	2	1,082	2,186	0,113
	Doğal içerik	0,156	2	0,078	0,121	0,886
	Fiyat	1,156	2	0,578	0,970	0,379
	Kilo kontrol	2,862	2	1,431	2,279	0,103
	Bilinirlik	0,840	2	0,420	0,873	0,418
	Etiksel kaygı	0,199	2	0,099	0,152	0,859
Kuşaklar * Medeni Durum	Sağlık	1,435	6	0,239	0,482	0,822
	Ruh hali	1,510	6	0,252	0,519	0,794
	Kolaylık	0,419	6	0,070	0,157	0,988
	Duyusal çekicilik	3,309	6	0,551	1,114	0,351
	Doğal içerik	3,523	6	0,587	0,910	0,487
	Fiyat	0,643	6	0,107	0,180	0,982
	Kilo kontrol	3,467	6	0,578	0,920	0,479
	Bilinirlik	1,987	6	0,331	0,688	0,659
	Etiksel kaygı	2,116	6	0,353	0,539	0,779

Kuşakların medeni duruma göre yiyecek seçim puanları ortalamaları arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda kuşakların medeni duruma göre sağlık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=0,482; p=0.822). Kuşakların medeni duruma göre ruh hali alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=0,519; p=0,794). Kuşakların medeni duruma göre kolaylık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=0,157; p=0,988). Kuşakların medeni duruma göre Duyusal çekicilik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=1,114; p=0,351). Kuşakların medeni duruma göre doğal içerik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak

anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,910$ ;  $p=0,487$ ). Kuşakların medeni duruma göre fiyat alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,180$ ;  $p=0,982$ ). Kuşakların medeni duruma göre kilo kontrol alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,920$ ;  $p=0,479$ ). Kuşakların medeni duruma göre bilinirlik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,688$ ;  $p=0,659$ ). Kuşakların medeni duruma göre etiksel kaygı alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,539$ ;  $p=0,779$ ). Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>5b</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri medeni duruma göre anlamli farklılık göstermektedir.” hipotezi desteklenmemiştir.

Kuşakların aylık gelire göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikleri çizelge 4.37.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.37. Kuşakların aylık gelire göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560)

Kuşak Türü	Aylık Gelir	Yiyecek Seçimi Alt Boyutları																	
		Sağlık		Ruh hali		Kolaylık		Duyusal çekicilik		Doğal içerik		Fiyat		Kilo kontrol		Bilinirlik		Etiksel kaygı	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
BB Kuşağı	500 ve altı	2,92 ± 0,66		2,91 ± 0,66		2,87 ± 0,69		2,94 ± 0,83		3,09 ± 0,75		2,84 ± 0,73		2,78 ± 0,77		2,81 ± 0,76		2,53 ± 0,72	
	501-1500	2,93 ± 0,68		3 ± 0,75		3,11 ± 0,62		3,25 ± 0,58		3,11 ± 0,85		3,02 ± 0,78		2,71 ± 0,75		3,04 ± 0,64		2,76 ± 0,8	
	1501-3000	2,98 ± 0,72		3,06 ± 0,7		3,1 ± 0,71		3,26 ± 0,67		3,11 ± 0,78		3,09 ± 0,79		2,86 ± 0,72		2,98 ± 0,74		2,78 ± 0,84	
	3001-5000	2,93 ± 0,7		2,98 ± 0,8		2,92 ± 0,79		3,12 ± 0,78		3,31 ± 0,75		2,85 ± 0,74		2,73 ± 0,82		2,92 ± 0,69		2,78 ± 0,7	
	5000 üzeri	3,26 ± 0,78		3,03 ± 0,55		2,68 ± 0,53		3,42 ± 0,64		3,41 ± 0,72		2,92 ± 0,89		2,92 ± 0,45		3,21 ± 0,59		2,92 ± 0,7	
	Total	2,96 ± 0,7		3,01 ± 0,71		3,03 ± 0,69		3,2 ± 0,69		3,14 ± 0,79		3 ± 0,78		2,79 ± 0,74		2,97 ± 0,71		2,74 ± 0,79	
X Kuşağı	500 ve altı	2,74 ± 0,63		2,96 ± 0,51		2,87 ± 0,58		3,05 ± 0,67		2,97 ± 0,83		2,73 ± 0,79		2,58 ± 0,75		2,74 ± 0,68		2,73 ± 0,79	
	501-1500	2,89 ± 0,67		3,06 ± 0,59		3,07 ± 0,61		3,22 ± 0,66		2,94 ± 0,75		2,89 ± 0,76		2,73 ± 0,84		2,95 ± 0,64		2,76 ± 0,74	
	1501-3000	2,82 ± 0,71		2,93 ± 0,65		2,9 ± 0,65		3,1 ± 0,68		2,89 ± 0,79		2,81 ± 0,77		2,69 ± 0,8		2,86 ± 0,72		2,84 ± 0,81	
	3001-5000	2,89 ± 0,68		2,92 ± 0,62		2,82 ± 0,69		3,04 ± 0,7		2,99 ± 0,71		2,83 ± 0,72		2,81 ± 0,7		2,92 ± 0,63		2,77 ± 0,71	
	5000 üzeri	3,06 ± 0,74		3,07 ± 0,82		3,1 ± 0,64		3,41 ± 0,49		3,21 ± 0,85		2,73 ± 0,96		2,85 ± 0,97		3,04 ± 0,7		2,9 ± 0,81	
	Total	2,85 ± 0,69		2,96 ± 0,62		2,92 ± 0,64		3,12 ± 0,67		2,94 ± 0,78		2,82 ± 0,76		2,71 ± 0,79		2,88 ± 0,68		2,8 ± 0,77	
Y Kuşağı	500 ve altı	2,86 ± 0,65		2,94 ± 0,73		3,04 ± 0,67		3,07 ± 0,73		2,82 ± 0,82		2,8 ± 0,79		2,57 ± 0,77		2,93 ± 0,72		2,56 ± 0,84	
	501-1500	2,82 ± 0,7		2,94 ± 0,61		2,88 ± 0,59		3,12 ± 0,7		2,9 ± 0,76		2,74 ± 0,71		2,74 ± 0,8		2,8 ± 0,64		2,74 ± 0,73	
	1501-3000	2,79 ± 0,77		2,9 ± 0,74		2,98 ± 0,66		3,14 ± 0,73		2,92 ± 0,92		2,84 ± 0,77		2,64 ± 0,86		2,95 ± 0,71		2,64 ± 0,91	
	3001-5000	2,76 ± 0,75		2,86 ± 0,79		3,01 ± 0,74		3,04 ± 0,76		2,92 ± 0,81		2,79 ± 0,82		2,67 ± 0,74		2,86 ± 0,7		2,68 ± 0,76	
	5000 üzeri	2,73 ± 0,96		2,9 ± 0,72		2,85 ± 0,7		3,08 ± 0,87		2,86 ± 0,88		2,53 ± 0,66		2,36 ± 0,97		2,86 ± 0,76		2,39 ± 1,02	
	Total	2,81 ± 0,72		2,92 ± 0,72		2,98 ± 0,66		3,1 ± 0,73		2,88 ± 0,84		2,79 ± 0,77		2,63 ± 0,81		2,9 ± 0,7		2,63 ± 0,84	
Z Kuşağı	500 ve altı	2,68 ± 0,7		2,84 ± 0,75		2,93 ± 0,68		3,04 ± 0,73		2,69 ± 0,8		2,74 ± 0,76		2,5 ± 0,85		2,74 ± 0,66		2,56 ± 0,84	
	501-1500	2,8 ± 0,71		2,82 ± 0,77		2,79 ± 0,75		2,88 ± 0,71		2,81 ± 0,82		2,64 ± 0,76		2,59 ± 0,75		2,7 ± 0,72		2,72 ± 0,85	
	1501-3000	2,88 ± 0,7		2,8 ± 0,65		2,82 ± 0,66		3 ± 0,7		2,91 ± 0,79		2,7 ± 0,77		2,76 ± 0,69		2,81 ± 0,7		2,65 ± 0,68	
	3001-5000	2,95 ± 0,77		3,07 ± 0,47		2,96 ± 0,54		2,96 ± 0,71		3,12 ± 0,71		2,9 ± 0,9		2,8 ± 0,87		3 ± 0,68		2,9 ± 0,61	
	5000 üzeri	3,32 ± 0,67		3,5 ± 0,37		2,96 ± 0,36		3,15 ± 0,95		3 ± 1,18		3,47 ± 0,56		3,13 ± 0,8		3,2 ± 1,26		2,53 ± 1,43	
	Total	2,74 ± 0,71		2,85 ± 0,73		2,9 ± 0,68		3,01 ± 0,72		2,76 ± 0,8		2,74 ± 0,77		2,56 ± 0,82		2,76 ± 0,69		2,6 ± 0,82	
Toplam	500 ve altı	2,76 ± 0,68		2,88 ± 0,71		2,95 ± 0,67		3,03 ± 0,74		2,8 ± 0,81		2,77 ± 0,77		2,56 ± 0,81		2,79 ± 0,69		2,57 ± 0,82	
	501-1500	2,87 ± 0,69		2,97 ± 0,68		3 ± 0,64		3,16 ± 0,66		2,97 ± 0,8		2,87 ± 0,77		2,7 ± 0,78		2,91 ± 0,66		2,75 ± 0,77	
	1501-3000	2,87 ± 0,73		2,95 ± 0,69		2,98 ± 0,68		3,15 ± 0,69		2,97 ± 0,83		2,9 ± 0,79		2,73 ± 0,79		2,92 ± 0,72		2,75 ± 0,84	
	3001-5000	2,88 ± 0,71		2,94 ± 0,69		2,9 ± 0,71		3,05 ± 0,73		3,06 ± 0,75		2,83 ± 0,76		2,76 ± 0,75		2,91 ± 0,66		2,76 ± 0,71	
	5000 üzeri	3,06 ± 0,81		3,06 ± 0,69		2,9 ± 0,61		3,3 ± 0,69		3,15 ± 0,86		2,81 ± 0,85		2,78 ± 0,85		3,06 ± 0,74		2,73 ± 0,92	
	Total	2,84 ± 0,71		2,93 ± 0,7		2,96 ± 0,67		3,11 ± 0,71		2,93 ± 0,81		2,84 ± 0,78		2,67 ± 0,8		2,88 ± 0,7		2,69 ± 0,81	

Kuşakların aylık gelire göre yiyecek-içecek seçim puanları karşılaştırılması için Varyans analizi Çizelge 4.38.'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.38. Kuşakların aylık gelire göre yiyecek-içecek seçim puanlarının karşılaştırılması için varyans analizi (n=1560)

	Alt Boyutlar	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Kuşaklar	Sağlık	4,304	3	1,435	2,896	<b>0,034</b>
	Ruh hali	0,963	3	0,321	0,661	0,576
	Kolaylık	0,258	3	0,086	0,194	0,901
	Duyusal çekicilik	2,680	3	0,893	1,807	0,144
	Doğal içerik	10,913	3	3,638	5,642	<b>0,001</b>
	Fiyat	4,552	3	1,517	2,555	0,054
	Kilo kontrol	4,273	3	1,424	2,269	0,079
	Bilinirlik	1,350	3	0,450	0,939	0,421
	Etiksel kaygı	4,410	3	1,470	2,251	0,081
Aylık Gelir	Sağlık	3,361	4	0,840	1,696	0,148
	Ruh hali	1,833	4	0,458	0,943	0,438
	Kolaylık	0,278	4	0,069	0,156	0,960
	Duyusal çekicilik	3,739	4	0,935	1,891	0,110
	Doğal içerik	4,566	4	1,141	1,771	0,132
	Fiyat	1,627	4	0,407	0,685	0,602
	Kilo kontrol	4,211	4	1,053	1,677	0,153
	Bilinirlik	3,927	4	0,982	2,048	0,085
	Etiksel kaygı	5,612	4	1,403	2,149	0,073
Kuşaklar * Aylık Gelir	Sağlık	5,188	12	0,432	0,873	0,575
	Ruh hali	4,784	12	0,399	0,820	0,629
	Kolaylık	10,186	12	0,849	1,911	<b>0,029</b>
	Duyusal çekicilik	7,017	12	0,585	1,183	0,290
	Doğal içerik	4,468	12	0,372	0,578	0,862
	Fiyat	8,539	12	0,712	1,198	0,278
	Kilo kontrol	7,335	12	0,611	0,974	0,472
	Bilinirlik	6,297	12	0,525	1,095	0,360
	Etiksel kaygı	4,028	12	0,336	0,514	0,907

Kuşakların aylık gelire göre kolaylık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,920$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, Y ( $3,04 \pm 0,67$ ) ve Z ( $2,93 \pm 0,68$ ) kuşaklarındaki 500 TL ve altı gelire sahip olanlar ile Baby Boomer ( $2,87 \pm 0,69$ ) ve X ( $2,87 \pm 0,58$ ) kuşaklarındaki 500 TL ve altı gelire sahip olanlar arasındaki farklılıktan kaynaklandığı bulunmuştur. Bu sonuca göre 500 TL ve altı gelire



sahip olan kuşaklardan Y ve Z kuşakları, Baby Boomer ve X kuşaklarına göre yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne daha fazla önem vermektedirler. Yiyecek seçimi kolaylık alt boyut puan ortalaması 501-1500 TL arası gelire sahip olan kuşaklar arasında Baby Boomer ( $3,11 \pm 0,62$ ) ve X ( $3,07 \pm 0,61$ ) kuşakları ile Y ( $2,88 \pm 0,59$ ) ve Z ( $2,79 \pm 0,75$ ) kuşaklar arasında farklıdır. Bu sonuca göre 501 ve 1500 TL arası gelire sahip olan kuşaklar arasında eski kuşaktan yeni kuşağa doğru yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne önem derecesinin azaldığı görülmektedir. Yiyecek seçimi kolaylık alt boyut puan ortalaması bakımından 1501-3000 TL arası gelire sahip olan kuşaklardan Baby Boomer ( $3,10 \pm 0,71$ ) ve Y ( $2,98 \pm 0,66$ ) kuşağındakiler ile X ( $2,90 \pm 0,65$ ) ve Z ( $2,82 \pm 0,77$ ) kuşağındakiler arasında farklılık saptanmıştır. Bu sonuca göre 1501-3000 TL arası gelire sahip olan Baby Boomer ve Y kuşağı yiyecek seçiminde X ve Z kuşağına göre kolaylık faktörüne daha fazla önem vermektedir. 3001-5000 TL arası gelire sahip olan kuşaklar arasında Y ( $3,01 \pm 0,74$ ) ve Z ( $2,96 \pm 0,54$ ) kuşağı ile Baby Boomer ( $2,92 \pm 0,79$ ) ve X ( $2,82 \pm 0,69$ ) kuşağındakilerin ortalamaları arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 3001-5000 TL arası gelire sahip olan Y ve Z kuşağı yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne Baby Boomer ve X kuşağına göre daha fazla önem vermektedir. 5000 üzeri gelire sahip olan kuşaklardan X ( $3,10 \pm 0,64$ ) ve Z ( $2,96 \pm 0,36$ ) kuşağı ile Baby Boomer ( $2,68 \pm 0,53$ ) ve Y ( $2,85 \pm 0,70$ ) kuşağı ortalamaları arasında farklılık bulunmaktadır. Bu sonuca göre, 5000 TL üzeri gelire sahip olan X ve Z kuşağı, Baby Boomer ve Z kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla kolaylık faktörüne önem vermektedir.

Kuşakların aylık gelire göre Duyusal çekicilik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,183$ ;  $p=0,290$ ). Kuşakların aylık gelire göre doğal içerik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,578$ ;  $p=0,862$ ). Kuşakların aylık gelire göre fiyat alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,198$ ;  $p=0,278$ ). Kuşakların aylık gelire göre kilo kontrol alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,974$ ;  $p=0,472$ ). Kuşakların aylık gelire göre bilinirlik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,095$ ;  $p=0,360$ ). Kuşakların aylık gelire göre etiksel kaygı alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=0,514$ ;  $p=0,907$ ). Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>5c</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri aylık gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kuşakların yeme içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikleri çizelge 4.39.'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.39. Kuşakların yeme içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek-içecek seçim boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler (n=1560)

Kuşak Türü	Yeme-içmeye Ayrılan Aylık Bütçe	Yiyecek Seçimi Alt Boyutları																	
		Sağlık		Ruh hali		Kolaylık		Duyusal çekicilik		Doğal içerik		Fiyat		Kilo kontrol		Bilinirlik		Etiksel kaygı	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
BB Kuşağı	250 TL ve altı	3,04±0,7		3±0,71		3,1±0,64		3,18±0,68		3,24±0,75		3,13±0,67		2,96±0,68		3,08±0,7		2,77±0,8	
	251-500 TL	2,97±0,66		3,04±0,73		3,09±0,67		3,21±0,66		3,09±0,78		2,95±0,85		2,73±0,75		2,99±0,68		2,71±0,78	
	501-1000 TL	2,86±0,75		2,95±0,72		3,01±0,75		3,13±0,78		3±0,86		3±0,76		2,75±0,8		2,85±0,78		2,69±0,88	
	1001-2000 TL	2,96±0,66		3,05±0,7		2,82±0,67		3,31±0,6		3,42±0,64		2,83±0,72		2,71±0,67		3,03±0,58		2,88±0,55	
	2000 TL Üstü	3,3±0,7		3,13±0,55		2,6±0,43		3,56±0,51		3,33±0,76		3,08±1,12		2,67±0,64		2,92±0,66		2,96±0,79	
	Toplam	2,96±0,7		3,01±0,71		3,03±0,69		3,2±0,69		3,14±0,79		3±0,78		2,79±0,74		2,97±0,71		2,74±0,79	
X Kuşağı	250 TL ve altı	2,73±0,67		2,87±0,55		2,83±0,63		2,95±0,58		2,91±0,8		2,79±0,85		2,67±0,82		2,72±0,67		2,71±0,8	
	251-500 TL	2,95±0,64		3,1±0,58		3,05±0,58		3,29±0,61		2,96±0,75		2,89±0,67		2,8±0,75		3±0,67		2,88±0,73	
	501-1000 TL	2,82±0,71		2,92±0,69		2,9±0,68		3,1±0,71		2,88±0,8		2,77±0,79		2,63±0,81		2,86±0,71		2,79±0,81	
	1001-2000 TL	2,97±0,7		2,94±0,57		2,91±0,59		3,1±0,67		3,08±0,75		2,89±0,61		2,79±0,72		2,91±0,56		2,75±0,68	
	2000 TL Üstü	2,68±0,84		2,77±0,69		2,61±0,82		2,87±0,98		3,27±0,7		2,56±1,07		2,8±0,88		2,96±0,69		2,82±0,83	
	Toplam	2,85±0,69		2,96±0,62		2,92±0,64		3,12±0,67		2,94±0,78		2,82±0,76		2,71±0,79		2,88±0,68		2,8±0,77	
Y Kuşağı	250 TL ve altı	2,89±0,68		2,99±0,72		3,06±0,63		3,09±0,72		2,83±0,76		2,83±0,74		2,67±0,76		2,97±0,68		2,66±0,87	
	251-500 TL	2,77±0,72		2,87±0,7		3,02±0,62		3,14±0,71		2,91±0,89		2,89±0,79		2,64±0,86		2,89±0,7		2,66±0,8	
	501-1000 TL	2,82±0,74		2,92±0,69		2,9±0,69		3,12±0,73		3,02±0,85		2,68±0,76		2,61±0,82		2,94±0,67		2,54±0,85	
	1001-2000 TL	2,55±0,82		2,67±0,88		2,7±0,79		2,83±0,83		2,52±0,89		2,48±0,81		2,4±0,82		2,53±0,77		2,53±0,82	
	2000 TL Üstü	2,96±0,89		3,1±0,65		2,72±0,78		3,25±0,77		3,07±1,01		3±0,75		2,87±1,15		2,73±0,8		3,2±0,84	
	Toplam	2,81±0,72		2,92±0,72		2,98±0,66		3,1±0,73		2,88±0,84		2,79±0,77		2,63±0,81		2,9±0,7		2,63±0,84	
Z Kuşağı	250 TL ve altı	2,7±0,72		2,83±0,78		2,92±0,73		3,03±0,77		2,69±0,82		2,73±0,78		2,5±0,87		2,73±0,69		2,58±0,85	
	251-500 TL	2,71±0,76		2,8±0,68		2,82±0,63		2,98±0,67		2,78±0,81		2,76±0,76		2,53±0,73		2,71±0,67		2,56±0,82	
	501-1000 TL	3±0,53		3±0,54		2,97±0,51		3,05±0,55		3,01±0,68		2,8±0,73		2,88±0,65		2,94±0,61		2,73±0,7	
	1001-2000 TL	2,82±0,7		2,93±0,52		2,86±0,27		2,88±0,64		3,07±0,62		2,77±0,79		2,83±0,77		3,1±0,59		3,03±0,53	
	2000 TL Üstü	2,6±0		3,08±0,35		2,2±0,28		1,75±0		1,67±0,94		2,5±0,24		1,83±0,24		1,67±0,94		1,67±0,94	
	Toplam	2,74±0,71		2,85±0,73		2,9±0,68		3,01±0,72		2,76±0,8		2,74±0,77		2,56±0,82		2,76±0,69		2,6±0,82	
Toplam	250 TL ve altı	2,81±0,71		2,9±0,72		2,97±0,68		3,06±0,72		2,85±0,81		2,83±0,78		2,65±0,82		2,85±0,7		2,65±0,84	
	251-500 TL	2,87±0,7		2,97±0,68		3,02±0,63		3,17±0,67		2,96±0,81		2,89±0,77		2,69±0,78		2,92±0,69		2,72±0,78	
	501-1000 TL	2,86±0,71		2,94±0,68		2,94±0,69		3,11±0,72		2,96±0,81		2,82±0,78		2,69±0,79		2,89±0,71		2,69±0,83	
	1001-2000 TL	2,84±0,73		2,91±0,71		2,82±0,65		3,08±0,71		3,05±0,81		2,76±0,73		2,67±0,74		2,87±0,65		2,76±0,68	
	2000 TL Üstü	2,89±0,8		2,94±0,63		2,6±0,69		3,04±0,91		3,14±0,85		2,77±1		2,71±0,85		2,82±0,75		2,84±0,86	
	Toplam	2,84±0,71		2,93±0,7		2,96±0,67		3,11±0,71		2,93±0,81		2,84±0,78		2,67±0,8		2,88±0,7		2,69±0,81	

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek-içecek seçim puanları karşılaştırılması için Varyans analizi Çizelge 4.40.'ta gösterilmiştir.

Çizelge 4.40. Kuşakların yeme-içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek-içecek seçim puanları karşılaştırılması için Varyans analizi

	Alt Boyutlar	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p
Doğum tarihi	Sağlık	4,535	3	1,512	3,072	0,050
	Ruh hali	1,284	3	0,428	0,885	0,448
	Kolaylık	0,937	3	0,312	0,706	0,549
	Duyusal çekicilik	9,952	3	3,317	6,747	<b>&lt;0,001</b>
	Doğal içerik	13,127	3	4,376	6,878	<b>&lt;0,001</b>
	Fiyat	5,254	3	1,751	2,953	0,050
	Kilo kontrol	2,577	3	0,859	1,374	0,249
	Bilinirlik	4,068	3	1,356	2,862	<b>0,036</b>
	Etiksel kaygı	2,939	3	0,980	1,503	0,212
Yeme içme bütçe	Sağlık	0,406	4	0,102	0,206	0,935
	Ruh hali	0,514	4	0,128	0,265	0,900
	Kolaylık	5,646	4	1,412	3,191	<b>0,013</b>
	Duyusal çekicilik	3,316	4	0,829	1,686	0,151
	Doğal içerik	1,332	4	0,333	0,523	0,719
	Fiyat	1,863	4	0,466	0,786	0,535
	Kilo kontrol	0,838	4	0,209	0,335	0,855
	Bilinirlik	1,989	4	0,497	1,049	0,380
	Etiksel kaygı	1,029	4	0,257	0,395	0,813
Doğum tarihi * Yeme içme bütçe	Sağlık	13,112	12	1,093	2,220	<b>0,009</b>
	Ruh hali	8,459	12	0,705	1,457	0,134
	Kolaylık	5,948	12	0,496	1,121	0,339
	Duyusal çekicilik	12,600	12	1,050	2,136	<b>0,013</b>
	Doğal içerik	21,123	12	1,760	2,767	<b>0,001</b>
	Fiyat	8,224	12	0,685	1,156	0,310
	Kilo kontrol	15,795	12	1,316	2,106	<b>0,014</b>
	Bilinirlik	16,597	12	1,383	2,919	<b>0,001</b>
	Etiksel kaygı	9,884	12	0,824	1,263	0,234

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan aylık bütçeye göre yiyecek seçim puanları ortalamaları arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre sağlık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,920$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,04 \pm 0,70$ ) ve Y ( $2,89 \pm 0,68$ ) kuşaklarının sağlık alt boyutu puan ortalamaları ile X ( $2,73 \pm 0,67$ ) ve Z ( $2,70 \pm 0,72$ ) kuşaklarının puan ortalamalarından kaynaklanmaktadır. Bu sonuca göre 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve Y kuşakları, X ve Z kuşaklarına göre yiyecek

seçiminde sağlık faktörüne daha fazla önem vermektedir. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran Baby Boomer ( $2,97 \pm 0,66$ ) ve X ( $2,95 \pm 0,64$ ) kuşakları sağlık alt boyutu puan ortalamaları ile Y ( $2,77 \pm 0,72$ ) ve Z ( $2,71 \pm 0,76$ ) kuşakları ortalamaları farklılık göstermektedir. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde sağlık faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalmaktadır. 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z ( $3,00 \pm 0,53$ ) kuşağı sağlık alt boyutu puan ortalaması ile Baby Boomer ( $2,86 \pm 0,75$ ), X ( $2,82 \pm 0,71$ ) ve Y ( $2,82 \pm 0,74$ ) kuşakları ortalamaları arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağı diğer kuşaklara göre yiyecek seçiminde sağlık faktörüne daha fazla önem vermektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $2,96 \pm 0,66$ ) ve X ( $2,97 \pm 0,70$ ) kuşağı sağlık alt boyutu puan ortalamaları ile Y ( $2,55 \pm 0,82$ ) kuşağının ortalaması arasında farklılık bulunmaktadır. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve X kuşakları, özellikle Z kuşağına göre yüksek oranda yiyecek seçiminde sağlık faktörüne önem vermektedir. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,30 \pm 0,70$ ) kuşağı sağlık alt boyutu puan ortalaması ile Z ( $2,60 \pm 0,00$ ) kuşağı puan ortalamasındaki büyük farklılık bulunmaktadır. Bu sonuca göre 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı Z kuşağına göre yüksek oranda sağlık faktörüne önem vermektedir.

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre ruh hali alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,457$ ;  $p=0,134$ ). Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre kolaylık alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,121$ ;  $p=0,339$ ). Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,457$ ;  $p=0,134$ ).

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre duyuşal çekicilik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,136$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,18 \pm 0,68$ ) kuşağı Duyuşal çekicilik alt boyut puan ortalaması ile X ( $2,95 \pm 0,58$ ) kuşağı ortalamasından kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuca göre 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı yiyecek seçiminde X kuşağına göre daha fazla

Duyusal çekicilik faktörüne önem vermektedir. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,21 \pm 0,66$ ), X ( $3,29 \pm 0,61$ ) ve Y ( $3,14 \pm 0,71$ ) kuşakları Duyusal çekicilik alt boyut puan ortalamaları ile Z ( $2,98 \pm 0,67$ ) kuşağı ortalaması arasında farklılık vardır. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran Baby Boomer, X ve Y kuşakları, Z kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla Duyusal çekicilik faktörüne önem vermektedir. 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,13 \pm 0,78$ ), X ( $3,10 \pm 0,71$ ) ve Y ( $3,12 \pm 0,73$ ) kuşaklarının Duyusal çekicilik alt puan ortalamaları arasında fark yok iken Z ( $3,05 \pm 0,55$ ) kuşağı ortalaması arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer, X ve Y kuşakları yiyecek seçiminde Z kuşağına göre daha fazla Duyusal çekicilik faktörüne önem vermektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,31 \pm 0,60$ ) ve X ( $3,10 \pm 0,67$ ) kuşakları Duyusal çekicilik alt boyut puan ortalamaları ile Y ( $2,83 \pm 0,83$ ) ve Z ( $2,88 \pm 0,64$ ) kuşakları ortalamaları arasında farklılık olduğu görülmektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve X kuşakları Y ve Z kuşaklarına göre yiyecek seçiminde daha fazla Duyusal çekicilik faktörüne önem vermektedir. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,56 \pm 0,51$ ) kuşağı Duyusal çekicilik alt boyutu puan ortalaması ile Z ( $1,75 \pm 0,00$ ) kuşağı ortalaması arasında yüksek oranda farklılık vardır. Bu sonuca göre 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı yiyecek seçiminde Z kuşağına göre yüksek oranda daha fazla duysal cazibe faktörüne önem vermektedir.

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre doğal içerik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,767$ ;  $p<0,001$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran bütün kuşaklar (Baby Boomer:  $3,24 \pm 0,75$ , X:  $2,91 \pm 0,80$ , Y:  $2,83 \pm 0,76$ , Z:  $2,69 \pm 0,82$ ) arasındaki doğal içerik puan ortalamaları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuca göre 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalmaktadır. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran bütün kuşaklar (Baby Boomer:  $3,09 \pm 0,78$ , X:  $2,96 \pm 0,75$ , Y:  $2,91 \pm 0,89$ , Z:  $2,78 \pm 0,81$ ) arasındaki doğal içerik puan ortalamaları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuca göre 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni

kuşağa doğru azalmaktadır. 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,00 \pm 0,86$ ), Y ( $3,02 \pm 0,85$ ) ve Z ( $3,01 \pm 0,68$ ) kuşakları doğal içerik alt boyutu puan ortalamaları arasında farklılık yok iken X ( $2,88 \pm 0,80$ ) kuşağı puan ortalaması ile farklılık görülmektedir. Bu sonuca göre 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer, Y ve Z kuşakları yiyecek seçiminde X kuşağına göre daha fazla doğal içerik faktörüne önem vermektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,42 \pm 0,64$ ) kuşağı doğal içerik alt boyutu puan ortalaması ile Y ( $2,52 \pm 0,89$ ) kuşağı ortalaması arasındaki yüksek farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı yiyecek seçiminde Y kuşağına göre doğal içerik faktörüne daha fazla önem vermektedir. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran bütün kuşaklar (Baby Boomer:  $3,33 \pm 0,76$ , X:  $3,27 \pm 0,70$ , Y:  $3,07 \pm 1,01$ , Z:  $1,67 \pm 0,94$ ) arasındaki doğal içerik puan ortalamaları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuca göre 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalmaktadır.

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre fiyat alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $F=1,156$ ;  $p=0,310$ ).

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre kilo kontrol alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,106$ ;  $p<0,05$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran bütün kuşaklar (Baby Boomer:  $2,96 \pm 0,68$ , X:  $2,67 \pm 0,82$ , Y:  $2,67 \pm 0,76$ , Z:  $2,50 \pm 0,87$ ) arasındaki kilo kontrol puan ortalamaları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuca göre 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde kilo kontrol faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalmaktadır. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran X ( $2,63 \pm 0,81$ ) kuşağı kilo kontrol alt boyutu puan ortalaması ile Z ( $2,53 \pm 0,73$ ) kuşağı ortalaması farklılık göstermektedir. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran X kuşağı Z kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla kilo kontrol faktörüne önem vermektedir. 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z ( $2,88 \pm 0,65$ ) kuşağı kilo kontrol alt boyutu puan ortalaması ile Y ( $2,61 \pm 0,82$ ) kuşağı ortalaması arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağının yiyecek

seçiminde Y kuşağına göre daha fazla kilo kontrol faktörüne önem verdiği görülmektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z ( $2,83 \pm 0,77$ ) kuşağı kilo kontrol alt boyutu puan ortalaması ile Y ( $2,40 \pm 0,82$ ) kuşağı ortalaması arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağı yiyecek seçiminde Y kuşağına göre daha fazla kilo kontrol faktörüne önem vermektedir. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran X ( $2,80 \pm 0,88$ ) ve Y ( $2,87 \pm 1,15$ ) kuşakları kilo kontrol puan ortalamaları ile Z ( $1,83 \pm 0,24$ ) kuşağı puan ortalaması arasında farklılık vardır. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran X ve Y kuşakları Z kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla kilo kontrol faktörüne önem vermektedir.

Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre bilinirlik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $F=2,919$ ;  $p<0,001$ ). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey çoklu karşılaştırma testi sonucunda, 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ( $3,08 \pm 0,70$ ) ve Y ( $2,97 \pm 0,68$ ) kuşakları bilinirlik alt boyutu puan ortalamaları ile X ( $2,72 \pm 0,67$ ) ve Z ( $2,73 \pm 0,69$ ) kuşakları puan ortalamaları arasındaki farklılıktan kaynaklandığı görülmektedir. Bu sonuca göre 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve Y kuşakları yiyecek seçiminde X ve Z kuşaklarına göre daha fazla bilinirlik faktörüne önem vermektedir. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran Baby Boomer ( $2,99 \pm 0,68$ ), X ( $3,00 \pm 0,67$ ) ve Y ( $2,89 \pm 0,70$ ) kuşakları bilinirlik alt boyutu puan ortalamaları ile Z ( $2,71 \pm 0,67$ ) kuşağı puan ortalaması arasında farklılık vardır. 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran Baby Boomer, X ve Y kuşakları yiyecek seçiminde Z kuşağına göre daha fazla bilinirlik faktörüne önem vermektedir. 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Y ( $2,94 \pm 0,67$ ) ve Z ( $2,94 \pm 0,61$ ) kuşakları bilinirlik alt boyutu puan ortalamaları ile Baby Boomer ( $2,85 \pm 0,78$ ) ve X ( $2,86 \pm 0,71$ ) kuşakları puan ortalamaları arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Y ve Z kuşakları yiyecek seçiminde Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha fazla bilinirlik faktörüne önem vermektedir. 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde bilinirlik faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru artış göstermektedir. 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z ( $3,10 \pm 0,59$ ) kuşağı bilinirlik alt boyutu puan ortalaması ile Y ( $2,53 \pm 0,77$ ) kuşağı ortalaması arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağı yiyecek seçiminde Y kuşağına göre daha fazla bilinirlik faktörüne önem vermektedir. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer

(2,92 ± 0,66) ve X (2,96 ± 0,69) kuşakları bilinirlik puan ortalamaları ile Z (1,67 ± 0,94) kuşağı puan ortalaması arasında farklılık vardır. 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve X kuşakları Z kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla bilinirlik faktörüne önem vermektedir. Kuşakların yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre etiksel kaygı alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (F=1,263; p=0,234). Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>5d</sub>**: Kuşakların yiyecek seçimleri yeme-içmeye ayrılan aylık bütçe durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

#### 4.4. Kişilik Özelliklerine Göre Yiyecek Seçimlerine İlişkin Bulgular

Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yeme süreleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonuçları Çizelge 4.41.’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.41. Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yeme süreleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonuçları

Ortalama Yemek Yeme Süreleri	Kişilik Özellikleri					
	Uyumluluk	Dışadönüklük	Sorumluluk	Duygusal denge	Deneyime açıklık	
Yemek süresi kahvaltı	r	0,023	-0,049	0,047	<b>-0,071**</b>	0,021
	p	0,370	0,054	0,062	<b>0,005</b>	0,406
Yemek süresi öğlen	r	0,009	<b>0,069**</b>	0,049	<b>-0,063*</b>	<b>0,078**</b>
	p	0,711	<b>0,001</b>	0,051	<b>0,013</b>	<b>0,002</b>
Yemek süresi akşam	r	0,021	<b>-0,115**</b>	0,049	<b>-0,088**</b>	<b>0,093**</b>
	p	0,397	<b>0,001</b>	0,054	<b>0,001</b>	<b>0,001</b>

\*p<0,05 \*\* p<0,01

Çizelge 4.41.’de yer alan kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yeme süreleri ile kişilik özellikleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonucunda dışadönüklük kişilik tipi ile öğle öğünün yemek yeme süresi arasında pozitif yönde düşük derecede anlamlı ilişki bulunmaktadır (r= ,069; p<0,01). Bu sonuca göre dışadönüklük kişilik tipi puanı arttıkça öğle öğününde yemek yeme süresinde artış olmaktadır. Dışadönüklük kişilik tipi ile akşam öğünü yemek yeme süresi arasında negatif yönde düşük derecede anlamlı ilişki bulunmaktadır (r= -,115; p<0,01). Dışadönüklük kişilik tipi puanı azaldıkça akşam öğününde yemek yeme süresi artış göstermektedir. Duygusal denge kişilik tipi ile kahvaltı, öğle ve akşam öğünleri yemek yeme süresi arasında negatif yönde düşük derecede anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (kahvaltı r= -,071; p<0,05, öğle r= -,063; p<0,05, akşam r= -,088; p<0,01). Duygusal denge kişilik tipi puanı azaldıkça kahvaltı,



öğle ve akşam öğünlerinde yemek yemesi süresinde artış olmaktadır. Deneyime açıklık kişilik tipi ile öğle ve akşam öğünleri yemek yeme süresi arasında pozitif yönde düşük derecede anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (öğle  $r= ,078$ ;  $p<0,01$ , akşam  $r= ,093$ ;  $p<0,01$ ). Deneyime açıklık kişilik tipi puanı arttıkça öğle ve akşam öğünlerinde yemek yemesi süresinde artış olmaktadır. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>6</sub>**: Kişilik özellikleri ile yemek için ortalama harcanan zaman arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yemek için harcanan süre arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları Çizelge 4.42.’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.42. Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yemek için harcanan süre arasında farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları

Yemek İçin Harcanan Süre	Kişilik Özellikleri												$\chi^2$	p
	Uyumluluk		Dışadönüklük		Sorumluluk		Duygusal Denge		Deneyime Açıklık		Toplam			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
<b>Kahvaltı Süresi</b>														
Yapmam	26	%4,3	5	%4,8	10	%3,6	2	%1,8	34	%7,3	77	%4,9	$\chi^2 34,344 = 0,024$	
1-15 dakika	224	%36,9	38	%36,2	83	%30,1	45	%41,3	152	%32,8	542	%34,7		
16-30 dakika	230	%37,9	46	%43,8	111	%40,2	34	%31,2	160	%34,6	581	%37,2		
31-45 dakika	92	%15,2	10	%9,5	55	%19,9	22	%20,2	69	%14,9	248	%15,9		
46-60 dakika	21	%3,5	3	%2,9	10	%3,6	4	%3,7	29	%6,3	67	%4,3		
60 dakika üstü	14	%2,3	3	%2,9	7	%2,5	2	%1,8	19	%4,1	45	%2,9		
<b>Toplam</b>	607	%100	105	%100	276	%100	109	%100	463	%100	1560	%100		
<b>Öğle Yemeği Süresi</b>														
Yapmam	20	%3,3	1	%1,0	15	%5,4	1	%0,9	10	%2,2	47	%3,0	$\chi^2 53,571 < 0,001$	
1-15 dakika	125	%20,6	35	%33,3	52	%18,8	28	%25,7	113	%24,4	353	%22,6		
16-30 dakika	273	%45,0	49	%46,7	115	%41,7	43	%39,4	159	%34,3	639	%41,0		
31-45 dakika	136	%22,4	12	%11,4	65	%23,6	24	%22,0	103	%22,2	340	%21,8		
46-60 dakika	33	%5,4	7	%6,7	21	%7,6	11	%10,1	52	%11,2	124	%7,9		
60 dakika üstü	20	%3,3	1	%1,0	8	%2,9	2	%1,8	26	%5,6	57	%3,7		
<b>Toplam</b>	607	%100	105	%100	276	%100	109	%100	463	%100	1560	%100		

Çizelge 4.42. (devam) Kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yemek için harcanan süre arasında farkı belirlemek amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları

Akşam Yemeği												
Süresi												
Yapmam	1	%0,2	3	%2,9	1	%0,4	1	%0,9	1	%0,2	7	%0,4
1-15 dakika	66	%10,9	18	%17,1	25	%9,1	18	%16,5	54	%11,7	181	%11,6
16-30 dakika	221	%36,4	54	%51,4	110	%39,9	39	%35,8	138	%29,8	562	%36,0
31-45 dakika	185	%30,5	17	%16,2	82	%29,7	23	%21,1	133	%28,7	440	%28,2
46-60 dakika	78	%12,9	8	%7,6	36	%13,0	14	%12,8	64	%13,8	200	%12,8
60 dakika üstü	56	%9,2	5	%4,8	22	%8,0	14	%12,8	73	%15,8	170	%10,9
<b>Toplam</b>	607	%100	105	%100	109	%100	109	%100	463	%100	1560	%100

$\chi^2=64,801$  <0,001

Çizelge 4.42.'de yer alan kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yemek için harcanan süre arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-kare testi sonuçlarına göre; kişilik özellikleri ile kahvaltı öğünü yemek yeme süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. ( $\chi^2=34,344$ ;  $p<0,05$ ). Uyumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %37,9'u kahvaltılarını 16-30 dakikada yaptıklarını belirtirken, %36,9'u 1-15 dakikada, %15,2'si 31-45 dakika yaptıklarını, %4,3'ü kahvaltı yapmadıklarını, %3,5'i 46-60 dakikada, %2,3'ü ise 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını belirtmiştir. Dışadönüklük kişilik özelliği gösterenlerin %43,8'i kahvaltılarını 16-30 dakikada, %36,2'si 1-15 dakika, %9,5'i 31-45 dakikada yaptıklarını, %4,8'i kahvaltı yapmadıklarını, %2,9'u 46-60 dakika ve %2,9'u 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını belirtmiştir. Sorumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %40,2'si 16-30 dakikada kahvaltı yaptıklarını, %30,1'i 1-15 dakikada, %19,9'u 31-45 dakikada, %3,6'sı 46-60 dakikada yaptıklarını, %3,6'sı kahvaltı yapmadıklarını ve %2,5'i 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını ifade etmişlerdir. Duygusal denge kişilik özelliği gösterenlerin %41,3'ü kahvaltılarını 1-15 dakikada, %31,2'si 16-30 dakikada, %20,2'si 31-45 dakikada, %3,7'si 46-60 dakikada, %1,8'i 60 dakikada üstü sürede yaptıklarını ve %1,8'i de kahvaltı yapmadıklarını belirtmişlerdir. Deneyime açıklık kişilik özelliği gösterenlerin %34,6'sı kahvaltılarını 16-30 dakikada yaptıklarını, %32,8'i 1-15 dakikada, %14,9'u 31-45 dakikada yaptıklarını, %7,3'ü kahvaltı yapmadıklarını, %6,3'ü 46-60 dakikada ve %4,1', 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını ifade etmişlerdir. Çizelgeye göre uyumluluk, dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık kişilik özellikleri gösterenlerin geneli kahvaltıları için ortalama 16-30 dakika harcadıklarını ifade etmişler iken deneyime açıklık kişilik özellikleri gösterenlerin geneli farklı olarak 1-15 dakikada kahvaltılarını yaptıklarını belirtmiştir. Bunun yanında en çok kahvaltı yapmadıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok kahvaltısını 1-15

dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği duygusal denge, en çok 16-30 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok 31-45 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği duygusal denge, en çok 46-60 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği deneyime açıklık, en çok 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını belirten kişilik özelliği ise deneyime açıklık bulunmuştur.

Kişilik özellikleri ile öğle öğünü yemek yeme süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. ( $\chi^2=53,571$ ;  $p<0,001$ ). Uyumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %45,0'i öğle yemeklerini 16-30 dakikada yediklerini, %22,4'ü 31-45 dakikada, %20,6'si 1-15 dakika, %5,4'ü 46-60 dakika, %3,3'ü 60 dakika üstü sürede öğle yemeğini yediklerini ifade ederken, %3,3'ü ise öğle yemeği yemediklerini ifade etmişlerdir. Dışadönüklük kişilik özelliği gösterenlerin %46,7'si öğle yemeklerini 16-30 dakikada, %33,3'ü 1-15 dakika, %11,4'ü 31-45 dakikada, %6,7'si 46-60 dakikada, %1,0'i 60 dakika üstü sürede öğle yemeklerini yediklerini, %1,0'i ise öğle yemeği yemediklerini belirtmişlerdir. Sorumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %41,7'si 16-30 dakikada kahvaltı yaptıklarını, %23,6'sı 31-45 dakikada, %18,8'i 1-15 dakikada, %7,6'sı 46-60 dakikada yediklerini, %5,4'ü öğle yemeğini yemediklerini ve %2,9'u ise öğle yemeklerini 60 dakika üstü sürede yediklerini ifade etmişlerdir. Duygusal denge kişilik özelliği gösterenlerin %39,4'ü öğle yemeklerini 16-30 dakikada, %25,7'si 1-15 dakikada, %22,0'si 31-45 dakikada, %10,1'i 46-60 dakikada, %1,8'i 60 dakikada üstü sürede yediklerini ve %0,9'u da öğle yemeği yemediklerini belirtmişlerdir. Deneyime açıklık kişilik özelliği gösterenlerin %34,3'ü öğle yemeklerini 16-30 dakikada yediklerini, %24,4'ü 1-15 dakikada, %22,2'si 31-45 dakikada, %11,2'si 46-60 dakikada, %5,6'sı 60 dakika üstü sürede öğle yemeklerini yediklerini ve %2,2'si de öğle yemeği yemediklerini ifade etmişlerdir. Çizelgeye göre en çok kahvaltı yapmadıklarını belirten kişilik özelliği uyumluluk, en çok kahvaltısını 1-15 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok 16-30 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok 31-45 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği sorumluluk, en çok 46-60 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği deneyime açıklık, en çok 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını belirten kişilik özelliği ise deneyime açıklık bulunmuştur.

Kişilik özellikleri ile akşam öğünü yemek yeme süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. ( $\chi^2=64,801$ ;  $p<0,001$ ). Uyumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %36,4'ü akşam yemeklerini 16-30 dakikada yediklerini, %30,5'i 31-45 dakikada, %12,9'u 46-60 dakika, %9,2'si 60 dakika üstü sürede akşam yemeklerini yediklerini ifade ederken, %0,2'si

ise akşam yemeği yemediklerini ifade etmişlerdir. Dışadönüklük kişilik özelliği gösterenlerin %51,4'ü akşam yemeklerini 16-30 dakikada, %17,1'i 1-15 dakika, %16,2'si 31-45 dakikada, %7,6'sı 46-60 dakikada, %4,8'i 60 dakika üstü sürede akşam yemeklerini yediklerini, %2,9'u ise akşam yemeği yemediklerini belirtmişlerdir. Sorumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %39,9'u 16-30 dakikada akşam yemeklerini yediklerini, %29,7'si 31-45 dakikada, %13,0'ü 46-60 dakikada, %9,1'i 1-15 dakikada, %8,0'i 60 dakika üstü sürede yediklerini ve %0,4'ü akşam yemeğini yemediklerini ifade etmişlerdir. Duygusal denge kişilik özelliği gösterenlerin %35,8'i akşam yemeklerini 16-30 dakikada, %21,1'i 31-45 dakikada, %16,5'i 1-15 dakikada, %12,8'i 46-60 dakikada, %12,8'i 60 dakikada üstü sürede yediklerini ve %0,9'u da akşam yemeği yemediklerini belirtmişlerdir. Deneyime açıklık kişilik özelliği gösterenlerin %29,8'i akşam yemeklerini 16-30 dakikada yediklerini, %28,7'si 31-45 dakikada, %15,8'i 60 dakika üstü sürede, %13,8'i 46-60 dakikada, %11,7'si 1-15 dakikada akşam yemeklerini yediklerini ve %0,2'si de akşam yemeği yemediklerini ifade etmişlerdir. Çizelgeye göre en çok kahvaltı yapmadıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok kahvaltısını 1-15 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok 16-30 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği dışadönüklük, en çok 31-45 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği sorumluluk, en çok 46-60 dakikada yaptıklarını belirten kişilik özelliği deneyime açıklık, en çok 60 dakika üstü sürede kahvaltılarını yaptıklarını belirten kişilik özelliği ise deneyime açıklık bulunmuştur. Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H7**: Kişilik özellikleri ile öğünlere göre yemek yemek için ortalama harcanan zaman arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi desteklenmiştir.

Kişilik özellikleri ile öğünleri dışarıda yemek yeme sıklığı arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonuçları Çizelge 4.43.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.43. Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonuçları

Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	Kişilik Özellikleri					
		Uyumluluk	Dışadönüklük	Sorumluluk	Duygusal denge	Deneyime açıklık
Kahvaltı	r	<b>0,071**</b>	0,001	0,043	0,037	<b>0,133**</b>
	p	<b>0,005</b>	0,966	0,090	0,140	<b>0,001</b>
Öğle yemeği	r	<b>0,111**</b>	-0,043	0,038	0,005	<b>0,194**</b>
	p	<b>0,001</b>	0,091	0,135	0,832	<b>0,001</b>
Akşam yemeği	r	<b>0,076**</b>	-0,008	0,032	0,044	<b>0,147**</b>
	p	<b>0,003</b>	0,758	0,200	0,085	<b>0,001</b>

\*p<0,05 \*\* p<0,01

Çizelge 4.43.'te yer alan dışarıda yemek yeme sıklıkları ile kişilik özellikleri arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon testi sonucunda uyumluluk kişilik özelliği ile kahvaltı, öğle ve akşam öğünlerini dışarıda yeme sıklığı arasında pozitif yönde düşük derecede anlamlı ilişki bulunmaktadır (kahvaltı  $r = ,071$ ;  $p < 0,01$ , öğle  $r = ,111$ ;  $p < 0,01$ , akşam  $r = ,076$ ;  $p < 0,01$ ). Bu sonuca göre uyumluluk kişilik özelliği puanı arttıkça kahvaltı, öğle ve akşam öğünlerini dışarıda yemek sıklığında artış olmaktadır. Deneyime açıklık kişilik tipi ile kahvaltı, öğle ve akşam öğünlerini dışarıda yeme sıklığı arasında pozitif yönde düşük derecede anlamlı ilişki bulunmaktadır (kahvaltı  $r = ,133$ ;  $p < 0,01$ , öğle  $r = ,194$ ;  $p < 0,01$ , akşam  $r = ,147$ ;  $p < 0,01$ ). Bu sonuca göre deneyime açıklık kişilik tipi puanı arttıkça kahvaltı, öğle ve akşam öğünlerini dışarıda yemek sıklığında artış olmaktadır. Bu bulgulara göre “**H<sub>8</sub>**: Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-kare testi sonuçları Çizelge 4.44.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.44. Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları

Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı	Kişilik Özellikleri										$\chi^2$	p		
	Uyumluluk		Dışadönüklük		Sorumluluk		Duygusal Denge		Deneyime Açıklık				Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			n	%
<b>Kahvaltı Öğünü</b>														
Her gün	32	%5,3	9	%8,6	11	%4,0	2	%1,8	26	%5,6	80	%5,1	$\chi^2_{33,660} = 0,091$	
Haftada 4-5 defa	44	%7,2	5	%4,8	11	%4,0	3	%2,8	29	%6,3	92	%5,9		
Haftada 1-3 defa	78	%12,9	13	%12,4	32	%11,6	15	%13,8	71	%15,3	209	%13,4		
Ayda 1-2 defa	87	%14,3	12	%11,4	33	%12,0	15	%13,8	66	%14,3	213	%13,7		
2-3 ayda 1 defa	49	%8,1	3	%2,9	17	%6,2	10	%9,2	33	%7,1	112	%7,2		
Daha seyrek	120	%19,8	19	%18,1	51	%18,5	22	%20,2	101	%21,8	313	%20,1		
Hiç yemem	197	%32,5	44	%41,9	121	%43,8	42	%38,5	137	%29,6	541	%34,7		
<b>Toplam</b>	607	%100	105	%100	276	%100	109	%100	463	%100	1560	%100		
<b>Öğle Yemeği</b>														
Her gün	51	%8,4	10	%9,5	12	%4,3	5	%4,6	44	%9,5	122	%7,8	$\chi^2_{56,402} < 0,001$	
Haftada 4-5 defa	89	%14,7	12	%11,4	29	%10,5	15	%13,8	57	%12,3	202	%12,9		
Haftada 1-3 defa	102	%16,8	12	%11,4	30	%10,9	8	%7,3	88	%19,0	240	%15,4		
Ayda 1-2 defa	98	%16,1	14	%13,3	51	%18,5	23	%21,1	68	%14,7	254	%16,3		
2-3 ayda 1 defa	51	%8,4	6	%5,7	26	%9,4	10	%9,2	43	%9,3	136	%8,7		
Daha seyrek	109	%18,0	20	%19,0	49	%17,8	17	%15,6	92	%19,9	287	%18,4		
Hiç yemem	107	%17,6	31	%29,5	79	%28,6	31	%28,4	71	%15,3	319	%20,4		
<b>Toplam</b>	607	%100	105	%100	276	%100	109	%100	463	%100	1560	%100		

Çizelge 4.44. (devam) Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-Kare testi sonuçları

Akşam Yemeği												
Her gün	18	%3,0	6	%5,7	3	%1,1	1	%0,9	17	%3,7	45	%2,9
Haftada 4-5 defa	41	%6,8	4	%3,8	12	%4,3	4	%3,7	21	%4,5	82	%5,3
Haftada 1-3 defa	84	%13,8	11	%10,5	34	%12,3	7	%6,4	78	%16,8	214	%13,7
Ayda 1-2 defa	148	%24,4	16	%15,2	57	%20,7	24	%22,0	89	%19,2	334	%21,4
2-3 ayda 1 defa	57	%9,4	14	%13,3	40	%14,5	12	%11,0	56	%12,1	179	%11,5
Daha seyrek	137	%22,6	26	%24,8	54	%19,6	24	%22,0	106	%22,9	347	%22,2
Hiç yemem	122	%20,1	28	%26,7	76	%27,5	37	%33,9	96	%20,7	359	%23,0
<b>Toplam</b>	<b>607</b>	<b>%100</b>	<b>105</b>	<b>%100</b>	<b>109</b>	<b>%100</b>	<b>109</b>	<b>%100</b>	<b>463</b>	<b>%100</b>	<b>1560</b>	<b>%100</b>

$\chi^2=45,437$  <0,01

Çizelge 4.44.'te yer alan kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasındaki farkın incelenmesi amacıyla yapılan Ki-kare testi sonuçlarına göre; kişilik özellikleri ile kahvaltı öğününü dışarıda yeme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $\chi^2=33,660$ ;  $p=0,091$ ). Uyumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %32,5'i hiç dışarıda kahvaltı yapmadıklarını, %5,2'si ise her gün yaptıklarını, dışadönüklük kişilik özelliği gösterenlerin %41,9'u dışarıda hiç kahvaltı yapmadıklarını, %2,9'u 2-3 ayda bir defa kahvaltı yaptıklarını, sorumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %43,8'i dışarıda hiç kahvaltı yapmadıklarını, %4,0'ü her gün yaptıklarını, duygusal denge kişilik özelliği gösterenlerin %38,5'i dışarıda hiç kahvaltı yapmadıklarını, %1,8'i her gün yaptıklarını, deneyime açıklık kişilik özelliği gösterenlerin %29,6'sı dışarıda hiç kahvaltı yapmadıklarını, %5,6'sı her gün yaptıklarını belirtmişlerdir.

Kişilik özellikleri ile öğle öğününü dışarıda yeme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $\chi^2=56,402$ ;  $p<0,001$ ). Uyumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %18,0'i 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek dışarıda öğle yemeği yediklerini, %17,6'sı dışarıda hiç öğle yemeği yemediklerini, %16,8'i haftada 1-3 defa, %16,1'i ayda 1-2 defa, %14,7.2si haftada 4-5 defa, %8,4'ü ayda 1-2 defa ve %8,0', her gün dışarıda öğle yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Dışadönüklük kişilik özelliği gösterenlerin %29,5'i dışarıda hiç öğle yemeği yemediklerini, %19,0'u -3 ayda 1 defadan daha seyrek dışarıda öğle yemeği yediklerini, %13,3'ü ayda 1-2 defa, %11,4'ü haftada 1-3 defa, %11,4'ü haftada 4-5 defa, %9,5'i her gün, %5,7'si 2-3 ayda 1 defa dışarıda yemek yediklerini ifade etmişlerdir. Sorumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %28,6'sı hiç dışarıda öğle yemeği yemediklerini, %18,5'i ayda 1-2 defa, %17,8'i 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek, %10,9'u haftada 1-3 defa, %10,5'i haftada 4-5 defa, %9,4'ü 2-3 ayda 1 defa ve %4,3'ü her gün dışarıda öğle yemeği yediklerini

belirtmişlerdir. Duygusal denge kişilik özelliği gösterenlerin %28,4'ü hiç dışarıda öğle yemeği yemediklerini, %21,1'i ayda 1-2 defa, %15,6'sı 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek, %13,8'i haftada 4-5 defa, %9,2'si 2-3 ayda 1 defa, %7,3'ü haftada 1-3 defa, %4,6'sı her gün dışarıda öğle yemeği yediklerini ifade etmişlerdir. Deneyime açıklık kişilik özelliği gösterenlerin %19,9'u 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek dışarıda öğle yemeği yediklerini, %19,0'u haftada 1-3 defa yediklerini, %15,3'ü dışarıda hiç öğle yemeği yemediklerini, %14,7'si ayda 1-2 defa, %12,3'ü haftada 4-5 defa, %9,5', her gün, %9,3'ü 2-3 ayda bir defa dışarıda öğle yemeği yediklerini belirtmişlerdir.

Kişilik özellikleri ile akşam öğününü dışarıda yeme sıklığı arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $\chi^2=45,437$ ;  $p<0,01$ ). Uyumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %24,4'ü ayda 1-2 defa, %22,6'sı 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek dışarıda akşam yemeği yediklerini, %20,1', hiç dışarıda akşam yemeği yemediklerini, %13,8'i haftada 1-3 defa, %9,4'ü 2-3 ayda 1 defa, %6,8'i haftada 4-5 defa, %3,0'ü her gün dışarıda akşam yemeği yediklerini ifade etmişlerdir. Dışadönüklük kişilik özelliği gösterenlerin 26,7'si dışarıda hiç akşam yemeği yemediklerini, %24,8'i 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek, %15,2'si ayda 1-2 defa, %13,3'ü 2-3 ayda 1 defa, %10,5'i haftada 1-3 defa, %5,7'si her gün, %3,8'i ise haftada 4-5 defa dışarıda akşam yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Sorumluluk kişilik özelliği gösterenlerin %27,5'i hiç dışarıda yemek yemediklerini, %20,7'si ayda 1-2 defa, %19,6'sı 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek, %14,5'i 2-3 ayda 1 defa, %12,3'ü haftada 1-3 defa, %4,3'ü haftada 4-5 defa, %1,1'i ise her gün dışarıda akşam yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Duygusal denge kişilik özelliği gösterenlerin %33,9'ü dışarıda hiç akşam yemeği yemediklerini, %22,0'si 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek, %22,0'si ayda 1-2 defa, %11,0'i 2-3 ayda 1 defa, %6,4'ü haftada 1-3 defa, %3,7'si haftada 4-5 defa ve %0,9'u her gün akşam yemeğini dışarıda yemek yediklerini ifade etmişlerdir. Deneyime açıklık kişilik özelliği gösterenlerin %22,9'u 2-3 ayda 1 defadan daha seyrek dışarıda akşam yemeği yediklerini, %20,7'si dışarıda hiç akşam yemeği yemediklerini, %19,2'si ayda 1-2 defa, %16,8'i haftada 1-3 defa, %12,1'i 2-3 ayda 1 defa, %4,5'i haftada 4-5 defa ve %3,7'si her gün dışarıda akşam yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Buna göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>9</sub>**: Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi desteklenmiştir.

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.45.'te verilmiştir.

Çizelge 4.45. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	1,625	,140		11,587	,000		
Uyumluluk	,150	,023	,224	6,550	,000	,282	,158
Dışadönüklük	-,061	,020	-,089	-3,054	,002	-,064	-,074
Sorumluluk	,054	,019	,083	2,859	,004	,218	,069
Duygusal Denge	,068	,020	,101	3,364	,001	-,012	,081
Deneyime Açıklık	0,28	,022	,040	1,256	,0209	,186	,030

R=0,305R<sup>2</sup>=0,093

F(5,1555)= 31,921

p= ,000 Durbin-Watson= 1,546

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.45.'te verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile sağlık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,282$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,158$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi sağlık alt boyutunda da 0,150 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile sağlık alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r= -,064$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r= -,074$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi sağlık alt boyutunda da 0,061 birimlik bir azalma olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi sağlık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,218$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,069$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi sağlık alt boyutunda da 0,054 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi sağlık alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,012$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=-,081$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal



denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi sağlık alt boyutunda da 0,068 birimlik azalma söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi sağlık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,186$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=0,30$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi sağlık alt boyutunda da 0,028 birimlik bir artış olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi sağlık alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,305$ ,  $R^2=0,093$ ,  $p<0,01$ ). Buna göre “**H<sub>10a</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi sağlık alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi sağlık alt boyutundaki toplam varyansın %9,3’ünü açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi sağlık alt boyutu üzerindeki göreceli önem sırası; uyumluluk, duygusal denge, dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk, dışadönüklük, sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi sağlık alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir:

Sağlık=1,625+0,150 Uyumluluk-0,061 Dışadönüklük+0,054 Sorumluluk+0,068 Duygusal denge+0,028 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.46.’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.46. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	1,942	,141		13,809	,000		
Uyumluluk	,107	,023	,162	4,676	,000	,237	,115
Dışadönüklük	,008	,020	,012	,398	,690	-,022	,010
Sorumluluk	,053	,019	,083	2,815	,005	,189	,069
Duygusal Denge	-,009	,020	-,013	-,440	,660	-,061	-,011
Deneyime Açıklık	,030	,022	,043	1,348	,178	,176	,033

R=0,250R<sup>2</sup>=0,062

F(5,1555)= 20,664

p= ,000 Durbin-Watson= 1,332

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.46.'da verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile ruh hali alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,237$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,115$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunda da 0,107 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile ruh hali alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r= -,022$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,010$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim azaldığında yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunda 0,08 birimlik bir artış olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,189$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,069$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunda da 0,053 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,061$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r= -,011$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal

denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi sağlık alt boyutunda da 0,009 birimlik azalma söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,176$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=0,33$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi ruh hali alt boyutunda da 0,030 birimlik bir artış olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,250$ ,  $R^2=0,062$ ,  $p<0,001$ ). Bu sonuca göre “**H<sub>10b</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi ruh hali alt boyutundaki toplam varyansın %6,2’sini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi sağlık alt boyutu üzerindeki göreceli önem sırası; uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık, dışadönüklük ve duygusal denge şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk ve sorumluluk kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi sağlık alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Dışadönüklük, duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir:

Ruh Hali =  $1,942 + ,107 * \text{Uyumluluk} + ,008 * \text{Dışadönüklük} + ,053 * \text{Sorumluluk} - ,009 * \text{Duygusal denge} + ,030 * \text{Deneyime açıklık}$

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.47.’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.47. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	2,321	,138	-	16,881	,000		
Uyumluluk	,092	,022	,145	4,093	,000	,146	,102
Dışadönüklük	,007	,020	,011	,363	,716	,015	,009
Sorumluluk	,038	,018	,062	2,045	,041	,121	,051
Duygusal Denge	,022	,020	,034	1,090	,276	,017	,027
Deneyime Açıklık	-,029	,022	-,043	-1,312	,190	,057	-,033

R=0,164R<sup>2</sup>=0,024 F(5,1555)=8,568 p= ,000 Durbin-Watson= 1,404

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.47.'de verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile kolaylık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,146$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,102$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunda da 0,092 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile kolaylık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,015$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,009$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunda da 0,007 birimlik bir artış olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,121$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,051$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunda da 0,038 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,017$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,027$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunda da 0,022 birimlik artış söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=0,057$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-0,33$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunda da 0,029 birimlik bir azalma olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,164$ ,  $R^2=0,027$ ,  $p<0,01$ ). Buna göre “**H<sub>10c</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi kolaylık alt boyutundaki toplam varyansın %3’ünü açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu üzerindeki görelî önem sırası; uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık, duygusal denge ve dışadönüklük şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk ve sorumluluk kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Dışadönüklük, duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir:

Kolaylık=2,321+0,092 Uyumluluk+0,007 Dışadönüklük+0,038 Sorumluluk+0,022 Duygusal denge-0,029 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.48’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.48. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi duyuşal çekicilik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	2,067	,142		14,534	,000		
Uyumluluk	,163	,023	,245	7,052	,000	,237	,173
Dışadönüklük	,048	,020	,070	2,373	,018	,047	,058
Sorumluluk	,039	,019	,061	2,059	,040	,167	,051
Duygusal Denge	-,003	,020	-,004	-,132	,895	-,002	-,003
Deneyime Açıklık	-,042	,023	-,060	-1,867	,062	,106	-,046

R=0,255R<sup>2</sup>=0,065

F(5,1555)= 21,659

p= ,000 Durbin-Watson= 1,314

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi duyuşal çekicilik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.48.'de yer verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile Duyusal çekicilik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,237$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,173$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunda da 0,163 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile Duyusal çekicilik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,047$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,058$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunda da 0,048 birimlik bir artış olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,167$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,051$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunda da 0,039 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,002$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=-,0-003$  olarak hesaplandığı

görülmektedir. Duygusal denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunda da 0,03 birimlik azalma söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,106$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-,46$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutunda da 0,042 birimlik bir azalma olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi sağlık alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,255$ ,  $R^2=0,065$ ,  $p<0,001$ ). Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>10d</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutundaki toplam varyansın %6,5’ini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutu üzerindeki görece önem sırası; uyumluluk, dışadönüklük, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal denge şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk, dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi Duyusal çekicilik alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi sağlık alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir:

Duyusal çekicilik=2,067+,163 Uyumluluk+,048 Dışadönüklük+,039 Sorumluluk-,003  
Duygusal denge-,042 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.49.’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.49. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	1,385	,159		8,695	,000		
Uyumluluk	,172	,026	223	6,616	,000	,307	,158
Dışadönüklük	-,037	,023	-,047	-1,636	,102	-,050	-,039
Sorumluluk	,117	,021	,156	5,437	,000	,280	,130
Duygusal Denge	,046	,023	,059	1,992	,046	-,031	,048
Deneyime Açıklık	,006	,025	,008	,251	,802	,189	,006

R=0,338R<sup>2</sup>=0,114

F(5,1555)= 40,176

p= ,000 Durbin-Watson= 1,653

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.49.'da verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile doğal içerik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,307$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,158$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunda da 0,172 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile doğal içerik alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r= -,050$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r= -,039$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunda da 0,037 birimlik bir azalma olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,280$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,130$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kolaylık alt boyutunda da 0,117 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,031$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r= ,048$  olarak hesaplandığı görülmektedir.



Duygusal denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunda da 0,046 birimlik artış söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,189$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,006$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunda da 0,006 birimlik bir azalma olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,338$ ,  $R^2=0,114$ ,  $p<0,001$ ). Buna göre “**H<sub>10e</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutundaki toplam varyansın %11,4’ünü açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu üzerindeki göreceli önem sırası; uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge, dışadönüklük ve deneyime açıklık şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk, sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Dışadönüklük ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

Doğal İçerik=1,385+1,172 Uyumluluk-,037 Dışadönüklük+,117 Sorumluluk+,046 Duygusal denge+,006 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi fiyat alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.50.’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.50. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi fiyat alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	2,195	,158		13,871	,000		
Uyumluluk	,144	,026	,196	5,577	,000	,180	,139
Dışadönüklük	-,003	,023	-,004	-147	,883	-,020	-,004
Sorumluluk	,046	,021	,064	2,143	,032	,142	,053
Duygusal Denge	-,002	,023	-,002	-,076	,940	-,025	-,002
Deneyime Açıklık	-,066	,025	-,085	-2,641	,008	,059	-,066

R=0,199R<sup>2</sup>=0,040

F(5,1555)= 12,802

p= ,000 Durbin-Watson= 1,531

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi fiyat alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.50’de verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile fiyat alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,180$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,139$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi fiyat alt boyutunda da 0,144 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile fiyat alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,020$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-,004$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi fiyat alt boyutunda da 0,003 birimlik bir artış olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,142$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,053$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi fiyat alt boyutunda da 0,046 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,025$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=-,002$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal

denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi fiyat alt boyutunda da 0,002 birimlik azalma söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,059$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-,066$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi fiyat alt boyutunda da 0,066 birimlik bir azalma olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi fiyat alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,199$ ,  $R^2=0,040$ ,  $p<0,001$ ). Bu bulgulara göre “**H<sub>10f</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi fiyat alt boyutundaki toplam varyansın %4’ünü açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi fiyat alt boyutu üzerindeki göreceli önem sırası; uyumluluk, deneyime açıklık, sorumluluk, dışadönüklük ve duygusal denge şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi fiyat alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Dışadönüklük ve duygusal denge kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi fiyat alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

Fiyat=2,195+,144 Uyumluluk-,003 Dışadönüklük+,046 Sorumluluk-,002 Duygusal denge-,066 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.51’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.51. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	1,857	,159		11,647	,000		
Uyumluluk	,131	,026	,174	5,048	,000	,241	,123
Dışadönüklük	-,088	,023	-,114	-3,871	,000	-,129	-,094
Sorumluluk	,059	,021	,080	2,737	,006	,197	,067
Duygusal Denge	,014	,023	,019	,629	,530	-,095	,015
Deneyime Açıklık	,022	,025	,028	,887	,375	,170	,022

R=0,275R<sup>2</sup>=0,075

F(5,1555)= 25,378

p= ,000 Durbin-Watson= 1,671

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.51.'de verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile kilo kontrolü alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin (r=,241) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun r=,123 olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunda da 0,131 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile kilo kontrolü alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde (r=-,129) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun r=-,094 olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunda da 0,088 birimlik bir azalma olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde (r=,197) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun r=,067 olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunda da 0,059 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde (r=,095) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun r=,015 olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal

denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunda da 0,014 birimlik artış söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,170$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=0,22$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunda da 0,022 birimlik bir artış olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,275$ ,  $R^2=0,75$ ,  $p<0,001$ ). Buna göre “**H<sub>10g</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutundaki toplam varyansın %7,5’ini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu üzerindeki görece önem sırası; uyumluluk, dışadönüklük, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal denge şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk, dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir:

Kilo Kontrolü=1,857+,131 Uyumluluk-,088 Dışadönüklük+,059 Sorumluluk+,014  
Duygusal denge+,022 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.52’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.52. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	1,927	,140		13,805	,000		
Uyumluluk	,109	,023	,166	4,810	,000	,245	,118
Dışadönüklük	-,024	,020	-,035	-1,206	,228	-,059	-,029
Sorumluluk	,078	,019	,123	4,171	,000	,223	,102
Duygusal Denge	,006	,020	,009	,280	,779	-,063	,007
Deneyime Açıklık	,011	,022	,015	,486	,627	,163	,012

R=0,269R<sup>2</sup>=0,072

F(5,1555)= 24,184

p= ,000 Durbin-Watson= 1,606

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.52.'de verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile bilinirlik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,245$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,118$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunda da 0,109 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile bilinirlik alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,059$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-,029$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunda da 0,024 birimlik bir azalma olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,223$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,102$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunda da ,078 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,063$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,007$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal

denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunda da 0,06 birimlik artış söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,163$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-0,012$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunda da 0,011 birimlik bir azalma olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,269$ ,  $R^2=0,072$ ,  $p<0,001$ ). Bu bulgulara göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>10n</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutundaki toplam varyansın %7,2’sini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu üzerindeki görece önem sırası; uyumluluk, sorumluluk, dışadönüklük, deneyime açıklık ve duygusal denge şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, uyumluluk ve sorumluluk kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Dışadönüklük, duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir:

Bilinirlik=1,927+,109 Uyumluluk-,024 Dışadönüklük+,078 Sorumluluk-,006 Duygusal denge+,011 Deneyime açıklık

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.53’te gösterilmiştir.

Çizelge 4.53. Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata <sup>b</sup>	$\beta$	T	P	İkili R	Kısmi R
Sabit	1,997	,165		12,111	,000		
Uyumluluk	,037	,027	,048	1,383	,167	,155	,034
Dışadönüklük	-,071	,023	-,090	-3,030	,002	-,097	-,075
Sorumluluk	,092	,022	,124	4,143	,000	,178	,103
Duygusal Denge	,023	,024	,030	,962	,336	-,062	,024
Deneyime Açıklık	,048	,026	,059	1,836	,067	,134	,046

R=0,211R<sup>2</sup>=0,045

F(5,1555)= 14,478

p= ,000 Durbin-Watson= 1,643

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunun yordanmasına ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.53.'te verilmiştir. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyon incelendiğinde, uyumluluk kişilik özelliği ile etiksel kaygı alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde bir ilişkinin ( $r=,155$ ) olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,034$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunda da 0,037 birimlik bir artış olmaktadır.

Dışadönüklük kişilik özelliği ile etiksel kaygı alt boyutu arasında negatif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,097$ ) bir ilişki vardır. Ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=-,075$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunda da 0,071 birimlik bir azalma olmaktadır.

Sorumluluk kişilik özelliği ile yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,178$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,103$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Sorumluluk kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunda da 0,092 birimlik bir artış olmaktadır.

Duygusal denge kişilik özelliği ile yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=-,062$ ) ilişki olduğu, ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişkenler arasındaki korelasyonun  $r=,024$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Duygusal



denge kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunda da ,023 birimlik artış söz konusu olmaktadır.

Deneyime açıklık kişilik özelliği ile yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ( $r=,134$ ) ilişki olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=,046$  olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık kişilik özelliği bir birim arttığında yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunda da 0,048 birimlik bir azalma olmaktadır.

Kişilik özellikleri değişkenleri yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ( $R=0,211$ ,  $R^2=0,045$ ,  $p<0,001$ ). Bu sonuca göre araştırma hipotezi olan “**H<sub>10</sub>**: Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.” hipotezi desteklenmiştir. Kişilik özellikleri değişkenleri birlikte yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutundaki toplam varyansın %4,5’ini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon kat sayısına ( $\beta$ ) göre, kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu üzerindeki görece önem sırası; sorumluluk, dışadönüklük, deneyime açıklık, uyumluluk ve duygusal denge şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Uyumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutunun yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

Etiksel kaygı=1,997+,037 Uyumluluk-,071 Dışadönüklük+,092 Sorumluluk+,023 Duygusal denge+,043 Deneyime açıklık

Araştırma hipotezlerine ilişkin sonuçlar Çizelge 4.54.'te gösterilmiştir.

Çizelge 4.54. Araştırma Hipotez Sonuçları

<b>H<sub>1</sub></b> : Kuşakların öğünlerde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>1a</sub></b> : Kuşakların kahvaltı öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>1b</sub></b> : Kuşakların öğle ana öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>1c</sub></b> : Kuşakların akşam ana öğününde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>1d</sub></b> : Kuşakların ara öğünlerde tükettikleri yiyecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>2</sub></b> : Kuşakların öğünlerde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>2a</sub></b> : Kuşakların kahvaltı öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>2b</sub></b> : Kuşakların öğle ana öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>2c</sub></b> : Kuşakların akşam ana öğününde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>2d</sub></b> : Kuşakların ara öğünlerde tükettikleri içecekler arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>3</sub></b> : Kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemleri arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4</sub></b> : Kuşaklar arasında yiyecek seçimi bakımından anlamlı farklılıklar vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4a</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri sağlık açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4b</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri ruh hali açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4c</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri kolaylık açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4d</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri duyuşal çekicilik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4e</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri doğal içerik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4f</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri fiyat açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4g</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri kilo kontrolü açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4h</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri bilinirlik açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>4i</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri etiksel kaygı açısından anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>5</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>5a</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>5b</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Desteklenmedi.</b>
<b>H<sub>5c</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri aylık gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>5d</sub></b> : Kuşakların yiyecek seçimleri yeme-içmeye ayrılan aylık bütçe durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>

## Çizelge 4.54. (devam) Araştırma Hipotez Sonuçları

<b>H<sub>6</sub></b> : Kişilik özellikleri ile öğünlere göre yemek yemek için ortalama harcanan zaman arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>7</sub></b> : Kişilik özellikleri ile öğünlere göre yemek yemek için ortalama harcanan zaman arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>8</sub></b> : Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Kısmen Desteklendi.</b>
<b>H<sub>9</sub></b> : Kişilik özellikleri ile dışarıda yemek yeme sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10a</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi sağlık alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10b</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi ruh hali alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10c</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi kolaylık alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10d</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi duyuşal çekicilik arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10e</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi doğal içerik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10f</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi fiyat alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10g</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi kilo kontrolü alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10h</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi bilinirlik alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>
<b>H<sub>10i</sub></b> : Kişilik özellikleri ile yiyecek seçimi etiksel kaygı alt boyutu arasında anlamlı ilişki vardır.	<b>Desteklendi.</b>



## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda yaşanan bilimsel, teknolojik, ekonomik, sosyal ve politik gelişmelerin etkisiyle bireylerin yaşam biçimi, ihtiyaç ve beklentileri de değişmektedir. Bu değişim belli dönemler dâhilinde toplumu da etkilemekte, bireylerin bakış açıları, alışkanlıkları, tercihleri ve yaşam tarzları üzerinde bir takım ortak özellikler meydana getirmektedir. Kuşak olarak nitelenen bu dönemler, toplumsal yaşamın unsurları üzerinde farklı etkiler yaratmakta, her kuşak kendi zaman dilimi gerçeklerine uygun davranış geliştirmektedir. Karmaşık insan davranışlarından biri olan yeme-içme alışkanlıkları gerek birey gerekse toplum sağlığı açısından önem taşımaktadır. Yeme-içme alışkanlıkları, bireyin öğün sayısı, ana öğünlerde ve ara öğünlerde tükettikleri yiyecek-içeceklerin tür ve miktarları, yiyecek seçimi, yemek hazırlama, pişirme ve servis gibi ana özelliklerin yanında bireylerin hızlı veya yavaş yemek yemesi, evde veya dışarıda yemesi, yiyeceklerin ağızda iyice çiğnenmesi, üzüntülü, neşeli veya sıcak tüketme gibi davranış kalıpları ile bir bütünlük teşkil etmektedir. Ayrıca eğitim, gelir ve beslenme bilgi düzeyi, adet ve gelenekler, iklim, çevre, kentte veya kırsal kesimde yaşama gibi faktörler de yeme-içme alışkanlıklarına etki etmekte ve yönlendirmektedir (Sürücüoğlu, 1999).

Bu çalışmada kuşakların yeme-içme davranışları, tükettikleri öğün sayıları, öğün atlama durumları, öğünlere göre en çok tercih ettikleri yiyecek- içecek grupları, evde yemek yeme durumları, ev dışında yemek yeme durumları, yiyecek- içecek seçimlerine sebep olan faktörler, kuşaklara göre faktörlerin değişim düzeyleri ve sonuç olarak kuşaklar arasındaki yeme-içme alışkanlıklarındaki farklılıklar ile ilgili bulgular elde edilmiş ve elde edilen bulgulara göre her kuşağın yeme-içme örüntüleri ortaya çıkarılmıştır. Kuşaklar ile ilgili oluşturulan yeme-içme örüntüleri, mevcut ve gelecekteki gıda politikalarının belirlenmesi için bir kaynak olacak niteliktedir.

Araştırma sonuçlarında demografik değişkenler açısından katılımcıların erkek ve kadın oranlarının birbirine yakın olduğu, %47,8'inin evli, %29,8'inin lise mezunu, %30,9'unun öğrenci olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %32,8'inin aylık ortalama geliri 1501-3000 civarında olup, %36,5'inin aylık yeme içmeye ayırdıkları bütçe 250 TL ve altındadır. Ayrıca katılımcıların %24,6'sı ailesinde 4 kişi ile yaşamlarını sürdürmektedir.

## Öğünler

Yeterli-dengeli beslenme ve sağlıklı yaşam için Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) günlük besin tüketimi için önerdiği öğün sayısı üç ana ve iki ara öğün şeklindedir. Sağlıklı yaşam için günlük 3 ana öğün almak gerektiği göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'deki bireylerin yaklaşık 2/3'ünün bu kurala riayet ettikleri görülmektedir. Kuşaklar arasında üç ana öğün tüketim sayısı kuralına bakıldığında en çok dikkat eden kuşağın X kuşağı, en az dikkat eden kuşağın ise Y kuşağı olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında günlük ortalama 2 ara öğün besin tüketmek gerektiği göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'deki bireylerin ortalama ¼'ü iki ara öğün tüketmeye özen göstermektedir. Kuşaklar arasında iki ara öğün tüketim sayısı kuralına bakıldığında da en çok dikkat eden kuşağın Y kuşağı, en az dikkat eden kuşağın ise X kuşağı olduğu saptanmıştır. Bu sonuca göre, X kuşağı ana öğün tüketimine ara öğüne göre daha fazla önem verirken, Y kuşağı ise ara öğüne ana öğüne göre daha fazla önem vermektedir. Ayrıca Türkiye'de bireyler günlük tüketmeleri gereken öğün sayılarına göre ana öğün tüketme durumlarına daha çok dikkat ederler iken, ara öğün tüketme durumlarına ana öğün kadar önem vermemektedirler. Türkiye'ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi'nde (2015) öğünlerin ve öğün örüntülerinin yorgunluğu giderme, sağlıklı düşünmeyi sağlama, bireyi günlük yaşama hazırlama ve hastalıklara karşı koruma konusunda da oldukça önemli olduğu vurgulanmıştır. Şayet Türkiye'de ara öğüne önem vermeyen bireylerin öğün örüntülerinin önerilen şekilde değişmemesi halinde bu bireylerde fiziksel, ruhsal ve sağlık açısından problemlerin artışı görülebilir. Bu yüzden hangi öğünlerin, toplumdaki hangi gruplar tarafından ve neden atlanıldığının bilinmesi ve öğün atlama sorununun çözülmesi için toplumsal çalışmaların yapılması gerekir.

Yapılan araştırmada Türkiye'deki öğün atladıklarını belirten bireylerin atladıkları öğünler belirlenmiş ve bireylerin ortalama olarak yarıya yakınının öğle öğünü ve 1/3'ünün sabah kahvaltısını ve ¼'ünün ara öğünlerini atladıkları tespit edilmiştir. Ayrıca Türkiye'deki bireylerin en çok öğün atlama nedenlerinin ilk üçü sırasıyla iştahsızlık, önemsememe ve işe/okula geç kalma şeklindedir. Kuşaklar arasında atlanılan öğün durumuna bakılacak olursa en çok öğün atlayan kuşağın Y kuşağı, en az öğün atlayan kuşağın ise Baby Boomer kuşağı ile X kuşağı olduğu bulunmuştur. Y ve Z kuşakları daha çok kahvaltı öğününü atlarken, Baby Boomer ve X kuşakları ise daha çok öğle öğününü atlamaktadır. Baby Boomer kuşağı daha çok yemekleri beğenmediğinden ve ekonomik yetersizliklerden dolayı, X kuşağı hazırlayanın olmaması ve öğünü önemsememeden dolayı, Y kuşağı işe/okula geç

kalma ve hazırlayanın olmaması, Z kuşağı ise işe/okula geç kalmaktan ve zayıflama isteğinden dolayı öğün atlamaktadır. Bu sonuca göre Y ve Z kuşaklarının en çok kahvaltı öğününü atlamalarının nedeninin işe/okula geç kalmamak için olduğu söylenebilir. Devran'ın (2018) Z kuşağı içerisinde de yer alan lise öğrencilerinin beslenme bilgi ve davranışlarını ortaya çıkarmak için yaptığı çalışmada öğrencilerin yarıya yakınının kahvaltı öğününü atladıkları ve yarıya yakınının zaman yetersizliğinden dolayı öğün atlamak durumunda kaldıkları bulunmuştur. Korkmaz (2010) yaptığı çalışmada, Y ve Z kuşakları içerisinde yer alan üniversite öğrencilerinin en çok atladıkları öğün olarak sabah kahvaltısını, en az atlanan öğün olarak da akşam yemeğini ifade etmiştir. Becker ve diğerlerinin (2008) yaptıkları çalışmada ise Y ve Z kuşakları içerisinde yer alan özellikle üniversite öğrencilerinin önemli bir kısmının kahvaltı öğününü atladıkları, atlamasalar bile dışarıda sağlıklı olmayan yiyecek ve içecekleri tükettikleri ve en az atladıkları öğünün akşam yemeği olduğu ifade edilmiştir. Devran, Korkmaz ile Becker ve diğerlerinin yaptıkları çalışmalarda bulunan sonuçlar ile bu çalışmada elde edilen Y ve Z kuşaklarının öğün atlamaları ile ilgili sonuçlar benzerlik göstermektedir. Bunun yanında Y kuşağının öğün atlama sebebinin hazırlayan birilerinin olmaması olarak yaş aralığı sebebiyle bekar sayısının yüksek oranda olması gösterilebilir. Z kuşağının ise özellikle beden imgesine daha çok dikkat ettiklerinden zayıflama isteğinden dolayı öğün atladıkları söylenebilir. Beslenme şeklinin herhangi bir nedenle değiştirilmesi geçici bir zaman da olsa metabolik aksaklık ve psikolojik olarak bireylerde gerginlik yaratabilir. Bu durum özellikle iş veya okul durumları nedeni ile sabah kahvaltısını kaçıranlar ile zayıflamak isteyenler için önemlidir. Bireylerin yemek yemeğe zaman ayıramaması veya öğün atlamakla az yiyeceğini sanarak zayıflayacağını düşünmesi hatalıdır. Bireyler gelecek öğünde farkında olmadan hızlı olarak fazla yemek yiyeceğinden sadece kendisini aldatmaktadır. Bu yüzden Y ve Z kuşaklarının özellikle kahvaltı öğününü aksatmaması gerektiği önemiyet taşımaktadır. Genel olarak öğün atlama nedenleri olarak belirtilen gerekçelerin, düzensiz, plansız yaşama ve yanlış yeme-içme alışkanlıkları ile ilgili olduğu yapılan çalışmada da görülmektedir.

### Yemeğin Ortamı

Türkiye'deki bireylerin yaklaşık olarak  $\frac{3}{4}$ 'ü öğünlerini tüketirken yemek esnasında yanlarında ailelerinin olmasını, yarıya yakını ise arkadaşlarının olmasını tercih etmektedir. Bu durum Türkiye'deki bireylerin yemeklerini yerken sosyal anlamda etkileşim içerisinde olmayı sevdiğini göstermektedir. Araştırmada öğünlerde yemek yeme esnasında

sosyalleşme durumları açısından kuşaklar arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Baby Boomer kuşağının çocuk/çocuklarıyla birlikte, X kuşağının aileleri ile birlikte, Y kuşağının eşiyle birlikte ve Z kuşaklarının ise arkadaşlarıyla birlikte yemek yemekten hoşlandıkları saptanmıştır. Bu sonuca göre bütün kuşaklar yemek yerken farklı amaçlarla sosyalleşme olgusuna önem vermekte ve yalnız yemek yemeyi çok tercih etmemektedir. Çünkü bireyler için dayanışmanın güçlendirilerek sürdürülmesi oldukça büyük önem taşımaktadır. Bu sürecin önemli parçalarından bir tanesi de yemektir. Özellikle akşam yemekleri bu amaca en iyi hizmet eden öğünlerin başındadır. Çalışmada da kuşaklar arasında en az atlanan öğünün akşam öğünü olduğu görülmektedir. Akşam öğününün aile içindeki diğer önemli fonksiyonu da sosyalizasyona yaptığı katkılardır. Bu anlamda yemek masaları bir sosyalizasyon forumu olarak değerlendirilebilir. Bireyler yemek masasında bir araya gelerek günlük hayatlarını birbirlerine aktarabilmektedir. Özellikle çocukluk, ergenlik ve ilk yetişkinlik gelişim dönemlerinde yer alan Y ve Z kuşakları açısından değerlendirildiğinde öğünlerin sosyal çevre ile birlikte yenmesinin önemli olduğu vurgulanabilir. Çünkü bu gelişim dönemleri içerisinde yer alan bireylerin sosyal öğrenme yönleri daha ağır basmaktadır. Bu yüzden aileler doğru yeme-içme davranışları sergileyerek dönemdeki bireylere rol-model olabilirler.

#### Yemek Yemek İçin Harcanan Zaman

Türkiye'deki bireylerin öğünlerde yemek yemek için harcadıkları süre incelendiğinde çalışmada kahvaltı öğününden öğle ve akşam öğünlerine doğru yemek yemek için harcanan sürenin arttığı görülmektedir. Özellikle kahvaltı süresinin kısa tutulduğu, akşam öğününe ise daha uzun süre ayrıldığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre bireylerin akşam yemeğine daha fazla önem verdikleri, akşam öğününe önem verme sebebi olarak da bireylerin akşam öğününü sadece fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek için değil aynı zamanda sosyalleşme amaçlı tüketmelerinden kaynaklandığı da söylenebilir. Kuşaklar açısından ise Baby Boomer ve X kuşaklarının kahvaltı öğününü ortalama 16-30 dakika arasında, Y ve Z kuşaklarının ise daha çok 1-15 dakika arasında yaptıkları tespit edilmiştir. Bu sonuca göre ise Y ve Z kuşakları Baby Boomer kuşaklarına göre kahvaltılarını daha hızlı yapmaktadırlar. Ayrıca bütün kuşakların daha çok öğle ve akşam öğünlerinde ortalama 16-30 dakika zaman harcadıkları görülmüştür.



## Dışarıda Yemek Yeme

Türkiye'deki bireyler öğünleri dışarıda yeme tercihleri incelendiğinde kahvaltı öğününü tercih etmedikleri, ancak öğle ve akşam öğünlerini dışarıda yemeyi tercih ettikleri görülmüştür. Danışman ve Gündüz'ün (2018) yaptıkları çalışmada Y ve Z kuşaklarının genel olarak evde kahvaltı etmeyi, dışarıda yapacakları hazır kahvaltıya tercih ettikleri ifade edilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen bulgu ile Danışman ve Gündüz'ün yaptıkları çalışmadaki bulgu benzerlik göstermektedir. Kuşakların dışarıda yemek yeme sıklığı durumuna ilişkin ise bütün kuşakların daha çok kahvaltı öğününü dışarıda yapmayı tercih etmedikleri tespit edilmiştir. Baby Boomer ve X kuşaklarının öğle ve akşam yemeklerini dışarıda yemeyi tercih etmedikleri, Y ve Z kuşaklarının ise dışarıda yemeyi daha çok tercih ettikleri saptanmıştır. Ayrıca Y kuşağının Z kuşağına göre öğle ve akşam yemeklerini daha sık dışarıda yemeyi tercih ettiği sonucuna varılmıştır. Negrete (2014) Z kuşağı üyelerinin, çoğu abisi ve ablası olan Y kuşağı üyeleri ile benzer davranışlar sergilediklerini, bu nedenle benzer yeme-içme alışkanlıklarına da sahip olduklarını ifade etmiştir. Kruger ve Saayman (2015) yaptıkları çalışmada Y kuşağı tüketicilerinin hem öğle hem de akşam yemeklerini dışarıda yemeyi tercih ettiklerini, özellikle kadınların iş yaşamında daha aktif rol alıyor olmasından dolayı yeme-içme ihtiyacı açısından Y kuşağı tüketicisinin yiyecek-içecek işletmelerine daha fazla yönlendirdiğini belirtmiştir.

Dışarıda yemek yemeyi tercih eden kuşakların bütün kuşakların yiyecek-içecek-işletmeleri arasından kahvaltı için yüksek oranda kahvaltı salonlarını tercih ettikleri, öğle öğünü için Baby Boomer kuşağının esnaf lokantaları, X, Y ve Z kuşaklarının ise köfteci, kebabçı türü işletmeleri tercih ettikleri, akşam öğününde ise Baby Boomer ve X kuşaklarının en çok et restoranlarını Y ve Z kuşaklarının ise köfteci kebabçı türü yiyecek-içecek işletmelerini tercih ettikleri saptanmıştır. Öğle öğününde paket servisi tercih eden kuşaklar Y ve Z kuşakları iken akşam öğününde Y kuşağı daha fazla paket servisi tercih etmektedir. Bunun yanında Y ve Z kuşakları kafe, pizzacı ve fast food işletmelerini, Baby Boomer kuşaklarına göre daha fazla tercih etmektedir. Devran'ın (2018) Z kuşağı içerisinde de yer alan lise öğrencilerinin beslenme bilgi ve davranışlarını ortaya çıkarmak için yaptığı çalışmada öğrencilerin ev dışında öğün tüketmeyi tercih ettikleri ve en çok tercih ettikleri işletmelerin de fast food ile kebabçı türü işletmeler olduğu bulunmuştur.

Türkiye'deki bireylerin en çok dışarıda yemek yeme amaçları sırasıyla, açlığı giderme, aile/arkadaşlarla birlikte olma ve kolaylık olarak tespit edilmiştir. Kuşaklar arasında dışarıda yemek yeme amaçlarının farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Kuşakların en çok dışarıda yemek yeme amaçları ise Baby Boomer, X ve Y kuşaklarında açlığı giderme, aile/arkadaşlarla birlikte olma, kolaylık olduğu, Z kuşağında ise açlığı giderme, aile/arkadaşlarla birlikte olma ve eğlenme olduğu tespit edilmiştir. Moschis ve diğerleri (2003) Baby Boomer kuşağındaki bireylerin ev dışında yemek yemeyi tercih etmelerinin en önemli nedeninin kolaylık olduğunu belirtmiştir. Morse ve Driskell (2009) yaptıkları çalışmada Y ve Z kuşakları içerisinde bulunan genç bireylerin fast food tarzı yiyecek-içecek işletmelerini seçmelerinin en önemli nedenlerinin kısıtlı zaman, tadını sevme, ailesi/arkadaşları ile yemek ve ucuz-ekonomik olması olduğunu tespit etmişlerdir. Özdemir ise (2010) bireylerin dışarıda yemek yeme amaçlarını psikolojik, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlar boyutlarında değerlendirmiştir. Bireylerin amaçları fizyolojik açıdan açlığı gidermek olabilirken, psikolojik açıdan yenilik arayışı, eğlence, mutluluk, ruh halinde iyileşme, haz amaçlarını taşıyabildiğini; ekonomik açıdan evde yemek hazırlamaktan kaçınmanın bir sonucu olarak kolaylık ve zaman tasarrufu sağlayabildiğini; sosyal açıdan ise toplumsal etkileşim, aile ve arkadaşlarla birlikte olma, statü ve prestij vesilesi de olabildiğini belirtmiştir (Özdemir, 2010: 221). Bu anlamda dışarıda yemek yemenin pek çok farklı amacının var olduğu görülmektedir. Özdemir, Morse ve Driskel'in yaptıkları çalışmaların sonuçları ile bu çalışma sonucu kısmi olarak benzerlik göstermektedir. Buna göre Türkiye'deki bireyler ve bütün kuşakların daha çok fizyolojik, sosyal ve ekonomik sebeplerden dolayı dışarıda yemek yemeyi tercih ettikleri söylenebilir.

### Öğünlerde Tüketilen Yiyecek ve İçecekler

Çalışmada kahvaltı öğününde tercih edilen sade yoğurt, meyveli yoğurt ve acuka yiyeceklerinin kuşaklar arasında farklılık göstermediği, tercih edilme sıklıklarının düşük düzeyde olduğu ve araştırma kapsamında kahvaltı öğününde yer alan diğer bütün yiyecek türlerinin kuşaklar arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kuşakların kahvaltıda en sık tükettikleri yiyecekler Baby Boomer kuşağında zeytin, peynir, domates salatalık iken X, Y ve Z kuşaklarında peynir, zeytin, domates, salatalığa ilave olarak yumurta ve yumurtalı ürünler şeklinde tespit edilmiştir. Kahvaltıda domates, salatalık, zeytin, peynir, yeşil yapraklı sebzelerin tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru azalma gösterirken, hamur işi, kahvaltılık tahıl ve gevrek tüketim sıklığı ters yönde azalmaktadır. Baby Boomer kuşağı

diğer kuşaklardan daha sık zeytin, peynir, domates, salatalık, tereyağı, bal, yeşil yapraklı sebzeleri tüketirken, X kuşağı reçel, marmelat çeşitlerini, Z kuşağı ise meyve çeşitleri, sade yoğurt-meyveli yoğurt çeşitleri, hamur işleri, kahvaltılık tahıllar ve gevrekleri tüketmektedir. Y ve Z kuşaklarının kahvaltıda hazırlaması kolay yiyecekleri tercih etmeleri ile bu kuşakların öğün atlama nedenleri olan işe/okula geç kalma nedeni arasında ilişki olabilir. Bu sonuca göre Y ve Z kuşaklarının kahvaltı yapacakları zaman işe/okula geç kalmamak için poğaçaya, simit gibi daha önceden hazırlanan yiyecekler ile kahvaltılık tahıl ve gevrek gibi kolay hazırlanan yiyecekleri tercih ettikleri ifade edilebilir.

Çalışmada öğle öğününde tercih edilen yiyeceklerden mantı ve makarnalar, köfte çeşitlerinin; akşam öğününde ise bu yiyecek gruplarına ek olarak zeytinyağlı yemekler, ekmek ve pide çeşitlerinin kuşaklar arasında anlamlı farklılık göstermediği, diğer yiyeceklerin ise farklılık gösterdiği saptanmıştır. Türk mutfağının önemli yiyecek gruplarından olan mantı, köfte, zeytinyağlı yemekler, ekmek ve pide çeşitleri hemen hemen her kesim tarafından sevilen ve çokça tüketilen yiyecek gruplarındandır. Bu yüzden çalışmada belirtilen yiyecek gruplarının kuşaklar arasında farklılık göstermemesinin ve ayrıca her kuşağın bu yiyecek gruplarını tercih etme sıklıklarının yüksek olmasının en önemli nedeninin bu yiyecek gruplarının Türk mutfak kültüründeki önemli yeriyle alakalı olmasından kaynaklanabileceği ifade edilebilir.

Öğle öğününde en sık tüketilen yiyecekler kuşaklar içerisinde Baby Boomer kuşağında sırasıyla çorba çeşitleri, ekmek ve pide çeşitleri, sebze yemekleri, salatalar, X kuşağında ekmek ve pide çeşitleri, salatalar, çorbalar, Y kuşağında salatalar, ekmek ve pide çeşitleri, çorbalar, Z kuşağında ise ekmek ve pide çeşitleri, salatalar, dolma ve sarmalar, köftelerdir. Öğle öğününde çorba çeşitleri, beyaz et yemekleri ve beyaz etli sebze yemekleri, sebze yemekleri, zeytinyağlı yemekler, salataları tüketme sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş gösterirken, tatlı ve tuzlu hamur işleri, pasta, tatlı ve endüstriyel hazır yemek çeşitlerini tüketme sıklığı artış göstermektedir. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklardan daha sık çorba, kırmızı ve beyaz et yemekleri, balık ve deniz ürünleri, tahıl ve kuru baklagil yemekleri, sebze yemekleri, zeytinyağlı yemekler, dolma, sarmalar tüketirken, X kuşağı köfte, tatlı ve tuzlu hamur işi, pasta, tatlı, diyet yemekleri ve endüstriyel hazır yemekleri tüketmektedir.

Kuşakların akşam öğününde en sık tükettikleri yiyecekler sırasıyla Baby Boomer ve X kuşaklarında çorbalar, salatalar, ekmek ve pide çeşitleri, sebze yemekleri, tahıl ve kurubaklagil yemekleri, Y kuşağında salatalar, çorbalar, ekmek ve pide çeşitleri, mantılar ve makarnalar, Z kuşağında ise ekmek ve pide çeşitleri, salatalar, çorbalar, dolma ve sarmalardır. Akşam öğününde çorbalar, tahıl ve kurubaklagil yemekleri, sebze yemekleri, salata çeşitleri, turşu tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermekte iken, tatlı ve tuzlu hamur işleri, pasta, tatlı ve endüstriyel hazır yemekleri tüketim sıklığı artmaktadır. Baby Boomer kuşağı diğer kuşaklardan daha sık düzeyde çorba, kırmızı et yemekleri, balık ve deniz ürünleri, tahıl ve kurubaklagil yemekleri, sebze yemekleri, salata çeşitleri, dolma ve sarmalar, Z kuşağı ise köfte, tatlı ve tuzlu hamur işleri, pasta, tatlı, diyet yemekleri ve endüstriyel hazır yemekleri tüketmektedir. Aşık'ın (2019) X ve Z kuşağı tüketicilerinin yiyecek tercihini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada Z kuşağının köfte ve fast food yiyeceklerini çok fazla tercih ettiklerini belirtmiştir. Berksoy (2011) da yaptığı çalışmada X kuşağında yer alan kadınların ana öğünlerde daha çok sebze yemekleri tercih ettiklerini ifade etmiştir

Çalışma kapsamında ara öğününde yer alan bütün yiyecek türlerinin kuşaklar arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kuşakların ara öğünde en sık tükettikleri yiyecekler sırasıyla Baby Boomer kuşağında meyve ve sebzeler, süt, yoğurt, peynir, kuru yemiş ve kuru meyveler, X kuşağında meyve-sebzeler, kuru yemiş-kuru meyveler, süt, yoğurt, peynir, Y kuşağında kek, bisküvi, kurabiye, simit, poğaç, meyve ve sebzeler, Z kuşağında ise kek, bisküvi, kurabiye, simit, poğaç, şekerleme, çikolatadır. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde kuru yemiş, kuru meyve tüketimi sıklığı düşüş gösterirken, sandviç, tost, börek, simit, poğaç, kek, bisküvi, kurabiye, şekerleme, çikolata tüketimi artmaktadır. Berksoy'un (2011) yaptığı çalışmada X kuşağında yer alan kadınların ara öğünde en çok meyve ve sebze tükettikleri ifade edilmiştir. Güleç, Yabancı, Göçgeldi, ve Bakır (2008) Z kuşağı kategorisinde bulunan Ankara'da iki kız öğrenci yurdunda kalan öğrencilerin beslenme alışkanlıkları üzerine yaptıkları araştırmada, Z kuşağı içerisinde yer alan öğrenciler arasında fast food tüketimi ve ara öğünlerde çikolata, hamur işleri, bisküvi vb. tüketimi çok fazla olduğunu ve yurttan kalan öğrencilerin yanlış beslenme alışkanlıklarına sahip olduklarını saptamışlardır. Bu bulgular özellikle araştırmada X kuşağı ile Z kuşağının ara öğünde tükettikleri yiyeceklerin bulguları ile örtüşmektedir. Bu sonuca göre eski kuşaktan yeni kuşağa doğru ara öğünlerde sağlıksız ürünleri tercih etme yönelimi olduğu ve

dolayısıyla sağlıksız yeme-içme alışkanlıklarının özellikle yeni kuşaklarda artış gösterebileceği söylenebilir.

Kahvaltı öğününde bitki ve meyve çaylarının tercih edilme durumunun kuşaklar arasında farklılık göstermediği, tercih edilme sıklığının tüm kuşaklarda düşük düzeyde olduğu ve araştırma kapsamında kahvaltı öğününde yer alan diğer bütün içecek türlerinin kuşaklar arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kuşakların kahvaltıda en sık tükettikleri içecekler Baby Boomer kuşağında demleme çay, su, süt, X kuşağında demleme çay, su, süt, taze sıkılmış meyve suları, Y kuşağında demleme çay, su, kahve çeşitleri, Z kuşağında ise su, demleme çay, taze sıkılmış meyve suları ve hazır meyve sularıdır. Kahvaltıda demleme çay tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş gösterir iken, sıcak çikolata ve kakao, konsantre (hazır) meyve suları tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru artış göstermektedir.

Öğle ve akşam öğünlerinde bitki ve meyve çayları, şalgam suyu ve alkollü içecekler tercih edilme durumunun kuşaklar arasında farklılık göstermediği, tercih edilme sıklığının tüm kuşaklarda düşük düzeyde olduğu ve araştırma kapsamında öğle ve akşam öğünlerinde yer alan diğer bütün içecek türlerinin kuşaklar arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kuşakların öğle ve akşam öğünlerinde en sık tükettikleri içecekler kendi kuşakları içerisinde Baby Boomer, X ve Y kuşaklarında sırasıyla su, demleme çay, ayran, iken Z kuşağında su, ayran ve gazlı içeceklerdir. Öğle öğününde su tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş gösterir iken, sıcak çikolata ve kakao, konsantre (hazır) meyve suları, gazlı içecekler artış göstermektedir. Akşam öğününde ise öğününde demleme çay ve su tüketim sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş, sıcak çikolata ve kakao, taze sıkılmış meyve suyu, konsantre (hazır) meyve suyu, gazlı içecekler, limonata artış göstermektedir.

Kuşakların ara öğünde en sık tükettikleri içecekler sırasıyla Baby Boomer ve X kuşaklarında su, demleme çay, ayran, Y kuşağında su, demleme çay, kahve çeşitleri, Z kuşağında ise su, gazlı içecekler, ayrandır. Eski kuşaklardan yeni kuşaklara doğru ara öğünde demleme çay tüketim sıklığında düşüş, sıcak çikolata ve kakao, konsantre (hazır) meyve suyu, gazlı içecek tüketimi sıklığında artış saptanmıştır. Öğünlerde tüketilen içecekler ile ilgili bulgular ile literatürdeki bulgular benzerlik göstermektedir. Nazif (2012) tarafından yapılan çalışmada özellikle X kuşağı içerisinde yer alan bireylerin öğünlerde yiyecek olarak en çok çayı tercih ettikleri, Z kuşağında yer alan bireylerin ise en çok gazlı içecekleri tercih ettikleri ifade

edilmiştir. Yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular da benzerlik göstermektedir. Özellikle Baby Boomer ve X kuşakları için demleme çay hem ana hem de ara öğünlerde sıkça tüketilen içeceklerin başında yer almakta iken, Y ve Z kuşakları ise daha çok öğünlerinde içecek olarak gazlı içecek türlerini tercih etmektedirler. Çelik (2006) çalışmasında tüm kuşaklar tarafından tercih edilen ve sağlık yönünden faydalı olan çayın çok güçlü antioksidan içeren flavonoid bileşiklere sahip olduğunu, çay yaprağının kafein, proteinler, aminoasitler, karbonhidratlar, lipitler, vitaminler ve mineraller içerdiğini belirtmiştir. Bunların yanında çay ve kahvenin fazla tüketildiği ülkelerde demir eksikliği anemisi yaygın bir şekilde görülmektedir. Çünkü kahve ve çayın demir emilimini azaltıcı etkisi bulunmaktadır. Bunu önlemek için çay ve kahvenin yemekten en az 1 saat önce veya sonra tüketilmesi tavsiye edilmektedir. Bu bilgiler ışığında özellikle çay tüketimi diğer kuşaklara göre yoğun olan Baby Boomer ve X kuşakları ile öğünlerde kahve tüketim tercihi en fazla olan Y kuşağının demir eksikliği sağlık sorunu ile karşılaşmamaları için bu tavsiyeye uymaları sağlıkları açısından uygun olacaktır. Ayrıca çalışmada Y ve Z kuşaklarının öğünlerde yoğun şekilde gazlı içecekler tercih ettikleri tespit edilmiştir. Küçükkömürler ve Kurt (2018) vücuda zararlı bir içecek olmasına rağmen gazlı içeceklerden kolanın bireylere hızlı bir canlılık vermesi, kısa süreliğine tokluk sağlaması, serinlik verici bir içecek olarak düşünülmesi ve popüler bir içecek olması sebebiyle özellikle genç bireyler tarafından yaygın bir şekilde tüketildiği belirtilmiştir. Kangal-Demir ve Yalçın (2016) yaptıkları çalışmada gençlerin evlerinde en fazla bulduklarları içeceklerin sırasıyla kolalı içecek, süt ve meyve aromalı gazoz olduğunu tespit etmişlerdir. Wang ve diğerlerinin (2018) ise Koreli çocuklar arasında en fazla tüketime sahip içecek grubunun gazlı içecekler olduğu, katılımcılar arasında erkek çocukların gazlı içecek tüketimleri ile çocuklukta obezite görülme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda elde edilen bulgular ile bu araştırmadan elde edilen bulgular benzerlik göstermektedir. Y ve Z kuşağının obezite riskini düşürmeleri için gazlı içecekler tüketimine dikkat etmeleri sağlıkları açısından faydalı olacaktır.

### Tercih Edilen Pişirme Yöntemleri

Çalışmada kuşakların yemek seçimi yaparken tercih ettikleri pişirme yöntemlerinden ızgarada pişirme, fırında pişirme, sote yaparak pişirme ve az yağda kızartma yöntemleri arasında farklılık olmadığı, araştırmada ele alınan diğer tüm pişirme yöntemlerinin kuşaklar arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Özellikle Türk mutfağında yemeklerin

pişirilmesinde çok tercih edilen ızgarada pişirme, fırında pişirme, sote yaparak pişirme ve az yağda kızartma yöntemlerinin, bu çalışmada da tüm kuşaklar tarafından tercih sebebi olduğu görülmektedir. Yemek seçimi yaparken tercih edilen pişirme yöntemlerine göre kendi kuşakları içerisinde Baby Boomer, fırında pişirme ve haşlama yöntemini en sık tercih ederken, X kuşağı fırında pişirme ve ızgara yaparak pişirmeyi, Y kuşağı fırında pişirme ve sote yaparak pişirmeyi, Z kuşağı ise fırında pişirme ve ızgara yaparak pişirmeyi daha sık tercih etmektedir. Berksoy (2011) X kuşağında yer alan kadınlar üzerinde yaptığı çalışmada X kuşağındaki kadınların en çok fırında pişirme yöntemini tercih ettiklerini belirtmiştir. Yemek seçimi yaparken tercih edilen pişirme yöntemleri kuşaklar arasında farklılık göstermektedir. Baby Boomer kuşağı yemek seçimi yaparken diğer kuşaklara göre daha fazla sulu pişirme yöntemlerini (haşlama, poşe, kısık ateşte az suda haşlama, kendi suyu ile pişirme) tercih etmektedir. Y ve Z kuşakları yemek seçimi yaparken Baby Boomer ve X kuşaklarına göre derin yağda kızartma yöntemini daha sık tercih ederken, Z kuşağı mikrodalga ile pişirme yöntemini diğer kuşaklara göre daha sık tercih etmektedir. Z kuşağının mikrodalga ile pişirme yöntemini diğer kuşaklara göre daha sık tercih etmesinin nedeni endüstriyel yarı hazır/hazır yiyecekleri tüketmesi sıklığından kaynaklanıyor olabilir. Bunun yanında bu çalışmada elde edilen Y ve Z kuşaklarının endüstriyel hazır yiyecekleri ve fast-food işletmelerini tercih etmeleri ile yine bu çalışmadan elde edilen derin yağda kızartma pişirme yöntemi arasında ilişki olabilir. Fast-food işletmelerinin yiyecek hazırlarken en çok kullandıkları pişirme yönteminin derin yağda kızartma olması, Y ve Z kuşaklarının bu yiyecek-içecek işletmelerini yoğun seçimlerinden dolayı derin yağda kızartma pişirme yöntemini tercih etme sıklıklarının artışına etki etmiş olabileceği söylenebilir. Kuşakların yemek seçimi yaparken haşlama, kısık ateşte az suda pişirme, kendi suyunda pişirme yöntemini tercih etme sıklığı eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru azalmakta iken derin yağda kızartma yöntemini tercih etme sıklığı artış göstermektedir.

### Yiyecek Seçim Ölçeği Sonuçları

Araştırma sonucunda Türkiye'deki bireyler için yiyecek seçiminde en önemli üç faktörün sırasıyla duyuşal çekicilik, kolaylık ve ruh hali; en az önemsenen faktörün ise kilo kontrolü olduğu görülmektedir. Literatürde yiyecek seçimine etki eden faktörlerin incelendiği çok sayıda araştırma bulunmakta ve bu araştırmaların sonuçları birbirlerinden farklılıklar göstermektedir. Yiyecek Seçimi Ölçeğini geliştiren Steptoe ve arkadaşlarının (1995) İngiltere'de yaptıkları, mevcut araştırmada da kullanılan ölçeğin geliştirildiği ilk çalışmada

yiyecek seçimine etki eden en önemli faktörleri; duyuşal çekicilik, sağlık ve kolaylık olarak bulunmuştur. Fotopoulos, Krystallis, Vassallo ve Pagiaslis tarafından (2009) Yunanistan'da yapılan başka bir çalışmada, doğal içerik, kolaylık ve sağlık en önemli yiyecek seçimi faktörleri olmuştur. Januszevska, Pieniak ve Verbeke (2011) tarafından birçok ülkenin yiyecek seçimlerinin değerlendirildiği çalışmada Romanya, Macaristan, Filipinler ve Belçika için duyuşal çekicilik en önemli yiyecek seçim faktörleri olarak saptanmıştır. Ardından Milošević, Žeželj, Gorton ve Barjolle (2012) tarafından Balkan ülkelerinde yapılan bir başka çalışmada ise, duyuşal çekicilik, kolaylık ve sağlık en önemli faktörler olarak rapor edilmiştir. Markovina ve diğerleri (2015) tarafından 9 Avrupa Ülkesinde (Norveç, Almanya, İspanya, Yunanistan, Polonya, İngiltere, İrlanda, Hollanda, Portekiz) 9381 gönüllü birey ile yürütölen çalışma sonucuna göre, İspanya, Yunanistan, İrlanda, Hollanda ve Portekiz'de en önemli yiyecek seçimi faktörü fiyat; Norveç, Almanya ve İngiltere'de duyuşal çekicilik; Polonya'da ise doğal içerik olarak saptanmıştır. Farklı ülkelerde yapılan bu çalışmalara bakıldığında, Türkiye'de yapılan bu çalışmada olduğu gibi yiyecek seçimini etkileyen faktörlerden daha çok duyuşal çekiciliğin ön planda olduğu görölmekle beraber, ölkeler arasındaki yiyecek seçimi faktörlerinin farklılıklarının kültür farklılıklarından kaynaklanabileceği düşünölebilir. Türkiye popölasyonunda yapılan bazı çalışmalar ise bu çalışmada elde edilen bulgularla kısmen benzerlik göstermektedir. Yiyecek Seçimi Ölçeđinin Türkiye'de geçerlilik ve güvenirliliğini test etmek amacıyla Dikmen ve diğerleri (2016) 963 birey ile yaptıkları çalışmada sırasıyla duyuşal çekicilik, doğal içerik ve fiyat en önemli faktörler olarak kaydedilirken, etik kaygı ve ağırlık kontrolü ise en az öneme sahip faktörler olarak bulunmuştur. Ilgaz ve diğerleri (2018), genç yetişkinlerin yiyecek-içecek seçiminde en önemsedikleri faktörün duyuşal çekicilik olduğunu ve bunu takiben fiyat ve kolaylık faktörlerinin geldiğini belirtmişlerdir. Girgin ve Karakaş (2017), Türklerin besin seçimi faktörlerini araştırdıkları çalışmada, Türklerin yiyecek-içecek seçimlerinde en önemli etmenin duyuşal çekicilik olduğunu gösterilmiş ve yiyecek-içecek seçim faktörleri önceliğe göre; fiyat, mevcudiyet ve uygunluk, ruh hali, doğallık, sağlık, ekoloji, vücut ağırlığı, aşinalık, inanç ve siyasi nedenler olarak sıralanmıştır. Bu sonuçlar yapılan çalışmadaki bulguları destekler nitelikte Türkiye'deki bireylerin yiyecek-içecek seçiminde duyuşal çekiciliği daha fazla önemsediklerini göstermektedir.

Kuşakların kendi içlerinde yiyecek seçiminde en önemli üç faktör sırasıyla Baby Boomer kuşağında duyuşal çekicilik, doğal içerik ve fiyat; X kuşağında duyuşal çekicilik, ruh hali ve doğal içerik; Y kuşağında duyuşal çekicilik, kolaylık ve ruh hali; Z kuşağında ise duyuşal



çekicilik, kolaylık ve ruh hali olarak saptanmıştır. Kaya ve Oğuz (2010) Y ve Z kuşağı içerisinde yer alan gençlerin yiyecek-içecek tercihini belirleyen özellikleri tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmalarında, tercih sırası bakımından birinci öncelik olarak fiyatının uygun olması, ikinci sağlıklı olması ve üçüncü olarak da ihtiyacı karşılaması gibi özellikler olduğunu ifade etmiştir. Verilerden hareketle öğrencilerin yiyecek-içeceklerde öncelikle sağlığa ve kaliteye önem verdiklerini ifade etmişlerdir. Yapılan çalışmada ise Z kuşağı yiyecek seçimi yaparken daha çok duyuşal ve psikolojik faktörlere önem vermektedir.

Yiyecek seçimlerini etkileyen faktörler Türkiye ortalaması ile karşılaştırıldığında sağlık, ruh hali, duyuşal çekicilik, doğal içerik ve kilo kontrolü faktörlerine verilen önem Baby Boomer ve X kuşaklarında Türkiye ortalamasının üzerinde iken, Y ve Z kuşaklarında ise Türkiye ortalamasının altında; fiyat faktörüne verilen önem Baby Boomer kuşağında Türkiye ortalamasının üzerinde, diğer kuşaklarda ortalamanın altında; bilinirlik faktörüne verilen önem Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarında ortalamanın üzerinde, Z kuşağında ise ortalamanın altında; etiksel kaygı faktörüne verilen önem X kuşağında ortalamanın üzerinde, diğer kuşaklarda ortalamanın altında; kolaylık faktörüne verilen önem ise tüm kuşaklarda ortalamanın üzerinde bulunmuştur

Araştırmada yiyecek seçimlerinin kuşaklara göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda, yiyecek seçimlerinin ele alınan tüm faktörler açısından (sağlık, ruh hali, kolaylık, duyuşal, cazibe, doğal içerik, fiyat, kilo kontrolü, bilinirlik, etiksel kaygı) kuşaklar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Özellikle kuşaklar arasında yiyecek seçiminde sağlık, ruh hali, doğal içerik, fiyat ve kilo kontrolü faktörlerine verilen önemin eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalma gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu sonuca göre yiyeceklerin sağlığa olumlu etkilerde bulunması, yiyeceklerin ruh halini iyileştirmesi ve stres ile baş etmede yardımcı olması, yiyeceklerin herhangi bir katkı içermemesi veya yapay bileşen bulundurmaması, yiyeceklerin ekonomik açıdan bütçeye uygun olması, yiyeceklerin düşük kalori ve yağ içeriğinin olması hususlarında eski kuşaklar yeni kuşaklara göre daha fazla dikkat etmektedir. Kuşaklar arasında faktörlere verilen önem derecesine göre Baby Boomer kuşağı yiyecek seçimi yaparken yiyeceklerin doğal olmasına ve ekonomik anlamda bütçesine uygun olmasına diğer üç kuşaktan; yiyeceklerin sağlığa uygun olması, düşük kalori ve yağ içermesine, daha önceden tükettiği yiyecekler olmasına ve onayladığı ülkeler tarafından üretiliyor olmasına ve çevre dostu paketlenmiş olmasına Y ve Z kuşaklarına göre; seçim yaptığı yiyeceklerin ruh haline iyi

gelmesine, stres ile başa çıkmada yardımcı olmasına, yiyeceklerin kolay şekilde hazırlanıyor olmasına, yiyeceklere kolay erişilebilmesine ve yiyeceklerin duyuşal yönden tadının, kokusunun, dokusunun ve görüntüsünün iyi olmasına Z kuşaağına göre daha fazla önem vermektedir. X kuşaağı ise doğal içerik ve kilo kontrolü faktörlerine Z kuşaağına göre; Y kuşaağı da bilinirlik faktörüne Z kuşaağına göre daha fazla önem vermektedir. Yapılan çalışmadaki bulgu ile benzerlik taşıyan Aşık (2018) tarafından yapılan çalışmada X kuşaağının yiyecek tercihinde Z kuşaağına göre yiyeceklerin katkı maddesi içermemesine, yiyeceklerin düşük kalorili ve düşük yağ içerikli olmasına daha fazla dikkat ettikleri belirtilmiştir. Özellikle Baby Boomer ve X kuşaklarının sağlıklı yiyecek-içecek seçmelerinin temel nedeni, yalnızca sağlıklı olmak için değil zayıf olma arzusu içinde olduklarından dolayı da olabilir. Çünkü her iki kuşak ayrıca kilo kontrolü faktörüne de yüksek oranda önem vermektedir. Bu yüzden yiyecek-içecek seçimi üzerinde sağlıklı olma ve vücut ağırlığı yönetimi birbirinden bağımsız olarak ya da bir arada etki gösterebilir.

Araştırmada yiyecek seçimlerinin kuşaklar arasında demografik özelliklere göre farklılaşma olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan iki yönlü varyans analizi sonucunda; cinsiyete göre ruh hali, kolaylık ve etiksel kaygı faktörleri açısından kuşaklar anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Erkeklerde yiyecek seçiminde ruh hali faktörüne verilen önem derecesi eski kuşaktan yeni kuşaklara doğru düşüş göstermektedir. Kadınlarda ise X ve Y kuşaağındaki kadınlar, Baby Boomer ve Z kuşaağındaki kadınlara göre yiyecek seçiminde ruh haline daha fazla önem vermektedir. Kolaylık faktörüne göre erkeklerde Baby Boomer kuşaağı, Z kuşaağı erkeklerine göre kolaylık faktörüne daha fazla önem verirken, Z kuşaağı da X ve Y kuşaağındaki erkeklere göre daha fazla önem vermektedir. Kadınlarda ise Y kuşaağı, Baby Boomer kuşaağı kadınlarına göre yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne daha fazla önem verirken, Baby Boomer kuşaağı da X ve Z kuşaağı kadınlarına göre daha fazla önem vermektedir. Etiksel kaygı faktörüne göre erkeklerde yiyecek seçiminde etiksel kaygıya verilen önem derecesi eski kuşaktan yeni kuşaağına doğru düşüş göstermektedir. Kadınlarda ise X kuşaağındaki kadınlar Y kuşaağındaki kadınlara göre yiyecek seçiminde etiksel kaygıya daha fazla önem verirken, Y kuşaağı ise Z ve Baby Boomer kuşaklarındaki kadınlara göre yiyecek seçiminde etiksel kaygıya daha fazla önem vermektedir.

Araştırmada kuşakların medeni durumlarına göre yiyecek seçimlerinde tüm faktörler açısından anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Kuşakların ortalama aylık gelirleri açısından ise; yiyecek seçiminde sadece kolaylık faktörünün kuşaklar arasında anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur. 500 TL ve altı gelire sahip olan kuşaklardan Y kuşağı, Baby Boomer ve X kuşaklarına göre; 501 ve 1500 TL arası gelire sahip olan kuşaklar arasında eski kuşaktan yeni kuşağa doğru; 1501-3000 TL arası gelire sahip olan Baby Boomer ve Y kuşağı X ve Z kuşağına göre; 3001-5000 TL arası gelire sahip olan Y ve Z kuşağı Baby Boomer ve X kuşağına göre; 5000 TL üzeri gelire sahip olan X ve Z kuşağı, Baby Boomer ve Y kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla kolaylık faktörüne önem vermektedir.

Araştırmada kuşakların aylık yeme-içmeye ayrılan bütçelerine göre yiyecek seçimlerinde sağlık, duyuşal çekicilik, doğal içerik, kilo kontrolü ve bilinirlik faktörleri açısından anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Sağlık faktörü açısından 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve Y kuşakları, X ve Z kuşaklarına; 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran kuşaklar içerisinde eski kuşaktan yeni kuşağa doğru; 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağı diğer kuşaklara göre; 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve X kuşakları, özellikle Z kuşağına göre; 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı Z kuşağına göre yüksek oranda sağlık faktörüne önem vermektedir. Duyusal çekicilik açısından 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı yiyecek seçiminde X kuşağına göre; 251-500 TL arası ile 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran Baby Boomer, X ve Y kuşakları, Z kuşağına göre; 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer ve X kuşakları Y ve Z kuşaklarına göre; 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı yiyecek seçiminde Z kuşağına göre yüksek oranda daha fazla duyuşal cazibe faktörüne önem vermektedir. Yeme-içmeye ayrılan bütçeye göre doğal içerik faktörünün kuşaklar arasında farklılık gösterdiği bulunmuştur. Buna göre 250 TL ve altı ile 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru; 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer, Y ve Z kuşakları yiyecek seçiminde X kuşağına göre; 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Baby Boomer kuşağı yiyecek seçiminde Y kuşağına göre; 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde ise yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru azalmaktadır. Araştırmada yiyecek seçiminde kilo kontrolü faktörünün kuşaklar arasında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. 250 TL ve altı aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran kuşaklar içerisinde yiyecek seçiminde kilo kontrol

faktörüne önem verme derecesi eski kuşaktan yeni kuşağa doğru; 251-500 TL arası aylık bütçeyi yeme-içmeye ayıran X kuşağı Z kuşağına göre; 501-1000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağının yiyecek seçiminde Y kuşağına göre; 1001-2000 TL arası aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran Z kuşağı yiyecek seçiminde Y kuşağına göre; 2000 TL üstü aylık bütçeyi yeme içmeye ayıran X ve Y kuşakları Z kuşağına göre yiyecek seçiminde daha fazla kilo kontrol faktörüne önem vermektedir.

### Kişilik Özelliklerine Göre Tercihler

Çalışmada dışadönük, duygusal denge ve deneyime açıklık kişilik özellikleri ile öğünlerde yemek yeme süreleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dışadönüklük kişilik özelliği baskın olan bireyler içedönüklere göre öğle ve akşam öğünlerinde yemek yemeye daha fazla zaman harcamaktadır. Duygusal dengeli bireyler nevrotiklere göre sabah, öğle ve akşam öğünlerinde yemek yemeye daha az zaman ayırmaktadır. Deneyime açıklık kişilik özelliği baskın olan bireyler tutuculara göre öğle ve akşam öğününde yemek yemeye daha fazla zaman ayırmaktadır. Bu sonuca göre sosyal olmayı seven, arkadaş canlısı özellikler sergileyen dışadönük bireylerin yemek yemeyi sadece fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek için değil aynı zamanda sosyalleşme aracı olarak gördüklerinden dolayı yemek yemeye içine kapanık, yalnız ve sessiz olmayı seven ve çekingen özellikler sergileyen içedönük bireylere göre daha fazla zaman harcadıkları söylenebilir. Nevrotik bireylerin yemek yeme sürelerinin uzun olmasının nedeni de bu bireylerin obsesif kompulsif takıntılarından dolayı çok fazla davranışlarını kontrol altında tutmaya çalışmaları ve karamsarlık içerisinde olmalarından dolayı kısa sürede karar verememelerinden kaynaklanıyor olabildiği ifade edilebilir. Ayrıca meraklı, yeni şeyleri denemeye hevesli özellikler sergileyen dışadönük bireylerin öğünlerde yeni ve farklı yiyecekleri denemek istemelerinden dolayı bildiklerinden şaşmayan, yeni şeyler denemekten hoşlanmayan tutucu bireylere göre öğünlerde daha fazla zaman harcamayı tercih edebilecekleri çalışma sonucuna göre söylenebilir.

Kişilik özellikleri ile öğünleri dışarıda yeme sıklığı arasındaki ilişki açısından; uyumluluk ve deneyime açıklık kişilik özellikleri ile öğünleri dışarıda yeme sıklığı arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Uyumluluk kişilik özelliği baskın olan bireyler uyumsuzlara göre kahvaltı, öğle ve akşam öğünlerini daha sık dışarıda yemektedir. Dışadönüklük kişilik özelliği baskın bireyler ise muhafazakarlara göre daha sık seviyede kahvaltı, öğle ve akşam

yemeklerini dışarıda yemektedir. Bu sonuca göre olumlu kişilik özelliklerine sahip olan uyumlu bireyler kişiler arası ilişkilerinin kuvvetli olmasından ve her ortama uyum sağlamalarından dolayı dışarıda yemek yemekten zevk alıyor olabilir. Ayrıca sosyalleşmeyi seven dışadönük bireyler de yemek yemenin sosyalleşme boyutundan faydalanmak ve yeni insanlarla bir arada olabilmek için dışarıda yemek yemeyi seçebilir.

Kişilik özelliklerine göre yiyecek seçimleri arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizine göre;

Yiyecek seçiminde sağlık faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre, içe dönük bireyler dışadönüklere göre, sorumlu bireyler sorumsuz bireylere göre, nevrotik bireyler duygusal dengeli bireylere göre yiyecek seçiminde daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde sağlık faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Nevrotik bireylerin yiyecek seçiminde sağlık faktörüne verdikleri önem ile ilgili bulgular literatürde yer alan bazı çalışmalarla farklılık gösterirken bazı çalışmalar tarafından ise desteklenmektedir. Carrillo ve diğerleri (2012) tarafından yapılan çalışmada nevrotik bireylerin yiyecek seçiminde sağlık faktörüne daha fazla önem verdikleri belirtilirken Mottus ve diğerlerinin (2012) yaptıkları çalışmada ise nevrotik bireylerin daha sağlıksız beslenme eğiliminde oldukları ifade edilmiştir. Nevrotik kişilik özelliği baskın olan bireylerin kuşkucu olmaları ve takıntılı davranışlar sergilememeleri bu kişilik özelliğindeki bireylerin kendilerini daha sağlıklı hissetmek için yiyecek seçerken daha temkinli davranışlar sergileyebilecekleri ifade edilebilir. Dışadönük kişilik özelliği gösteren bireyler ile ilgili çalışmadan elde edilen bulgulardan farklı olarak da Brummett ve diğerleri (2008) sağlıklı beslenme ile deneyime açık olma özelliği arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Çalışma sonucunda bu ilişkinin nedeninin, sağlıklı yiyecek-içeceklere duyulan istekten ziyade yeni şeyleri deneme konusundaki ilgilerinin bir sonucu olduğu düşünülmüştür. Golberg ve Stycker (2002) da deneyime açıklık ve sağlıklı beslenme alışkanlıkları arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu desteklemişlerdir. Ancak çalışma sonucunda, bu ilişkiyi anlamak için tarihsel ve kültürel etkilerin de anlaşılması gerektiği vurgulanmıştır. Araştırmacılar, deneyime açıklık ile bazı yiyecek-içecek çeşitleri arasındaki ilişkinin farklı kültürlerde aynı şekilde olmayabileceğini ifade etmişlerdir. Bu bulgulara göre maceraperest özellikler barındıran dışadönük bireylerin her türlü yiyeceği denemeye açık olmaları ve yiyecek seçiminde kriterlere önem vermemelerinden dolayı sağlık faktörüne dikkat etmeyebilecekleri söylenebilir. Yapılan bu çalışmada sorumluluk kişilik özelliği ile ilgili

bulgulara benzer olarak ise Friedman ve diğerlerinin (1993) yaptıkları bir çalışmada sorumluluk özelliği yüksek olan bireylerin sorumsuz kişilik özelliği gösterenlere göre daha sağlıklı beslenme eğiliminde oldukları belirtilmiştir. Sutin ve diğerleri de (2011) sorumluluk kişilik özelliği gösteren bireylerin aşırı yeme-içme davranışından kaçınan bireyler olduklarını ifade etmiştir. Bu sonuçlara göre dikkatli, düzenli, disiplinli ve tutarlı özellikler barındıran sorumluluk sahibi bireyler yiyecek seçerken bu özelliklerinden dolayı sağlık faktörüne önem veriyor olabilir.

Ruh hali faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre ve sorumlu bireyler sorumsuzlara göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde ruh hali faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Ruh halinin yiyecek-içecek tüketimini etkilediği birçok araştırmacı tarafından ele alınmakla birlikte (Babicz-Zielińska, Rybowska ve Zabrocki, 2006; Zellner, Loaiza, Gonzalez, Pita, Morales, Pecora ve Wolf, 2006; Gardner, Wansink, Kim ve Park, 2014; Penaforte, Matta, ve Japur, 2016; Flakerud, 2015: 307) yiyecek-içeceklerin duygu durumunu etkilediği görüşü de araştırmacılar tarafından ileri sürülmektedir (Özenoğlu, 2018: 358; Flakerud, 2015: 307). Yiyecek-içecek tüketimi ve duygu durumu üzerine yapılan araştırmalar pozitif ve negatif duygu durumu üzerine yoğunlaşmışlardır. Yapılan bu çalışmada ruh hali faktöründe yer alan ifadelerden dolayı yiyecek seçiminde her iki duygu durumu söz konusu olabilmektedir. Pozitif duygu durumu kategorisinde mutluluk, memnuniyet, eğlence, coşku, övünç, iyimserlik, zindelik, duygusal rahatlama, güç gibi duygular yer alır. Bu sonuçlara göre pozitif özelliklere sahip olan uyumlu ve sorumlu bireyler yiyecek seçerken kendilerini daha pozitif duygular içerisinde hissetmek ve negatif duygu durumundan pozitif duygu durumuna geçiş yapmak için ruh haline önem vermektedirler. Bu konuda yapılan çalışmalardan bir kısmında yiyecek seçiminde ruh haline önem vermenin olumlu sonuçlarının olabileceği gibi olumsuz sonuçlarının da olabileceği ortaya çıkmıştır. Babicz-Zielińska, Rybowska ve Zabrocki (2006), Polonya’da genç kadınlar arasındaki farklı duyguların yiyecek tercihleri üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla 15-20 yaş aralığındaki 100 genç kadın üzerinde yaptıkları araştırmada katılımcıların öfkeli durumlarında en çok tatlı ve alkol; üzüntülü ruh hallerinde tatlı ve cips; korkmuş ruh hallerindeyken en çok tatlı ve yoğurt; can sıkıntısı durumlarında tatlı ve cips; yorgun oldukları durumlarda dondurma ve tatlı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre uyumlu ve sorumlu kişilik özelliği gösteren bireylerin ruhsal sağlıklarını pozitif yönde tutmak amacıyla tercih edecekleri yiyeceklerin içeriklerine ve miktarlarına fiziksel sağlıklarını negatif yönde etkilememek için dikkat etmeleri gerekmektedir.

Kolaylık faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre, sorumlu bireyler sorumsuzlara göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde kolaylık faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Bu sonuca göre uyumlu ve sorumlu kişilik özelliğine sahip bireyler yiyecek seçerken istedikleri zaman kolay erişebilecekleri, kısa sürede kolayca hazırlayabilecekleri ve pişirebilecekleri hususlara daha fazla dikkat etmektedirler.

Duyusal çekicilik faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre, dışadönük bireylere içedönüklere göre, sorumlu bireylere sorumsuzlara göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde duysal çekicilik faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Bu sonuca göre uyumlu, sorumlu ve dışadönük kişilik özellikleri gösteren bireyler yiyecek seçiminde görme, dokunma, tatma, koklama ve işitme duyularına daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar.

Doğal içerik faktörüne uyumlu bireylere uyumsuzlara göre, sorumlu bireyler sorumsuzlara göre nevrotik bireylere duygusal dengeli bireylere göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde doğal içerik faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Nevrotik bireylerin yiyecek seçiminde doğal içeriğe dikkat etmelerinin nedeni kuşkucu tavırlarından ve anksiyeteye yatkın olmalarından kaynaklanabilir.

Fiyat faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre, sorumlu bireyler sorumsuzlara göre ve tutucu bireyler deneyime açık bireylere göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde fiyat faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Özellikle tutucu bireyler yenilikten hoşlanmadıkları ve muhafazakâr tutum ve davranış içerisinde olduklarından dolayı yiyecek seçiminde parasal değere önem verdikleri ifade edilebilir.

Kilo kontrolü faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre, içe dönük bireyler dışadönüklere göre, sorumlu bireyler sorumsuzlara göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde kilo kontrolü faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir. Dışadönük bireyler yemek yemeyi sosyal bir araç gördükleri için sağlık faktörüne önem vermedikleri gibi kilo kontrolü faktörüne de bu nedenle önem vermedikleri söylenebilir.

Bilinirlik faktörüne uyumlu bireyler uyumsuzlara göre, sorumlu bireyler sorumsuzlara göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde bilinirlik faktörüne en fazla önem veren uyumlu bireylerdir.

Etiksel kaygı faktörüne içedönük bireyler dışadönüklere göre, sorumlu bireyler sorumsuzlara göre daha fazla önem vermektedir. Yiyecek seçiminde etiksel kaygı faktörüne en fazla önem veren sorumlu bireylerdir. Bu sonuca göre dışadönük bireyler yiyecek seçiminde sosyalleşmeye daha fazla önem verdiklerinden dolayı politik ve çevresel hususları çok fazla dikkate almamaktadır.

### Genel Değerlendirme

Bu sonuçlara göre aşağıda Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarının yeme içme örüntüleri oluşturulmuştur.

### Baby Boomer Kuşağı Yeme-İçme Örüntüsü

- Gelişimsel dönem açısından ileri yetişkinlik dönemi içerisinde yer alan ve 2020 yılına göre 56-74 yaş aralığında olan bireyleri kapsayan Baby Boomer kuşağı yeme-içme alışkanlıklarına en çok dikkat eden ve önem veren kuşaktır.
- Günde ortalama 3 ana öğün yemek yemeyi tercih etmelerine rağmen ara öğün tüketme alışkanlıkları düşük seviyededir.
- En çok atladıkları öğün, öğle öğünü olup, akşam öğününü neredeyse hiç atlamamaya çalışmaktadırlar.
- Öğünlerini de yemekleri beğenmediklerinden, ekonomik yetersizlikten ve diğer nedenlerden ötürü atlamaktadırlar
- Yemeklerini aileleri ve çocukları ile birlikte yemekten hoşlanırlarken, yalnız başlarına yemekten hoşlanmamaktadırlar.
- Öğünlerde yemek yemek için en çok zaman harcayan kuşaktır. Genelde öğünlerini ortalama 16-30 dakika arasında yemektirler. En uzun süre harcadıkları öğün de akşam yemeğidir.
- Dışarıda yemek yemeyi çok tercih etmemektedirler. Öğünler arasında özellikle dışarıda yemeyi tercih ettikleri öğün ise akşam öğünüdür.



- Kahvaltayı dışarıda yamayı tercih ederlerse kahvaltı salonunda veya çorbacıda, öğle öğününü esnaf lokantasında, akşam öğününü ise et restoranında yapmayı tercih ederler. Fast food yiyecek-içecek işletmelerini, seyyar satıcıları ve paket servisi en az tercih eden, esnaf lokantalarını da en fazla tercih eden kuşaktır.
- Dışarıda yemek yemeyi en çok açlıklarını gidermek, aile/arkadaşlarıyla birlikte olmak ve yaşlılıktan dolayı kolay nedeniyle tercih etmektedirler.
- Sağlıklı yaşama önem verdiklerinden dolayı sabah kahvaltısında en sağlıklı yiyecekleri tüketen kuşaktır. Kahvaltıda yiyecek olarak daha çok zeytin, peynir, domates, salatalık, bal, tereyağı, yumurta ve yeşil yapraklı sebzeleri tüketmeyi, içecek olarak ta demleme çay, su ve süt tüketmeyi tercih etmektedirler.
- Öğle ve akşam öğünlerinde ise yiyecek olarak daha çok çorba, beyaz et yemekleri, kırmızı et yemekleri, salata, köfte, tahıl ve kurubaklagil yemekleri, sebze yemekleri, ekmek ve pide çeşitleri, mantı, makarna, dolma ve sarmalar, zeytinyağlı yemekler ile turşu tüketmeyi, içecek olarak ise demleme çay, su ve ayran tüketmeyi tercih etmektedirler. Öğünlerde yemeklerle birlikte en az alkollü içecek tüketen kuşaktır.
- Ara öğünlerde yiyecek olarak peynir, yoğurt gibi süt ürünleri, meyve ve sebze ve kuru yemiş çeşitlerini tüketmeyi, içecek olarak demleme çay, su, süt ve ayran türü içecekleri tüketmeyi tercih etmektedirler.
- Yemek seçimi yaparken daha çok suda pişirme yöntemlerini seçmektedir. Haşlama, hafif ateşte haşlama (poşe), kısık ateşte az suda pişirme ve kendi suyunda pişirme yöntemlerini dikkate almaktadır.
- Yiyecek- içecek seçimi konusunda tüm kuşaklardan daha hassas ve olumlu yaklaşımlar sergilemektedir. Yiyecek-içecek seçerken, sağlıklı, kendisini rahatlatan, kolay hazırlayabileceği, duyuşal anlamda kendisini cezbeden, doğal özellikte, fiyat olarak bütçesine uygun ve daha önceden tükettiği yiyecek-içecekleri tüketmeyi tercih etmektedirler.

### X Kuşığı Yeme-İçme Örüntüsü

- Gelişimsel dönem açısından orta yetişkinlik dönemi içerisinde yer alan ve 2020 yılına göre 41-55 yaş aralığında olan bireyleri kapsayan X kuşığı, Baby Boomer kuşağından sonra yeme-içme alışkanlıklarına en çok dikkat eden ve önem veren ikinci kuşaktır.
- Kuşaklar içerisinde günde ortalama 3 ana öğün kuralına en çok dikkat eden kuşak olmasına rağmen, 2 ara öğün kuralına da en az dikkat eden kuşaktır.
- Kuşaklar içerisinde en az öğün atlayan kuşak durumundadır. Baby Boomer kuşağı gibi en fazla atladığı öğün öğle öğünü olup, akşam öğününü çok az atlamaktadır.
- Öğünleri atlamasındaki en önemli nedenler hazırlayanın olmaması ve önemsememesidir.
- Yemeklerini aileleri ve çocuklarıyla yemeyi en çok seven kuşak olduğu gibi yalnız yemeyi diğer kuşaklara göre en az tercih eden kuşaktır.
- Baby Boomer kuşağı gibi yemek yemeye uzun süre harcamaktadırlar. Öğünlerinde yemek yemek için ortalama 16-30 dakika ayırmaktadırlar ve en uzun zaman harcadıkları öğün de akşam öğünüdür.
- Dışarıda yemek yemeyi Baby Boomer kuşağına göre daha fazla tercih etmektedirler ve dışarıda yemeyi en çok tercih ettikleri öğün de öğle öğünüdür.
- Kahvaltıyı daha çok kahvaltı salonu, pastane ve kafede dışarıda yapmayı, öğle öğününü köfteci, kebabçı türü yiyecek-içecek işletmesi, esnaf lokantası ve et restoranında, akşam öğününü ise et restoranı, köfteci kebabçı veya balık restoranında yemeyi tercih etmektedirler. Et, balık restoranlarını, etnik restoranları ve seyyar satıcılarda sokak lezzetlerini tüketmeyi en çok tercih eden kuşaktır.
- Dışarıda öğünlerini en çok açlıklarını gidermek, arkadaş/aileleriyle birlikte olmak, kolaylık sağlamak ve mutlu olmak amaçlarıyla yemek yemektirler.
- Sabah kahvaltısında Baby Boomer kuşağından sonra sağlıklı yiyecekler tüketen ikinci kuşaktır. Kahvaltıda yiyecek olarak daha çok zeytin, peynir, domates, salatalık, bal,

tereyağı, yumurta ve yeşil yapraklı sebzeleri tüketmeyi tercih etmelerinin yanında diğer kuşaklara göre reçel ve marmelat tüketmeyi en çok tercih eden kuşaktır. Kahvaltıda içecek olarak ise daha çok demleme çay, bitki ve meyve çayları ve su tüketmeyi tercih etmektedirler.

- Öğle öğününde yiyecek olarak salata, ekmek ve pide çeşitleri, tahıl ve kurubaklagil yemekleri, sebze yemekleri, çorba ve beyaz et yemekleri tüketmeyi, içecek olarak ise su, demleme çay tüketmeyi tercih etmektedirler. Akşam öğününde en çok tercih ettikleri yiyecekler, çorbalar, salatalar, ekmek ve pideler, sebze yemekleri ve beyaz et yemekleridir. İçecek olarak ise su ve demleme çay tüketmeyi tercih etmektedirler. Ayrıca kuşaklar arasında akşam öğününde en çok alkollü içecek tercih eden kuşaktır.
- Ara öğünlerde yiyecek olarak en çok taze meyve ve sebzeler, kuru yemiş ve kuru meyveler tüketmeyi, içecek olarak ise en çok su, demleme çay, bitki ve meyve çayları tüketmeyi tercih etmektedirler.
- Yemek seçimi yaparken en çok tercih ettikleri pişirme yöntemleri ise fırında pişirme, ızgara yaparak pişirme ve sote yaparak pişirme yöntemleridir.
- Yiyecek seçiminde Baby Boomer kuşağından sonra fiziksel, duyuşal, sosyal ve psikolojik faktörlere önem veren kuşaktır. Faktörler içerisinde diğer kuşaklara göre en çok önem verdiği faktör etiksel kaygıdır. Ayrıca yiyecek seçiminde Z kuşağına göre yiyeceklerin katkı maddesi içermemesine, yiyeceklerin düşük kalorili ve düşük yağ içerikli olmasına daha fazla önem vermektedirler.

### Y Kuşağı Yeme-İçme Örüntüsü

- Gelişimsel dönem açısından ilk-orta yetişkinlik dönemi içerisinde yer alan ve 2020 yılına göre 21-40 yaş aralığında olan bireyleri kapsayan Y kuşağı, Baby Boomer kuşağından sonra yeme-içme alışkanlıklarına en çok dikkat eden ve önem veren ikinci kuşaktır.
- Kuşaklar içerisinde 3 ana öğün kuralına en az dikkat eden kuşak iken, 2 ara öğün tüketme kuralına da en çok dikkat eden kuşaktır.

- Kuşaklar içerisinde en çok öğün atlayan kuşaktır. Hem kendi kuşakları içerisinde hem de kuşaklar arasında en çok atladıkları öğün kahvaltı öğünü olup daha sonra öğle öğününü atlamaktadırlar.
- Y kuşağı öğünlerini en çok işe/okula geç kalma, yemek hazırlayanın olmaması, yemekleri beğenmeme gibi nedenlerle atlamaktadırlar.
- Yemeklerini sevgili ve eşleri ile birlikte yemekten en çok hoşlanan kuşak olan Y kuşağı, ayrıca yalnızlığı sevdiklerinden dolayı kuşaklar içerisinde yalnız yemek yemeyi diğer kuşaklara göre en fazla tercih eden kuşaktır.
- Öğünlerinde yemek yemeye Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha az zaman harcamaktadır. Özellikle kahvaltı öğününü kısa sürede yerken, öğle ve akşam yemeğine biraz daha uzun süre harcamaktadır. Öğünler içerisinde en uzun zaman harcadığı ise akşam öğünüdür.
- Öğünlerini dışarıda yemeyi X ve Y kuşaklarına göre daha fazla tercih etmektedirler. Özellikle öğle öğününü diğer kuşaklara göre daha çok dışarıda yemektirler.
- Y kuşağı yiyecek içecek işletme türü olarak daha çok kahvaltı salonları, kafeler ve pastaneleri tercih ederken, öğle öğünü için köfteci, kebabçı türü yiyecek içecek işletmelerini, esnaf lokantalarını ve kafeleri, akşam öğünü için ise köfteci kebabçı, kafe ve et restoranı türü işletmeleri tercih etmektedirler. Kuşaklar arasında en çok fast food işletmeleri, kafeleri, fine dining tercih eden kuşak olmakla birlikte en çok paket servis hizmetinden faydalanan kuşaktır.
- Y kuşağı öğünlerini dışarıda daha çok açlığı giderme, aile/arkadaşlarla birlikte olma, kolaylık ve eğlenme amaçlı yemektirler
- Kahvaltı öğününü Baby Boomer ve X kuşağına göre daha sağlıksız şekilde yapmaktadırlar. Özellikle kahvaltıda hamur işi tüketim düzeyleri yüksektir. Kahvaltıda içecek olarak daha çok demleme çay, su ve kahve çeşitleri tüketmektedirler. Kuşaklar arasında kahvaltı öğününde kahve çeşitlerini en fazla tüketen kuşaktır.

- Y kuşağı öğle öğününde yiyecek olarak daha çok salata, ekme ve pide çeşitleri, çorba, beyaz et yemekleri tüketmektedirler. Kuşaklar arasında öğle öğününde en az diyet yemekleri tüketen kuşak olmakla birlikte Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha fazla endüstriyel hazır yemekleri tüketmektedir. Öğle öğününde içecek olarak daha çok su, demleme çay, kahve çeşitlerini tüketmektedirler.
- Akşam öğününde ise Y kuşağı daha sıklıkla salata, çorba, ekme ve pide çeşitleri, tahıl ve kurubaklagil yemekleri, sebze yemekleri, beyaz et yemekleri; içecek olarak ta su, demleme çay, gazlı içecekler ve kahve çeşitlerini tüketmektedirler. Kuşaklar arasında akşam yemeğinde en çok kahve, en az ise sebze suları tüketmektedirler.
- Ara öğünde yiyecek olarak kek, bisküvi, kurabiye, simit, poğaça türü hamur işi ürünler, taze meyve sebze ile çikolata ve şekerleme türü yiyecekler tüketmektedirler. Kuşaklar arasında yiyecek olarak en az yoğurt, peynir türü süt ürünleri ve taze sebze meyve tüketen kuşaktır. İçecek olarak ise su, demleme çay ve kahve çeşitleri tüketmektedirler. Kuşaklar arasında ara öğünde en çok kahve çeşitleri ve en az süt tüketen kuşaktır.
- Y kuşağı yemek seçimi yaparken fırında pişirme, sote yaparak pişirme ve derin yağda kızartmayı diğer pişirme yöntemlerine göre daha fazla tercih etmektedirler.
- Y kuşağı yiyecek seçiminde en çok duyuşal çekicilik, kolaylık ve ruh hali faktörlerine önem vermektedir. Kuşaklar arasında ise Baby Boomer ve X kuşaklarına göre yiyecek seçiminde yiyeceklerin besleyici, sağlıklı, olmasına, rahatlatıcı özelliğı bulunmasına, doğal olup katkı maddesi içermemesine, ucuz olmasına, enerji oranının düşük olmasına, politik olarak onayladığı ülkelerden geliyor olmasına ve çevre dostu şekilde paketlenmiş olmasına daha az önem vermektedir. Yiyeceklerin bilindik olmasına, genelde tükettiğı yiyecekler olmasına, çocukken yediğı yemeklere benziyor olmasına, kolay ulaşılabilir olmasına X kuşağına göre daha fazla önem verirken, tüm faktörlerde ise Z kuşağına göre daha fazla önem vermektedir.

### Z Kuşığı Yeme-İçme Örüntüsü

- Gelişimsel dönem açısından çocukluk ve ergenlik dönemi içerisinde yer alan ve 2020 yılına göre 20 yaş ve altında olan bireyleri kapsayan Z kuşağı yeme-içme alışkanlıklarına en az dikkat eden ve önem veren kuşaktır.
- Günde ortalama 3 ana öğün kuralına Baby Boomer ve X kuşaklarına göre, 2 ara öğün kuralına ise Y kuşağına göre daha az dikkat etmektedir. Genel olarak 3 ana ve 2 ara öğün tüketme alışkanlıkları düşük seviyededir.
- Kendi kuşakları içerisinde en çok atladıkları öğün kahvaltı öğünü, kuşaklar arasında ise en çok atladıkları öğün akşam öğünüdür.
- Z kuşağı öğünleri en çok işe/okula geç kalma, zayıflama isteği, iştahsızlık ve yemekleri beğenmeme nedenleri ile atlamaktadırlar.
- Yemeklerini arkadaşları ile birlikte yemekten en çok hoşlanan; aileleri ile birlikte yemekten en az hoşlanan kuşaktır.
- Aceleci bir kuşak olduğu için öğünlerde yemek yemek için en az zaman harcayan kuşaktır. Kahvaltı ve öğle öğünlerinde yemek yemek için ortalama 1-15 dakika zaman ayırırken, akşam öğününde ise ortalama 16-30 dakika zaman harcamaktadır.
- Öğünlerini dışarıda yemeyi özellikle Baby Boomer ve X kuşaklarına göre daha fazla tercih etmektedir. Dışarıda en sık yemek yediği öğün ise öğle öğünüdür.
- Dışarıda yemek yemeyi tercih ettikleri zaman kahvaltı öğünlerini en çok kahvaltı salonunda, kafe ve pastane türü işletmelerde, öğle öğünlerini köfteci, kebabçı, pizzacı, kafe, fast food işletmelerinde, akşam öğünlerini ise köfteci, kebabçı, et restoranı, pizzacı ve kafe türü işletmelerde yemektedirler. Kuşaklar arasında pizzacıları ve seyyar satıcıları en fazla tercih eden kuşaktır.
- Dışarıda en çok açlığı giderme, aile/arkadaşlarla birlikte olma, eğlenme ve mutlu olma gibi fizyolojik ve sosyal amaçlarla yemek yemektedirler.

- Sabah kahvaltılarında yiyecek olarak peynir çeşitleri, zeytin çeşitleri, poğaçaya, börek gibi kahvaltılık hamur işleri, domates, salatalık bal, tereyağı, reçel, marmelat çeşitleri tüketmektedirler, ancak bu yiyeceklerden kahvaltılık hamur işleri hariç diğer yiyeceklerin kahvaltıda tercih edilme sıklığı diğer tüm kuşaklardan daha düşüktür. Kuşaklar arasında özellikle kahvaltılık hamur işleri, meyve, sade yoğurt ve meyveli yoğurt çeşitleri, kahvaltılık tahıl ve gevrek tüketimi en yüksek olan kuşaktır. İçecek olarak ise daha çok su, demleme çay, süt, taze sıkılmış ve hazır meyve suları tüketmektedirler. Kuşaklar arasında en az su, demleme çay tüketen; en çok sıcak çikolata, kakao, taze ve hazır meyve suları çeşitleri, limonata, soda, süt ve gazlı içecekler tüketen kuşaktır.
- Öğle öğünlerinde daha çok ekmek ve pide çeşitleri, salata, dolma ve sarma, köfte, mantı ve makarna ve tatlı ve tuzlu hamur işleri tüketmektedirler. Kuşaklar arasında öğle öğününde en çok endüstriyel hazır yemekler, diyet yemekleri, tatlı, pasta, tatlı ve tuzlu hamur işleri, köfte yemeyi tercih ederken, en az çorba, kırmızı ve beyaz et yemekleri, balık yemekleri, sebze yemekleri, salata ve turşu yemeyi tercih eden kuşaktır. Z kuşağı öğle öğünlerinde içecek olarak su, gazlı içecekler, ayran tüketmektedirler. Kuşaklar arasında öğle öğününde en fazla gazlı içecekler, taze sıkılmış ve hazır meyve suları, sebze suları, limonata tüketen kuşaktır.
- Akşam öğünlerinde yiyecek olarak ekmek ve pide çeşitleri, çorba, salata, dolma ve sarma, köfte, mantı ve makarna ve tatlı ve tuzlu hamur işleri tüketmeyi tercih etmektedirler. Akşam öğünlerinde tercih ettikleri içecek türleri öğle öğününde tükettikleri ile benzerlik taşımaktadır.
- Ara öğünlerde ise kek, bisküvi, kurabiye, simit, poğaçaya gibi hamur işleri, şekerleme, çikolata tüketmekle birlikte içecek olarak ise su, gazlı içecekler, ayran, demleme çay tüketmektedirler.
- Z kuşağı yemek seçimi yaparken fırında pişirme, ızgara yaparak pişirme, sote yaparak pişirme derin veya az yağda kızartmayı diğer pişirme yöntemlerine göre daha fazla tercih etmektedirler. Kuşaklar arasında derin yağda kızartma, az yağda kızartma ve mikrodalga ile pişirme yöntemlerini en çok tercih eden kuşaktır.

- Z kuşağı yiyecek seçiminde en çok duyuşal çekicilik, ruh hali ve doğal içerik faktörlerine önem vermektedir. Kuşaklar arasında ise bütün kuşaklara göre yiyecek seçiminde tüm faktörlere (yiyeceklerin besleyici, sağlıklı, olmasına, rahatlatıcı özelliği bulunmasına, doğal olup katkı maddesi içermemesine, ucuz olmasına, bilindik olmasına, genelde tükettiği yiyecekler olmasına, çocukken yediği yemeklere benziyor olmasına, kolay ulaşılabilir olmasına, enerji oranının düşük olmasına, politik olarak onayladığı ülkelerden geliyor olmasına ve çevre dostu şekilde paketlenmiş olmasına) en az önem kuşaktır.

### Kuşakların Ortak Yiyecek-İçecek Tercihleri

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre kuşaklar arasında farklılık göstermeyen, her kuşak tarafından yaklaşık olarak eşit şekilde tercih edilen yiyecek-içecekler ve pişirme yöntemleri aşağıda listelenmiştir:

- Tüm kuşaklar kahvaltıda yiyecek olarak sade ve meyveli yoğurt çeşitlerini, içecek olarak da bitki ve meyve çaylarını düşük sıklıkla tercih etmektedirler.
- Tüm kuşaklar öğle öğününde yiyecek olarak köfte, mantı ve makarna çeşitlerini yoğun bir şekilde, içecek olarak ise bitki ve meyve çayları, şalgam suyu ve alkollü içecekleri çok düşük sıklıkla tercih etmektedirler.
- Tüm kuşaklar akşam öğününde yiyecek olarak köfte, mantı, makarna, zeytinyağlı yemekler, ekmek ve pide çeşitlerini yoğun bir şekilde, içecek olarak da bitki ve meyve çayları, şalgam suyu ve alkollü içecekleri düşük sıklıkla tercih etmektedirler
- Bütün kuşakların ara öğünde su tercihleri çok yoğun seviyede olup, ayrıca soda tüketimleri de normal düzeydedir.
- Bütün kuşakların ızgara yaparak-pişirme, fırında pişirme, sote yaparak pişirme ve az yağda kızartma yöntemlerini tercih etme sıklıkları aynı seviyededir. Genel olarak Türk mutfağında çok kullanılan bu pişirme yöntemleri tüm kuşaklar tarafından yoğun bir şekilde tercih edilmektedir.



Araştırma sonuçları göz önüne alınarak araştırma ile ilgili öneriler aşağıda sıralanmıştır:

- Türkiye’de bireyler düzenli ve yeterli ara öğün tüketmemektedirler. Şayet Türkiye’de ara öğüne önem vermeyen bireylerin öğün örüntülerinin önerilen şekilde değişmemesi halinde bu bireylerde fiziksel, ruhsal ve sağlık açısından problemlerin artışı görülebilir. Bu yüzden hangi öğünlerin, toplumdaki hangi gruplar tarafından ve neden atlanıldığının bilinmesi ve öğün atlama sorununun çözülmesi için toplumsal çalışmaların yapılması gerekir.
- Türkiye’nin fiziksel ve zihinsel anlamda lokomotifi olan Y ve Z kuşakları geç yatmaktan dolayı işe/okula geç kalma, neden imgesine verdikleri önemden dolayı zayıflama isteği gibi düzensiz, plansız yaşama ve yanlış yeme-içme alışkanlıklarından dolayı kahvaltı öğününü atlamaktadırlar. Y ve Z kuşaklarının özellikle kahvaltı öğününü aksatmaması gerektiği önem taşımaktadır. Bu nedenle Y ve Z kuşaklarına beslenme eğitimleri verilerek yanlış yeme-içme alışkanlıklarının değişimi sağlanmalı ve sağlıklı beslenme konusunda bilinçlendirilmelidir. Kahvaltıya mutlaka zaman ayırmaları, gerekirse erken uyanmaları, besin değeri yüksek pratik yiyecekler hazırlayarak yolda veya işte mutlaka yemeleri sağlanmalıdır. Yine iş ortamında iyi bir iş planı yaparak herkesin yemeğe çıkması sağlanmalıdır. Yemeğe çıkamayanlar için kumanya tarzı yiyeceklerin bireylerin çalıştıkları bölümlere dağıtılması sağlanabilir.
- Yiyecek-içecek işletmesi seçiminde sadece Baby Boomer kuşağı yöresel restoranlar ile esnaf lokantaları tercih etmektedir. Özellikle Y ve Z kuşakları daha çok kafe ile fast food tarzı işletmeleri tercih etmektedir. Fast food işletmelerinde satılan yiyeceklerin sağlık açısından uygun olmadığı yapılan birçok çalışmada desteklenmiştir. Ayrıca yöresel restoran ve esnaf lokantalarında satılan yiyeceklerin zamanla talep edilmemesi kültürel değerlerden olan yöresel yemeklerin unutulmasına ve esnaf lokantalarının kapanmasına neden olabilir. Bu yüzden genç kuşakların yöresel değerlerine sahip çıkmaları için yiyecek tüketim tarzlarının fast food akımından slow food akımına yönlendirilmesi mutfak kültürlerinin gelecek kuşaklara aktarılması için daha etkili olacaktır.
- Yaklaşık olarak tüm kuşaklarda balık tüketimi çok az seviyelerdedir. Özellikle bireylerin sağlıklı beslenme amacıyla balık tüketimine teşvik edilmesi için bu konuya odaklı çalışmaların yapılması faydalı olacaktır.

- Çocukluk ve ergenlik gelişim döneminde yer alan Z kuşağının gazlı içecek tüketimi diğer kuşaklardan daha fazladır. Ailelerin gazlı içeceklerin sağlık açısından olumsuz etkilerini göz önünde bulundurarak evde tüketim için içecek satın alırken daha sağlıklı içecekler satın almaları ve tüketime teşvik etmeleri bu dönemdeki çocuk ve ergenlerin daha doğru yeme-içme alışkanlıkları kazanmalarına katkı sağlayacaktır.
- Türkiye'deki bireylerin yiyecek seçimlerinde en önem verdikleri faktörler yiyeceklerin duyuşsal anlamda bireye cazip gelmesi, kolay hazırlanabilir olması ve yiyecekleri tükettiklerinde kendilerini rahat ve mutlu hissetmelerini sağlamalarıdır. Bu konuda özellikle üreticilerin bu hususları dikkate alarak ürünlerini üretmeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin de menülerini yenilemeleri önerilebilir. Ancak bu hususlara göre revizyon işlemi veya üretim yapılırken doğru ve sağlıklı tüketim konusunda mutlaka tüketicileri bilgilendirmeleri gerekir. Özellikle tüketicilerin ruh haline iyi geldiği düşünölen yiyecekler tüketiciye aşırı sunulursa fazla tüketimden dolayı sağlık ile ilgili problemler ile karşılaşılabilir. Bu yüzden en baştaki üreticiden yiyeceği nihai tüketiciye sunan veya satan işletmeye kadar bütün zincirin tüketici lehine davranış ve tutum içerisinde olması gerekmektedir.
- Kuşaklar açısından her ne kadar Baby Boomer ve X kuşakları yiyecek seçiminde faktörlere önem verme düzeyleri Y ve Z kuşaklarına göre yüksek oranda olsa da bu durumun avantajları olduğu kadar dezavantajları da bulunmaktadır. Çünkü yiyecek seçiminde aşırı seçici olmak da yiyecek tüketimi ile ilgili psikolojik rahatsızlıklara sebebiyet verebilir. Bu yüzden özellikle Türkiye'de tüketicilerin besin tüketimi konusunda doğru ve bilinçli yönlendirme görevinden sorumlu olan kamu kurum ve kuruluşların çalışmada kuşaklar ile ilgili çıkan sonuçları dikkate almaları önerilir. Bu sayede kuşaklara göre beslenme eğitim programları hazırlanarak kuşakların ihtiyaçlarına göre doğru ve bilinçli besin seçimi ve tüketimi konusunda etkili politika yürütölebilir.
- Kuşaklar içerisinde en eğitilmiş olduğu ifade edilen X kuşağı etiksel kaygılardan dolayı yiyecek seçiminde ürünlerin çevre dostu ambalajlanmış olmasına dikkat etmektedir. Özellikle diğer kuşaklarda da çevre bilinci oluşturmak için bu konuda bilinçlendirme çalışmaları yapılarak bu konuda daha olumlu tutum ve davranış sergilemeleri sağlanabilir.

- Turizm açısından özellikle yiyecek-içecek işletmeleri, çalışmadan elde edilen kuşakların yeme-içme örüntülerini dikkate alarak kuşakların örüntülerine göre konsept oluşturabilir veya kuşakların öğün tüketme durumları, tercih ettikleri yiyecekler, içecekler ve pişirme yöntemlerine göre lokal ürünlerle ve global yöntemlerle yeni ürünler tasarlayabilir ve menü dizaynında bulunabilirler.
- Bununla birlikte bu araştırma sadece Türkiye’de 26 şehirde yaşayan bireylerle sınırlı kalmıştır. Bu nedenle daha sonra yapılacak olan çalışmaların Türkiye’nin tüm illerinde daha fazla örneklem grubuyla ve farklı değişkenlerle yapılmasında yarar görülmektedir.





## KAYNAKÇA

- Abdi, H. (2002). "What Can Cognitive Psychology and Sensory Evaluation Learn From Each Other?". *Food Quality And Preference*, 13(1), 445-451.
- Acılıoğlu, İ. (2015). *İş'te Y Kuşağı*. Ankara: Elma Yayınevi, 28-30.
- Açıkgöz, S. (2006). *Üniversite Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları ile Öz Yetkinlik ve İyimserlik İlişkisi: Ankara Üniversitesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., ve Eksili, N. (2014). "Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar". *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 165-182.
- Ağlargöz, F. (2017). "Kuşaklararası Sosyal Medya". Hatice Hicret Özkoç ve Funda Bayrakdaroğlu (Editörler). *Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aka, B. (2017). *Kamu ve Özel Sektörde Çalışan Yöneticilerin Kuşak Farklılıkları ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir İlinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Akbay, C., Meral, Y., Yılmaz, H. İ., ve Gözek, S. (2013). "Türkiye'de Ailelerin Su Ürünleri Tüketiminin Ekonomik Analizi". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(3), 1-7.
- Akçay, Y., ve Vatansever, Ö. (2013). "Kırmızı Et Tüketimi Üzerine Bir Araştırma: Kocaeli İli Kentsel Alan Örneği". *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 43-60.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ., ve Balcı, O. (2013). "Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması". *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11-42.
- Akgün, Ö. (2008). *Modern Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Konya İlinde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aktaş, A., ve Özdemir, B. (2005). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alacatlı, E. (2013). *Üniversite Öğrencilerinin Zaman Perspektifleri ile Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aldridge, V., Dovey, T. M., and Halford, J. C. (2009). "The Role of Familiarity in Dietary Development". *Developmental Review*, 29(1), 32-44.

- Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart, Winston.
- Alsaffar A. A. (2015). "Diğer Yöntemler ve Yeni Pişirme Yöntemleri", E. Tozkoparan (Editör). *Pişirme Yöntemleri*. Birinci Baskı. İstanbul, Beta Yayıncılık, 100.
- Altıntaş, M., ve Özgen, U. (2017). "Kişilik Yapısının Yeme Biçimleri Üzerindeki Etkisi". *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1796-1810
- Altuntuğ, N. (2012). "Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili". *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 4(1), 203-212.
- Alwin, D. F., McCammon, R. J. (2007). "Rethinking Generations". *Research in Human Development*, 4(4), 219-370.
- Anderson, J. P. (1985). *In Mulr's Textbook of Pathology*. London: English Language Book Society.
- Andrieş, A. M. (2011). "Positive and Negative Emotions Within the Organizational Context". *Global Journal of Human Social Science*, 11(9), 26-39.
- Arık-Çolakoğlu, F., İşmen, A., Özen, Özcan., Çakır, F., Yığın, Ç., ve Ormancı, H., B. (2006). "Çanakkale İlindeki Su Ürünleri Tüketim Davranışlarının Değerlendirilmesi". *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 1(3), 387-392.
- Arlı, M., ve Nazik, M. H. (2003). *Bilimsel Araştırmaya Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi, 77-78.
- Arpacı, S. (2012). *Kişilik ve İş Edimi Arasındaki İlişki: Kuşadası'nda Faaliyet Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Arslan, E. (2017). *Otel İşletmelerinde Çalışanların Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerine Etkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri, Ankara.
- Arslan, M., ve Bayçu, S. (2012). *Mağaza Atmosferi (Elektronik Sürüm)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Arslan, P., Karaağaoğlu, N., Duyar, İ., ve Güleç, E. (1993). "Yüksek Öğrenim Gençlerinin Beslenme Alışkanlıklarının Puanlandırma Yöntemi ile Değerlendirilmesi". *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 22(2), 195-208.
- Aşık, N. A. (2019). "X ve Z Kuşağı Tüketicilerin Yiyecek Tercihlerini Etkileyen Faktörler". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2599-2611.
- Ata, A., Vural, A., ve Keskin, F. (2014). "Beden Algısı ve Obezite". *Ankara Medical Journal*, 14(3), 74-84.
- Atabay, G., Penbek, Ş., Zaptçioğlu, D., ve Uçel, E. B. (2013). "Clash Generations at Workplace: What Does Business Ethics Mean to Different Generations in Turkey?". *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(9), 532-538.

- Auvray, M., and Spence, C. (2008). "Multisensory Perception of Flavor". *Consciousness and Cognition*, 17(3), 1016-1031.
- Aydemir, M., ve Dinç, M. S. (2015, 14-16 Mayıs). *İş ve Yaşam Dengesi Arayışında Kuşak Farklılıklarının ve Kuşakların İş Değerlerinin Etkisi Üzerine Bir Model Çalışması*. 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Kitabı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muğla.
- Aydemir, M., ve Şentürk, E. E. (2016). "Yeni Medyalar ve Mesleki Eğitimin Geleceği". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 656- 663.
- Aydın, G. Ç., ve Başol, O. (2014) "X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?". *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(4), 1-15.
- Aydın, K. (2011). "Türkiye'de Hane halkı Gıda Harcamaları ve Sosyo Ekonomik Faktörler". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 56-76.
- Ayhün, S. E. (2013). "Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları". *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 2(1). 93-112.
- Babacan, G. A., Çevik, N., Hataf, H. S., Biçen, Ş., Keskin, G., ve Tuna M. A. (2011). "Gebelikte Benlik Saygısı ve Beden İmajı ile İlişkili Özellikler". *The Anatolian Journal of Clinical Investigation*, 5(1), 7-14.
- Babicz-Zielińska, E. (2006). "Role of Psychological Factors in Food Choice- A Review". *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 56(4), 379-384.
- Babicz-Zielińska, E., Rybowska, R., and Zabrocki, R. (2006). "Relation Between Emotions and Food Preferences". *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 15(56), 163-165.
- Bakırcıoğlu, R. (2012). *Ansiklopedik Eğitim ve Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Bal, H. (2001). *Bilimsel Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, 87.
- Balcı, A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Pegem Yayıncılık, 142-144.
- Baltacı, G., Ersoy, G., Karaağaoğlu, N., ve Derman, O. (2006). *Ergenlerde Sağlıklı Beslenme, Hareketli Yaşam*. Ankara: Sinem Matbaacılık.
- Başgöze, P., ve Bayar, N. A. (2015). "Eko Otellerden Hizmet Satın Alımında Kuşaklar Arası Farklılaşmalar Üzerine Bir Çalışma". *Sosyoekonomi*, 23(24), 118-130.
- Başoğlu, S., Besler, T., Ciğerim, N., Ersoy, G., Karaağaoğlu, N., Pekcan, G., ve Yücecan, S. (1992). "Ailelerin Sosyoekonomik ve Gelir Düzeylerine Bağıntılı Olarak Besin Harcama Payları". *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 21(1), 83-100
- Batman, O., Sarıışık, M., ve Candidate, A. G. (2015). "Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarına Dair Kısıtlar Nelerdir? Yükseköğrenim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma". *International Conference on Eurasian Economies, SESSION 4B: Tarım Ekonomisi*, 257-265.

- Batu, A. (2019). "Moleküler Gastronomi: Gıda Üretiminde Yeni Devrim". Aydın Gastronomy, 3(1), 1-8.
- Baymur, F. (1994). *Genel Psikoloji*. Ankara: İnkılap Kitabevi.
- Bayrak, A. (2006). *Gıda Aromaları*. Ankara: Gıda Teknolojisi Derneği Yayın No: 32. Baran Ofset.
- Baysal, A. (1996). "Sağlıklı Beslenme ve Akdeniz Diyeti". *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1), 21-29.
- Baysal, A. (2011). *Beslenme*. Ankara: Hatiboğlu Basım ve Yayımları, 24-25.
- Bazzani, C., Vincenzina, C., Nayga Jr, R. M., and Canavari, M. (2015). "Local vs. Organic: Does Consumer Personality Matter?". *Agricultural and Applied Economics Association*, (No. 713-2016-48585).
- Becerikli, S. Y. (2013). "Kuşaklararası İletişim Farklılığı: Bilim Teknoloji ve Yenilik Haberleri Üzerinden Bir Odak Grup Çalışması". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(1), 5-18.
- Becker, A. B., Matt, L., and Katherine K. C. (2008). "Taking on Childhood Obesity in a Big City: Consortium to Lower Obesity in Chicago Children (CLOCC)". *Progress in Pediatric Cardiology*, 24(1), 199-206.
- Bektaş, D. Y. (2016). "Ergenlerde Beden İmgesi Üzerine Bir Çalışma". *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(22), 67.
- Bellisle, F. (2003). "Why Should We Study Human Food Intake Behavior?". *Nutrition Metabolism Cardiovascular Disease*, 13(4), 189-193.
- Bennion, M., and Scheule, B. (2004). *Introductory Food*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 147-148.
- Berezina, K., Bilgihan, A., Çobanoğlu C. and Okumuş, F. (2016). Understanding Satisfied and Dissatisfied Hotel Customers: Text Mining of Online Hotel Reviews. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 25(1), 1-24.
- Berksoy, D. (2011). *İzmir ve Ankara İllerinde Yaşayan Kadınların Fiziksel Aktivite Düzeylerini ve Beslenme Alışkanlıklarını Etkileyen Faktörlerin Karşılaştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Berkup, S. B. (2015). *Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Beşirli, H. (2010). "Yemek, Kültür ve Kimlik". *Milli Folklor Dergisi*, 22(87), 159-169.
- Bezirci, S.Ş. (2012). *Farklı Kuşaklardaki Hemşirelerin Meslekten ve İşten Ayrılma Niyetleri ile İş Doyumlarının İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.



- Birkenhead, K., and Slater, G. (2015). "A Review of Factors Influencing Athletes' Food Choices". *Sports Medicine*, 45(11), 1511-1522.
- Blank, F. (2003). *Gastronomy. Encyclopedia of Food and Culture 2* (Ed. Solomon H.K.), New York: Charles Scribner's Son.
- Bolat, T. (2008). *Dönüşümcü Liderlik Personeli Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık İlişkisi*. Ankara: Detay Yayıncılık, 87-96.
- Boynton-Jarrett, R., Thomas, T. N., Peterson, K. E., Wiecha, J., Sobol, A. M., and Gortmaker, S. L. (2003). "Impact of Television Viewing Patterns on Fruit and Vegetable Consumption Among Adolescents". *Pediatrics*, 112(6), 1321-1326.
- Brown, A. (2000). *Understanding Food*. Belmont: Wadsworth Thomson Learning, 324.
- Brummett, B., Siegler, I., Day, R., and Costa, P. (2008). "Personality as a Predictor of Dietary Quality in Spouses During Midlife". *Behavioral Medicine*, 34(1), 5-10.
- Brunner, T. A., Van der Horst, K., and Siegrist, M. (2010). Convenience Food Products: Drivers For Consumption. *Appetite*, 55(3), 498-506.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. (Çev. İnan Deniz Erguvan Sarıoğlu). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Burniat, W., Cole, J., and Lissau, I. (2002). *Child and Adolescent Obesity*. England: Cambridge University Press, 154-157.
- Büyükkoyuncu, N. (2010). *Gaziantep İl Merkezindeki İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Okul Kantininden Besin Seçimleri ve Annelerinin Besin Güvenliği Bilgi Düzeylerinin Saptanması*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (1. Baskı). Ankara: Pegem Akademi, 148-149.
- Carmines, E. G. and Zeller, R. A. (1979). *Reliability and Validity Assessment*. Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences. USA: Sage Publications, Inc, 397-399.
- Carrillo, E., Prado-Gascó, V., Fisman, S., and Varela, P. (2012). How Personality Traits and Intrinsic Personal Characteristics Influence the Consumer's Choice of Reduced-Calorie Food". *Food Research International*, 49(1), 792-797.
- Carver, L., and Candela, L. (2008). "Attaining Organizational Commitment Across Different Generations of Nurses". *Journal of Nursing Management*, 16(1), 984-991.
- Cennamo, L., and Gardner, D. (2008). "Generational Differences in Work Values, Outcomes and Person-Organization Values Fit". *Journal of Managerial Psychology*, 23(8), 291-306.
- Ceyhan, O., and Mavi, A. (1999). "Bitter Taste Thresholds in a Turkish Society". *Ecology of Food Nutrition*, 38(2), 137-144.

- Chambers, S., Lobb, A., Butler, L.T., and Traill, W.B. (2008). "The Influence of Age and Gender on Food Choice: A Focus Group Exploration". *International Journal of Consumer Studies*, 32(1), 356-365.
- Chen, P., and Choi, Y. (2008). "Generational Differences in Work Values: A Study of Hospitality Management". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(6), 595-615.
- Chess, S., Thomas, A., and Birch, H. (1968). *Temperament and Behavior Disorders in Children*. Newyork: Newyork University Press.
- Chettri, P., Hossain, M. I., and Broom, A. (2014). "Examining the Generatioanl Differences in Consumption Patterns in South East Queensland". *City, Culture and Society*, 5(1), 1-9.
- Chomitz, V. R., Cheung., L. W., and Lieberman, E. (1995). "The Role of Lifestyle in Preventing Low Birth Weight". *The Future of Children*, 12(1), 121-138.
- Cloninger, C. R., and Svrakic, D. M. (2005). "Personality Disorders". *Comprehensive Textbook of Psychiatry* Volume II. (8th ed.). Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins, 2063-2104.
- Cloninger, C. R., Svrakic, D. M., and Przybeck, T. R. (1993). "A Psychobiological Model of Temperament and Character". *Archives of General Psychiatry*, 50(12), 975-990.
- Clydesdale, F. M. (1993). "Color As A Factor In Food Choice". *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 33(1), 83-101.
- Connors, M. M., Bisogni, C. A., Sobal, J., and Devine, C. (2001). "Managing Values in Personal Food Systems". *Appetite*, 36(1), 189-200.
- Costa, P. T., and McCrae, R. R. (1992). "Four Ways Five Factors Are Basic". *Personality and Individual Differences*, 13(6), 653-665.
- Cömert, M., ve Özkaya, F. D. (2014). "Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Crumpacker, M., and Crumpacker, J. M. (2007). "Succession Planning and Generational Steretypes: Should HR Consider Age-Based Values and Attitudes a Relevant Factor or a Passing Fad?". *Public Personnel Management*, 36(4), 349-1369.
- Çakmak, F. (2013). *Kohort Analizi ile Türkiye'deki İstihdamın Kuşaklara Göre İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Çalışkan, O. (2013). "Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik". *Journal of Tourism and Gasteronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çamsarı, U. M. (2013). "Z Kuşağı Çocukları". *Genç Haber Dergisi*, 1(1), 26-28.

- Çavuşoğlu, M. (2011). “Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma”. *Uluslararası IV. Ulusal Eğridir Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi, 527-538.
- Çelik, F. (2006). “Çay (*Camellia sinensis*); İçeriği, Sağlık Üzerindeki Koruyucu Etkisi ve Önerilen Tüketimi”. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 642-648.
- Çetin, A. (2006). “Memlûk Devletinde Yemek Kültürüne Genel Bir Bakış”. *Milli Folklor Dergisi*, 18 (72), 125-129.
- Çetin, N. G., ve Beceren, E. (2007). “Lider Kişilik: Gandhi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 111-132.
- Çınar, H. (2011). “Eğitimde İnternet Kullanımı ve İnternet Etiği: Büro Yönetimi ve Sekreterlik Programı Öğrencileri Üzerinde Beş Faktör Kişilik Modeli Bir Araştırma”. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 3(6), 67-82.
- Çiftçi, H. (2009). *Obezitede Tıbbi Beslenme Tedavisinde Öğün Sayısının Ağırlık Kaybı Vücut Kompozisyonu ve Bazı Biyokimyasal Bulgulara Etkisi. Yüksek Lisans Tezi*. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ev Diyetetik ABD, Ankara.
- Çolakoğlu, B. E. (2006). *Yaşlı Tüketicilerin Satın Alma Karar Süreçlerinde Televizyon Reklamlarının Etkisi*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Dal, V. (2009). *Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algılamalarının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Daloğlu, E. S. (2013). *Çalışma Algısı Üzerine Kuşaklararası Bir Analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Danışman, A. Ş., ve Gündüz, Ş. (2018). “X ve Y Kuşaklarının Dışarıdan Kahvaltı Satın Alma Davranış Farklılıkları”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel sayı), 707-728.
- Davis, E. (2016). *Work Value Priority of Millennial Student*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eastern Michigan University, Michigan.
- De Pelsmacker, P., Driesen, L., and Rayp, G. (2005). “Do Consumers Care About Ethics? Willingness to Pay for Fair-Trade Coffee”. *Journal of Consumer Affairs*, 39(1), 363-385.
- Delwiche, J. F. (2004). “The Impact of Perceptual Interaction on Perceived Flavor”. *Food Quality and Preference*, 15(1), 137-146.
- Delwiche, J. F. (2007). “Attributes Believed to Impact Flavor: An Opinion Survey”. *Journal of Sensory Studies*, 18(4), 347-352.

- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E., ve Atan, Ö. (2015). "Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 186-204.
- Derin, D. Ö., Keskin, S., ve Çelikörs, D. (2015). "Konya İl Merkezinde Çalışan Bazı Kamu Memurlarının Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma". *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(3), 421-439.
- Desor, J. A., and Beauchamp, G. K. (1987). "Longitudinal Changes in Sweet Preferences in Humans". *Physiology and Behavior*, 39(5), 639-642.
- Devault, M. (1991). *Feeding The Family*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Develioğlu, K., ve Tekin, Ö. A. (2013). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Yabancılaşma Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Uygulama". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 15-30.
- Devine, C. M., Connors, M., Bisogni, C., and Sobal J. (1998). "Life Course Influences On Fruit And Vegetable Trajectories: Qualitative Analysis Of Food Choices". *Journal of Nutrition Education*, 30(1), 361-370.
- Devine, C. M., Sobal, J., Bisogni, C. A., and Connors, M. (1999). "Food Choices in Three Ethnic Groups: Interactions of Ideals, Identities, and Roles". *Journal of Nutrition Education*, 31(2), 86-93.
- Devran, B. S. (2018). *Lise Öğrenciler ve Ebeveynlerine Verilen Beslenme Eğitiminin Beslenme Bilgi ve Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi*. Doktora Tezi, Başken Üniversitesi Sağlık Bilimleri Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Ankara.
- Dickson-Spillmann, M., Siegrist, M., and Keller, C. (2011). "Attitudes Toward Chemicals Are Associated with Preference for Natural Food". *Food Quality and Preference*, 22(1), 149-156.
- Dikmen, D., İnan-Eroğlu, E., Göktaş, Z., Barut-Uyar, B., and Karabulut E. (2016). "Validation of a Turkish Version of the Food Choice Questionnaire". *Food Quality And Preference*, 52(1), 81-86.
- Doğan, T. (2013). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- Dowd, K., and Burke, K. (2013). "The Influence of Ethical Values and Food Choice Motivations on Intentions to Purchase Sustainably Sourced Foods". *Appetite*, 69(1), 137-144.
- Downing, K. (2006). "Next Generation: What Leaders Need to Know About the Millennials". *Leadership in Action*, 26(3), 3-6.
- Dölekoğlu, C. Ö., ve Yurdakul, O. (2004). "Adana İlinde Hane Halkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi". *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 62-86.

- Drewnowski, A., and Darmon, N. (2005). "Food Choices and Diet Costs: An Economic Analysis". *The Journal Of Nutrition*, 135(1), 900-904.
- Drewnowski, A., and Rock, C. L. (2006). "The Influence of Genetic Taste Markers on Food Acceptance". *Physiology and Behavior*, 88(1-2), 61-66.
- Durmaz, Y. (2008). *Tüketici Davranışı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eagly, A. H., and Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Dördüncü Basım, TX: Harcourt Brance Javanovich.
- Eertmans, A., Victoir, A., Vansant, G., and Van Den Bergh O. (2005). "Foodrelated Personality Traits, Food Choice Motives and Food İntake: Mediator and Moderator Relationships". *Food Quality and Preference*, 16(1), 714-726.
- Ekşili, N., Ünal, Z., ve Batur, H. Z. (2014). "İş Yaşamında X Kuşağı Yöneticilerin Algılama Farklılıklarından Kaynaklanan Performans Değerlemeleri Üzerine Bir Araştırma". International Conference in Economics. Praque, Czech Republic.
- Elder, G. H. (1985). *Life Course Dynamics: Trajectories and Transitions 1968–1980*. Ithaca: Cornell University Press.
- Elliot, S., and Choi, H. C. (2011). "Motivational Considerations of the New Generations of Cruising". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 41-47.
- Elmacioğlu, F. (1996). "Hızlı Hazır Yemek Sisteminde Önceliklerin Belirlenmesi". *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1), 30-34.
- Engizek, N., ve Şeker kaya, A. (2016). "X ve Y Kuşağı Kadınlarının Karar Verme Tarzları Bakımından İncelenmesi". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(36), 242-271.
- Eraslan, N. (2012). *Piştirme Yöntemleri*. 1. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erden, S. (2012). *Kültürel Değişimlerin Örgütlerde Kuşaklararası Çatışmalarda Etkisinin İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi Araştırma Tasarımlar Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler*. (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları, 141.
- Eroğlu, F. (2015). *Davranış Bilimleri*. 14. Basım, İstanbul: Beta Basım A.Ş., 217-241.
- Eyerman, R., and Turner, B. S. (1998). "Outline of a Theory of Generations". *European Journal of Social Theory*, 1(1), 91-106.
- Falk, L. W., Bisogni, C. A., and Sobal, J. (1996). "Food Choice Processes of Older Adults: A Qualitative Investigation". *Journal of Nutrition Education*, 28(5), 257-265.
- Favora, A., and Santonastaso, P. (1995). "Effects of Parents Psychological Characteristics and Eating Behaviour on Childhood Obesity and Dietary Compliance". *Journal Psychosomatic Research*, 39(1), 145-51.

- Fındık, E. (2013). *Y Kuşağında Mobbing Algısı Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fitzgerald, A., Heary, C., Nixon, E., and Kelly, C. (2010). "Factors Influencing the Food Choices of Irish Children and Adolescents: A Qualitative Investigation". *Health Promotion International*, 25(3), 289-298.
- Flaskerud, J. H. (2015). "Mood and Food". *Mental Health Nursing*, 36(4), 307-310.
- Fotopoulos, C., Krystallis, A., Vassallo, M., and Pagiaslis, A. (2009). "Food Choice Questionnaire (FCQ) Revisited. Suggestions for the Development of an Enhanced General Food Motivation Model". *Appetite*, 52(1), 199-208.
- French, S., Jeffery, R., Story, M., Breitlow, K., Baxter, J., Hannan, P., and Snyder M. (2001). "Pricing and Promotion Effects on Low-Fat Vending Snack Purchases: The Chips Study". *American Journal of Public Health*, 91(1), 112-117.
- Fresquez, D. (2013). *A Taste of Molecules- In Search of the Secrets of Flavor*. New York, USA: The Feminist Press.
- Friedman H. S., and Martin L. R. (2011). *The Longevity Project: Surprising Discoveries for Health and Long Life from the Landmark Eight-Decade Study*. New York: Hudson Street Press.
- Friedman, H. S., Tucker, J. S., Tomlinson-Keasey, C., Schwartz, J. E., Wingard, D. L., and Criqui, M. H. (1993). "Does Childhood Personality Predict Longevity?". *Journal of Personality and Social Psychology*, 65: 176-185.
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J., and Falk, L. W. (1996). "Food Choice: A Conceptual Model of the Process". *Appetite*, 26(3), 247-266.
- Furst, T., Connors, M., Sobal, J., Bisogni, C., and Falk, L. W. (2000). "Food Classifications: Levels and Categories". *Ecology of Food and Nutrition*, 39(5), 331-355.
- Gardner, M., Wansink, B., Kim, J., and Park, S. B. (2014). "Better Moods For Better Eating; How Mood Influences Food Choice". *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 320-335.
- George, D., ve Mallery, P. (2003). *SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide and Reference*. Boston, MA: Allyn and Bacon, 378-379.
- Gibson, E. L. (2006). "Emotional Influences on Food Choice: Sensory, Physiological and Psychological Pathways". *Physiology and Behavior*, 89(1), 53-61.
- Gindi, A. A., Abdullah, A. M., Ismail, M. M. and Nawi, N. M. (2016). "Shopping Drivers Of Generational Cohorts: A Comparison Between Night Market and Wet Market Formats for Fresh Fruit and Vegetable Purchase in Malaysia". *Australasian Marketing Journal*, 24(1), 1-6.

- Girgin, B. (2007). *Beş Faktör Kişilik Modelinin İş Yerinde Duygusal Tacize Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı, Kütahya.
- Girgin, G., ve Karakaş, B. (2017). “Türklerin Gıda Tercihlerinde Etkili Olan Motivasyonların Belirlenmesi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 425-448.
- Gisslen, W. (2011). *Professional Cooking (7th Edition)*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Goldberg, L. R. (1990). “An Alternative Description of Personality: The Big-Five Factor Structure”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216-1229.
- Goldberg, L. R., and Strycker, L. A. (2002). “Personality Traits and Eating Habits: The Assessment of Food Preferences in a Large Community Sample”. *Personality and Individual Differences*, 3(1), 49-65.
- Gökdemir, A. (2012). *Pişirme Yöntemleri ve Teknikleri I-II*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Guichard, E., and Salles, C. (2016). “Retention and Release of Taste and Aroma Compounds From The Food Matrix During Mastication and Ingestion”. In P. Etievant, E. Guichard, C. Salles, and A. Voilley (Eds.), *Flavor From Food to Behaviors, Wellbeing and Health*, Duxford, UK: Woodhead Publishing, Elsevier, 3-22.
- Güldemir, O., Haklı, G., ve Işık, N. (2018). “Türk Mutfağı’nda Kahvaltıda Tüketilen Çorbalar ve İllere Göre Dağılımı”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 56-66.
- Güleç, M., Yabancı, N., Göçgeldi, E., ve Bakır, B. (2008). “Ankara’da İki Kız Öğrenci Yurdunda Kalan Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları”. *Gülhane Tıp Dergisi*, 50(11), 102-109.
- Gülgöz, S. (2002). “Five-Factor Model and The NEO PI-R in Turkey”. *The Five Factor Model of Personality Across Cultures*. (Ed. R. R. McCrae and J. Allik). New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers, 167-188.
- Gültaş, İ., ve Tüzüner, V. L. (2017). “Verimlilik Karşıtı İş Davranışlarının Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Bilişsel Yetenek ile İlişkisi”. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(1), 47-61.
- Gümüş, Ö. D. (2009). *Kültür, Değerler, Kişilik ve Siyasal İdeoloji Arasındaki İlişkiler: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma (Türkiye-ABD)*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güney, S. (2015). *Liderlik*. Ankara: Nobel Yayıncılık, 120-168.
- Günlü, Z. (2010). *Okul Çağı Çocuklarının Besin Seçimi ve Beslenme Davranışları Üzerinde Reklamların Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Gürman, Ü. (2004). *Yemek Pişirme Teknikleri ve Uygulaması 2 (1. Baskı)*. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- Gürsoy, D., Chi, C. G., and Karadağ, E. (2013) "Generational Differences in Work Values and Attitudes Among Frontline and Service Contact Employees". *International Journal of Hospitality Management*, 32, 40-48.
- Gürsoy, D., Maier, A. T., and Chi, G. C. (2008). "Generational Differences: An Examination of Work Values and Generational Gaps in the Hospitality Workforce". *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 448-458.
- Hebden, L., Chan, H. N., Louie, J. C., Rangan, A., and Allman-Farinelli, M. (2015). "You Are What You Choose to Eat: Factors Influencing Young Adults Food Selection Behaviour". *Journal of Human Nutrition And Dietetics*, 28(4), 401-408.
- Herman, R. H., and Hagler, L. (1979). "Food Intolerance in Humans". *Western Journal of Medicine*, 130(1), 95-116.
- Higgs, S., and Thomas, J. (2016). "Social Influences on Eating". *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 9(1), 1-6.
- Honkanen, P., and Frewer, L. (2009). "Russian Consumers Motives for Food Choice". *Appetite*, 52(2), 363-371.
- Honkanen, P., Olsen, S. O., and Myrland, O. (2004). "Preference-Based Segmentation: A Study of Meal Preference Among Norwegian Teenagers". *Journal of Consumer Behavior*, 3(1), 235-250.
- Howard, P. J., and Howard, J. M. (1995). "The Big Five Quickstart: An Introduction to the Five - Factor Model of Personality for Human Resource Professionals". *Charlotte, NC: Center for Applied Cognitive Studies*. 5-7.
- Howe, N., and Strauss, W. (2007). "The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve". *Harvard Business Review*, 2007(1), 56-59.
- Hudson, S. (2010). "Wooing Zoomers: Marketing to the Mature Traveler". *Marketing Intelligence and Planning*, 28(4), 444-461.
- Hursti, K., and Kaisa, U. (1997). *Child Food Choice And The Family*. D.Med. Theses, Uppsala Universitet, Dissertation International Abstracts. Sweden.
- Hyde, R. J., and Feller, R. P. (1981). "Age and Sex Effects on Taste of Sucrose, Nacl, Citric Acid and Caffeine". *Neurobiology of Aging*, 2(4), 315-318.
- Ilgaz, F., Çetin, C., ve Fisunoğlu, M. (2018). "Food Choice Motives in Young Adults: Gender, Obesity And Stress-Related Differences". *Clinical Nutrition*, 37(1), 142-143.
- Insel P., Turner R. E., and Ross, D. (2003). *Discovering Nutrition*. Boston: Jones and Bartlett Publishers, 473-474.



- ISO (2019). *Standard 5492: Terms Relating to Sensory Analysis*. International Organization for Standardization.
- İşıksoluğu, M. (1991). *Beslenme*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- İşkın, M. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Sakarya.
- İnanç, B. Y., ve Yerlikaya, E. E. (2008). *Kişilik Kuramları*. 1. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayınevi, 286-288.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum, Algı, İletişim*. (5. Baskı). İstanbul: Beykent Üniversitesi.
- İnternet: “Türkiye’nin Yaratıcı Geleceği/ Y Kuşağı Raporu”. (2013). İstanbul Serbest Muhasebecilerve Mali Müşavirler Odası, Web: <http://www.istanbulsmmmmodasi.org.tr> 01 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: American Public Health Association Food and Nutrition Section (2016) *Childhood Overweight*. Web: <http://www.aphafoodandnutrition.org/overwt.html>. 11 Nisan 2017’de alınmıştır.
- İnternet: Beef & Fish, Yemek ve Sosyoloji, (2014). Lezzetin felsefesi, <http://beefandfish.com/beeffish/yemek-sosyoloji/lezzetin-felsefesi.html>, adresinden 15.04.2018 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Bilgin, D.C. (Ocak, 2010). “Evet Efendimci Yalakalar CEO’ları Kriz Körü Yaptı”, *Hürriyet Gazetesi Arşiv*. Web: [http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/13504186.asp?TB\\_iframe=true&height=650&width=850](http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/13504186.asp?TB_iframe=true&height=650&width=850) 12 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Çatalkaya, C. (2008). “Y Kuşağı ve İnsan Kaynakları”. Web:<http://www.yetenekvekariyer.com/y-kusagi-ve-insan-kaynaklari> 14 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Ekşi, A. (2018). “Gıdaların Duyusallığı”. Web: <https://www.labmedya.com/gidalarin-duyusalligi> 01 Haziran 2018’de alınmıştır.
- İnternet: FAO. (2003). “World Agriculture: An Food and Agricultural Organization Perspective”. Web: <http://www.fao.org/DOCREP/005/Y4252E/y4252e00.htm> 25.12.2019 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Güler, E. (Mart, 2011). “Y Kuşağı Hakkında Bildiklerinizi Unutun”. Web: <http://9/www.kigem.com/y-kusagi-hakkinda-bildiklerinizi-unutun.html> 08 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Kazanç, B. (2018). “Açlık Mekanizmasını Etkileyen Faktörler”. Web: <http://www.samdan.com.tr/saglik/2018/03/05/aclik-mekanizmasini-etkileyenfaktorler>, 10 Kasım 2019’da alınmıştır.

- İnternet: Köse, S. K. (2019). “Korelasyon ve Regresyon Analizi”. Web: [http://file.toraks.org.tr/TORAKSFD23NJKL4NJ4H3BG3JH/mse-ppt-pdf/Kenan\\_KOSE3.pdf](http://file.toraks.org.tr/TORAKSFD23NJKL4NJ4H3BG3JH/mse-ppt-pdf/Kenan_KOSE3.pdf) 05.01.2019’da alınmıştır.
- İnternet: McCrindle, M. (2006). “New Generation at Work: Attracting, Recruiting, Retaining and Training Generation Y”. McCrindle Research: Ebook. Web: [http://www.libraries.vic.gov.au/downloads/Public\\_Libraries\\_Unit/newgenerationsatwork.pdf](http://www.libraries.vic.gov.au/downloads/Public_Libraries_Unit/newgenerationsatwork.pdf) 10.12.2019’da alınmıştır.
- İnternet: Mengi, Z. (Haziran, 2012). “Z Kuşağı Geliyor”. Web: <http://www.zeynepmengi.com/2012/06/z-kusagi-geliyor/> 03 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Negrete, R. (2014). “Generational Flavors: Overall, Different Age Group Respond to Different Trends in Foodservice”. Web: <https://www.getflavor.com/generational-flavors/3/>. 25 Mart 2018’de alınmıştır.
- İnternet: Oxford. (2019). “Definition of Persona in English”. English Oxford Living Dictionaries, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/persona> 25 Ocak 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Peck, J. (2012). “How Does Touch Affect Consumer Behavior”. *Marketing Research*, Web: <https://bus.wisc.edu/mba/current-students/mba-specializations/marketingresearch/blog/2012/06/28/touch-affect-consumer-behavior> 15 Haziran 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Seçkin, S. B. (Ekim, 2005). “Biz Kuşağı Geliyor”. *Capital* Arşiv. Web: <http://www.capital.com.tr/makro-ekonomi/biz-kusagi-geliyor-haberdetay-3705> 05 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: T.C. Resmi Gazete (2002). “Bölgesel İstatistiklerin Toplanması, Geliştirilmesi, Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Analizlerinin Yapılması, Bölgesel Politikaların Çerçevesinin Belirlenmesi ve Avrupa Birliği Bölgesel İstatistik Sistemine Uygun Karşılaştırılabilir İstatistik Veri Tabanı Oluşturulması Amacıyla Ülke Çapında İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırmasının Tanımlanmasına İlişkin Hakkında Karar”. Yayımlandığı tarih: 22/09/2002. Sayı: 24884. Web: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/09/20020922.htm#3> 03 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Tolbize, A. (2008). “Generational Differences in The Workplace, Research and Training Center on Community Living”, Minnesota: University of Minnesota. [http://rtc.umn.edu/docs/2\\_18\\_Gen\\_diff\\_workplace.pdf](http://rtc.umn.edu/docs/2_18_Gen_diff_workplace.pdf) 03 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Tuna, B. (Ekim, 2002). “Sadakatsiz Z Kuşağı Geliyor”. *Hürriyet Pazar Gazetesi*, Web: <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=101868>. 10 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Türk İstatistik Kurumu. (2019). Web: <http://www.tuik.gov.tr> 05 Mayıs 2019’da alınmıştır.

- İnternet: WFP. (2009). “World Hunger Series: Hunger and Markets”. Web: <http://home.wfp.org/stellent/groups/public/documents/communications/wfp200279.pdf> 10 Kasım 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Wikipedia, (2019). Web: <https://en.wikipedia.org/wiki/Gastronomy> adresinden 11 Şubat 2019 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Tokabaş, E. (2012). “Kuşak Kuşak Sosyal Medya”. Web: [http://www.academia.edu/5573000/Ku%C5%9Fak\\_Ku%C5%9Fak\\_Sosyal\\_Medya](http://www.academia.edu/5573000/Ku%C5%9Fak_Ku%C5%9Fak_Sosyal_Medya) 08 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İnternet: Türk Dil Kurumu, (2018). Web: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 25 Nisan 2018’de alınmıştır.
- İnternet: Türk Dil Kurumu, (2019). Web: [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.574392bfb60c21.71132475](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.574392bfb60c21.71132475) adresinden 18 Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İşçimen, D.S. (2012). *Y Kuşağı Çalışanların İş Yaşamından Beklentilerinin Karşılama Düzeyi ile Kurumsal Bağlılık Arasındaki İlişki ve Bir Örnek Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İzmirlioğlu, K. (2008). *Konumlandırma Kuşak Analizi Yardımıyla Tüketici Algularının Tespiti: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Jackson, P., and Viehoff, V. (2016). “Reframing Convenience Food”. *Appetite*, 98(1), 1-11.
- Jackson, V., Leslie, S., and Aquia, B. (2011). “Mall Attributes and Shopping Value: Differences by Gender and Generational Cohort”. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(1), 1-9.
- Jain, V., Vatsa, R., and Jagani, K. (2014). “Exploring Generation Z’s Purchase Behavior Towards Luxury Apparel: A Conceptual Framework”. *Romanian Journal of Marketing*, 2(1), 18-29.
- James, C., and Laing, D. G. (1995). “Sensitivity of Taste in Children and Adults”. *Appetite*, 24(1), 68.
- Jang, Y. J., Kim, W. G., and Bonn, M. A. (2011). “Generation Y Consumers Selection Attributes and Behavioral Intentions Concerning Green Restaurants”. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 803-811.
- Januszewska, R., Pieniak Z., and Verbeke W. (2011). “Food Choice Questionnaire Revisited in Four Countries. Does It Still Measure The Same?”. *Appetite*, 57(1), 94-98.
- Jiang, Y., King, J. M., and Prinyawiwatkul, W. (2014). “A Review of Measurement and Relationships Between Food, Eating Behavior and Emotion”. *Trends in Food Science and Technology*, 36(1), 15-28.

- Johnston, J., Szabo, M., and Rodney, A. (2011). "Good Food, Good People: Understanding the Cultural Repertoire of Ethical Eating". *Journal Of Consumer Culture*, 11(3), 293-318.
- Joshi, A., Dencker, J. C., and Franz G. (2011). "Generations in Organizations". *Research in Organizational Behavior*, 31(1), 177-205.
- Juslin, P. N., and Laukka, P. (2004). "Expression, Perception, and Induction of Musical Emotions: A Review and A Questionnaire Study of Everyday Listening". *Journal of New Music Research*, 33(1), 217-238.
- Kabaran, S., ve Mercanlıgil, S. (2013). "Adölesan Dönem Besin Seçimlerini Hangi Faktörler Etkiliyor?". *Güncel Pediatri*, 11(1), 121-127.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2004). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. (10. Baskı). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kaminski, L. C., Henderson, S. A., and Drewnowski, A. (2000). "Young Women's Food Preferences and Taste Responsiveness to 6-N-Propylthiouracil (PROP)". *Physiology and Behavior*, 68(5), 691-697.
- Kangal-Demir, A., ve Yalçın, B. (2016). "Genç Tüketicilerin İçecek Tercihlerinin Basamaklı Yöntemi ile Belirlenmesi". *Business and Economics Research Journal*, 7(1), 139-160.
- Karadeniz, F. (2000). "Lezzet Algılama Mekanizması". *Gıda*, 25(5), 317-324.
- Karakuş, Ş. (2009). *Tat Hassasiyeti, Besin Tercihi ve Beslenme Durumu İlişkisi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Karancı, N., Dirik, G., ve Yorulmaz, O. (2007). "Eysenck Kişilik Anketi-Gözden Geçirilmiş Kısaltılmış Formu'nun (Eka-Ggk) Türkiye'de Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması". *Türk Psikiyatri Dergisi*, 18(3), 255.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (15. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 321.
- Karatay, C. E. (2011). *Karatay Diyeti*, Hayykitap, İstanbul
- Kardaş S. (2018). *Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kavitha, H., Souji, G., and Prabh, D. R. (2011). "A Study on Factors Influencing Generation Y's Food Preferences with Special Reference to Kuala Lumpur, Malaysia". *Zenith International Journal of Business Economics and Management Research*, 11(3), 455-458.
- Kayalak, S., ve Kiper, T. (2006, 25-26 Ocak). *İstatistik Bölge Birimleri Nomenklatörü'ne (NUTS) Göre Türkiye'de Bölgesel Farklılıklar*. IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumunda sunuldu, Ankara.

- Kayısoğlu, S., ve İçöz, A. (2012). “Eğitim Düzeyinin Fast-Food Tüketim Alışkanlığına Etkisi”. *Tekirdağ Ziraat Fakóltesi Dergisi*, 9(2), 16-19.
- Kearney, M., Kearney, J. M., Dunne, A., and Gibney, M. J. (2000). “Sociodemographic Determinants of Perceived Influences on Food Choice in a Nationally Representative Sample of Irish Adults”. *Public Health Nutrition*, 3(2), 219-226.
- Keleş, H. N. (2011). “Y Kuşadı alışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Keleş, H. N. (2013). “Giriřimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 23-43.
- Kessler, G. (1985). *Sosyolojiye Başlangıç*. (ev. Z. Fahri Fındıkoğlu). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakóltesi Yayın No: 155, 210-218.
- Kılıç, E., ve şanlıer, N. (2007). “Üç Kuşak Kadınının Beslenme Alışkanlıklarının Karşılaştırılması”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 31-44.
- King, S. C., and Meiselman, H. I. (2010). “Development of A Method to Measure Consumer Emotions Associated with Foods”. *Food Quality and Preference*, 21(1), 168-177.
- Koç, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri Global ve Yerel Yaklaşım*. (7.Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kolka, M., and Abayomi, J. (2012), “Body İmage Dissatisfaction Among Food-Related Degree Students”. *Nutrition and Food Science*, 42(3), 139-147.
- Konyar, H. (2017). “Etik Gıda Tüketiminde Yaşa Bağlı Olarak Ortaya ıkan Beğeni Tercihleri: İstanbul’da Etnografik Alan alışması”. *Senex: Yaşlılık alışmaları Dergisi*, 1(1), 33-47.
- Korkmaz, N. H. (2010). “Uludađ Üniversitesi Öğrencilerinin Spor Yapma ve Beslenme Alışkanlıklarının Belirlenmesi”. *Uludađ Üniversitesi Eğitim Fakóltesi Dergisi*, 23(2), 399-413).
- Köseoğlu, Ö. (2002). *Değişim Fenomeni Karşısında Markalaşma Süreci ve Bu Süreçte Halkla İlişkilerin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Köster, E. P., and Mojet, J. (2015). “From Mood to Food and From Food to Mood: A Psychological Perspective on the Measurement of Food-Related Emotions in Consumer Research”. *Food Research International*, 76(Special Issue), 180-191.
- Kraus, M. W., and Keltner D. (2013). “Social Class Rank, Essentialism, and Punitive Judgement”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(1), 1-15.
- Krishna, A. (2011). “An İntegrative Review of Sensory Marketing: Engaging the Senses to Affect Perception, Judgment and Behavior”. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 332-351.

- Krishnaa, K. R., and Jayaraj, G. (2017). "Effect of Age on Taste Perception: A Survey". *International Journal of Orofacial Biology*, 1(1), 35-38.
- Kruger, M., and Saayman, M. (2015). "Consumer Preferences of Generation Y: Evidence from Live Music Tourism Event Performances in South Africa". *Journal of Vacation Marketing*, 21(4), 366-382.
- Kumar Verma, D., and Srivastav, P. P. (2019). "Introduction to Rice Aroma, Flavor, and Fragrance". In D. Kumar Verma, and P. P. Srivastav (Eds.), *Science and Technology of Aroma, Flavour, and Fragrance in Rice*. Waretown, USA: Apple Academic Press Inc, 4-27.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). "Multigenerational Employess: Strategies for Effective Management". *The Health Care Manager*, 19(1), 65-76.
- Kuyucu, M. (2014). "Y Kuşığı ve Facebook: Y Kuşığının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 55-83.
- Kuyucu, M. (2017). "Y Kuşığı ve Teknoloji: Y Kuşığının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.
- Küçükkömürler, S., ve Birer, S. (1987). "Gelir Düzeyinin ve Fiyatlardaki Değişimin Yiyecek Satın Alımına Etkisi". *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 16(2), 221-232.
- Küçükkömürler, S., ve Kurt, N. (2018). "Adölesanlarda Kafein Tüketimi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6, 111-124.
- Kyles, D. (2005). "Managing Your Multigenerational Workforce". *Strategic Finance*, 87(6), 52-55.
- Lagrée, J. C. (1991). *Generations*. Paris: Les Annales de Vauccresson, 26-28.
- Laing, D. G., and Jinks, A. (1996). "Flavour Perception Mechanisms". *Trends in Food Science and Technology*, 7(Special Issue on Flavour Perception), 387-389.
- Larson, N. I., Story, M., Wall, M., and Neumark-Sztainer, D. (2006). "Calcium and Dairy Intakes of Adolescents Are Associated with Their Home Environment, Taste Preferences, Personal Health Beliefs and Meal Patterns". *Journal of The American Dietetic Association*, 106(11), 1816-1824.
- Latif, H., ve Salih, S. (2014). "Türkiye'de 2000 Kuşığı ve 2000 Kuşığının İş ve Çalışma Anlayışı". *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 132-163.
- Lau, D., Kronl, M., and Coleman, P. (1984). "Psychological Factors Affecting Food Selection", In: Galler J.R. (eds) *Nutrition and Behavior*. Springer, Boston, MA. 397-415.
- Lawrence, W., and Barker, M. (2009). "A Review of Factors Affecting the Food Choices of Disadvantaged Women". *The Proceedings of the Nutrition Society*, 68(2), 189-194.

- Leask, A., Fyall, A., and Barron, P. (2014). "Generation Y: An Agenda for Future Visitor Attraction Research". *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 462-471.
- Leavitt, R. (2014). *Generatioanl Differences in Work Motivation of Healthcare Workers*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Nebraska University, Nebraska.
- Lehto, X. Y., Jang, S., Achana, F. T., and O'leary, J. T. (2006). "Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparision of Baby Boomers and the Silent Generation". *Journal of Vacation Marketing*, 14(3), 237-252.
- Li, X., Li, X. R., and Hudson, S. (2013). "The Application of Generational Theory to Tourism Consumer Behavior: An American Perspective". *Tourism Management*, 37(1), 147-164.
- Limnili, G. (2010). *Balçova Bölgesi 15-17 Yaş Arası Lise Öğrencilerinde Obezite Sıklığı ve Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarının Obeziteyle İlişkisi*. Uzmanlık Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Lindsay, R. C. (1996). *Flavors*. Food Chemistry. New York, USA: Marcel Dekker Inc, 723-766.
- Lindstrom, M. (2006), "Brand Sense: How to Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound", *Strategic Direction*(2), 15-18.
- Lindstrom, M. (2007). *Duyular ve Marka 5 Duyuyla Güçlü Markalar Yaratmak*. İstanbul: Optimist Yayınları, 81-96.
- Lo, Y. T., Chang, Y. H., Lee, M. S., and Wahlqvist, M. L. (2009). "Health and Nutrition Economics: Diet Costs Are Associated with Diet Quality". *Asia Pacific Journal Of Clinical Nutrition*, 18(4), 598-604.
- Lotfi, A., Kabiri, S., ve Ghasemblou, H. (2013). "Değerler Değişimi ve Kuşaklararası Çatışma: İran Khoy Kenti Örneği". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 93-113.
- Lub, X., Bal, P. M., Blomme, R. J., and Schalk, R. (2014). "Why Do Generational Differences in Psychological Contracts Exist?". *Generational Diversity At Work: New Research Perspectives*, Ed. E. Perry, London: Routledge, 37-51.
- Lyons, S. (2003). *An Exploration of Generational Values in Life and at Work*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Carleton Üniversitesi, Ottawa.
- Macht, M. (1999). "Characteristics of Eating in Anger, Fear, Sadness and Joy". *Appetite*, 39(1), 129-139.
- Macht, M., Roth, S., and Ellgring, H. (2002). "Chocolate Eating in Healthy Men During Experimentally İnduced Sadness and Joy". *Appetite*, 39(2), 147-158.
- Malthus, S., and Fowler, C. (2009). "Generation Y Perceptions". *Chartered Accountants Journal*, 12(1), 20-22.

- Manippa, V., Padulo, C., Laan, L.N., and Brancucci, A. (2017). "Gender Differences in Food Choice: Effects of Superior Temporal Sulcus Stimulation". *Frontiers in Human Neuroscience*, 11(1), 597.
- Mannheim, K. (1952). "The Problem of Generations". *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge and Kegan Paul, 276-320.
- Marangoz, M. (2000). "Geleceğin Pazar Yapılarındaki Değişim ve Yaşlı Tüketiciler Pazarı". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 35-47.
- Markovina, J., Stewart-Knox, B. J., Rankin, A., Gibney, M., de Almeida, M. D. V., Fischer, A., and Frewer, L. J. (2015). "Food4Me Study: Validity and Reliability of Food Choice Questionnaire in 9 European Countries". *Food Quality and Preference*, 45, 26-32.
- Martin, C., and Turley, L. (2004). "Malls and Consumption Motivation: an Exploratory Examination of Older Generation Y Consumers". *International Journal of Retail and Distribution Management*, 32(1), 464-475.
- Matheson, D. M., Robinson, T. N., Varady, A., and Killen, J. D. (2006). "Do Mexican-American Mothers Food-Related Parenting Practices Influence Their Children's Weight And Dietary Intake?". *Journal of The American Dietetic Association*, 106(11), 1861-1865.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- McCrae, R. R., and Costa, P. T. (1985). "Updating Norman's "Adequate Taxonomy": Intelligence and Personality Dimensions in Natural Language and in Questionnaires". *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 710-721.
- McCrae, R. R., and Costa, P. T. (1987). "Validation of the Five-factor Model of Personality Across Instruments and Observers". *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 81-90.
- McCrinkle, M., and Wolfinger, E. (2014). "The Abc of XYZ". *Understanding The Global Generation*, 27, 12-18.
- McCullough, F., Yoo, S., and Ainsworth, P. (2004). "Food Choice, Nutrition Education and Parental Influence On British and Korean Primary School Children". *International Journal of Consumer Studies*, 28(3), 235.
- MEGEP. (2012). *Gıda Teknolojisi- Duyusal Kontrolleri Yapma*. Milli Eğitim Bakanlığı: [http://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Duyusal%20Kontrolleri%20Yapma.pdf](http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Duyusal%20Kontrolleri%20Yapma.pdf) 23 Mart 2018'de alınmıştır.
- Mertler, C. A., and Vannatta, R. A. (2005). *Advanced and Multivariate Statistical Methods: Practical Application and Interpretation*. (3rd Edition). Los Angeles: Pyrczak, 478.
- Miişoğlu, D., ve Hayoğlu, İ. (2005). "Tat Eşik Değerlerinin Algılanması, Tanınması ve Derecelendirilmesi". *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(2), 29-35.



- Millî Eğitim Bakanlığı. (2012). Kahvaltı Sofrası. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı, 14-16.
- Milošević, J., Zezelj I., Gorton M., and Barjolle D. (2012). "Understanding the Motives for Food Choice in Western Balkan Countries". *Appetite*, 58(1), 205-214.
- Moody, M. C. (2007). *Adaptive Behavior in Intercultural Environments: The Relationship Between Cultural Intelligence Factors and Big Five Personality Traits*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, George Washington University. Wshington.
- Moreno, L. A., Rodriguez, G., Fleta, J., Bueno-Lozano, M., Lazaro, A., and Bueno, G. (2010). "Trends of Dietary Habits İn Adolescents". *Critical Reviews İn Food Science And Nutrition*, 50(2), 106-112.
- Morley, J. E. (2001). "Decreased Food Intake with Aging". *The Gerontological Society of America*, 56(1), 81-88.
- Morley, J. E. (2001). "Decreased Food İntake With Aging". *The Gerontological Society of America*, 56, 81-88.
- Morse, K., and Driskell, J. A. (2009). "Observed Sex Differences in Fast-Food Consumption and Nutrition Self-Assessments and Beliefs of College Students". *Nutrition Research*, 29(2), 173-179.
- Morsümbül, Ş. (2014). "Kültürel Değerlerin Üç Kuşak Arasındaki Değişimi Üzerine Bir İnceleme: Ankara Örneği". *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 21, 137- 160.
- Morsünbül, Ü. (2014). "Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi Türkçe Versiyonu Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", *Düşünen Adam, The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 27, 316-322.
- Moscardo, G., and Benckendorff, P. (2010). "Mythbusting: Generation Y and Travel". Pierre Benckendorff, Gianna Moscardo ve Donna Pendergast (Editörler), *Tourism and Generation Y içinde*, London: CAB International, 22-32.
- Moschis, G., Folkman Curasi C., and Bellenger, D. (2003). "Restaurant-Selection Preferences of Mature Consumers", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(4), 51-60.
- Mottus, R., Realo, A., Allik, J., Deary, I., Esko, T., and Metspalu, A. (2012). "Personality Traits and Eating Habits in A Large Sample of Estonians". *Health Psychology*, 31, 806-814.
- Murphy, C. (1993). "Nutrition and Chemosensory Perception in The Elderly". *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 33(1), 3-15.
- Mücevher, M. H. (2015). *X ve Y Kuşağının Birbirlerine Karşı Özellik ve Etkileşim Algıları: SDÜ Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Nazif, S. (2012). *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Yaşayan 19-40 Yaş Arası Kadınların Beslenme Durumunun Saptanması ve Kalsiyum Tüketim Durumunun Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme Bilimleri Programı, Ankara.
- Nestle, M., Wing, R., Birch, L., Disogra, L., Drewnowski, A., Middleton, S., Sigman-Grant, M., Sobal, J., Winston, M., and Economos, C. (1998). "Behavioral and Social Influences on Food Choice". *Nutrition Review*, 56(5), 50-74.
- Neumark-Sztainer, D., Story, M., Perry, C., and Casey, M. A. (1999). "Factors Influencing Food Choices of Adolescents: Findings From Focus-Group Discussions with Adolescents". *Journal of The American Dietetic Association*, 99(8), 929-937.
- Newman, D. M. (2013). *Sosyoloji Günlük Yaşamın Mimarisini Keşfetmek*. (Çev: Ali Arslan). Ankara: Nobel Yayınları, 216.
- Nu, C.T., MacLeod, P. and Barthelemy, J. (1996). "Effects of Age and Gender on Adolescents Food Habits And Preferences". *Food Quality and Preference*, 7(3-4), 251-262.
- Oktan, V., ve Şahin, M. (2010). "Kız Ergenlerde Beden İmajı ile Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 543-556.
- Olsen, S. O. (1999). "Strength and Conflicting Valence in The Measurement of Food Attitudes And Preferences". *Food Quality and Preferences*, 10(6), 483-494.
- Onurlubaş, E., Doğan, H. G., ve Gürler, A. Z. (2015). "Türkiye'de Ev Dışı Gıda Tüketimin Durumu ve Tüketici Eğilimleri". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 917-924.
- Ordun, G. (2015). "Millennial (Gen Y) Consumer Behavior Their Shopping Preferences and Perceptual Maps Associated with Brand Loyalty". *Canadian Social Science*, 11(4), 40-55.
- Orhun, D. (2019). "Gastronomi ve Tatbilirlik". E. Yalçınkaya (Ed). *Koku ve Tat Algısı içinde*, Ankara: US Akademi, 199-204.
- Orhun, D., ve Akıllı, K. (2019). *Yedikleriniz Davranışlarınız Olur*. İstanbul: Velespit Yayınları.
- Oruç, M. (2008). *Otuz Yaş Üstü Obez Kadınların Antropometrik ve Biyokimyasal Bulguları ile Beslenme Durumları Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Öney, H. (2013). "Gastronomi Turizmi". *Alternatif Turizm* (Edit. A. Sadık Bahçe), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 2744.
- Öney, H. (2016). "Temel Mutfak Bilgileri". *Temel Mutfak Teknikleri* (Edit. E. Zencir). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.

- Öz, Ü. (2015). *X, Y, Z Kuşaklarının Özellikleri ve Y Kuşağının Örgütsel Bağlılık Düzeyi Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özçağlar, A. (2003). "Türkiye’de Yapılan Bölge Ayrımları ve Bölge Planlama Üzerindeki Etkileri". *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 1(1), 3-18.
- Özdemir, B. (2010). "Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 26-29.
- Özdoğan, Y., Yardımcı, H., Özçelik, A. Ö., ve Sürücüoğlu, M. S. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Öğün Düzenleri". *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1): 67-74.
- Özel, Ç. H. (2017). "Kuşak Kavramı ve Turizme Yansımaları". Hatice Hicret Özkoç ve Funda Bayrakdaroğlu (Editörler), *Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış*, Ankara: Bobel Yayıncılık.
- Özenoğlu, A. (2018). "Duygu Durumu, Besin ve Beslenme İlişkisi". *Beslenme ve Diyetetik*, 9(4), 357-365.
- Özer, S. P., Eriş, E. D., ve Özmen, T. N. Ö. (2013). "Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Epik Bir Çalışma". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38(1), 123-142.
- Özgüneş, N. (2013). *Huzurevinde Yaşayan Yaşlılarda Beslenme Durumunun Taranması: Tarama Testleri Kıyaslaması*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme Bilimleri Programı, Ankara.
- Özmen, F. A. (2011). "Alevi Gençliğin Siyasi ve Sosyo-Kültürel Kimlik Mücadelesi". *Alternatif Politika*, 3(1), 31-54.
- Özmert, N. E. (2005). "Erken Çocukluk Gelişiminin Desteklenmesi-2-Çevre". *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 48(4), 337- 354.
- Öztürk, M. (2010). *Çocukların Beslenme Alışkanlıklarının Sağlık Davranışı Etkileşim Modeline Göre Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Parlak, A., ve Çetinkaya, Ş. (2007). "Çocuklarda Obezitenin Oluşumunu Etkileyen Faktörler". *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(5), 27-33.
- Parry, E., and Urwin, P. (2011). "Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence". *International Journal of Management Reviews*, 13(1), 79-96.
- Patterson, I. S., Lintje, Balderas-Cejudo, A., and Rivera-Hernaez, O. (2017). "Changing Trends in the Baby Boomer Travel Market: Importance of Memorable Experiences". *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 26(4), 347-360.
- Penaforte, O. R., Matta, N. C., and Japur, C. C. (2016). "Association Between Stress and Eating Behavior in College Students". *Demetra: Food, Nutrition and Health*, 11(1), 225-237.

- Pendergast, D. (2010). "Getting to Know the Y Generation". Pierre Benckendorff, Gianna Moscardo ve Donna Pendergast (Editörler), *Tourism and Generation Y içinde*, London: CAB International, 11-16.
- Phan, U. T., and Chambers E. T. (2016). "Motivations for Choosing Various Food Groups Based on Individual Foods". *Appetite*, 105(1), 204-211.
- Pihl, R. O., and Caron, M. (1980). "The Relationship Between Geographic Mobility, Adjustment and Personality". *Journal of Clinical Psychology*. 36(1), 190-194.
- Piper, E. (2012). "Generation Yin Healthcare: Leading Millenials in an Era of Reform". *Frontier of Health Services Management*, 29(1), 17-19.
- Pliner, P., and Mann, N. (2004). "Influence of Social Norms and Palability on Amount Consumed and Food Choice". *Appetite*, 42(2), 227-237.
- Pollmann, T. (1990). "Margaret Mead's Balinese: The Fitting Symbols of The American Dream". *Indonesia*, (49), 1-35.
- Prasad, C. (1998). "Food, Mood and Health: A Neurobiologic Outlook". *Brazilian Journal of Medical and Biological Research*, 31(12), 1517-1527.
- Prates, L. C, A., Junior-Freitas, R., Prates, O, F, M., Veloso, F, D, M., and Barros, M, D, N. (2017). "Influence of Body Image in Women Undergoing Treatment for Breast Cancer". *Rev Bras Ginecol Obstet*, 39(1), 175-183.
- Randall, E., and Sanjur, D. (1981). "Food Preferences-Their Conceptualization and Relationship to Consumption". *Ecology of Food and Nutrition*, 11(3), 151-161.
- Raynor, D. A., and Levine, H. (2009). "Associations Between The Five-Factor Model of Personality and Health Behaviors Among College Students". *Journal of American College Health*, 58(1), 73-81.
- Ree, M., Riediger, N., and Moghadasian, M. H. (2008). "Factors Affecting Food Selection in Canadian Population". *European Journal of Clinical Nutrition*, 62(11), 1255-1262.
- Reeves, T. C., and Oh, E. (2008). "Generation Differences". J. M. Spektor, M. D. Merrill, J. V. Merrienboer, M. P. Driscoll (Eds), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*, 3th ed. New York: Lawrence Erlbaum Associates, 295-305.
- Ritson, C., and Hutchins, R. (1995). "Food Choice and the Demand for Food". In D. W. Marshall (Eds). *Food Choice and the Consumer* (pp. 43-65). England: Blackie Academic and Professional, 43-65.
- Robbins, S. P., and Judge, T. (2012). *Örgütsel Davranış*. (çev. Prof.Dr. İnci ERDEM), İstanbul: Nobel Yayınları, 148-153.
- Román, S., Sánchez-Siles. L. M., and Siegrist, M. (2017). "The Importance of Food Naturalness for Consumers: Results of A Systematic Review". *Trends in Food Science and Technology*, 67, 44-57.

- Runcan, R. (2015). "Facebookmania- The Psychical Addiction to Facebook and Its Incidence on the Z Generation". *Revista de Asistența Sociala*, 14(3), 127-136.
- Ryder, N. B. (1965). "The Cohort as a Concept in the Study of Social Change". *American Sociological Review*, 30(6), 843-861.
- Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Ankara Numune Eğitim ve Araştırma Hastanesi. (2014). *Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması 2010: Beslenme Durumu ve Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi Sonuç Raporu*. (Rapor No: 93), Ankara: Sağlık Bakanlığı.
- Santich, B. (2004). "The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training". *Hospitality Management*, 23(5), 15-24.
- Sarıdağ Devran, B. (2014). *Doğu Anadolu Bölgesinde Yaşayan Adölesan ve Yetişkinlerin Beslenme Alışkanlıkları ile Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Sarıtaş, M. (1997). "Yönetimde Kişilik Faktörü". *Eğitim Yönetimi*, 3(4), 527-548.
- Saygı, B. (2017). "Gıda Seçimini Etkileyen Faktörler". *Dünya Gıda Dergisi*, 11(1), 76-81.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. and Müller, H. (2003). "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures". *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 52.
- Schewe, C. D., and Meredith, G. (2004). "Segmenting Global Markets By Generational Cohorts: Determining Motivations By Age". *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 51-63.
- Schewe, C. D., and Noble, S. M. (2000). "Market Segmentation by Cohorts: The Value and Validity of Cohorts in America and Abroad". *Journal of Marketing Management*, 16(1-3), 129-142.
- Seçkin, F.S. (2000). "Türkiye'nin Kuşak Profili". *Capital Dergisi*, 12: 100.
- Seemiller, C., and Grace, M. (2016), *Generation Z Goes to College*. San Francisco: JosseyBass, 110-112.
- Seibert, S. E., and Kraime, M. L. (2001). "The Five-Factor Model of Personality and Career Success". *Journal of Vocational Behavior*, 58(2), 1-21.
- Senbir, H. (2004). *Z Son İnsan mı? Z Kuşağı ve Sonrasına Dair Düşünceler*. İstanbul: O Kitaplar, 47-49.
- Serdaroğlu, M., ve Değirmencioğlu, G. Ö. (2002). "Etin Önemli Bir Kalite Özelliği: Lezzet". *Gıda*, 27(4), 297-303.
- Serin, Y., ve Şanlıer, N. (2018). "Duygusal Yeme, Besin Alımını Etkileyen Faktörler ve Temel Hemşirelik Yaklaşımları". *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 9(2), 135-146.

- Sevinçer, M. G., and Konuk, N. (2013). "Emotional Eating". *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 171-178.
- Shannon, C., Story, M., Fulkerson, J.A., and French, S. A. (2002). "Factors in The School Cafeteria Influencing Food Choices By High School Students". *The Journal of School Health*, 72(6), 229-34.
- Share, M., and Stewart-Knox, B. (2012). "Determinants of Food Choice in Irish Adolescents". *Food Quality and Preference*, 25(1), 57-62.
- Sheperd, R. (1995). "Dietary Salt Intake". *Nutrition Food Science*, 85(5), 10-11.
- Shepherd, R., and Raats, M. M. (1996). "Attitude and Beliefs in Food Habits". In: *Food Choice, Acceptance and Consumption*. Meiselman, H. L. and MacFie, H. J. H. (Eds.) London, UK: Blakie Academic and Professional, 346-364.
- Shi, Z., Lien, N., Kumar, B. N., and Holmboe-Ottesen, G. (2005). "Socio-demographic Differences in Food Habits and Preferences of School Adolescents in Jiangsu Province China". *European Journal of Clinical Nutrition*, 59, 1439-144.
- Shiner, R. L. (2009). "The Development of Personality Disorders: Perspectives From Normal Personality Development in Childhood and Adolescence". *Development and Psychopathology*, 21(3), 715-734.
- Shrewsbury, V. A., King, L. A., Hattersley, L. A., Howlett, S. A., Hardy, L. L., and Baur, L. A. (2010). "Adolescent-Parent Interactions and Communication Preferences Regarding Body Weight and Weight Management: A Qualitative Study". *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 7(1), 16.
- Simon, S. A., De Araujo, I. E., Gutierrez, R., and Nicolelis, M. A. (2006). "The Neural Mechanisms of Gustation: A Distributed Processing Code". *Nature Reviews Neuroscience*, (7), 890-901.
- Simopoulos, A. P., and Van T. B. (1984). "Body Weight, Health and Longevity". *Ann Intern Med*, 100(2) 285-295.
- Sirias, D., Karp, H. B., and Brotherton, T. (2007). "Comparing The Levels of Individualism / Collectivism Between Baby Boomers and Generation X". *Management Research News*, 30(10), 749-762.
- Smith, D. V., and Margolskee, R. F. (2001). "Making Sense of Taste". *Scientific American*, 284(3), 32-39.
- Smith, J. W. and Clurman, A. (1997). *Rocking the Ages: The Yankelovich Report on Generational Marketing*. New York: Harper Collins, 124-126.
- Smola, K. W. and Sutton, C. D. (2002). "Generational Differences: Revisiting Generation Work Values for the New Millennium". *Journal of Organizational Behavior*, 23(4), 363-382.

- Sobal, J., and Bisogni, C. A. (2009). "Constructing Food Choice Decision". *Annals of Behavioral Medicine*, 38(1), 37-46.
- Somer, O., Korkmaz, M., Tatar, A. (2002). "Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması". *Türk Psikoloji Dergisi*. 17(49), 21-33.
- Sosa, M., Cardinal, P., Contarini, P., and Hough, G. (2015). "Food Choice and Emotions: Comparison Between Low and Middle Income Populations". *Food Research International*, 76, 253-260.
- Sox, C. B., Kline, S. F., and Crews, T. B. (2014). "Identifying Best Practices, Opportunities and Barriers in Meeting Planning for Generation Y". *International Journal of Hospitality Management*, 36(1), 244-254.
- Soysal, A. (2008). "Çalışma Yaşamında Kişilik Tipleri: Bir Literatür Çalışması". *Çimento İşveren Dergisi*. 22(1), 4-19.
- Sönmez, V., ve Alacapınar, F. G. (2013). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık 112-114.
- Spear, B. A. (2002). "Adolescent Growth and Development". *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 102(1), 23-29.
- Srinivasan, V. (2012). "Multi Generations in the Workforce: Building Collaboration". *Indian Institute of Management Bangalore Management Review*, 24(1), 48-66.
- Stafleu, A., Van Staveren, W. A., De Graaf, C., Burema, J., and Hautvast, J. G. A. J. (1995). "Family Resemblance in Beliefs, Attitudes and Intentions Towards Consumption of 20 Foods; A Study Among Three Generations of Women". *Appetite*, 25(3), 201-216.
- Stafleu, A., Van, W. S., De, C. G., Burema, J., and Hautvast, J. (1996). "Nutrition Knowledge and Attitudes Towards High-Fat Foods and Low-Fat Alternatives in Three Generations of Women". *European Journal of Clinical Nutrition*, 50(1), 33-41.
- Steenkamp Jan-Benedict, E.M. (1993). "Food Consumption Behavior", *Association for Consumer Research*, 1(1), 401-409.
- Stephoe, A., Pollard, T.M., and Wardle, J. (1995). "Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: The Food Choice Questionnaire". *Appetite*, 25(1), 267-284.
- Story, M., and Moe, J. (2000). *Eating Behaviors and Nutritional Implications. Nutrition and The Pregnant Adolescent: A Practical Reference Guide*. Minneapolis: School of Public Health, University of Minnesota, 47-54.
- Story, M., and Stang, J. (2005). "Understanding Adolescent Eating Behaviors". *Guidelines For Adolescent Nutrition Services*, 9-19.
- Strauss, W., and Howe, N. (1991). *Generations: The History Of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company, Inc, 425-430.

- Sutin, A. R., Ferrucci L., Zonderman, A. B., and Terracciano, A. (2011). "Personality and Obesity Across the Adult Life". *Span. Journal of Personality and Social Psychology*, 101(1), 579-592.
- Sürücüoğlu, M. S. (1999). "Beslenme ve Sağlığımız". *Standart Araştırma/İnceleme Dergisi*, 4, 40-51.
- Şahin Güzel, G, ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şahin, H., ve Çiçek, B. (2013, 7-10 Kasım). *Özel Dönem ve Durumlarda Beslenme. 2. Uluslararası Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi'nde sunuldu, Konya.*
- Şengül, S. (2004). "Türkiye'de Gelir Gruplarına Göre Gıda Talebi." *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 31, 115-148.
- Şentepe, A., ve Güven, M. (2015). "Kişilik Özellikleri ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma". *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(31), 27-44.
- Taş, B. (2006). "AB Uyum Sürecinde Türkiye İçin Yeni Bir Bölge Kavramı: İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS)". *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 185-197.
- Taştemur, B. (2018). *Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Algılanan İş Performansı Üzerindeki Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü: Özel Sektör Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tatar, A. (2017). "Büyük Beş-50 Kişilik Testinin Türkçeye Çevirisi ve Beş Faktör Kişilik Envanteri Kısa Formu ile Karşılaştırılması". *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 18(1), 51-61.
- Tatar, A., Şahintürk, H., Saltukoğlu, G., ve Telvi, S. (2013). "Tiyatro Oyuncularının Beş Faktör Modeli Çerçevesinden Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi ve Meslek Grubu Profillerinin Oluşturulması". *Türk Psikoloji Dergisi*, 28(72), 1-16.
- Tekin, Ö. A. (2012). *Yabancılaşma ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Antalya Kemer'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Temeloğlu, E. (2014). *Tüketicilerin Kişilik Özellikleri, Risk Alguları ve Yeniden Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Yayımlanmış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Temeloğlu, E., Taşpınar, O., ve Soylu, Y. (2017). "Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Atmosfer, Tüketim Duyguları, Müşteri Memnuniyeti ve Yeniden Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(Special Issue), 253-264.



- Toker, B. (2007). "Demografik Değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 92-107.
- Toker, B. (2007). "Konaklama İşletmelerinde İş Doyumu: Demografik Değişkenlerin İş Doyumu Faktörlerine Etkisi Üzerine Bir Çalışma". *Journal of Yaşar University*, 2(6), 591-614.
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., ve İkışık, H. (2007). "Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları". *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 253-258.
- Toruntay, H. (2011). *Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tufur, M. (2011), "Türkiye'nin Y Kuşağı". *MediaCat Özel Eki*, 34-36.
- Tuncay, P. (2008). *Başkent Üniversitesi Öğrencilerinin Sabah Kahvaltı Yapma ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Besin Analizleri ve Beslenme Bilim Dalı, Ankara
- Tutar, F. K. ve Yazırlı, N. (2016). "Hanehalkı Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği". *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 367-392.
- Tutar, H. (2012). *Çalışma Yaşamında Birey ve Kişilik. Çalışma İlişkileri ve Etik*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 82-101.
- Türk, A. (2013). *Y Kuşağı*. İstanbul: Kafekültür Yayıncılık: 20-28.
- Türk, M., Gürsoy, Ş. T., ve Ergin, I. (2007). "Kentsel Bölgede Lise Birinci Sınıf Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları". *Genel Tıp Dergisi*, 17(2), 81-87.
- Türkan, C. (2012). *Mutfak Teknolojileri (5. Baskı)*. Ankara: Sistem Ofset.
- Türkiye'ye Özgü Besin ve Beslenme Rehberi. (2015). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü.
- Tüybek, C. (2004). *Kuşaklararası Farklılık Açısından Üniversite Gençliği ve Aile*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Twenge, J. M. (2009). *Ben Nesli*. (Çev.: Esra Öztürk), 4. Basım, İstanbul: Kaknüs Yayınları, 43-46.
- Twenge, M. J., Campbell, S. M., Hoffman, B. J., and Lance, C. E. (2010). "Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Work Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing". *Journal of Management*, 36(5), 1117-1142.
- Uzel, R. A. (2018). "Geleneksel Mutfak Kültürü ve Tarımsal Ürün Çeşitliliğinin, Üniversite Öğrencileri Beslenme Durumu Üzerine Etkisi". *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 55(1), 37-44.

- Valentini, G., Capristo, E., De Vitis, I., and Gasbarrini, G. (2000). "Malabsorption: Current Diagnosis Trends". *Minerva Gastroenterol Dietol*, 46(1), 35-44.
- Van Trijp, H. C. M. (1995). "Hedonic Responses, Variety-Seeking Tendency and Expressed Variety in Sandwich Choices". *Appetite*, 24(1): 139-152.
- Vançelik, S., Önal, S. G., Güraksın, A., ve Beyhun, E. (2007). "Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Bilgi ve Alışkanlıkları ile İlişkili Faktörler. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 242-248.
- Vermeersch, L., Sanders, D., and Willson, G. (2016). "Generation Y: Indigenous Tourism Interests and Environmental Values". *Journal of Ecotourism*, 15(2), 184-198.
- Wang, H., Jeong, H., Kim, N. H., Kang, Y., Hwang, K., Lee, H., and Oh, K. S. (2018). "Association Between Beverage Intake and Obesity in Children: The Korea National Health and Nutrition Examination Survey (KNHANES) 2013–2015". *Nutrition Research And Practice*, 12(4), 124-132.
- Wansink, B., Gardner, M. P., Park, S. B., and Kim, J. (2004). "The Effects of Moods on Comfort Food Consumption". *Journal of Consumer Psychology*, 24, 1-30.
- Wardle, J., Haase, A.M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwutiwes, K., and Bellisle, F. (2004). "Gender Differences in Food Choice: The Contribution of Health Beliefs and Dieting". *Annals of Behavioral Medicine*, 27(2), 107-116.
- Weston, M. J. (2006). "Integrating Generational Perspectives in Nursing". *The Online Journal of Issues in Nursing*, 11(2), 29-34.
- Wethington E. (2005). "An Overview of the Life Course Perspective: Implications for Health and Nutrition". *Journal of Nutrition Education Behaviour*, 37, 115-120.
- Whitney, E. N., and Rolfes, S. R. (2004). *Understanding Nutrition*. Belmont: Wadsworth / Thomson Learning, 375.
- Williams, K. C., and Page, R. A. (2011). "Marketing to the Generations". *Journal of Behavioral Studies in Business*, 5(1), 1-17.
- Wilson, S. (2003). "The Effect of Music on Perceived Atmosphere and Purchase Intentions in a Restaurant". *Psychology of Music*, 31(1), 93-112.
- Wong, M., Cheung, R. and Calvin W. (2013). "A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude". *Contemporary Management Research*, 2(1), 169-186.
- Wouters, E. J., Larsen, J. K., Kremers, S. P., Dagnelie, P. C., and Geenen, R. (2010). "Peer Influence on Snacking Behavior in Adolescence". *Appetite*, 55(1), 11-17.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık, 98.
- Yelboğa, A. (2016). "Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 196-211.

- Yıldırım, B. I. (2014). *Çalışanların Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile İş Tatminleri Arasındaki İlişki: Alanya'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yılmaz, E., Yılmaz, İ., Uran, H. (2007). "Gıda Maddeleri Tüketiminde Medyanın Rolü: Tekirdağ İli Örneği". *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 3(1), 9-14.
- Yılmaz, S. (2010). *Yetişkinlerde Öğün Sıklığının Vücut Kompozisyonu Üzerinde Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Yiğit, Z. (2010). *X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Tutumlar Açısından İncelenmesi ve Bir Örnek Olay*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yöyen, G. E. (2017). "Şiddet Türleri ve Kişilik Özellikleri". *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 1(1), 35- 50.
- Yu, H. (2015). *The Effect of Personality Traits on Spectator Ratings of Service*. Master Thesis, College of Education Florida State University.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). "Türk Tipi Y Kuşağı". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 342-353.
- Yükselen, C. (2003). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zel, U. (2012). *Kişilik ve Liderlik*. Ankara: Nobel Yayıncılık, 15-37.
- Zellner, D. A., Loaiza, S., Gonzalez, Z., Pita, J., Morales, J., Pecora, D., and Wolf, A. (2006). "Food Selection Changes Under Stress". *Physiology and Behavior*, 87(1), 789-793.
- Zemke, R., Raines, C., and Filipczak, R. (2000). *Generations at Work: Managing The Clash of Veterans, Boomers, Xers and Nexters in Your Workplace*. New York: Amacom, 460-461.
- Zhang, L. F. (2003). "Does the Big Five Predict Learning Approaches?". *Personality and Individual Differences*, 34(8), 1431-1446.





**EKLER**

## EK-1. Etik Komisyonu Anket Olur Yazısı

T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
Etik Komisyonu



Sayı : 77082166-302.08.01-  
Konu : Bilimsel ve Eğitim Amaçlı

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE  
(Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü)

İlgi : 05.07.2018 tarihli ve 645 sayılı yazı

İlgi yazınız ile göndermiş olduğunuz, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı **Doktora Öğrencisi İhsan KAZKONDU'nun, Dr.Öğr. Üyesi Mustafa AKSOY'un** danışmanlığında yürüttüğü **"Türkiye'de Yeme-İçme Alışkanlıklarının Kuşaklara Göre Değişimi"** adlı tez çalışması ile ilgili konu Komisyonumuzun **11.09.2018** tarih ve **07** sayılı toplantısında görüşülmüş olup,

İlgilinin çalışmasının, yapılması planlanan yerlerden izin alınması koşuluyla yapılmasında etik açıdan bir sakınca bulunmadığına oybirliği ile karar verilmiş ve karara ilişkin imza listesi ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır  
Prof. Dr. Alper CEYLAN  
Komisyon Başkanı

Araştırma Kod No: 2018-328

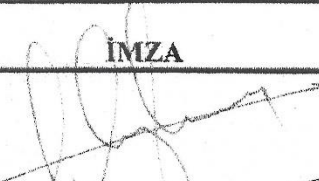
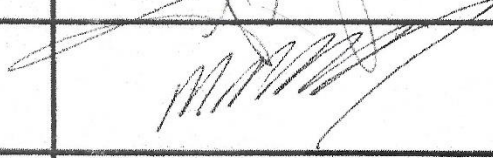
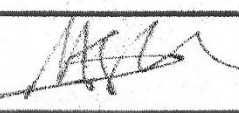
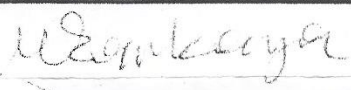
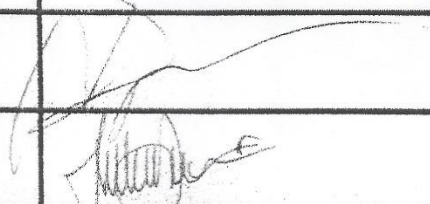

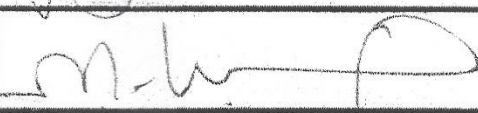


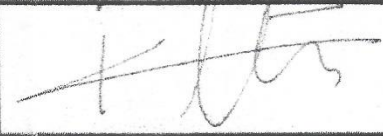
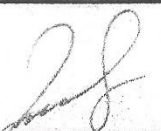
Ek:1 Liste

Evrakı Doğrulamak İçin: <https://belgedogrulama.gazi.edu.tr>  
Ankara  
Tel:0 (312) 202 20 57 - 0 (312) 2... Faks:0 (312) 202 38 76  
İnternet Adresi :<http://etikkomisyon.gazi.edu.tr/>

Pin: 44902  
Bilgi için :Burak Cıtrak  
Genel Evrak Sorumlusu  
Telefon No:0312 202 26 61

Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

EK-1. (devam) Etik Komisyonu Anket Olur Yazısı

<b>GAZİ ÜNİVERSİTESİ</b> <b>ETİK KOMİSYONU KATILIM LİSTESİ</b>	
<b>TOPLANTI TARİHİ : 11/09/2018</b>	<b>TOPLANTI SAYISI : 07</b>
<b>ADI-SOYADI</b>	<b>İMZA</b>
Prof.Dr.Alper CEYLAN BAŞKAN	
Prof.Dr.Mustafa N.İLHAN BAŞKAN YRD.	
Prof.Dr.Rahmi ÜNAL	KATILMADI
Prof.Dr.Mehmet Sayım KARACAN	
Prof.Dr.Mustafa SARIKAYA	
Prof.Dr.İbrahim DOĞAN	
Prof.Dr.C.Haluk BODUR	
Prof.Dr.Mustafa İLBAŞ	
Prof.Dr.Füsun DEMİREL	
Prof.Dr.Aymelek GÖNENÇ	
Doç.Dr.Nihan KAFA	
Doç.Dr. Zehra GÖÇMEN BAYKARA	

## EK-2. Katılımcılar İçin Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu



T.C.  
**GAZİ ÜNİVERSİTESİ**  
**ETİK KOMİSYONU**

**KATILIMCILAR İÇİN BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ OLUR FORMU**

.Sizi, **Gazi Üniversitesi Etik Komisyonu**'ndan 05.07.2018 tarih / 645 sayı ile izin alınan\* ve Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD. doktora öğrencisi İhsan KAZKONDU tarafından yürütülen “**Türkiye`de Yeme-İçme Alışkanlıklarının Kuşaklara Göre Değişimi**” başlıklı araştırmaya katılmaya davet ediyoruz. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan çıkma hakkına sahipsiniz. Bu çalışmaya katılmanız için sizden herhangi bir ücret istenmeyecektir. Çalışmaya katıldığınız için size bir ödeme yapılmayacaktır. Çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır.

\*Gazi Üniversitesi Etik Komisyon izini alındıktan sonra doldurularak kullanılacaktır.

<b>Araştırmanın Amacı</b>	Yeme-içme alışkanlıkları açısından kuşaklar arasında farklılık olup olmadığını araştırmak, farklılık varsa bu farklılıkların boyutlarını belirlemek.
<b>Araştırmanın Yöntemi</b>	Araştırma kapsamında katılımcılarla yüz yüze görüşülerek anket uygulanarak anket doldurtulacaktır.
<b>Araştırmanın Öngörülen Süresi (Başlama ve Bitiş Tarihi)</b>	20/09/2018 – 20/10/2018
<b>Araştırmaya Katılması Beklenen Katılımcı/Gönüllü Sayısı</b>	1664
<b>Araştırmanın Yapılacağı Yerler</b>	TR 10 – İstanbul, TR 21 – Tekirdağ, TR 22 – Balıkesir, TR 31 - İzmir, TR 32 – Aydın, TR 33 – Kütahya, TR 41 – Bursa, TR 42 – Düzce, TR 51 – Ankara, TR 52 – Karaman, TR 61 – Antalya, TR 62 – Mersin, TR 63 – Hatay, TR 71 – Niğde, TR 72 – Kayseri, TR 81 – Zonguldak, TR 82 – Sinop, TR 83 – Samsun, TR 90 – Giresun, TRA 1 – Erzurum, TRA 2 – Ağrı, TRB 1 – Bingöl, TRB 2 – Van, TRC 1 – Adıyaman, TRC 2 – Şanlıurfa, TRC 3 - Siirt
<b>Görüntü ve/veya ses kaydı alınacak mı?</b>	Evet <input type="checkbox"/> Hayır <input checked="" type="checkbox"/>

Tablo katılımcıların anlayabileceği biçimde, akademik dil kullanılmadan yazılacaktır.

**KATILIMCI BEYANI**

Yukarıda amacı ve içeriği belirtilen bu araştırma ile ilgili bilgiler tarafıma aktarıldı. Bu bilgilerden sonra araştırmaya katılımcı olarak davet edildim. Bu çalışmaya katılmayı kabul ettiğim takdirde gerek araştırma yürütülürken gerekse yayımlandığında kimliğimin gizli tutulacağı konusunda güvence aldım. Bana ait verilerin kullanımına izin veriyorum. Araştırma sonuçlarının eğitim ve bilimsel amaçlarla kullanımı sırasında kişisel bilgilerimin dikkatle korunacağı konusunda bana yeterli güven verildi. Araştırmanın yürütülmesi sırasında herhangi bir sebep göstermeden çekilebilirim. Araştırma için yapılacak harcamalarla ilgili herhangi bir parasal sorumluluk altına girmiyorum. Bana herhangi bir ödeme yapılmayacaktır. Araştırma ile ilgili bana yapılan tüm açıklamaları ayrıntılarıyla anlamış bulunmaktayım. Bu çalışmaya hiçbir baskı altında kalmadan kendi bireysel onayım ile katılıyorum. İmzalı bu form kağıdının bir kopyası bana verilecektir.

**Araştırma yürütücüsü(Tez çalışmalarında Danışman tarafından imzalanacaktır.)**

<b>Adı ve Soyadı</b>	Dr. Öğr. Üy. Mustafa AKSOY	<b>Tarih ve İmza</b>
<b>Adres ve telefonu</b>	Gazi Üniv. Turizm Fakültesi 0 312 485 14 60 Dahili:208	

**Katılımcı**

<b>Adı ve Soyadı</b>		<b>Tarih ve İmza</b>
<b>Adres ve telefonu</b>		



**Velayet veya Vesayet Altındaki Katılımcılar İçin Veli/Vası**

<b>Adı ve Soyadı</b>		<b>Tarih ve İmza</b>
<b>Adres ve telefonu</b>		





## EK-3. Anket Formu

**“TÜRKİYE’DE YEME-İÇME ALIŞKANLIKLARININ KUŞAKLARA GÖRE DEĞİŞİMİ”  
DOKTORA TEZİ ANKET FORMU**

Değerli Katılımcı,

Bu anket, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı’nda yürütülmekte olan doktora tezinin uygulama kısmına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Tezin amacı; Baby, X, Y ve Z kuşakları arasındaki yeme-içme alışkanlıklarındaki değişimlerin boyutlarını araştırmak ve kuşaklar arasındaki değişimlere sebep olabilecek demografik, sosyal, psikolojik ve ekonomik faktörleri ortaya koymaktır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar tarafımızca saklı tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır.

Bu anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm kişisel bilgilerin ortaya çıkartılması; ikinci bölüm yeme-içme alışkanlıklarının belirlenmesi ve üçüncü bölüm ise kişilik özelliklerinin belirlenmesi için hazırlanan sorulardan oluşmaktadır.

Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için soruları samimi ve doğru olarak yanıtlamanız gerekmektedir. Lütfen anketlerin üzerine isim belirtmeyiniz. İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

**İhsan KAZKONDU**  
Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD.  
Doktora Öğrencisi  
[ihsan.kazkondur@beun.edu.tr](mailto:ihsan.kazkondur@beun.edu.tr)

**Doç.Dr. Mustafa AKSOY**  
Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD.  
Tez Danışmanı  
[maksoy03@gmail.com](mailto:maksoy03@gmail.com)

**BİRİNCİ BÖLÜM  
DEMOGRAFİK BİLGİLER**

Bu bölümde demografik bilgilerinizi belirlemek amacıyla çeşitli sorular sorulmuştur. Lütfen bu soruları bilgileriniz doğrultusunda uygun kısma ( X ) koyarak cevaplandırınız.

1.Cinsiyet                    (   ) Kadın    (   ) Erkek

2. Yaşadığınız Şehir  
(Boşluğa Yazınız)                    .....

3. Doğum Tarihi  
(   ) 1946-1964 arası  
(   ) 1965-1979 arası  
(   ) 1980-1999 arası  
(   ) 2000 ve sonrası

4. Medeni Durum            Evli (   )      Bekar (   )      Diğer (   )

5. Mezuniyet Durumu  
(   ) Okur yazar değil      (   ) Ön Lisans  
(   ) Okur yazar              (   ) Lisans  
(   ) İlkokul                  (   ) Yüksek Lisans  
(   ) Ortaokul                  (   ) Doktora  
(   ) Lise

## EK-3. (devam) Anket Formu

	<input type="checkbox"/>	Çalışmıyor
	<input type="checkbox"/>	Öğrenci
<b>6 Çalışma Durumu</b>	<input type="checkbox"/>	Özel Sektör Çalışanı
	<input type="checkbox"/>	Kamu Çalışanı
	<input type="checkbox"/>	Emekli
<hr/>		
	<input type="checkbox"/>	500 TL ve altı
	<input type="checkbox"/>	501 TL - 1500 TL
<b>7. Aylık Gelir Durumu</b>	<input type="checkbox"/>	1501 TL - 3000 TL
	<input type="checkbox"/>	3001 - 5000 TL
	<input type="checkbox"/>	5000 TL üstü
<hr/>		
	<input type="checkbox"/>	250 TL ve altı
	<input type="checkbox"/>	251 TL- 500 TL
<b>8. Yeme- İçmeye</b>	<input type="checkbox"/>	501 TL- 1000 TL
<b>Ayrılan Aylık Bütçe</b>	<input type="checkbox"/>	1001 - 2000 TL
	<input type="checkbox"/>	2000 TL üstü
<hr/>		
	<input type="checkbox"/>	Yalnız
	<input type="checkbox"/>	2 kişi
<b>9. Ailedeki Birey Sayısı</b>	<input type="checkbox"/>	3 kişi
	<input type="checkbox"/>	4 kişi
	<input type="checkbox"/>	5 kişi
	<input type="checkbox"/>	6 kişi ve üstü
<hr/>		
<b>10. Boy</b> .....	<b>11. Kilo</b> .....	<b>12. Olmak İstenilen Kilo</b> .....
<hr/>		

**İKİNCİ BÖLÜM**  
**YEME-İÇME ALIŞKANLIKLARINI BELİRLEMeye YÖNELİK SORULAR**

Bu bölümde yeme-içme alışkanlıklarınızı belirlemek amacıyla çeşitli sorular verilmiştir. Lütfen bu soruları kendi düşünceleriniz doğrultusunda uygun kısma ( X ) koyarak cevaplandırınız.

1. Günde kaç öğün yemek yersiniz? (Sayı ile belirtiniz) (.....) Ana Öğün

(.....) Ara öğün

2. Öğün atlar mısınız?

( ) Evet

( ) Hayır

( ) Bazen

3. Öğün atlıyorsanız (cevabınız evet veya bazen ise) hangi öğünleri atlıyorsunuz?

( ) Kahvaltı

( ) Öğle

( ) Akşam

( ) Ara Öğün

## EK-3. (devam) Anket Formu

4. Öğün atlıyorsanız nedenlerini belirtiniz. (Birden çok işaretleyebilirsiniz.)

- ( ) İştahsızlık  
( ) İşe/ okula geç kalma  
( ) Yemekleri beğenmeme  
( ) Ekonomik yetersizlik  
( ) Önemsememe  
( ) Hazırlayanın olmaması  
( ) Zayıflama isteği  
( ) Diğer(Belirtiniz).....

5. Ara öğün tüketiyor musunuz?

- ( ) Evet ( ) Hayır



## EK-3. (devam) Anket Formu

6. Cevabımız "Evet" ise ara öğünde hangi tür yiyecek-içecekleri ne kadar sıklıkla tüketiyorsunuz? Çarpı (X) ibaresi koyarak belirtiniz.

Ara Öğünde Tüketilen Yiyecekler	Ara Öğün Yiyeceklerini Tüketme Sıklığı					Ara Öğünde Tüketilen İçecekler	Ara Öğün İçeceklerini Tüketme Sıklığı				
	Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)		Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)
1. Süt, Yoğurt, Peynir						1. Demleme Çay					
2. Sandviç, Tost, Börek						2. Bitki ve Meyve Çayları					
3. Simit, Poğaçı Türü Hamurşileri.						3. Kahve Çeşitleri					
4. Taze Meyve ve Sebze						4. Sıcak Çikolata ve Kakao					
5. Kek, Bisküvi, Kurabiyeye						5. Taze Sıkılmış Meyve Suları					
6 Kuru Yemiş, Kuru Meyve						6. Konsantre (Hazır) Meyve Suları					
7. Şekerleme, Çikolata						7. Limonata					
8. Diğer (Belirtiniz)						8. Soda					
.....						9. Süt					
						10. Ayrın					
						11. Gazlı İçecekler					
						12. Su					
						13. Diğer (Belirtiniz)					
						.....					

## EK-3. (devam) Anket Formu

7. Aşağıda yer alan kahvaltılık ürünleri (yiyecek ve içecekleri) kahvaltı öğünlerinizde tüketme durumunuza göre çarpı (X) ibaresi koyarak belirtiniz.

Kahvaltı Öğününde Tüketilen Yiyecekler	Kahvaltı Öğünü Yiyeceklerini Tüketme Sıklığı					Kahvaltı Öğününde Tüketilen İçecekler	Kahvaltı Öğünü İçeceklerini Tüketme Sıklığı				
	Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)		Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)
1. Domates						1. Demleme Çay					
2. Salatalık						2. Bitki ve Meyve Çavları					
3. Zeytin Çeşitleri						3. Kahve Çeşitleri					
4. Peynir Çeşitleri						4. Sıcak Çikolata ve Kakao					
5. Tereyağı						5. Taze Sıkılmış Meyve Suları					
6. Bal						6. Konsantre (Hazır) Meyve Suları					
7. Reçel, Marmelat Çeşitleri						7. Limonata					
8. Et Ürünleri (Sucuk, salam, sosis vb.)						8. Soda					
9. Yumurta ve Yumurtalı Ürünler (Omlet, Melemen vb.)						9. Süt					
10. Yeşil Yapraklı Sebzeler						10. Ayran					
11. Taze Meyveler						11. Gazlı İçecekler					
12. Sade Yoğurt ve Meyveli Yoğurt Çeşitleri						12. Su					
13. Hamur işleri (Börek, Poğaç vb.)						13. Diğer (Belirtiniz) .....					
14. Acuka											
15. Mısır Gevreği, Corn Flakes, Müsli											
16. Diğer (belirtiniz) .....											

## EK-3. (devam) Anket Formu

8. Aşağıda yer alan yemek çeşitlerini ana öğünlerde (öğle ve akşam öğünleri) tüketme durumunuza göre çarpı (X) ibaresi koyarak belirtiniz.

Öğle Öğününde Tüketim Sıklığı					Ana Öğünde Tüketilen Yemek Çeşitleri	Akşam Öğününde Tüketim Sıklığı				
Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)		Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)
					1. Çorbalar					
					2. Kırmızı Et Yemekleri ve Kırmızı Etlı Sebze Yemekleri					
					3. Beyaz Et Yemekleri ve Beyaz Etlı Sebze Yemekleri					
					4. Balıklar ve Deniz Ürünleri ile Hazırlanan Yemekler					
					5. Köfteler					
					6. Tahıl ve Kurubaklagıl Yemekleri					
					7. Sebze Yemekleri					
					8. Mantılar ve Makarnalar					
					9. Zeytinyağlı Yemekler					
					10. Salatalar					
					11. Dolmalar ve Sarmalar					
					12. Tatlı ve Tuzlu Hamur işleri					
					13. Pastalar					
					14. Tatlılar					
					15. Ekmek ve Pıdeler					
					16. Turşular					
					17. Diyet Yemekleri					
					18. Endüstriyel Hazır Yemekler					

## EK-3. (devam) Anket Formu

9. Aşağıda yer alan içecek çeşitlerini ana öğünlerde (öğle ve akşam öğünleri) tüketme durumunuza göre çarpı (X) ibaresi koyarak belirtiniz.

Öğle Öğününde Tüketim Sıklığı					Ana Öğünde Tüketilen İçecek Çeşitleri	Akşam Öğününde Tüketim Sıklığı				
Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)		Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)
					1. Demleme Çay					
					2. Bitki ve Meyve Çayı					
					3. Kahve Çeşitleri					
					4. Sıcak Çikolata ve Kakao					
					5. Taze Sıkılmış Meyve Suları					
					6. Konsantre (Hazır) Meyve Suları					
					7. Sebze Suları					
					8. Gazlı İçecekler					
					9. Limonata					
					10. Şalgam Suyu					
					11. Ayrın					
					12. Alkollü İçecekler					
					13. Su					
					14. Diğer (Belirtiniz)					
					.....					

10. Yemek seçimi yaparken tercih ettiğiniz pişirme yöntemlerini tercih etme durumuna göre çarpı (X) ibaresi koyarak belirtiniz.

Pişirme Yöntemleri	Pişirme Yöntemlerini Tercih Etme Sıklığı				
	Hiçbir Zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sıklıkla (4)	Her Zaman (5)
1. Haşlama					
2. Hafif Ateşte Haşlama (Poşe)					
3. Kısık Ateşte Az Suda Pişirme					
4. Kendi Suyu İle Pişirme					
5. Izgarada Pişirme					
6. Fırında Pişirme					
7. Sote Yaparak Pişirme					
8. Derin Yağda Kızartma					
9. Az Yağda Kızartma					
10. Mikrodalga ile Pişirme					

## EK-3. (devam) Anket Formu

11. Yemek yerken yanınızda kimlerin olmasını istersiniz? (Birden çok işaretleyebilirsiniz.)

- ( ) Yalnız  
 ( ) Ailem  
 ( ) Arkadaşlarım  
 ( ) Sevgilim / Eşim  
 ( ) Çocuğum/ Çocuklarım

12. Yemek için ortalama olarak ne kadar zaman harcıyorsunuz?

<b>Kahvaltı Öğünü İçin</b>	( ) Kahvaltı Yapmam	<b>Öğle Öğünü İçin</b>	( ) Öğle Yemeği Yemem	<b>Akşam Öğünü İçin</b>	( ) Akşam Yemeği
	( ) 1-15 dakika		( ) 1-15 dakika		( ) 1-15 dakika
	( ) 16-30 dakika		( ) 16-30 dakika		( ) 16-30 dakika
	( ) 31-45 dakika		( ) 31-45 dakika		( ) 31-45 dakika
	( ) 46-60 dakika		( ) 46-60 dakika		( ) 46-60 dakika
	( ) 60 dakika üstü		( ) 60 dakika üstü		( ) 60 dakika üstü

13. Hangi sıklıkla dışarıda yemek yiyorsunuz?

<b>Kahvaltı Öğünü İçin</b>	( ) Her gün	<b>Öğle Öğünü İçin</b>	( ) Her gün	<b>Akşam Öğünü İçin</b>	( ) Her gün
	( ) Haftada 4-5 defa		( ) Haftada 4-5 defa		( ) Haftada 4-5 defa
	( ) Haftada 1-3 defa		( ) Haftada 1-3 defa		( ) Haftada 1-3 defa
	( ) Ayda 1-2 defa		( ) Ayda 1-2 defa		( ) Ayda 1-2 defa
	( ) 2-3 ayda 1 defa		( ) 2-3 ayda 1 defa		( ) 2-3 ayda 1 defa
	( ) Daha Seyrek		( ) Daha Seyrek		( ) Daha Seyrek
	( ) Hiç Yemem		( ) Hiç Yemem		( ) Hiç Yemem

14. Dışarıda yemek için tercih ettiğiniz yiyecek-içecek işletmesi türünü/ türlerini işaretleyiniz. (Birden çok işaretleyebilirsiniz.)

<b>Kahvaltı Öğünü İçin</b>	( ) Kahvaltı Salonu	<b>Öğle Öğünü İçin</b>	( ) Et Restoranı	<b>Akşam Öğünü İçin</b>	( ) Et Restoranı
	( ) Çorbacı		( ) Balık Restoranı		( ) Balık Restoranı
	( ) Pastane		( ) Köfteci, Kebapçı		( ) Köfteci, Kebapçı
	( ) Kafe		( ) Esnaf Lokantası		( ) Esnaf Lokantası
	( ) Esnaf Lokantası		( ) Yöresel Restoran		( ) Yöresel Restoran
	( ) Yöresel Restoran		( ) Etnik Restoran		( ) Etnik Restoran
	( ) Etnik Restoran		( ) Fine Dining		( ) Fine Dining
	( ) Fine Dining		(Rezervasyonlu) Restoran		(Rezervasyonlu) Restoran
	(Rezervasyonlu) Restoran		( ) Kafe		( ) Kafe
	( ) Seyyar Satıcı		( ) Pizzacı		( ) Pizzacı
	( ) Paket Servis		( ) Seyyar Satıcı		( ) Seyyar Satıcı
	( ) Fast Food İşletmesi		( ) Paket Servis		( ) Paket Servis
	( ) Diğer (Belirtiniz)		( ) Fast Food İşletmesi		( ) Fast Food İşletmesi
	.....		( ) Diğer (Belirtiniz)		( ) Diğer (Belirtiniz)

15. Dışarıda yemek yeme amaçlarınıza uygun olan seçenekleri işaretleyiniz. (Birden çok işaretleyebilirsiniz.)

- ( ) Açlığı Giderme  
 ( ) Yenilik Arayışı  
 ( ) Eğlenme  
 ( ) Mutlu Olma  
 ( ) Kolaylık (Evde yemek hazırlamaktan kaçınma)
- ( ) Zaman Tasarrufu  
 ( ) Sosyal Etkileşim (Yeni İnsanlarla Tanışma)  
 ( ) Aile/Arkadaşlarla Birlikte Olma  
 ( ) Statü Sağlama  
 ( ) Prestij Sağlama



## EK-3. (devam) Anket Formu

Aşağıdaki ölçekte yemek seçiminizi belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İfadelerin size uygunluk durumuna göre karşısında yer alan **1-Hiç Önemli Değil** , **2-Çok Az Önemli** , **3-Ne Çok Ne Az Önemli**, **4- Çok Önemli**, seçeneklerinden birini çarpı ( X ) koyarak cevaplandırınız.

Soru No	Sıradan bir günde yediğim yemeklerin benim için önemli olmasının nedeni:	Hiç Önemli Değil (1)	Çok Az Önemli (2)	Ne Çok Ne Az Önemli (3)	Çok Önemli (4)
1.	... hazırlamasının kolay olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
2.	... hiçbir katkı maddesi içermemesidir.	( )	( )	( )	( )
3.	... kalori (enerji) oranının düşük olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
4.	... tadının güzel olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
5.	... doğal maddeler içermesidir.	( )	( )	( )	( )
6.	... pahalı olmamasıdır.	( )	( )	( )	( )
7.	... yağ oranının düşük olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
8.	... benim için tanıdık (bilindik) olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
9.	... lif ve selüloz oranının yüksek olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
10.	... besleyici olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
11.	... kolayca mağazalarda ve süpermarketlerde bulunmasıdır.	( )	( )	( )	( )
12.	... parasal değerinin yüksek olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
13.	... beni mutlu etmesidir.	( )	( )	( )	( )
14.	... güzel kokuya sahip olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
15.	... kolayca pişirilebilir olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
16.	... stresle başa çıkmama yardım etmesidir.	( )	( )	( )	( )
17.	... kilo kontrolünü sağlamada yardım etmesidir.	( )	( )	( )	( )
18.	... hoş bir dokuya sahip olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
19.	... çevre dostu bir şekilde paketlenmiş olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
20.	... politik olarak onayladığım ülkelerden geliyor olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
21.	... çocukken yediğim yemeklere benziyor olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
22.	... birçok vitamin ve mineral içeriyor olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
23.	... hiçbir yapay madde içermemesidir.	( )	( )	( )	( )
24.	... beni uyanık ve canlı tutmasıdır.	( )	( )	( )	( )
25.	... güzel görünüyor olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
26.	... rahatlamama yardımcı olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
27.	... protein içeriğinin yüksek olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
28.	... hazırlamasının çok fazla zaman almamasıdır.	( )	( )	( )	( )
29.	... beni sağlıklı tutmasıdır	( )	( )	( )	( )
30.	... cildime, dişlerime, saçlarıma, tırnaklarıma vb. iyi gelmesidir.	( )	( )	( )	( )
31.	... beni iyi hissettiriyor olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
32.	... menşei (üretim) ülkesinin açıkça belirtiliyor olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
33.	... genellikle yediğim şey olmasıdır	( )	( )	( )	( )
34.	... hayatla başa çıkmada yardımcı olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
35.	... yaşadığım ya da çalıştığım yere yakın dükkanlarda satın alınabilir olmasıdır.	( )	( )	( )	( )
36.	... ucuz olmasıdır.	( )	( )	( )	( )

## EK-3. (devam) Anket Formu

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK SORULAR**

Aşağıda sizin kendinizi tanımlamanıza ilişkin 30 ifade bulunmaktadır. Lütfen her ifadenin sizi ne kadar tanımladığını, ifadenin yanında verilen kutucuğa (X) işaretleyerek belirtiniz. Her ifade için yalnızca bir kutu işaretleyiniz.

No	İfadeler	Tamamen Doğru	Oldukça Doğru	Biraz Doğru	Ne Doğru Ne Yanlış	Biraz Yanlış	Oldukça Yanlış	Tamamen Yanlış
1.	Hayal Gücü Geniş	7	6	5	4	3	2	1
2.	Hırçın	7	6	5	4	3	2	1
3.	Dağınık	7	6	5	4	3	2	1
4.	Mesafeli	7	6	5	4	3	2	1
5.	Cana Yakın	7	6	5	4	3	2	1
6.	Meraklı	7	6	5	4	3	2	1
7.	Gergin	7	6	5	4	3	2	1
8.	Dikkatli	7	6	5	4	3	2	1
9.	Sessiz	7	6	5	4	3	2	1
10.	Yardımsaver	7	6	5	4	3	2	1
11.	Alıngan	7	6	5	4	3	2	1
12.	Tertipli	7	6	5	4	3	2	1
13.	İçe Dönük	7	6	5	4	3	2	1
14.	Bilgili	7	6	5	4	3	2	1
15.	Nazık	7	6	5	4	3	2	1
16.	Kaygılı	7	6	5	4	3	2	1
17.	Dakik	7	6	5	4	3	2	1
18.	Konuşkan	7	6	5	4	3	2	1
19.	Yenilikçi	7	6	5	4	3	2	1
20.	Birlikte Çalışmayı Seven	7	6	5	4	3	2	1
21.	Utangaç	7	6	5	4	3	2	1
22.	Uyumlu	7	6	5	4	3	2	1
23.	Sanatçı Ruhlu	7	6	5	4	3	2	1
24.	Ürkek	7	6	5	4	3	2	1
25.	Düzenli	7	6	5	4	3	2	1
26.	Çekingen	7	6	5	4	3	2	1
27.	Sistemli	7	6	5	4	3	2	1
28.	Anlayışlı	7	6	5	4	3	2	1
29.	Endişeli	7	6	5	4	3	2	1
30.	Yaratıcı	7	6	5	4	3	2	1

Anketimiz bitmiştir. Yardımlarınız için teşekkür ederiz.

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Kazkondur, İhsan  
 Uyrurđu : T.C.  
 Doğum tarihi ve yeri : 25.01.1985 / Devrek  
 Medeni hali : Evli  
 Telefon : +90 506 540 15 20  
 e-mail : ihsan.kazkondur@beun.edu.tr

### Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomi ve Beslenme Eğitim ABD.	2010
Lisans	Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomi ve Beslenme Öğretmenliği	2007
Lise	Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi	2003

### İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2012 - 2020	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Devrek Meslek Yüksekokulu	Öğretim Görevlisi
2010 - 2012	Millî Eğitim Bakanlığı Düzce Merkez Yeşiltepe İ.Ö. Okulu	Kadro lu Öğretmen
2007-2010	Millî Eğitim Bakanlığı Ağrı Doğubayazıt Atatürk İ.Ö. Okulu	Kadro lu Öğretmen
2006-2006	Ristorante Vanni Palermo-Sicilya/İTALYA	Aşçı
2001-2001	Limak Arcadia Resort Hotel Belek- Antalya	Aşçı
2000-2000	Divan Mares Marmaris Hotel Marmaris-Muğla	Aşçı

### Yabancı Dil

İngilizce YÖKDİL (63,750)

## Yayınlar

### Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Aksoy, M., ve Kazkondur, İ. (2020). “Türkiye’de Yiyecek Seçiminin Bölgelere Göre Farklılaşması”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 8(2), 1306-1333.

### Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

1. Kazkondur, İ., Kadam, S., ve Şallı, G. (Nisan, 2017). “Mutfak Personelinin Helal Gıda Hakkındaki Bilgi Düzeyinin Ölçülmesi”. *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, (Tam Metin Bildiri, Sözlü Sunum) 1(1), 1156-1165.
2. Kadam, S., Kazkondur, İ., ve Şallı, G. (Kasım, 2015). “Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı ile İlgili Görüş ve Düşüncelerinin Genel Değerlendirmesi”. *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, (Tam Metin Bildiri, Sözlü Sunum) 1(1), 799-808.

### Ulusal hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Kazkondur, İ. (2009). *Salep*. Karınca Kooperatif Dergisi, 74(867), 41-43.

### Kitap Bölümü

1. Kazkondur İ. (2020-Baskıda). “Tavuk Eti ve Tavuk Eti Yemekleri”. *6. Ulusal Aşçılık Kampı Kitabı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
2. Kazkondur, İ., Kadam, S., ve Şallı, G. (2017). “Aşçılık Kampı Eğitimleri ile İlgili Bilgiler”. *Kampın Kitabı*, Birinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 111-116.
3. Şallı, G., Kadam, S., ve Kazkondur, İ. (2017). “Proje Ortakları ve Kamp Destekçileri”. *Kampın Kitabı*, Birinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 83-94.

### Projeler

1. “Zonguldak Mutfak Kültürü ve Yemekleri Kitabı”, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri, Araştırmacı, (2018).
2. “Devrek’te Un Sanata Dönüşüyor”, Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı Yöresel Değerler Mali Destek Programı, Araştırmacı, (2016).
3. “Bülent Ecevit Üniversitesi Devrek Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı Uygulama Mutfağının Tamamlanması Altyapı Projesi”, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri, Araştırmacı, (2014).
4. “Avrupa Ülkelerinde Mutfak ve Servis Alanındaki Yenilikler: İtalya Örneği”, Ulusal Ajans Leonardo Da Vinci Projesi, Araştırmacı, (2006).



*GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..*

