

2023

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Fatma KASAP



T.C.

ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**PTT DAĞITIM ÇALIŞANLARINDA MEDYA  
ARAÇLARI KULLANIM DURUMLARININ,  
BESLENME ALIŞKANLIKLARININ VE FİZİKSEL  
AKTİVİTE DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Fatma KASAP**

BESLENME VE DİYETETİK PROGRAMI

Ankara, 2023



T.C.  
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**PTT Dağıtım Çalışanlarında Medya Araçları Kullanım  
Durumlarının, Beslenme Alışkanlıklarının ve Fiziksel  
Aktivite Düzeylerinin İncelenmesi**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Fatma KASAP**

Doç. Dr. Yahya Özdoğan

BESLENME VE DİYETETİK PROGRAMI

Ankara, 2023

**ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ**  
**SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

PTT Dağıtım Çalışanlarında Medya Araçları Kullanım Durumlarının, Beslenme  
Alışkanlıklarının ve Fiziksel Aktivite Düzeylerinin İncelenmesi

Fatma KASAP

Yüksek Lisans Tezi

01.12.2023

Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Yahya Özdoğan

Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Yahya Özdoğan

Dr. Öğr. Üyesi Güzde Ede

Dr. Öğr. Üyesi Rahime Evra Karakaya

Okuduğumuz ve savunmasını dinlediğimiz bu tezin bir Yüksek Lisans derecesi için  
gereken tüm kapsam ve kalite şartlarını sağladığını beyan ederiz.

Prof. Dr. Sena KAPLAN

Enstitü Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans derecesi için gereken tüm şartları sağladığını tasdik ederim.

## BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda patent ve telif haklarını ihlal edici etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tezde kullanılmış olan tüm bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

01/12/2023

Fatma KASAP

## TEŞEKKÜR

Tez çalıŐmamın plan, yűrűtme ve sonuçlandırılmasında bana deęerli vakitlerini ayıran, bilgi ve deneyimleriyle desteęini hep hissettięim çok deęerli danıŐmanım ve Bűlűm BaŐkanım Doç. Dr. Yahya ŐZDOęAN'a, eęitim hayatım boyunca gűsterdikleri tűm sabır ve emek için canım annem, babam ve kardeŐlerime, çalıŐmamda katkılarını esirgemeyen deęerli abim Muhammed H. KASAP'a, bana cesaret veren ve her daim yoldaŐklarını gűsteren sevgili arkadaŐlarım Nihansu BARUTÇU GESűYLER, Gizem TAK ve Sűmeyye Betűl ŐZOęUL'a, her zaman yanımda olan niŐanlım Burhan ALKAN'a içtenlik ve tűm samimiyetimle teŐekkűr ederim.

# İÇİNDEKİLER

<b>TEZ KABUL VE ONAY</b> .....	iii
<b>BEYAN</b> .....	iv
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	v
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	vi
<b>ÖZET</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>SİMGELER ve KISALTMALAR</b> .....	x
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	xi
<b>TABLolar DİZİNİ</b> .....	xii
<b>1. GİRİŞ</b> .....	1
<b>2. GENEL BİLGİLER</b> .....	4
2.1. İletişim ve Medya .....	4
2.1.1 Medya Araçları .....	6
2.2. Beslenme .....	12
2.3. Fiziksel Aktivite .....	13
2.4. Dağıtım Çalışanlarının Medya Kullanımları, Beslenme Alışkanlıkları, ve Fiziksel Aktivite Düzeyleri ilişkisi .....	15
<b>3. MATERYAL VE YÖNTEM</b> .....	16
3.1. Araştırmanın Türü .....	16
3.2. Araştırmanın Amacı, Örneklemi ve Evreni .....	16
3.3. Araştırmanın Planlanması, Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi .....	16
3.3.1 Veri Toplama Araçları .....	17
3.3.2 İstatistiksel Analiz .....	19
<b>4. BULGULAR</b> .....	20

<b>5. TARTIŞMA</b> .....	40
<b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	48
<b>7. KAYNAKLAR</b> .....	50
<b>8. EKLER</b> .....	60
<b>Ek-1.</b> Araştırmada Kullanılan Anket Formu .....	60
<b>Ek-2.</b> Bilgilendirilmiş Onam Formu.....	69
<b>Ek-3.</b> Etik Kurul Raporu.....	70
<b>Ek-4.</b> Özgeçmiş .....	71



## ÖZET

### PTT Dağıtım Çalışanlarında Medya Araçları Kullanım Durumlarının Beslenme Alışkanlıklarının ve Fiziksel Aktivite Düzeylerinin İncelenmesi

İletişim ve medya teknolojileri çağımızda hızla gelişmekte ve bu ilerlemeler günlük beslenme ile fiziksel aktivite pratiklerimizi etkilemektedir. Bu araştırmada, PTT dağıtım çalışanlarında medya araçlarının kullanım durumlarının, beslenme alışkanlıklarının ve fiziksel aktivite düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Ocak-Mayıs 2022 yılında Ankara PTT Başmüdürlüğünde posta ve kargo dağıtımını yapan 67'si kadın (%27,6) 176'sı erkek (%72,4) olmak üzere toplam 243 kişi ile yürütülmüştür. Bireylerin beslenme ve fiziksel aktivite alışkanlıklarını içeren anket uygulaması yüz yüze gönüllülük esaslı ile yapılmıştır. Ölçme aracı olarak kullanılan anket formu, demografik bilgilerin yanısıra genel sağlık bilgileri, beslenme alışkanlıkları, besin tüketim sıklıkları, medya araçları ve fiziksel aktivite ile ilgili sorular içermektedir. Yirmi dört saatlik hatırlatma yöntemi kullanılarak enerji, makro ve mikro besin öğeleri alımları belirlenmiştir. Bireylerin ortalama yaşı 35.61±8.0 yıl olup %51,4'ü normal vücut ağırlığındadır. Bireylerin %73,3'ünün öğle öğününü atladığı ve en fazla atlama nedeninin 'vakit yetersizliği (%62,0) olduğu saptanmıştır. Bireylerin her gün dışarıdan yeme sıklığı %13,2'dir. Kadınların %86,6'sı erkeklerin %92,6'sı her gün ekmek ve tahıl grubu tüketmektedir. Katılımcıların %92,2'si interneti, %89,7'si her gün sosyal medyayı düzenli olarak kullandığını, %44,9'u medyadan doktorları, %21,8'i diyetisyenleri takip ettiğini bildirmiştir. Bireylerin %21,4'ü sağlıklı beslenme programlarıyla alışkanlıklarını değiştirmek istediklerini belirtmişlerdir. Medyada geçirilen süre arttıkça, süt ve ürünlerinin tüketiminin azaldığı ( $p<0,05$ ), bireylerin çoğunluğun yeterli düzeyde fiziksel aktiviteye sahip olduğu belirlenmiştir (%93,0). Fiziksel aktivite durumu düşük olanların %88,2'si, yeterli olanların %92,5'i interneti her gün takip etmektedirler. Bu çalışmada medya araçlarının kullanımlarına göre bireylerin beslenme alışkanlıklarının değişebileceği, fiziksel aktivite düzeylerinin etkilenebileceği bulunmuştur. Kurum çalışanları için, diyetisyen ve uzman sağlık profesyonellerinden beslenme, fiziksel ve ruhsal sağlık ile ilgili danışmanlık hizmeti alınmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Beslenme alışkanlıkları, fiziksel aktivite, medya araçları, sağlık.

## ABSTRACT

### **Investigation of Media Tools Usage, Nutritional Habits and Physical Activity Levels of PTT Distribution Employees**

Communication and media technologies are developing rapidly in our age, and these advances affect our daily nutrition and physical activity practices. This research aimed to examine the usage of media tools, nutritional habits and physical activity levels of PTT distribution employees. The study was conducted in January-May 2022 with a total of 243 people, 67 women (27.6%) and 176 men (72.4%), who distributed mail and cargo at the Ankara PTT General Directorate. The survey, which included individuals' nutrition and physical activity habits, was conducted face-to-face on a voluntary basis. The survey form used as a measurement tool includes questions about general health information, nutritional habits, food consumption frequencies, media tools and physical activity, as well as demographic information. Energy, macro and micronutrient intakes were determined. The average age of the individuals was  $35.61 \pm 8.0$  years and 51.4% were of normal body weight. It was determined that 73.3% of individuals skipped lunch and the most common reason for skipping was 'lack of time' (62.0%). The frequency of individuals eating outside every day is 13.2%. 86.6% of women and 92.6% of men consume bread every day. 92.2% of the participants reported that they used the internet regularly, 89.7% reported that they used social media regularly every day, 44.9% reported that they followed doctors and 21.8% dietitians from the media. 21.4% of individuals stated that they wanted to change their habits with healthy nutrition programs. It was determined that as the time spent in the media increased, the consumption of milk and its products decreased and the majority of individuals had sufficient physical activity (93.0%). 88.2% of those with low physical activity status and 92.5% of those with adequate physical activity follow the internet every day. It was found that individuals' eating habits may change and their physical activity levels may be affected depending on the use of media tools. It is thought that it would be beneficial for institution employees to receive consultancy services regarding nutrition, physical and mental health from dietitians and specialist health professionals.

**Key words:** Health, media tools, nutrition habits, physical activity.

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

BKİ	: Beden kütle indeksi
BT	: Bilişim teknolojileri
CDC	: Centers for Disease Control-Hastalık Kontrol ve Koruma Merkezleri
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
GSM	: Global System for Mobile Communications
IPAQ	: Uluslararası Fiziksel Aktivite Düzeyi
MET	: Metabolik eşdeğer
PTT	: Posta Telgraf Telefon
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TİAK	: Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş
TÜBER	: Türkiye Beslenme Rehberi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1	Dünya İnternet Kullanım Durumu.....	6
-----------	-------------------------------------	---



## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo 4.1</b>	Bireylerin Sosyodemografik Özellikleri.....	20
<b>Tablo 4.2</b>	Bireylerin Medya ve Sosyal Medya Araçlarını Takip Sıklığı .....	21
<b>Tablo 4.3</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Genel Sağlık Durumu.....	22
<b>Tablo 4.4</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Diyet Uygulama Durumu.....	23
<b>Tablo 4.5</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Besin Desteği Kullanım Durumu.....	24
<b>Tablo 4.6</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Beslenme Alışkanlıklarının Dağılımı.....	25
<b>Tablo 4.7</b>	Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Günlük Su, Çay ve Kahve Alım Miktarları.....	24
<b>Tablo 4.8</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Besin Gruplarının Tüketim Sıklıklarının Dağılımı.....	27
<b>Tablo 4.9</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Diyetle Günlük Enerji ve Besin Ögesi Alımlarının Dağılımı .....	28
<b>Tablo 4.10</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Medya Araçları Kullanım Sıklığı.....	29
<b>Tablo 4.11</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Medya Araçlarında Geçirdikleri Zaman Dilimlerinin İncelenmesi.....	29
<b>Tablo 4.12</b>	Bireylerin Cinsiyete Göre Medyada Beslenme Alanları Takip Etme Durumları .....	30
<b>Tablo 4.13</b>	Bireylerin Medyada Beslenme İle İlgili Takip Ettiği Kişiler .....	31
<b>Tablo 4.14</b>	Bireylerin Reklamların Amacına, Yiyecek Seçiminde Reklamların Etkisine Yönelik Görüşleri Ve Reklamdan Etkilenme Durumu .....	31
<b>Tablo 4.15</b>	Bireylerin Medya Kullanım Süresine Göre Besin Tüketim Sıklığı Anketinden Alınan Besin Grupları ile Miktarlarının Değerlendirilmesi.....	32
<b>Tablo 4.16</b>	Bireylerin Medya/Sosyal Medya Kullanım Zamanlarına Göre Öğün Atlama Durumu .....	32
<b>Tablo 4.17</b>	Bireylerin Medya/Sosyal Medya Kullanım Sıklıklarına Göre Bazı Besin Gruplarını Tüketim Durumu .....	33
<b>Tablo 4.18</b>	Bireylerin Cinsiyet ile Fiziksel Aktivite Düzeyleri Arasındaki İlişki Durumu.....	33
<b>Tablo 4.19</b>	Bireylerin Beden Kütle İndeksi ile Fiziksel Aktivite Düzeyleri Arasındaki İlişki Durumu.....	34

<b>Tablo 4.20</b>	Bireylerin TV İzleme-Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile Fiziksel Aktivite Düzeyleri Arasındaki İlişki Durumu .....	34
<b>Tablo 4.21</b>	Bireylerin Medya Kullanım Sıklıkları ile Fiziksel Aktivite Düzeyleri Arasındaki İlişki Durumu .....	36
<b>Tablo 4.22</b>	Bireylerin Medya Takip Zamanları ile Fiziksel Aktivite Düzeyleri Arasındaki İlişki Durumu .....	38



# 1. GİRİŞ

İletişim ve medya teknolojileri çağımızda hızla gelişmekte iken bu ilerlemeler günlük beslenme ve fiziksel aktivite pratiklerimizi etkilemektedir (Daniela ve Marinescu, 2020). Aynı zamanda içerisinde yaşamış olduğumuz bu yüzyılda teknolojik değişimlerdeki ivmelenme, yeni medyanın hayatımıza entegrasyonu, internet mağazacılığının yaygınlaşması, son olarak Covid 19 salgını etkisiyle birlikte elektronik ticaret hacminin büyümesi lojistik hizmetlerde görevli kargo dağıtım çalışanlarının önemini arttırmıştır. Medyanın dijitalleşmesiyle beslenme ve tüketim davranışları değişmektedir (İsayev, 2022).

Türkiye’de posta ve kargo dağıtımında hizmet eden eski kurumlardan biri Posta Telgraf Telefon (PTT)’dur. Kurum 1840 yılında Posta Nezareti'nin kurulmasını kendisi için bir milat kabul etmektedir. Telefon hizmetleri kurumu 1909 yılında PTT Nezaretine dönüştürülmüştür. Organizasyonel yapısı ve fazla sayıda personeliyle tüm Türkiye’ye hizmet sunmaktadır (PTT, 2023). Posta ve kargo dağıtım çalışanlarının gün içerisinde aktif olarak çalıştıkları ve hareketli bir iş rutinine sahip olduğu bildirilmiştir (Dönmez ve Genç, 2020).

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinin en temel seviyesinde tüm canlıların şüphesiz en baskın hayatta kalma içgüdüğü ile oluşturduğu fizyolojik-biyolojik gereksinimler vardır. Bu ihtiyaçların karşılanamaması bir insanın kendini gerçekleştirme idealine erişememesi anlamı taşımaktadır. Yiyecek ve yemeğe ulaşmak makro ve mikro besin ögesi eksikliklerine bağlı olarak gelişen çeşitli hastalıkları veya bunun sonucu olarak oluşabilecek ölümü engellemektedir (Çoban, 2021; Maslow, 1943).

Yemek, kimliğimizin, kültürümüzün ve sosyal etkileşimimizin merkezi bir bileşeni olmasının yanı sıra, sağlık ve tıp alanından medyaya kadar geniş çapta farklı disiplinlerin ortak araştırma konusu olmuştur. Yemek uygulamaları medya

aracılığıyla kültür oluşumu ve aktarımı (gastronomi ve mutfak mirası), sağlık alanları (gıda güvenliği, beslenmeyle hastalıkları önleme), ekonomi (bütçeler, gıda piyasaları, üretim ve pazarlama) gibi çeşitli alanlara dokunmaktadır. Bireylerin ve toplumların yaşadığı ve süregelen hastalıklar sosyal bilimler, tıp bilimleri, iletişim gibi disiplinler kavşağında, araştırma ve uygulamalarla son yıllarda geniş disiplinler arası perspektiflere dönüşmüştür. Hastalıkların önlenmesi (obeziteyle mücadele gibi), toplumların etkisi, medya ve kitle iletişim araçlarının önemli rolü giderek artmaktadır (Roventa-Frumusani ve Marinescu, 2020).

Medya etkisi çalışmaları, kitle iletişim araçlarının izleyicilerin düşünme ve davranış biçimlerini nasıl etkilediğini incelemektedir. Bu alanın araştırması sosyoloji, iletişim, psikoloji gibi disiplinlerin mercekleri aracılığıyla incelenir. Medya araçlarından genellikle radyo, televizyon, film, gazeteler, dergiler ve kitaplar gibi basılı medya dahil olmak üzere geleneksel kitle iletişim araçlarına atıfta bulunulsa da medyanın dijital biçimlerinden, e-posta, sosyal ağ web siteleri ve bloglar gibi internet hizmetlerini de içerir. Ürünlerin bilinirliğini ortaya çıkaran ve tüketilmeleri yönünde teşvik eden reklam endüstrisi de medyanın içindedir. Tüketici alışkanlıklarını etkilemek için tasarlanmaktadır (Pazarbaş, 2013).

Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ), Covid salgını kitle iletişim doğru bir şekilde yürütebilmek için 'infodemik' risk iletişimi sistemini hayata geçirmiştir. 2019-nCoV salgını ve müdahalesine, güvenilir kaynak ve güvenilir rehber bulmalarını zorlaşması, bazı bilgilerin doğru ve bazılarının gerçek olmayan aşırı bilgi çokluğu "infodemi"yi inşa etmiştir. Halk arasında yayılan efsaneleri-söylentileri takip etmek ve bunlara doğru yanıtı vermek için DSÖ tarafından kurulan iletişim risk teknik ekibi ve sosyal medya ekipleri çalışmalarını medya platformları ve web siteleri aracılığıyla yürütmektedir (World Health Organization [WHO], 2020).

Bununla birlikte diğer sosyal medya platformlarına göre YouTube'un ses kalitesi ve görsel iletişim sayesinde eğitim ve bilgi üzerindeki etkisi, yayılması, bu platformun aynı zamanda güçlü bir eğitim aracı olmasına olanak sağlamaktadır. Kamu davranışını etkilemek için sağlık profesyonelleri tarafından doğru bilgi paylaşımı yapılarak bilginin yaygınlaştırılabileceği bir iletişim aracıdır. Aksi takdirde yanlış kullanılırsa yanıltıcı bilgi verilebilen, toplum içerisinde panik yaratan ve kafa karıştırıcı bir medya platformu haline gelmektedir (Rabee vd., 2015).

Medya aracılığıyla yapılan sağlık haberleri önemli bir sağlık bilgi kaynağı olarak görülmektedir. Önceki zamanlarda sadece akademik kuruluşlar veya hekim-hasta etkileşimleri yoluyla erişilebilen bilgilere internet ve medya sayesinde ulaşım daha erişilebilir hale gelmiştir. Sağlık haberleri toplumu salgınlara ve diğer halk sağlığı acil durumlarına karşı uyarmakla birlikte, onları klinik araştırmalardaki gelişmeler hakkında da bilgilendirir. Ulusal ve uluslararası sağlık kılavuzlarındaki güncellemeleri duyurur (Chen ve Wang, 2021).

Beslenme iletişimi bilgilerin çoğalmasıyla karmaşıklaştıkça sağlık iletişimi daha anlaşılması zor duruma gelmiştir. Tüketicilerin kendilerine göre daha sağlıklı bir diyet benimsemesini sağlamak uzun süreli bir çaba gerektirir. Obezitenin ciddi bir halk sağlığı sorunu olması bu iletişimi sağlıklı bir şekilde kurmak için önem katmıştır. Artık sadece daha sağlıklı yemeklerin haberleri değil aynı zamanda sağlıksız beslenme haberleri takipçilerin ilgisini çekmektedir. Sağlık haberlerinin içerisinde beslenme önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca medyanın bir ayağı olan reklam sektörü tüketicilerin yiyecek içecek seçiminde güçlü bir rol oynamaktadır (Goldberg ve Sliwa, 2011).

Medya araçlarının bireyler üzerindeki etki araştırmaları günümüzde devam etmektedir (Vardarlıer ve Öztürk, 2020). Posta ve kargo dağıtımında çalışan PTT personeli iş zamanlarının çoğunu kurum dışarısında geçirmektedir. Dijital medya ve geleneksel medya araçlarının PTT kargo çalışanları üzerinde beslenme alışkanlıkları ve besin tercihlerini değiştirebileceği için medya kullanımı önem taşımaktadır. Medya ve internet çağında e-ticaretin büyümesi kuryelik taşımacılık dağıtım hizmeti sunan kargo çalışanlarının iş yüklerini daha çok arttırmaktadır (Yertüm ve Balcı, 2023). Beslenme alışkanlıklarının ve fiziksel aktivite düzeylerinin incelenmesi önem kazanmaktadır.

## 2. GENEL BİLGİLER

### 2.1. İletişim ve Medya

İletmek ve paylaşmak temel hedefleri olan iletişim tüm bilimlerin ilgi alanına girmektedir. İletişimin olmazsa olmazı insan ve insanlar arası etkileşimdir. Dünya var olduğundan beri iletişim söz konusu olduğu halde günümüz toplumu küreselleşmiş bir iletişim toplumu olarak ele alınmalıdır. Medya ve yayın endüstrisi, yeni dijital teknolojilerinden İnternetle önemli dönüşümler geçirmiştir (Choi, 2018). Çağımızda iletişim hayatın her alanında değer görmektedir. İletişim, bireyin kendisiyle, bireyler arasında, grup içinde, örgütlerde kitle düzeyinde bilgi, düşünce ve anlamlar aktarmasıdır (Geçimli, 2007). İletişim insan ve toplumlar arası duyguların aktarılması manasına gelir. İnsanlığın var olmasından beri kendiliğinden gelişen bir süreçtir. İlk ortaya çıkmasıyla çeşitli evrelerden geçerek çağımız teknolojisiyle iletişim seçenekleri hayalin ötesine taşınmıştır. Tepkileri bazı sesler yoluyla ifade etmeleri, homurdanma, çığlık gibi, farklı hareketler yoluyla birbirlerine birtakım aktarımlar yapmaları zaman içinde bu sembollerin bir sistematik oluşturması ve sözel ilerleyişin başlaması ile süre gelmiştir (Aytekin, 2019).

Sümerler tarafından yazının bulunuşu ile bireylerin duygu, düşünce, fikirlerini aktarması her zaman geçerliğini korumuştur (Öztürk Çelebi, 2018).

Toplum halinde yaşayan kişilerin kendilerini geliştirmeleri, toplumların ilerlemelerine ve iletişim ihtiyaçlarının çoğalmasına neden olmuştur (Güneş, 2013).

Güvercinle, dumanla, deri üzerinde oluşturulan görsellerle, mağara duvarlarına resmedilen resimlerle, ilk iletişim araçlarının temelleri atılmıştır. Yazının bulunması iletişimin yeni bir evreye girmesini sağlamıştır. Mürekkep, kil tabletler, papirüs ve parşömen kâğıdı, beyaz, sarı kâğıtlar iletişim kurmanın, veri aktarımının araçları haline gelmiştir. Matbaanın devlet eliyle ve bireysel kullanımı temelinde bilgi alışverişi olan iletişimin gelişimde önemli bir mihenk taşı olmuştur (Aytekin, 2019; Güneş, 2013).

İnternet, basın ve yayının, radyo, televizyon, gibi kitle iletişim araçları 19. yy dan bu yana kullanılmaktadır. Yazının ve görselin kayıt altına alınması geçirdiğimiz son üç yüz yılda insanlığın geldiği noktayı, bilim ve teknoloji alanında ilerleyişini, savaşları, dil ve kültür değişimlerini, farklılıkları ortaya çıkarmaktadır (Güneş, 2013).

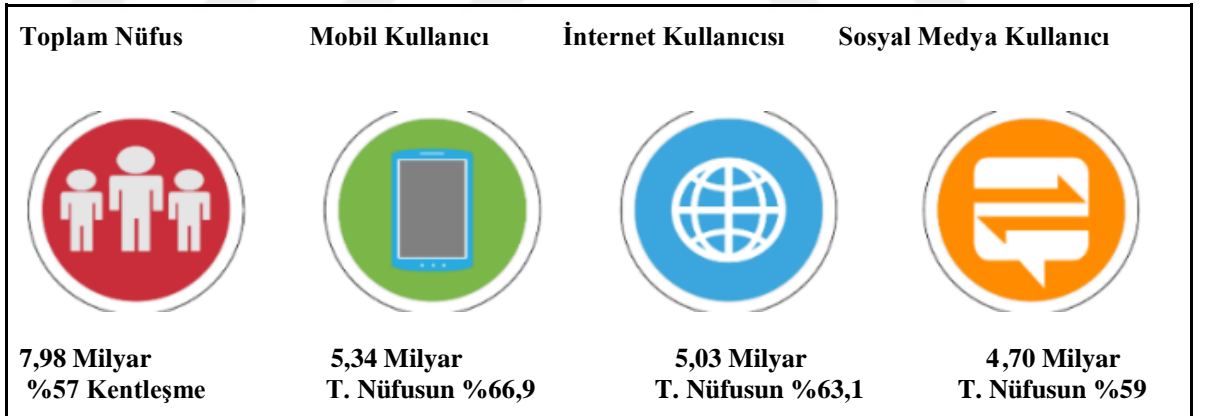
İletişimin tarihsel süreci rastgele çıkarılan insan sesi başlamaktadır. Doğada bulunan taş kemik gibi çeşitli araçlarla oluşturulan göstergeler, toprak çamurla yazılan yazılar, sistemli oluşturulan bir alfabe, kâğıt icadı, telefon telgraf kullanımı, Dünya savaşlarından sonra yaygınlaşan radyo, televizyon ve son olarak medyanın oluşumuyla iletişim süreci devam etmektedir. Bilgisayarlar ile 1950'lerden sonra tanışmamızın ardından internet, sosyal medya ve bloglar yaşatılarımıza girmiştir (Güneş, 2013).

İletişimin beş ana unsuru vardır. Birinci unsur 'kaynak' haberi duyguyu düşünceyi paylaşmayı başlatan konumdur. İletiyi gönderen kişidir. İkinci unsur hedef, alıcı'dır. Alıcı kaynağın göndermek istediği iletiyi aktarmak istediği birimdir. Bu birim birey, grup, toplum ya da kitle olabilir. Üçüncü unsur mesaj (ileti) dir. İletiler zihindekilerin kaynak tarafından oluşturulmuş mesajlardır. İletinin aracı ses yazı, görsel bir şekil resim jest hareket olabilir. Dördüncü unsur ise bu iletinin aktarıldığı 'kanal' oluktur. İletişimin amaçlarına ve iletişim türüne göre seçilecek kanallar da değişmektedir. Bireyler arası iletişimde genel olarak konuşma ve beden dili, temas ve dokunma ile simgesel anlamlar içeren çiçek, süs hediye gibi objeler kullanılırken; kitlelerle iletişim için medya araçlarından sesli olarak radyo, görsel ve sesli olarak sinema, televizyon, yazılı olarak gazete, dergi kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Beşinci unsur ise 'geri bildirim' yani dönüttür. Kaynaktan alıcıya gönderilen mesajın yarattığı etkiye karşılık oluşturulan alıcıdan gelen tepkidir. Anlaşılabilirlik ifade ettiğinden geri bildirim iletişimdiki yeri önemlidir. Sesli ve yazılı dönütlerin yanı sıra dinleyicilerin bakışları, duruşları, takındıkları yüz ifadeleriyle sergiledikleri hareketler, aldıkları mesajlara cevap olarak önemli dönütlerdir. Doğru ve etkili iletişimin gerçekleşmesinde bu temel beş unsurun ahenk içinde olması bildirilmektedir (Karaca, 2016).

### 2.1.1. Medya Araçları

Medya; yazılı, basılı, sesli, görsel iletileri içine alan geniş bir iletişim ağını kapsamaktadır (Zafer ve Vardarlıer, 2019). İnternet, bilişim teknolojileri dışında kalan gazete, televizyon ve radyo gibi diğer yazılı basın unsurları geleneksel medya olarak isimlendirilmektedir. Geleneksel medya kişilere tek yönlü iletişim sağlamaktadır. Dinleyici pasif olarak iletişim süreci içerisinde bulunur (Adıgüzel, 2022).

Çağımızda gelişen teknolojiyle, gerçek olarak iletişim halinde ‘Bağlı Dünya’nın içerisindeyiz. Şekil 1’de “We Are Social”ın ve “Hootsuite”in ortaklaşa yayınladıkları 2022 Temmuz Raporuna göre, Dünya Nüfusunun 7,98 milyar insan, verilere göre; 5,03 milyar internet kullanıcısı (dünya nüfusunun %63,1’i), 5,34 milyar (dünya nüfusunun %66,9’u) mobil kullanıcı ve 4,70 milyar sosyal medya kullanıcısı vardır. Kullanıcıların sosyal medyada iletişim halinde bulunmasının ülkelerin siyasi ve bürokratik yapısını, halkı yönetme şeklini, kurulan ticari şirketleri, toplumun tüketim alışkanlıklarını önemli ölçüde etkileyeceği var sayılmaktadır (We Are Social, 2022).



Şekil 2.1. Dünya İnternet Kullanım Durumu (We are social 2022, Temmuz)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan araştırmaya göre, Türkiye’de 2022 yılında hanelerin %94,1’inin evden İnternete erişim imkanına bulunduğu belirtilmiştir. İnternete erişimin en yüksek olan bölgelerden ilk sırada İstanbul (%98,7), ikinci sırada Batı Anadolu (%98,3) (Ankara, Konya, Karaman) ve üçüncü sırada Ege (%94,4) (İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) olarak tespit edilmiştir. Bireysel olarak internete erişim sağlayan 16-74 yaş arasındaki bireylerde internet kullanımını %85’dir. Cinsiyete göre ise erkeklerin

%89,1'inin kadınların %80,9'unun internet kullandığı saptanmıştır. İnterneti düzenli kullanım sıklığı (Gün içerisinde çok defa, her gün bir defa) %82,7 dir (TÜİK, 2022).

Sosyal medya kullanım araştırmasına göre %82 ile WhatsApp birinci olurken, ikinci sırayı %67,2 ile YouTube ve %57,6 ile üçüncü sırayı Instagram almaktadır. Cinsiyete göre değerlendirildiğinde ise; erkeklerin en fazla WhatsApp (%85,9), YouTube (%70,8) ve Facebook (%61,5) kullandığı gösterilirken, kadınlarda sıralama WhatsApp (%78,1), YouTube (%63,7) ve Instagram (%55,9) olarak bulunmuştur (TÜİK, 2022).

Dijital medyanın yanı sıra geleneksel medya içerisinde önemli bir yer tutan televizyon izleme araştırmalarında da ise, Dünya genelinde televizyon izleme süresi 2 saat 54 dakikadır. Türkiye genelinde bu sürenin dünya ortalamasının iki katına yakın olan 4 saat 33 dakika olduğu saptanmıştır. Dünya genelinde gençlerde ise televizyon izleme süresi 1 saat 40 dakika olduğu gözlemlenmiştir (TİAK, 2021).

Türkiye genelinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından 15-21 yaş arası gençlerde yapılan başka bir araştırmaya göre ekran bağımlılığı ölçüğü kullanıldığında 19-21 yaş aralığındaki gençlerin ekran bağımlılık düzeyinin yüksek olduğu, 17-18 yaş aralığındaki gençlerin ekran bağımlılık düzeyinin orta düzey olduğu ve 15-16 yaş aralığındaki gençlerin ise ekran bağımlılık düzeyinin düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında son bir ay içerisinde gençlerin %76,3'ünün televizyon izlediği, %23,7'nin ise televizyon izlemediği tespit edilmiştir. Televizyon izleme sıklıkları incelendiğinde 19-21 yaş grubunun (%77,2) 15-18 yaş grubuna göre (%75) daha fazla televizyon yayınlarını izlediği belirtilmiştir. Günlük ortalama televizyon izleme süresi ise 1 saat 40 dakika olarak bulunmuştur (RTÜK, 2022).

Gençlerin radyo dinleme alışkanlıklarına incelendiğinde ise, son bir ay içerisinde gençlerin %33,8'inin radyo dinlediğini saptanmıştır. İnternet kullanımına bakıldığında ise %92,3'ü internet kullandığını belirtmiş olup günlük ortalama kullanım süreleri 4 saat 35 dakika olarak belirlenmiştir. Sosyal medya hesabına erişebilmek için kadınların %70,9'u, erkeklerin ise %72,7'si interneti her gün kullanmakta olduklarını belirtmişlerdir. Gençlerin %94,6'sı sosyal medya kullanırken, %5,4'ü sosyal medya hesabı olmadığını beyan etmiştir. Bu sonuçlara

göre gençlerin medya kullanımlarının geleneksel medyadan dijital medyaya (yeni medya) kaydığı gözlenmektedir. İnternet ve dijital platformlar (yayın, müzik ve sosyal medya) kullanımının geleneksel medya içerisindeki televizyon ve radyo kullanımının önüne geçtiği vurgulanmaktadır (RTÜK, 2022).

### Radyo

Yeni medya olarak ifade edilen dijitalleşmiş medyanın hayatlarımızda yer etmesiyle medya olarak isimlendirilirken ‘Geleneksel Medya’ kavramı ortaya çıkmıştır. En eski kitle iletişim aracı olmasının yanında toplumlara en hızlı yayılan haber aracı radyodur. Radyo teknolojilerinin ilerlemesi birbiriyle ilişkili çok sayıda teknolojik aracın geliştirilmesiyle gerçekleşmiştir. Radyo çalışmalarına öncülük eden telsiz telgraf ve telefon radyo gibi çalışmalardır. Elektromanyetizmanın bulunmasıyla katedilen ilerlemeler sayesinde sesin elektromanyetik dalgalar yoluyla iletilebilmesi keşfedilmiştir. Ses iletimi alanında sayısız çalışmalar yapan Guglielmo Marconi ilk defa insan sesini iletilmesini 1895'te gerçekleştirmiştir Gerçek anlamıyla ilk lisanslı radyo yayını 1920 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Frank Conrad tarafından yapılmıştır. Radyoların boyutları geliştirilen teknolojilerle küçültülmüş ve arabalarda radyo dinleme alışkanlıkları yaygınlaştırılmıştır. Radyo günümüzde her zaman ve her yerde dinlenebilir teknolojilerdendir. Tek yönlü çalışan bir iletişim aracıdır (Altunbaş, 2003).

### Televizyon

Kelime kökeni Fransızca olan Télévision'dan dilimize geçmiş olan Televizyonun (TDK, Sözlük) geliştirilmesinde sinema da olduğu gibi temelinde fotoğrafın bulunması vardır. İlk çekilen fotoğraf (1800'lü yıllarda)'la birlikte çoklu karelerin sıralanmasıyla oluşturulan görüntünün sürekliliği, sinema ve televizyon çağına ışık tutmuştur (Xue, 2023). İlk televizyon 1923 yılında John Logie Baird tarafından icat edilmiştir. Bu buluşun patenti 1925 yılına gelindiğinde alınmıştır. (Aziz, 2013). Dünyada ilk televizyon yayını ise 1929 yılında Birleşik Krallığa ait olan yayın kuruluşu British Broadcasting Corporation (BBC) tarafından gerçekleştirilmiştir. Kasım 1929'da John Logie Baird, BBC frekanslarını kullanarak ilk deneysel televizyon yayınlarını Londra'daki stüdyolardan yapmıştır (Burns, 2000). Mekanik televizyondan elektronik televizyona geçiş sürecinde aynı zamanda

ilk tüplü TV mucidi Amerikalı Philo Taylor Farnsworth ismi etkili olmuştur (Karaca, 2018).

Türkiye’de televizyon yayını ilk denemesi 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi içerisinde gerçekleştirilmiştir. Televizyon yayıncılığına ise 1958 yılında başlanmış, 1970 li yıllarda hızlı gelişmeler yaşanmış, günün belirli saatlerinde bant yayın hizmeti TRT televizyonları aracılığıyla sunulmaya başlanmıştır (Dural Tasouji, 2022). İlk renkli yayımla Türkiye 1982 yılında tanışmıştır. İlk defa özel teşebbüsle kurulmuş bir yayın grubu yayın faaliyetlerini 1990 yılına gelindiğinde sürdürmeye başlamıştır (Şener, 2019).

### Televizyon Programları

Televizyon programları haberler ve kamusal olaylar, eğitim, sanat ve müzik içerikleri, magazinler ve belgeseller, çocuk film ve içerikleri, spor müsabakaları, yerli ve yabancı diziler, filmler, eğlence ve şov programları, dini içerikli programlar, reklam ve program tanıtımları şeklinde sınıflandırma yapılabilir (Kars, 2012). Türkiye TV yayın yapımcıları ürettikleri yayın formatlarını veya başka ülkelerden kiralama ya da satın alma yoluyla getirdikleri TV programlarını, RTÜK tarafınca belirtilen türlerle ilişkilendirmelidir. Program türlerinin değerlendirilmesinde tek tür olarak ifade edileceği gibi iki veya daha fazla türün meydana getirdiği bir sistem olarak hibrit bir şekilde de değerlendirilmesi yapılabilir (Meral, 2019).

### İnternet

İnternetin ortaya çıkışı ve yaygın kullanılır hale gelmesi enformasyon toplumunun oluşturulmasına katkı sağlamıştır. ‘Electronic Numerical Integrator And Computer’ un baş harfleriyle oluşturulmuş ENIAC (Elektronik sayısal entegreli hesaplayıcı) olarak isimlendirilen insanlık tarihindeki ilk bilgisayarın askeri görevlerde kullanılmak üzere 1946 yılında geliştirilmesiyle dijital çağ doğmuştur. İnternet enformasyon toplumunu oluşturduğu gibi internetin kullanımıyla birlikte iletişim kabiliyetimize ve gücümüze hız sağlayan Web 2.0 teknolojileri hayatımızı hızlı şekilde dönüştürme eğilimindedir. Web 2.0 teknolojisi sosyal medyanın geçirmiş olduğu süreçleri görmemizi sağlayan, şu anda gelmiş olduğu noktaya taşıyan teknolojidir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bu yeni teknoloji, eski medya düzeninin topluma sunduğu belirli saatler içinde ve tek yönlü iletişim modelinin

aksine fiziki çevreye ihtiyaç duymadan, çok taraflı ve günün her vaktinde aralıksız iletişim kurabilme imkânı sunan bu özellikleriyle de uygulamalar, sanal ortamlar ve dijital platformlarla birlikte sosyal bir medya devi inşaa etmiştir. Sosyal medya kullanıcılarına kendi içeriklerini üreten, haberleşme ve etkileşim yaratan bir alan oluştururken, ticari kaygı güden şirketler için önce reklam-satış-iş birliği oluşturan bir pazar haline de gelmiştir (Sayımer, 2014).

### Gazete

Gazeteler hareketli harflerle oluşturulan baskı makinesinin icadından sonra 17. yüzyılda ilk kez Avrupa'da yayınlanmaya başlamış tek yönlü kitle iletişim araçlarından biridir. Gazeteciliğin öncüleri olarak haber kâğıtları ve mektupları 14. yüzyılın Avrupa'sında farklı işlevler görmektedir. Bugüne gelindiğinde gazetenin toplum faydalığını göz önünde bulundurarak faaliyetlerine devam etmesi, önemli bir toplumsal sonuçtur (Tokgöz, 2010). Gazeteler toplumu hedef alan haberleri araştıran ve paylaşan ve toplumu bilgilendirmeyi amaçlayan yazılı ve görsel kitle iletişim araçlarıdır. Yaşadığımız çağ kitle iletişim çağı olarak ifade edilirken gazeteler de toplum için yazılı bilgi kaynaklarıdır (Çapar ve Çakmak, 2019).

Gazetecilikte toplum faydasına sunulmuş her şey gazete içeriğinin konusu olabilir. Bu kadar konu çeşitliliği varken sağlık haberleri hem popüler hem de geniş ölçüde kişinin dikkatini çekmektedir. Konusu sağlık olan içeriklerin artması özellikle 2000'lerin başlarından itibaren gerçekleşmiştir. Bu zamanda çeşitli televizyon gazete radyo ve diğer Kitle iletişim araçlarında sağlık programları titizlikle yapılmaya başlanmış, gazeteler sayılarında sağlık köşeleri oluşturulmuş ve dijitalde sağlık konulu alanlar yayın hayatına girmiştir (Ayaz, 2018). Sağlık haberciliği iki ana grup altında sunulabilir. Bunlardan ilki halk için yapılan sağlık haberciliği ve ikincisi sağlık profesyonelleri için yapılan sağlık haberciliğidir. Halka hitap eden sağlık haberciliğinde herhangi sınırlama yoktur. Sağlığı konu alan insanı alakadar eden her türlü konu incelenebilir. Amacı sağlık konusunda halkı bilgilendirmek ve bilinçlendirmektir. Bu sebeple, hitap edilen okuyucuların ve izleyicilerin eğitimleri, sosyo-demografik kültürel özellikleri göz önüne alınmalıdır. Haber anlaşılır olmalı açık, yalın bir dille sunulmalıdır. Bu içerikte, karmaşık tıbbi terimler kullanılmamalıdır. Örneğin, mesleki sağlık dergisinde Parezi, Paralizi, Pleji gibi terimler kullanılırken halka için yapılan bir yayında bu terimler yerine halkın rahatça

anlayabileceği şekilde paralizi teriminin karşılığı olarak felç tercih edilmelidir (Öğüt, 2017).

Türkiye'de yapılmış bir çalışmaya göre gazetelerde yayınlanan sağlık haberlerinin konuları incelendiğinde Beslenme haberleri %43,4 ile ilk sırada, Hastalıklar ve Tedavisi ile ilgili haberler ikinci sırada (%33,8). Cinsellik ise üçüncü sırada (%11,7) bulunmuştur. Diğer konu içerikleri ise Bilimsel Gelişmeler ve Buluşlar (%3,5), Sağlık Politikaları (%1,9), Güzellik ve Estetik (%1,7), Tıp Etiği (%1,2), Fitness (%0,8), İlaçlar (%0,8) şeklindedir. Haber kaynaklarının dağılımı incelendiğinde, kaynağı belirtilmemiş (%36,3), Hekim (%52,3), Diyetisyen (%6,2), Araştırma sonuçları (%2,8), Öğretim Görevlileri (%0,8) şeklindedir (Muslu vd., 2020).

### Sosyal Medya

Sosyal medyanın meydana gelmesi ve internet kullanıcısı olan tüm bireylere ve toplumlara sunulmasıyla birlikte yaygınlaşması İnternetin Web 1.0 teknolojisini geride bırakmasıyla başlamıştır. Web 2.0 teknolojisinden önceki İnternet altyapısında kaynaktan hedefe yönelik tek yönlü mesajların olduğu geleneksel medya gibi yalnızca okuyucu veya dinleyici olunan herhangi bir etkileşim içerisinde bulunulmayan bir platformdur. Web 2.0 teknolojisi başka kullanıcılar veya kendi kullanıcı tarafından oluşturulmuş içeriğe erişme, çeşitli ve benzersiz içerikler üretme, fikirlerini yorum olarak beyan edebilme ve değerlendirme olanakları sayesinde kullanıcılar yalnızca okur değil yazma süreçleri içerisinde bulunabildikleri için okur-yazar, başka türlü bir ifade ile 'yaratıcı tüketiciler' haline gelmişlerdir (Tuncer, 2018).

İletişim teknolojilerindeki değişim ile, kullanıcıların yeni medya akımı bir iletişim aracının yanında alışveriş yapılabilen, eğlence ortamı oluşturulan, farklı sosyal ilişkiler kurarak politika yapılabilen bir ortam haline gelmiştir. İnternet ve yeni medya akımının eseri olan sosyal medya tüm dünyayı birbirine bağlamış, e-ticarete imkân kılmış, sivil toplum kuruluşlarının, dernek ve vakıfların, kurum ve kuruluşların ve ticari şirketlerin tanınırlığını arttırmıştır (Başlar, 2013).

Facebook geçmişte Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında iletişimi sağlama amacıyla Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur.

Günümüzde hala popülerliği devam eden sosyal medya aracı, bireylerin birbirleri ile iletişime geçmesini ve bilgi paylaşımı yapması amaçlayan bir sosyal ağ kuruluşudur. Eylül 2006 itibariyle de e-posta üzerinden kaydolma koşuluyla tüm dünyaya kapılarını açmıştır (Toprak vd., 2009). Bireyler sosyal ağlara üye olmaktadır popüler olan amaçları sıralandığında; eski arkadaşla tekrar iletişim kurmak veya yeni bir arkadaş edinmek, oyun gruplarına katılmak, sivil toplum kuruluşlarıyla örgütlenmek, politik siyasi amaçlar gerçekleştirmek, ticari faaliyetler, cinsellik deneyimi, video görseller, sanat-resim, anı-fotoğraf, sevilen müzik, benlik oluşturan fikir paylaşımları yer almaktadır (Aziz, 2010). Sosyal medya kullanan kişilerin yüzde 95'inden fazlasının düzenli olarak kendi profillerini ziyaret ettikleri, gelen bildirimleri okudukları ve merak ettikleri saptanmıştır (Mathews, 2013).

## **2.2. Beslenme**

Yetersiz beslenme, bulaşıcı olmayan hastalıklar için önemli bir önlenilebilir risk faktörüdür. Meyve, sebze, işlenmiş et ve trans yağ alımı ile bulaşıcı olmayan hastalıklar (iskemik kalp hastalığı, diyabet ve kolorektal kanser gibi) arasında ilişki olduğu bilinmektedir. Diyet risklerinin sağlık üzerindeki etkilerini araştıran 'Küresel Hastalık Yüklü Çalışması' 1990–2017 yılları arasında 195 ülkede yapılan analiz raporuna göre dünyadaki her beş ölümden biri yetersiz veya dengesiz beslenmeden kaynaklı hastalıklara atfedilmektedir. Yüksek sodyum ve işlenmiş et tüketimi, düşük tam tahıl ve meyve tüketimi diyet risk faktörleri arasında gösterilmiştir (GBD, 2017). Günümüzde toplumların sağlıklı beslenmelerine teşvikleri için adımlar atılmaktadır. Besinlerin bir ilaç olarak reçetelendirilip, özellikle belli maddi yük getiren besin gruplarının düşük ekonomik gelirli hastalara tedarikini sağlayacak inovatif çözümler üzerinde çalışılmaktadır. Bunlardan biri Amerika'da bazı tıp merkezlerinde 'Önleyici Gıda Kileri' aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Hastanenin içinde bulunan gıda marketler hastaların evleri için ihtiyaç duydukları tüm besin gruplarını klinik bir diyetisyen aracılığıyla sıklıkla HIV/AIDS, hipertansiyon, diyabet, obezite, kalp hastalığı ve diğer kronik rahatsızlıkları olan hastaların ihtiyaçlarına uygun olarak belirli miktarlarda önerilmektedir (Long vd., 2019).

Sağlıklı ve yeterli bir şekilde beslenmenin hastalıkların önlenmesi açısından toplumlarda hem sağlık üzerinde hem ekonomik olarak oldukça olumlu yönleri

vardır. Hastalıkların oluşturduğu sağlıkla ilgili maliyetlerin hem hastalar hemde ülkeler için yüklerini azaltmak amacıyla birçok alanda çalışmalar yapılmaktadır. Meyve ve sebze tüketimi ve daha sağlıklı beslenmeye yönelik teşvikler, sağlık sistemlerinde uygulanmakta ve önerilmektedir. 65 yaş üstü yetişkinlere, engelli kişilere ve düşük gelirli nüfusa hizmet veren besin destek çalışmalarından birinde Ek Beslenme Yardımcısı Programı kapsamında desteklenen besinler arasında meyve ve sebze, kepekli tahıllar, sert kabuklu yemişler/tohumlar, deniz ürünleri ve bitkisel yağlar yer almaktadır. Meyve ve sebze tüketiminin artması ile kardiyovasküler hastalıkların önlenmesi ve sağlık bakım maliyetlerinde 40 milyar dolar tasarruf sağlanması beklenmektedir. Sağlıklı beslenmeyi teşvik etmek için devlet destekli sağlık programlarında sağlıklı beslenme önerilerinin uygulanması, önemli sağlık kazanımları sağlayabilir ve oldukça uygun maliyetli olabilir (Lee vd., 2019). Hastaların besin ilaçtır müdahalelerine yönlendirilmesi ile daha iyi hastalık yönetimi ve hastaneye daha az başvuru gözlenmektedir (Downer vd., 2020).

### **2.3. Fiziksel Aktivite**

Fiziksel aktivitenin, en genel ifadesi enerji harcamasıyla sonuçlanan, iskelet kasları ile gerçekleştirilen bedensel hareketlerin tamamıdır (Siscovick vd., 1985). Fiziksel hareketsizlik (inaktivite) (orta-şiddetli yoğunlukta fiziksel aktivitenin yokluğu) ile hareketsiz bir yaşam tarzı (yüksek düzeyde hareketsiz davranış) arasında bir ayrım vardır. Fiziksel hareketsizlik sedanter davranışlar gösteren bir yaşam tarzına sahip bireylerde görülmektedir. Bu tanım, Latince kökenli 'sedere' - oturmak - kökünden gelen 'sedanter' kelimesinin temel bir yapısıdır (Gibbs vd., 2015). Fiziksel inaktivite, dünya çapında insanları etkileyen birçok kronik hastalığın temelini oluşturması ve sağlık bakım maliyetlerini artırmasıyla ilişkilidir (Santos vd., 2023). Bununla birlikte çeşitli fiziksel hastalıkların tedavisinde ve önlenmesinde, depresyon ve anksiyete bozuklukları gibi bazı psikiyatrik hastalıkların tedavisinde kullanılan önemli bir halk sağlığı aracıdır (Peluso ve Guerra de Andrade, 2005). Egzersiz veya fiziksel aktivite, yetişkinlikten sağlıklı yaşlanmaya geçiş döneminde düşmelerin, ağrının, sarkopeninin, osteoporozun ve bilişsel bozulmanın önlenmesi veya hafifletilmesinin önemli bir bileşendir (Eckstrom vd., 2020). Egzersiz, yaşadığımız sağlıklı süreyi destekler. Hipertansiyon, diyabet, obezite, uykusuzluk,

depresyon ve anksiyete gibi yetişkin popülasyonda yaygın olan birçok durumun önlenmesi ve yönetiminde etkili bir anahtardır (Kaeberlein, 2018).

Fiziksel aktivitenin en basit ve güvenli yolu yürümektir (günlük aktivitelere ek olarak en az 6.000 adım/gün veya 10.000 adım/gün). Bireyler arası bazı farklılıklar olmasına rağmen, 100 adım/dakika, orta yoğunlukta yürümenin göstergesi olan makul bir taban değerini temsil etmektedir. Ateroskleroz riski taşıyan koroner arter hastalığı, kronik kalp yetmezliği olan hastalar egzersizden de yarar sağlar. Fiziksel aktivite akciğer hastalığı (KOA, astım), metabolik hastalıklar (diyabetes mellitus, obezite, osteoporoz) ve romatolojik hastalıklarda da önem taşımaktadır. Düzenli egzersiz bilişsel işlevi geliştirir, depresyon ve kaygıyı azaltır. Son zamanlarda, egzersizin bağırsak mikrobiyomunu da iyileştirdiği gösterilmiştir (Kramer, 2020).

Uluslararası düzeyde, düzenli orta yoğunlukta fiziksel aktiviteyi teşvik etmeye yönelik kitle iletişim kampanyaları son zamanlarda artmıştır (Leavy et al., 2011). Kitle iletişim kampanyaları, topluluk bilincini artırmayı, aktif olmaya yönelik tutumları bilgilendirmeyi ve değiştirmeyi ve son olarak fiziksel aktivite davranışını etkilemeyi amaçlamaktadır (Randolph ve Viswanath, 2004).

Fiziksel aktivitenin sağlığı geliştirmedeki rolü halk sağlığı kampanyalarında, haberlerde ve güncel olaylarda, realite televizyon formatlarında ve diğer programlarda sıklıkla vurgulanmaktadır. Obeziteyle birlikte diğer sağlık sorunlarının hedef kitlesine erişimi ve geniş kapsamı göz önüne alındığında, haber medyasının, kişisel, örgütsel, topluluk ve politika eylemleri hakkında önemli bir rolü vardır. (Smith ve Bonfiglioli, 2015). Televizyon izleme süresiyle ilgili yapılan bir araştırmaya göre televizyon seyrederken atıştırmak/yemek yemek, televizyonda geçirilen zamanın kişilerde sürekli olarak obezite ile ilişkilendirilmesinin olası bir nedeni olabilir. TV zamanının ve buna bağlı atıştırmaların azaltılmasının hedeflenmesi, sağlık üzerindeki etkileri iyileştirebilir (Bejarano vd., 2021).

#### **2.4. Dağıtım Çalışanlarının Medya Kullanımları, Beslenme Alışkanlıkları ve Fiziksel Aktivite Düzeyleri ilişkisi**

Kargo ve dağıtım çalışanlarında iş yüklerinin fazlalığı, zamanı yetiştirme kaygısı ve yoğun çalışma düzenleri çalışanların sağlıkları üzerinde olumsuz etkiler

bırakmaktadır (Kavurmacı, 2023; Yertüm ve Balcı, 2023). Bireylerin medya araçlarıyla olan ilişkisi yaşam pratiklerini etkilemektedir (Daniela ve Marinescu, 2020). Medya araçları kullanımlarının incelenmesi, beslenme alışkanlıklarının saptanması ve fiziksel aktivite düzeylerinin incelenmesi önem taşımaktadır.



### **3. MATERYAL VE YÖNTEM**

#### **3.1.Araştırmanın Türü**

Bu çalışma tanımlayıcı tipte bir çalışmadır.

#### **3.2. Araştırmanın Amacı, Evreni ve Örneklemi**

Bu araştırmanın amacı medya araçlarının PTT dağıtım çalışanlarında beslenme ve fiziksel aktivite alışkanlıklarına göre değerlendirilmesidir. Araştırmanın evrenini Ankara ilindeki dağıtım çalışanları oluştururken, araştırmanın örneklemini PTT başmüdürlüğünde görevli belirli bölgelerde çalışan PTT posta dağıtımdan sorumlu personel oluşturmaktadır. Anket formunun başında katılımcıların açıklamayı okuyup, anladığını ve araştırmaya katılmayı kabul ettiğine dair bilgilendirilmiş onam formu yer almaktadır (Ek 2). Ocak-Mayıs 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen anket çalışması her katılımcı için yaklaşık 25 dakikada tamamlanmıştır. PTT Ankara kurumunda dağıtım çalışanı olmak ve araştırmaya katılmayı kabul etmek araştırmaya dahil edilme kriteri olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılmaya istekli olan ve soruları eksiksiz bir şekilde cevaplayan ve duyma, anlama ve konuşma problemi olmayan PTT dağıtım çalışanlarından 243 bireyin verileri değerlendirilmiştir.

#### **3.3. Araştırmanın Planı, Verilerin Toplanması ve Değerlendirilmesi**

Araştırmaya, PTT Ankara kurumunda dağıtım çalışanı olan ve araştırmaya katılmayı kabul eden bireyler dahil edilmiştir. Araştırmanın yürütülebilmesi için 09.12.2021 tarihinde Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Etik Kurulu'nun 33 sayılı kararı ile onay alınmıştır (Ek 3). Uluslararası Fiziksel aktivite ölçeği (IPAQ) Kısa Formu Ölçeği Türkçe versiyonu (Öztürk, 2005) kullanımı için ilgili araştırmacıdan izin alınmıştır.

Araştırma verileri, anket formu kullanılarak yüz yüze görüşme tekniği ile Ankara ili PTT Başmüdürlüğünde dağıtım çalışanlarında sabah dağıtım çıkmadan önce toplanmıştır. Araştırmaya başlamadan önce araştırmayla ilgili gerekli açıklamalar yapılmıştır. Araştırma kriterlerini sağlayan, çalışmaya katılmak isteyen

ve Bilgilendirilmiş Onam Formunu dolduran bireylere anket formu uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anket formunda kişisel bilgiler, sağlık durumları, diyet-beslenme alışkanlıkları, fiziksel aktivitelerine ilişkin sorular ve medya yayınlarını takip etme alışkanlıkları yer almaktadır. Ankette kişisel bilgiler, sağlık durumlarına, medya araçları kullanımına, beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivitelerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Fiziksel aktivite hesaplanabilmesi için IPAQ Kısa Formu kullanılmıştır. Diyet öyküsü ve beslenme alışkanlıklarına ilişkin 24 saatlik Besin Tüketim Kaydı, Besin Tüketim Sıklığı formları kullanılmıştır. Tüm veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) istatistik programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Besin tüketim kaydına ilişkin verileri (Beslenme Bilgi Sistemleri) programıyla toplanmıştır (BeBiS, 2019).

Anket formunda; demografik özellikler, vücut ağırlığı, boy uzunluğu, hastalıklar ve genel sağlık bilgileri; öğün atlama nedenleri gibi beslenme alışkanlıkları ve medya araçları beslenmeyle ilgili bilgilerin takibi gibi sosyal medya ve beslenme ile ilgili genel bilgilerin sorgulanmaktadır. Katılımcıların beyanları esas alınmıştır. Vücut ağırlığı ve boy uzunluğu ölçümleri katılımcıların ifadelerine göre doldurulmuş ve Beden Kütle İndeksi (BKİ)= [Vücut ağırlığı (kg) / boy uzunluğu (m)<sup>2</sup>] formülü kullanılarak araştırmacı tarafından hesaplanmıştır. DSÖ'nün BKİ sınıflandırılması kabul edilerek 18.5 kg/m<sup>2</sup>'nin altında olanlar zayıf, 18.5-24.9 kg/m<sup>2</sup> arasında olanlar normal, 25-29.9 kg/m<sup>2</sup> arasında olanlar hafif kilolu, 30 kg/m<sup>2</sup>'nin üstünde olanlar ise obez olarak kabul edilmiştir (WHO, 1997).

### **3.3.1 Veri Toplama Araçları**

#### **Anket Formu**

Bireylerin cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durumu, boy uzunluğu ve vücut ağırlığı gibi genel özelliklerini saptamak için sorular yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların sigara içme ve genel sağlık durumu, ilaç kullanımı ile ilgili sorular bulunmaktadır. Üçüncü bölümde beslenme alışkanlıkları, öğün sayısı, öğün düzeni, diyet yapmış olma durumu ve vitamin mineral kullanımı gibi sorular yer almaktadır.

## Uluslararası Fiziksel Aktivite Ölçeği

Ölçeğin orijinal adı International Physical Activity Questionnaire olup IPAQ, DSÖ ve Hastalık Kontrol Merkezleri (CDC)'nin iş birliğiyle fiziksel aktiviteyi ölçme amacıyla çeşitli ülkelerden araştırmacılar tarafından geliştirilip standardize edilmiş bir ölçektir (Craig vd., 2003). Türkiye'de Öztürk (2005) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Anketin Türkçe versiyonunun geçerlilik ve güvenilirliği çalışması Sağlam ve ark. tarafından (2010) yılında yapılmıştır. IPAQ Kısa Formu kullanılarak yetişkinlerin fiziksel aktivite düzeyi değerlendirilmektedir. Günlük yaşam içerisinde yapılan aktiviteler hakkında bilgi edinmek için ölçek uygulanır. Anket içerisinde son 7 gün içerisinde fiziksel aktivite için harcanan zaman hakkında sorular bulunmaktadır. İşte, evde ve bahçede yapılan işler, bir yerden bir yere ulaşımında geçirilen süre, boş zaman aktiviteleri ve oturarak geçirilen süre ilgili soruların yer aldığı toplamda 7 madde vardır.

IPAQ hesaplanmasında yürüme, orta ile şiddetli yoğunluktaki aktivitelerin skor değerleri birbirinden farklı skorlarla çarpılarak toplanmaktadır. Harcanan enerji hesabında aktivitelerin yapıldığı gün sayısı ve aktivitelerin gün içinde kaç dakika yapıldığı kaydedilir. Gün, süre ve aktivite başına Metabolik Eşdeğer (MET) değerleri birbiriyle çarpılarak yürüme, orta ve yoğun şiddetli aktivitelerin skoru ayrı ayrı hesaplanır. Toplam MET değerinin bulunması için sonuçlar fiziksel aktivite puanının oluşturulması amacıyla toplanır. Fiziksel aktivite hesaplamasına oturma süresi ile ilgili soru puanlamaya eklenmemektedir. Fiziksel inaktif olarak değerlendirilenler 600 MET dk/hafta'dan daha az puana sahip bireylerdir. Fiziksel aktivite düzeyi düşük olarak değerlendirilenler 600-3000 MET dk/hafta puan aralığındaki bireylerdir. Fiziksel aktivite düzeyi yeterli olarak değerlendirilenler 3000 MET dk/hafta'dan daha fazla puanı alan bireylerdir. Bu şekilde üç kategoride sınıflandırma yapılmaktadır (Hagströmer vd. 2006; Sağlam vd. 2010; Tümtürk vd. 2021).

## Besin Tüketim Sıklığı

Besinleri tüketim sıklıkları ile ilgili sorular yer almaktadır. Besinlerden süt ve süt ürünleri, et ve et ürünleri, taze sebzeler, taze meyveler, ekmek-tahıllar grubu tüketim sıklığı her gün, haftada 5-6, haftada 3-4, haftada 1-2, 15 günde bir, ayda bir

veya hiç şeklinde miktar ve ölçüsü sorularak sorgulanmıştır (Türkiye Beslenme Rehberi, 2022).

### 24 Saatlik Hatırlatma

Bireylerin 24 saatlik hatırlatma yöntemi ile son 24 saat içerisinde tükettikleri tüm besinler ve içecekler kayıt altına alınmıştır. Besin tüketimini doğru bir şekilde belirlemek için araştırmacı tarafından detaylı olarak miktar ve içerikler sorgulanmıştır. Elde edilen veriler BeBİS Beslenme Bilgi Sistemi kullanılarak değerlendirilmiş ve bireylerin ortalama enerji, makro ve mikro besin öğelerinin alım miktarları saptanmıştır.

### **3.3.2 İstatiksel Analiz**

Araştırmanın verileri SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde; çalışmaya katılan bireylerin tanımlayıcı özellik verilerinin sayı (s) ve yüzde (%) dağılımları, medya araçlarının kullanımlarını, fiziksel aktivite ve beslenme alışkanlıklarını belirlemek için sayı ve yüzde dağılımları verilmiştir.

Çalışmada, katılımcılardan erkek ve kadınlar arasında, çeşitli beslenme alışkanlıkları, besin tüketimi sıklıkları arasındaki farklılıkları analiz etmek için, yeterli sayıda birey bulunduğundan Freeman-Halton Fisher's Kesin (Exact) Ki-Kare Testi kullanılmıştır. Ayrıca, medya araçlarını kullanan ve kullanmayan kişilerin beslenme alışkanlıkları arasında farklılık olup olmadığı saptanabilmesi için, parametrik olmayan Kruskal Wallis Test kullanılarak belirlenmiştir.

Katılımcılar arasında medya araçlarının takibi ile öğün düzenleri veya besin tüketimleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için Spearman Sıra Korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Veriler sıralı (ordinal) ölçekle elde edildiği için sıra korelasyon (Spearman korelasyon) katsayısı ile hesaplanmıştır. Bu sıra korelasyonu analizlerinin hepsi, çalışmanın son kısmında yapılmıştır. Sonuçların değerlendirilmesi ve analizinde istatistiksel anlamlılık düzeyi  $p < 0,05$  olarak kabul edilmektedir.

## 4. BULGULAR

Araştırma Ankara ilinde PTT Başmüdürlüğüne bağlı belirli bölgelerde kargo-posta dağıtımından sorumlu araştırmaya katılmayı kabul eden 243 personel ile yürütülmüştür.

Araştırmaya katılan bireylerin sosyo-demografik özellikleri Tablo 4.1’de verilmiştir. Bireylerin boy uzunlukları 152 cm ile 195 cm arasında bildirilmiş olup ortalama boy uzunluğu  $172.55 \pm 8.46$  cm’dir. Araştırmaya katılan bireylerin vücut ağırlıkları 48 kg ile 117 kg arasında değişmekte olup ortalama vücut ağırlığı  $74,64 \pm 13,20$  olarak saptanmıştır. Bireylerin yaşları 19 ile 60 yıl arasındadır. Ortalama yaş  $35.61 \pm 8.09$  yıldır.

**Tablo 4.1.** *Bireylerin sosyodemografik özellikleri*

	(s=243)	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	67	27,6
Erkek	176	72,4
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	146	60,1
Bekar	97	39,9
<b>Eğitim</b>		
İlkokul	4	1,6
Ortaokul	8	3,3
Lise	128	52,7
Lisans ve üstü	103	42,4
<b>BKİ</b>		
Zayıf	5	2,1
Normal	125	51,4
Hafif şişman	88	36,2
Obez	25	10,3
<b>Sigara Kullanımı</b>		
Evet	115	47,3
Hayır	128	52,7

BKİ: Beden Kütle İndeksi

Çalışmaya katılanların BKİ sınıflamasına göre %51,4'ü normal vücut ağırlığındadır. Bireylerin %36,2'si hafif şişman, %10,3'ü obezdir. Bireylerin %47,3'ü sigara kullandıklarını beyan etmişlerdir.

Bireylerin medya araçlarını takip etme sıklıkları Tablo 4.2'de gösterilmiştir. Bireylerin %62,2'si hiç bilimsel dergi takip etmezken, %92,2'si hergün interneti düzenli bir şekilde takip ettiklerini bildirmiştir. Bireylerin %89,7'si sosyal medya hesaplarını her gün takip etmekte, %73,7'si TV kanallarını her gün izlemektedir. Radyoyu nadiren dinleyen bireylerin sıklığı %28,4'tür. Bireylerin takip ettikleri yayın organlarına göre takip sıklığı açısından anlamlı fark bulunmamıştır (p=0.126).

**Tablo 4.2.** *Bireylerin medya ve sosyal medya araçlarını takip sıklığı*

Medya Araçları*	Her gün		Haftada Birkaç Kez		Nadiren		Hiç	
	s	%	s	%	s	%	s	%
<b>Bilimsel Dergi</b>	4	1,6	9	3,7	65	26,7	165	68
<b>Dergi</b>	4	1,6	8	3,3	80	32,9	151	62,2
<b>Gazete</b>	18	7,4	26	10,7	87	35,8	112	46,1
<b>Internet</b>	224	92,2	14	5,8	3	1,2	2	0,8
<b>Radyo</b>	60	24,7	25	10,3	69	28,4	89	36,6
<b>Sosyal Medya</b>	218	89,7	17	7,0	4	1,6	4	1,6
<b>TV</b>	179	73,7	25	10,3	24	9,9	15	6,1

\*Birden fazla cevap verilmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin genel sağlık durumları Tablo 4.3'te verilmiştir. Tablo 4.3 'te bireylerin cinsiyetlerine göre hastalık durumlarının dağılımı gösterilmiştir. Hastalık var olma durumu erkeklerde %5,9, kadınlarda %26,9'dur. Kadınlarda görülen en sık hastalığın Anemi (%61,1), erkeklerde ise ağız dış problemleri (%46,4) olduğu saptanmıştır.

**Tablo 4.3. Bireylerin cinsiyete göre genel sağlık durumu**

	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek			
	s	%	s	%	s	%
<b>Sağlık Sorunu</b>						
Var	18	26,9	28	15,9	46	18,9
Yok	49	73,1	148	84,1	197	81,1
<b>Hastalık Türü*</b>						
Diyabet	3	16,7	10	35,7	13	11,9
Böbrek	1	5,6	4	14,3	5	4,6
Kalp Damar	4	22,2	8	28,6	12	11,0
Tansiyon	3	16,7	10	35,7	13	11,9
Anemi	11	61,1	5	17,9	16	14,7
Ağız Dış Problemleri	6	33,3	13	46,4	19	17,4
Safra Karaciğer	4	22,2	3	10,7	7	6,4
Mide Reflü	5	27,8	10	35,7	15	13,8
Çölyak	-	-	1	3,6	1	0,9

\*Birden fazla cevap verilmiştir.

Araştırmaya katılan bireylerin diyet uygulama durumları Tablo 4.4'te verilmiştir. Tablo 4.4 incelendiğinde bireylerin çoğunluğunun (%90,9) diyet uygulamadıkları belirlenmiştir. Kadınların %88,1'inin, erkeklerin ise %92,0'sinin herhangi bir diyet uygulamadığı saptanmıştır. Bireylerin %27,3'ünün az yağlı diyet, %22,7'sinin enerji kısıtlı diyetler, %13,6'sının diyabetik diyet ve %13,6'sının az tuzlu diyet uyguladığı belirlenmiştir. Bireylerin çoğunluğu (%47,6)'sı diyetisyenden diyet önerisi almıştır. Araştırmaya katılan bireylerden yalnızca biri medya fenomenlerinden diyet önerisi aldığını beyan etmiştir.

**Tablo 4.4.** *Bireylerin cinsiyete göre diyet uygulama durumu*

	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek		s	%
	s	%	s	%		
<b>Diyet</b>						
Uyguluyor	8	11,9	14	8,0	22	9,1
Uygulamıyor	59	88,1	162	92,0	221	90,9
<b>Diyet Türü*</b>						
Diyabetik	-	-	3	21,4	3	13,6
Az Tuzlu	2	25,0	1	7,1	3	13,6
Az Yağlı	2	25,0	4	28,6	6	27,3
Enerji Kısıtlı	2	25,0	3	21,4	5	22,7
Yüksek Proteinli	1	12,5	1	7,1	2	9,1
Aralıklı Oruç	1	12,5	-	-	1	4,5
Vejetaryen	-	-	1	7,1	1	4,5
Protein Kısıtlı KBY	-	-	1	7,1	1	4,5
<b>Diyet Önerisi Alma*</b>						
Diyetisyen	4	57,1	6	42,9	10	47,6
Hekim	2	28,6	6	42,9	8	38,1
Aile-Arkadaş	-	-	2	14,2	2	9,5
Medya Fenomen	1	14,3	-	-	1	4,8

KBY: Kronik Böbrek Yetmezliği \*Birden fazla cevap verilmiştir.

Bireylerin cinsiyete göre, takviye kullanım durumları Tablo 4.5'te verilmiştir. Kadınlar ve erkekler arasında takviye kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Kadınlar ve erkekler arasında kullanılan takviye türü ve kullanım sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır (sırasıyla;  $p = 0.206$  ve  $p = 0.445$ ).

**Tablo 4.5.** Bireylerin *cinsiyete göre besin desteği kullanım durumu*

Besin Destekleri	Cinsiyet				Toplam		p*
	Kadın		Erkek		s	%	
	s	%	s	%			
<b>Kullanım Durumu</b>							
Evet	18	26,9	26	14,8	44	18,1	,034
Hayır	49	73,1	150	85,2	199	81,9	
<b>Kullanılan Türleri**</b>							
B Vit.	1	5,3	4	14,8	5	10,9	,206
C Vit.	4	21,1	2	7,4	6	13,0	
Omega 3	7	36,8	10	37,0	17	37,0	
Multivitamin	4	21,1	10	37,0	14	30,4	
Magnezyum	2	10,5	-	-	2	4,3	
Glukozamin	-	-	1	3,7	1	2,2	
Demir	1	5,3	-	-	1	2,2	
<b>Kullanım Sıklıkları**</b>							
Her Gün	9	47,4	7	25,9	16	34,8	,445
Haftada 2-3 Kez	4	21,1	5	18,6	9	19,6	
Bazen	6	31,5	15	55,5	21	45,6	

\*:Ki-kare testi (n<5 ise Fisher Exact test) \*\*Birden fazla cevap verilmiştir.

Araştırmaya katılan PTT dağıtım çalışanlarının beslenme alışkanlıkları öğün atlama nedenleri, yemek seçimlerini etkileyen etmenler Tablo 4.6’te incelenmiştir. Bireyler tarafından en çok atlanan ana öğünün öğle öğünü (%73,3) olduğu belirlenmiştir. Bireyler, çoğunlukla öğün atlama nedenleri olarak vakitlerinin olmamasını (%62,0), ekonomik gerekçeler (%28,0) ve geç kahvaltı yapılması (%15,0) olarak bildirmektedir. Öğün atlama nedenlerinden erkeklerin %59,0’u, kadınların %70’i vakit yetersizliği olarak belirtmiştir. Bireyler, yemek seçme nedenleri olarak fiyat (%50,0), lezzet (%45,0) kolay ulaşılır olmasını (%21,0) doyurucu olmasını (%35,0) bildirmektedir.

**Tablo 4.6. Bireylerin cinsiyete göre beslenme alışkanlıklarının dağılımı**

	Cinsiyet				Toplam	
	Kadın		Erkek		s	%
	s	%	s	%		
<b>Öğün Atlama Durumu</b>						
Atlıyor	54	80,6	151	85,8	205	84,3
Atlamıyor	13	19,4	25	14,2	38	15,7
<b>Atlanan Öğün *</b>						
Kahvaltı	16	24,2	23	13,2	39	16,3
Öğle	40	60,6	136	78,2	176	73,3
Akşam	2	3,0	3	1,7	5	2,1
Ara öğün	8	12,1	11	6,3	19	7,9
<b>Öğün Atlama Nedeni *</b>						
İştahsızlık	10	15,0	11	6,0	21	9,0
Vakit yetersizliği	47	70,0	103	59,0	150	62,0
Alışkanlık olmaması	2	3,0	6	3,0	8	3,0
Zayıflama isteği	4	6,0	8	5,0	12	5,0
Kahvaltıyı geç yapma	10	15,0	26	15,0	36	15,0
Ekonomik	12	18,0	57	32,0	69	28,0
<b>Yiyecek Seçimini Etkileyen Etmenler *</b>						
Fiyatı	29	43,0	92	52,0	121	50,0
Kolay ulaşılması	20	30,0	32	18,0	52	21,0
Lezzeti	35	52,0	74	42,0	109	45,0
Kalorisi	7	10,0	13	7,0	20	8,0
Doyuruculuğu	19	28,0	65	37,0	84	35,0
Sağlıklı olması	22	33,0	50	28,0	72	30,0
<b>Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı*</b>						
Hiç	9	13,4	30	17,0	39	16,0
Her gün	7	10,4	25	14,2	32	13,2
Haftada 4-6 kez	5	7,5	15	8,5	20	8,2
Haftada 1-3 kez	15	22,4	52	29,6	67	27,6
Ayda 2-3 kez	19	28,4	30	17,0	49	20,2
Ayda 1 kez	12	17,9	24	13,7	36	14,8

\*Birden fazla yanıt verilmiştir.

Bireylerin cinsiyetlerine göre günlük su, çay ve kahve alımlarının dağılımları Tablo 4.7. de verilmiştir. Bireylerin sıvı tüketimleri incelendiğinde kadınlarda ortalama  $1459.04 \pm 730.63$  ml. Erkeklerde ise günlük su tüketimi ortalama  $1398.01 \pm 882.37$  ml olarak bildirilmiştir. Çay tüketimleri kadın bireylerde ortalama  $453,73 \pm 335,33$  ml iken erkeklerde  $516,76 \pm 483,93$  ml dir. Gün içinde tüketilen çay

içerisinde şeker kullanımı kadın bireylerde ortalama  $17,99 \pm 41,97$  gram, erkek bireyde ortalama  $28,31 \pm 37,51$  gramdır. Kahve tüketimleri kadın bireylerde ortalama  $117,91 \pm 121,76$  ml, erkek bireylerde ortalama  $95,45 \pm 192,08$  ml'dir. Gün içinde tüketilen kahve içerisinde şeker kullanımı kadın bireylerde ortalama  $3,06 \pm 6,03$  gram, erkek bireylerde ortalama  $2,16 \pm 5,20$  gramdır. Cinsiyetlere göre gün içinde tüketilen çay içerisinde şeker kullanımı erkeklerde kadınlara göre daha fazladır. Kadınların günlük kahve tüketimi erkeklere göre fazladır.

**Tablo 4.7.** *Bireylerin cinsiyete göre günlük su, çay ve kahve alım miktarları*

Günlük Tüketim	Cinsiyet				p*
	Kadın		Erkek		
	Ort.	SS.	Ort.	SS.	
Su (ml)	1459,04	730,63	1398,01	882,37	,177
Çay (ml)	453,73	335,33	516,76	483,93	,572
Çayda Şeker (g)	17,99	41,97	28,31	37,51	,001
Kahve (ml)	117,91	121,76	95,45	192,08	,015
Kahvede Şeker (g)	3,06	6,03	2,16	5,20	,197

\*: Mann Whitney U testi

Bireyler arasında cinsiyete göre besin tüketim sıklıkları tablo 4.8'de verilmiştir. Kadınların %50,7'si erkeklerin ise %37,5'i her gün süt ve süt ürünleri tüketmektedir. Buna göre, cinsiyet ile süt grubu tüketim sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p=0.482$ ). Et ve et ürünleri tüketim sıklıkları tablo 4.8'de verilmiştir. Bireylerin %32,2'i çoğunlukla haftada 1-2 et grubu tüketmektedir ve cinsiyet ile et tüketim sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ( $p=0.778$ ). Sebze grubunun ürünleri tüketim sıklıkları Tablo 4.8'de verilmiştir. Kadınların %19,4'ü erkeklerin ise %21,0'i her gün sebze tüketmektedir. Buna göre, kadınlar ve erkekler arasında sebzelerin tüketim sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur ( $p=0.052$ ). Meyve grubunun ürünleri tüketim sıklıkları Tablo 4.8'de verilmiştir. Kadınların %50,6'sı erkeklerin ise %43,8'i her gün meyve tüketmektedir. Buna göre, kadınlar ve erkekler arasında meyve tüketim sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır ( $p<0.05$ ). Ekmek ve tahıl tüketim sıklıkları Tablo 4.8'de verilmiştir. Kadınların %86,6'sı erkeklerin ise %92,6'sı her gün ekmek ve tahıl grubu tüketmektedir. Buna göre,

kadınlar ve erkekler arasında ekmek ve tahıl tüketim sıklıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur (p=0.177).

**Tablo 4.8.** *Bireylerin cinsiyete göre besin gruplarının tüketim sıklıklarının dağılımı*

Besinler		Her Gün		Haftada 5-6		Haftada 3-4		Haftada 1-2		15 günde 1		Ayda 1		Hiç		p*
		s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	
<b>Süt ve Süt ürünleri</b>	K	34	50,7	5	7,5	13	19,4	10	14,9	1	1,5	2	3,0	2	3,0	0,48
	E	66	37,5	26	14,8	35	19,9	34	19,3	5	2,8	7	4,0	3	1,7	
<b>Et ve Et Ürünleri</b>	K	11	16,4	2	3,0	12	17,9	25	37,3	7	10,4	7	10,4	3	4,6	0,77
	E	21	11,9	12	6,9	37	21,0	53	30,2	24	13,6	21	11,9	8	4,5	
<b>Taze Sebzeler</b>	K	13	19,4	14	20,9	20	29,9	13	19,4	1	1,5	4	6,0	2	3,0	0,05
	E	37	21,0	41	23,3	57	32,4	38	21,6	2	1,1	-	-	1	0,6	
<b>Taze Meyveler</b>	K	34	50,6	10	14,9	10	14,9	6	9,0	4	6	1	1,5	2	3,0	0,05
	E	77	43,8	27	15,3	46	26,1	24	13,6	1	0,6	-	-	1	0,6	
<b>Ekmek veTahıllar</b>	K	58	86,6	1	1,5	2	3,0	3	4,5	1	1,4	2	3,0	-	-	0,17
	E	163	92,6	6	3,4	1	0,6	3	1,7	1	0,6	2	1,1	-	-	

K:Kadın E:Erkek \*:Ki-kare testi (n<5 ise Fisher Exact test)

Bireylerin cinsiyete göre diyetle günlük enerji ve besin ögesi alımlarının miktarları Tablo 4.9'da verilmiştir. Erkeklerin günlük aldıkları karbonhidrat miktarı ortalama miktarı 233,1 gram, kadınların 245,38 gramdır. Erkeklerin günlük aldıkları protein miktarı ortalama miktarı 73,13 gram, kadınların 77,84 gramdır. Erkeklerin günlük aldıkları yağ miktarı ortalama miktarı 90,31 gram, kadınların 93,65 gramdır. Erkeklerin günlük aldıkları enerji medyan değerleri 2029,1 kkal iken kadınların 2125,8 kkal'dir. Erkeklerin günlük aldıkları C vitamini miktarı ortalama 88,52 gram, kadınların 70,20 gramdır. ve cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur (p<0.05).

**Tablo 4.9.** *Bireylerin cinsiyete göre diyetle günlük enerji ve besin ögesi alımlarının dağılımı*

	Cinsiyet						p*
	Erkek			Kadın			
	Ort.	SS.	Medyan	Ort.	SS.	Medyan	
Enerji (kkal)	2058,58	385,48	2029,1	2154,79	374,90	2125,8	<b>0,050</b>
Karbonhidrat (g)	233,31	61,40	235,2	245,38	62,90	246,2	0,193
Karbonhidrat %	46,48	9,22	47,0	46,43	8,23	46,5	0,881
Protein (g)	73,13	18,41	72,9	77,84	20,11	74,7	0,152
Protein %	14,72	3,22	14,0	14,86	3,32	14,5	0,675
Yağ (g)	90,31	28,49	85,3	93,65	24,76	91,6	0,295
Yağ %	38,80	9,42	39,0	38,68	7,85	39,0	0,986
Lif (g)	21,43	7,81	19,3	21,73	7,46	21,2	0,692
Çoklu Doymamış Yağ (g)	16,18	8,72	13,3	16,13	8,32	14,1	0,833
Kolesterol (mg)	367,71	231,58	305,0	394,42	242,68	324,5	0,378
A Vit, (µg)	1051,58	605,47	926,6	1121,64	773,68	956,8	0,572
Karoten (mg)	3,10	2,79	2,1	3,34	4,30	1,8	0,687
E Vit, (eşd.) (mg)	14,00	7,83	11,9	13,73	7,44	12,3	0,972
B1 Vit/Tiamin (mg)	0,89	0,27	0,9	0,92	0,24	0,9	0,283
B2 Vit/Ribofl, (mg)	1,35	0,37	1,3	1,41	0,40	1,4	0,237
B6 Vit/Pirid, (mg)	1,22	0,44	1,2	1,18	0,43	1,1	0,642
Folat, topl, (µg)	301,75	122,30	292,1	287,52	106,80	280,1	0,489
C Vit, (mg)	88,52	54,57	79,2	70,20	49,41	60,3	<b>0,014</b>
Sodyum (mg)	4805,71	6310,05	3707,0	4545,38	3878,72	4219,8	0,281
Potasyum (mg)	2312,10	604,97	2268,6	2351,39	673,60	2337,2	0,656
Kalsiyum (mg)	767,41	202,65	779,8	835,13	269,90	812,4	0,104
Magnezyum (mg)	281,44	67,69	294,1	296,81	80,35	289,6	0,359
Fosfor (mg)	1151,85	279,90	1160,6	1247,50	315,39	1214,4	0,036
Demir (mg)	10,20	2,49	10,2	10,99	3,91	10,4	0,504
Çinko (mg)	9,87	2,78	9,5	10,54	3,00	10,3	0,146

\*:Mann Whitney U testi ( Ort: Ortalama, SS: Standart Sapma)

Bireylerin cinsiyete göre yayın organlarını takip etme sıklıkları Tablo 4.10'de belirtilmiştir. Cinsiyet gruplarına göre TV takip etme sıklığı açısından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Kadınların %22,0'si, erkeklerin %77,7'si her gün tv takip etmektedir.

**Tablo 4.10** Bireylerin cinsiyete göre medya araçları kullanım sıklığı

		Haftada Birkaç								p*
		Her gün		Kez		Nadiren		Hiç		
		s	%	s	%	s	%	s	%	
<b>Radyo</b>	K	15	25,0	2	8,0	22	31,9	28	31,5	,081
	E	45	75,0	23	92,0	47	68,1	61	68,5	
<b>TV</b>	K	40	22,3	13	52,0	8	33,3	6	40,0	<b>,010</b>
	E	139	77,7	12	48,0	16	66,7	9	60,0	
<b>Gazete</b>	K	4	22,2	6	23,1	21	24,1	36	32,1	,542
	E	14	77,8	20	76,9	66	75,9	76	67,9	
<b>Dergi</b>	K	1	25,0	3	37,5	25	31,3	38	25,2	,661
	E	3	75,0	5	62,5	55	68,8	113	74,8	
<b>Bilimsel Dergi</b>	K	2	50,0	2	22,2	20	30,8	43	26,0	,709
	E	2	50,0	7	77,8	45	69,2	121	73,8	
<b>Internet</b>	K	60	26,8	5	35,7	1	33,3	1	50,0	,548
	E	164	73,2	9	64,3	2	66,7	1	50,0	
<b>Sosyal Medya</b>	K	59	27,1	4	23,5	2	50,0	2	50,0	,426
	E	159	72,9	13	76,5	2	50,0	2	50,0	

K:Kadın, E:Erkek \*: Ki-kare testi (n<5 ise fisher exact test)

Bireyler arasında, medya kanallarında günlük geçirilen zamanlar arasındaki ilişki Tablo 4.11’de verilmiştir. Katılımcıların cinsiyete göre yayın gruplarında geçirdikleri süre ile açısından anlamlı fark bulunmamıştır (p>0,05).

**Tablo 4.11** Bireylerin cinsiyete göre medya araçlarında geçirdikleri zaman dilimlerinin incelenmesi

		Sabah		Gün İçerisinde		Akşam		Hiç		p*
		s	%	s	%	s	%	s	%	
		<b>Radyo</b>	K	20	29,9	10	14,9	5	7	
E	56		31,8	34	19,3	22	12,5	64	36,4	
<b>TV</b>	K	4	6	15	22,4	41	61,2	7	10,4	,630
	E	15	8,5	28	15,9	115	65,3	18	10,2	
<b>Gazete</b>	K	5	7,5	12	17,9	4	6	46	68,7	,176
	E	24	13,6	41	23,3	18	10,2	93	52,8	
<b>Dergi</b>	K	2	3	7	10,4	3	4,5	55	82,1	,242
	E	3	1,7	22	12,6	21	12	129	73,7	
<b>Bilimsel Dergi</b>	K	2	3	5	7,5	6	9	54	80,6	,728
	E	2	1,1	15	8,5	20	11,4	139	79	
<b>Internet</b>	K	1	1,5	50	74,6	15	22,4	1	1,5	,363
	E	8	4,5	117	66,5	50	28,4	1	0,6	
<b>Sosyal Medya</b>	K	1	1,5	50	74,6	14	20,9	2	3	,584
	E	9	4,5	115	65,5	48	27,3	4	2,3	

K:Kadın, E:Erkek \*: Ki-kare testi (n<5 ise fisher exact test)

Bireylerin cinsiyete göre, medya araçlarında beslenme ve sağlık konuları hakkında takip etme durumları Tablo 4.12’de verilmiştir. Araştırmaya katılan erkeklerin %23,3’ünün beslenme ve diyet konularını rastlamaları halinde okuduklarını/izlediklerini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan kadınların %31,3’ünün beslenme diyet konularını medya araçlarından takip ettiklerini belirtmiştir. Bireylerin cinsiyete göre medyadan besin ve beslenmeye dair programlarını takip etme durumu açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır (p=0.090). Bireylerin cinsiyete göre Medya/sosyal medyada beslenme ile ilgili haber/programları takip etme durumu açısından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır (p=0.267). Bireylerin sağlıklı beslenme programlarıyla alışkanlıkları değiştirmeye etkisi ile cinsiyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır (p=0.116).

**Tablo 4.12** *Bireylerin cinsiyete göre medyada beslenme alanları takip etme durumları*

	Cinsiyet				Toplam		p*
	Kadın		Erkek		s	%	
Sağlıklı Beslenme	s	%	s	%	s	%	
<b>Medyada Takip</b>							
Evet	21	31,3	40	22,7	61	25,1	,090
Hayır	13	19,4	61	34,7	74	30,5	
Rastgele	15	22,4	41	23,3	56	23,0	
İhtiyaç halinde	18	26,9	34	19,3	52	21,4	
<b>Programı Takip Etme</b>							
Evet	19	28,4	45	25,0	63	25,9	,267
Hayır	18	26,9	66	37,5	84	35,4	
Bazen	29	43,3	65	36,9	94	38,7	
<b>Programlarıyla Alışkanlık Değişimi</b>							
Evet	16	23,9	37	20,5	52	21,4	,116
Hayır	21	31,3	82	46,6	103	42,8	
Bazen	30	44,8	57	32,4	87	35,8	

\* Ki-kare testi (n<5 ise fisher exact test)

Bireylerin cinsiyete göre medyada beslenme ile ilgili takip ettiği kişiler arasındaki ilişki Tablo 4.13’te verilmiştir. Kadınların medyada beslenme ile ilgili

takip ettiği kişilerin %47,0'sini doktor, %38,8'ini diyetisyenler, erkeklerin %43,8'i doktor, %15,3'ü diyetisyenlerden oluşmaktadır. Bireylerin cinsiyete göre medyada beslenme ile ilgili takip ettikleri kişi açısından anlamlı fark bulunmuştur (p=0.002).

**Tablo 4.13** Bireylerin medyada beslenme ile ilgili takip ettiği kişiler

	Cinsiyet				Toplam		p*
	Kadın		Erkek		s	%	
	s	%	s	%			
Diyetisyen	26	38,8	27	15,3	53	21,8	,002
Doktor	32	47,8	77	43,8	109	44,9	
Medya Ünlü	10	14,9	37	21,0	47	19,3	
Sosyal Medya Fenomeni	6	9,0	21	11,9	27	11,1	

\* Ki-kare testi (n<5 ise fisher exact test)

Bireylerin cinsiyete göre medya reklamlarına ilişkin görüşleri Tablo 4.14'te verilmiştir. Bireylerin %48,3'ü yiyecek seçiminde reklamların etkisinin olmadığını ve %42,4'ü reklamlardan etkilenip hemen ürün tüketmediğini belirtmiştir.

**Tablo 4.14.** Bireylerin reklamların amacına, yiyecek seçiminde reklamların etkisine yönelik görüşleri ve reklamdaki etkilenme durumu

	Cinsiyet				Toplam		p*
	Kadın		Erkek		s	%	
	s	%	s	%			
<b>Reklamların Amacı</b>							
Ürün hakkında bilgi verme	16	23,9	36	20,5	52	21,4	,732
Ürün satma	51	76,1	136	77,3	187	77	
İnsanları eğlendirme	-	-	3	1,7	3	1,2	
<b>Yiyecek Seçiminde Reklamların Etkisi</b>							
Evet	5	7,5	20	11,4	25	10,3	,194
Hayır	28	41,8	89	50,9	117	48,3	
Bazen	34	50,7	66	37,7	100	41,3	
<b>Reklamdan Etkilenip Hemen Besin Tüketme Durumu</b>							
Evet	16	23,9	36	20,5	52	21,4	,116
Hayır	21	31,3	82	46,6	103	42,4	
Bazen	30	44,8	57	32,4	87	35,8	

\* Ki-kare testi (n<5 ise fisher exact test)

Bireylerin medya kullanım süresine göre besin gruplarının tüketim miktarlarının karşılaştırılması Tablo 4.15'te verilmiştir. Medyada ortalama 3-5 saat zaman geçiren bireylerin süt-yoğurt tüketimleri 112,88 gr, 6 saat ve üzeri zaman geçiren bireylerin süt grubu tüketimleri 77,18 gr'dır ve gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur (p=0,048). Bireylerin medya kullanım süresine göre et grubu, sebzeler, meyveler ve ekmek/tahıl grubu açısından anlamlı fark bulunmamıştır (p>0,05).

**Tablo 4.15.** *Bireylerin medya kullanım süresine göre besin tüketim sıklığı anketinden alınan besin grupları ile miktarlarının değerlendirilmesi*

Besin Grupları Gram/gün	Medya Süre (saat)	Ort.	SS.	p*
<b>Süt ve Süt Ürünleri</b>	0-2	112,88	67,378	<b>,048</b>
	3-5	126,00	72,627	
	6+	77,18	57,959	
<b>Et ve Et ürünleri</b>	0-2	550,14	42,85	,177
	3-5	61,769	47,402	
	6+	68,9	62,3	
<b>Taze Sebzeler</b>	0-2	109,20	56,797	,986
	3-5	105,53	49,504	
	6+	108,47	66,732	
<b>Taze Meyveler</b>	0-2	138,79	91,055	,756
	3-5	125,00	68,00	
	6+	158,06	119,317	
<b>Ekmek/Tahıl</b>	0-2	153,18	89,92	,616
	3-5	161,923	96,642	
	6+	179,4	89,4	

\*:Kruskal Wallis Test

Katılımcıların medya/sosyal medya kullanım zamanlarına göre öğün atlama durumu Tablo 4.16'da verilmiştir. Sosyal medyayı sabah kullanan bireylerin %88,9'unun, gün içerisinde kullanan bireylerin %82,4'ünün, akşam kullanan bireylerin %87,0'mın, hiç kullanmayan bireylerin %100'ünün öğün atladığı belirlenmiştir.

**Tablo 4.16.** *Bireylerin medya/sosyal medya kullanım zamanlarına göre öğün atlama durumu*

Öğün Atlama	Medya Takip Zamanları							
	Sabah		Gün içerisinde		Akşam		Hiç	
	s	%	s	%	s	%	s	%
<b>Evet</b>	9	88,9	136	82,4	54	87,0	6	100,0
<b>Hayır</b>	1	11,1	29	17,6	8	13,0	-	-

Bireylerin medya/sosyal medya kullanımlarına göre bazı besin gruplarının tüketim karşılaştırması Tablo 4.17’de verilmiştir. Katılımcıların sosyal medya takip etme sıklıklarına göre süt grubu, et grubu, ekmek/tahıl grubu tüketim miktarları açısından anlamlı fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 4.17.** *Bireylerin medya/sosyal medya kullanım sıklıklarına göre bazı besin gruplarını tüketim durumu*

Gram/gün	Medya Takip Sıklıkları								p*
	Her gün		Haftada Birkaç Kez		Nadiren		Hiç		
	Ort.	SS.	Ort.	SS.	Ort.	SS.	Ort.	SS.	
<b>Süt ve Süt ürünleri</b>	115,41	70,736	90,88	52,368	117,50	71,822	139,00	46,375	0,393
<b>Et ve Et ürünleri</b>	58,21	46,624	55,59	36,488	45,00	43,589	60,00	61,779	0,946
<b>Ekmek ve Tahıl</b>	158,21	93,399	163,53	71,932	106,25	100,778	143,75	77,392	0,577

\*Kruskal Wallis Test

Cinsiyete göre fiziksel aktivite düzey dağılımları Tablo 4.18’de verilmiştir. Çalışmaya katılan bireylerde IPAQ anketinden elde edilen verilere göre fiziksel olarak inaktif birey bulunmamıştır. Bireylerin %7’sinin fiziksel aktivitesi düşük, %93,0’ünün yeterli düzeydedir. Kadınların %89,6’sının, erkeklerin %94,3’ünün

fiziksel aktivite düzeyinin yeterli olduğu saptanmış ve gruplar arasında anlamlı fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 4.18** *Bireylerin cinsiyet ile fiziksel aktivite düzeyleri arasındaki ilişki durumu*

Cinsiyet	Fiziksel Aktivite Düzeyi				p*
	Düşük		Yeterli		
	s	%	s	%	
<b>Kadın</b>	7	10,4	60	89,6	,154
<b>Erkek</b>	10	5,7	166	94,3	
<b>Toplam</b>	17	7,0	226	93,0	

*Ki-Kare Testi \* $p<0,05$  (İnaktif <600 met skor, Düşük 600-3000 met skor, Yeterli >3000 met skor)*

Beden kütle indeksine göre fiziksel aktivite düzeylerinin dağılımı Tablo 4.19'da verilmiştir. Normal kilolu bireylerin %92,8'inin, hafif şişman bireylerin %97,7'sinin, 1.derece obez bireylerin %77,3'ünün fiziksel aktivite düzeyleri yeterlidir.

**Tablo 4.19.** *Bireylerin beden kütle indeksi ile fiziksel aktivite düzeyleri arasındaki ilişki durumu*

BKİ	Fiziksel Aktivite Düzeyi				p*
	Düşük		Yeterli		
	s	%	s	%	
<b>Zayıf</b>	1	20	4	80	,012*
<b>Normal</b>	9	7,2	116	92,8	
<b>Hafif Şişman</b>	2	2,3	86	97,7	
<b>1.Derece Obez</b>	5	22,7	17	77,3	
<b>2. Derece Obez</b>	-	-	3	100	

*Ki-Kare Testi \* $p<0,05$ , BKİ: Beden Kütle İndeksi*

Tv izleme- sosyal medya kullanım sürelerine göre fiziksel aktivite düzeylerinin dağılımı Tablo 4.20'de verilmiştir. Tv'yi 0-2 saat izleyenlerin %5,8'i düşük, %94,2'si yeterli; 6 saat ve üzeri izleyenlerin %28,6'sı düşük, %71,4'ü yeterli fiziksel aktiviteye sahiptir. Sosyal medyayı 0-2 saat kullananların %8,9'u düşük, %91,1'i yeterli; 6 saat ve üzeri kullananların %11,8'i düşük, %88,2'si yeterli düzeyde fiziksel aktiviteye sahiptir. Tv izleme ve sosyal medya kullanım sürelerine göre fiziksel aktivite düzeyleri açısından anlamlı fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 4.20** Bireylerin TV İzleme-Sosyal Medya Kullanım Süreleri ile fiziksel aktivite düzeyleri arasındaki ilişki durumu

Süre	Fiziksel Aktivite Düzeyi				p*	
	Düşük		Yeterli			
	s	%	s	%		
TV İzleme	0-2 Saat	8	5,8	131	94,2	,104
	3-5 Saat	5	6,2	76	93,8	
	6 Saat ve Üzeri	2	28,6	5	71,4	
	İzlemem	2	12,5	14	87,5	
Sosyal Medya Kullanım	0-2 Saat	13	8,9	133	91,1	,413
	3-5 Saat	2	2,5	78	97,5	
	6 Saat ve Üzeri	2	11,8	15	88,2	

Ki-Kare Testi \* $p < 0,05$

Bireylerin medya kullanım sıklıklarına göre fiziksel aktivite düzeylerinin karşılaştırılması Tablo 4.21’de verilmiştir.

Fiziksel aktivite durumu yeterli bulunanların %25,2’si, düşük fiziksel aktivite düzeyinde olanların %17,6’sı radyoyu her gün takip etmektedir. Fiziksel aktivite durumu yeterli olanların %10,6’sı, düşük fiziksel aktivite düzeyinde olanların %5,9’u radyoyu haftada birkaç kez takip etmektedir. Fiziksel aktivite düzeyi yeterli bulunanların %35,0’i, düşük bulunanların %58,9’u radyoyu takip etmemektedir. Yeterli fiziksel aktiviteye sahip olanların %74,3’ü, düşük fiziksel aktiviteye sahip olanları %64,7’si ise TV’yi her gün takip etmektedir. Düşük fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %17,6’sı, yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip bireylerin ise %9,7’si TV’yi haftada birkaç kez takip etmektedir.

Fiziksel aktivite durumu düşük bulunanların %11,8’i, yeterli olanların %7,1’i gazeteyi her gün takip ettikleri saptanmıştır. Düşük fiziksel aktivite düzeyine sahip olanların %23,5’i, yeterli olanların %9,7’si gazeteyi haftada birkaç kez takip etmişlerdir. Düşük fiziksel aktiviteye sahip olanların %35,3’ü, yeterli olduğu fiziksel aktivite düzeyi bulunanların %46,9’u gazeteyi takip etmedikleri saptanmıştır. Yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip olanların %1,8’i dergiyi her gün takip etmektedir. Düşük fiziksel aktivite düzeyli olanların %5,9’u, yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahiplerin %3,1’i dergiyi haftada birkaç kez takip etmektedir. Düşük fiziksel aktivite düzeyli olanların %58,8’i, yeterli fiziksel aktivite düzeyli olanların %62,4’ü dergiyi takip

etmemektedir. Fiziksel aktivite durumu düşük olanların %88,2'si, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olanların %92,5'i interneti her gün takip ettileri saptanmıştır. Düşük fiziksel aktiviteli bireylerin %11,8'i, yeterli fiziksel aktivitekilerin %5,3'ü interneti haftada birkaç kez takip etmektedir. Fiziksel aktivitesi düşük olanların %88,2'si, yeterli olanların %89,8'i sosyal medyayı her gün takip etmektedir. Düşük fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %11,8'i, yeterli fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %6,6'sı sosyal medyayı haftada birkaç kez takip ettiği saptanmıştır. Medya takipleri ile fiziksel aktivite düzeyleri açısından anlamlı fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 4.21.** *Bireylerin medya kullanım sıklıkları ile fiziksel aktivite düzeyleri arasındaki ilişki durumu*

Medya	Kullanım sıklıkları	Fiziksel Aktivite Düzeyi				p*
		Düşük		Yeterli		
		s	%	s	%	
Radyo	Her gün	3	17,6	57	25,2	,271
	Haftada birkaç kez	1	5,9	24	10,6	
	Nadiren	3	17,6	66	29,2	
	Hiç	10	58,9	79	35,0	
Televizyon	Her gün	11	64,7	168	74,3	,746
	Haftada birkaç kez	3	17,6	22	9,7	
	Nadiren	2	11,8	22	9,7	
	Hiç	1	5,9	14	6,3	
Gazete	Her gün	2	11,8	16	7,1	,267
	Haftada birkaç kez	4	23,5	22	9,7	
	Nadiren	5	29,4	82	36,3	
	Hiç	6	35,3	106	46,9	
Dergi	Her gün	-	-	4	1,8	,864
	Haftada birkaç kez	1	5,9	7	3,1	
	Nadiren	6	35,3	74	32,7	
	Hiç	10	58,8	141	62,4	
Bilimsel Dergi	Her gün	-	-	4	1,8	,891
	Haftada birkaç kez	1	5,9	8	3,5	
	Nadiren	4	23,5	61	27	
	Hiç	12	70,6	153	67,7	
İnternet	Her gün	15	88,2	209	92,5	,671
	Haftada birkaç kez	2	11,8	12	5,3	
	Nadiren	-	-	3	1,3	
	Hiç	-	-	2	0,9	
Sosyal Medya	Her gün	15	88,2	203	89,8	,753
	Haftada birkaç kez	2	11,8	15	6,6	
	Nadiren	-	-	4	1,8	
	Hiç	-	-	4	1,8	

Ki-Kare Testi \* $p<0,05$

Medya takip zamanlarına göre fiziksel aktivite düzeylerinin karşılaştırılması Tablo 4.22’de verilmiştir.

Fiziksel aktivite durumu düşük bulunanların %17,6’sı, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olanların %32,3’ü radyoyu sabah saatlerinde takip ettiği bulunmuştur. Fiziksel aktivite düzeyi düşük olanların %17,6’sı, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde bulunanların %18,1’i radyoyu gün içerisinde takip ettikleri belirlenmiştir. Düşük fiziksel aktiviteli bireylerin %18,1’i, yeterli olanların %11,1’i radyoyu akşam saatlerinde takip etmektedir. Fiziksel aktivite düzeyi düşük bulunanların % 52,9’u, yeterli bulunanların %38,5’i radyoyu takip etmemektedir. Düşük fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %5,9’u, yeterli fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %8,0’i TV’yi sabah saatlerinde takip ettikleri saptanmıştır. Düşük fiziksel aktiviteli bireylerin %11,8’i, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olanların %18,1’i TV’yi gün içerisinde takip etmektedir. Düşük fiziksel aktiviteli bireylerin %70,6’sı, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olanların %63,7’si TV’yi akşam saatlerinde takip etmektedir. Düşük fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %11,8’i, yeterli olanların %10,2’si TV’yi takip etmemektedir.

Düşük fiziksel aktiviteli bulunanların %5,9’u, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olanların %12,4’ü gazeteyi sabah saatlerinde takip ettikleri saptanmıştır. Düşük fiziksel aktivitelilerin %29,4’i, yeterli fiziksel aktivitelilerin %21,2’si gazeteyi gün içerisinde takip etmektedir. Düşük fiziksel aktivite düzeylilerin %11,8’i, yeterli fiziksel aktivitelilerin %8,8’i gazeteyi akşam saatlerinde takip ettiği saptanmıştır. Düşük fiziksel aktivite durumu düşük bulunanların %52,9’u, yeterli bulunanların %57,5’i gazeteyi takip etmedikleri saptanmıştır. Düşük düzeyli fiziksel aktiviteye sahip bireylerin %5,9’u, yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip bireylerin %1,8’i dergiyi sabah saatlerinde takip etmektedir. Fiziksel aktivite düzeyi düşük bulunanların %5,9’u, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olanların %12,4’ü dergiyi gün içerisinde takip ettikleri saptanmıştır. Düşük fiziksel aktivitelilerin %5,9’u, yeterli fiziksel aktivitelilerin %10,2’si dergiyi akşam saatlerinde takip etmektedir. Düşük fiziksel aktivite düzeyinde olanların %82,4’ü, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde bulunanların %75,6’sı dergi takip etmemektedir. Fiziksel aktivitesi düşük olanların %5,9’u, yeterli bulunanların %1,3’ü bilimsel dergiyi sabah saatlerinde takip etmektedir. Yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip bireylerin %8,8’i bilimsel dergiyi gün içerisinde takip etmektedir. Düşük fiziksel aktivitelilerin %5,9’u, yeterli fiziksel

aktivitelilerin %11,1'i bilimsel dergiyi akşam saatlerinde takip ettiği saptanmıştır. Düşük fiziksel aktivite düzeyinde olanların %88,2'si, yeterli fiziksel aktivite düzeyinde bulunanların %78,8'i bilimsel dergiyi takip etmemektedir.

Yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip bireylerin %4,0'ü interneti sabah saatlerinde takip etmektedir. Düşük fiziksel aktiviteli bireylerin %64,7'si, yeterli fiziksel aktiviteli bireylerin %69,0'u interneti gün içerisinde takip etmektedir. Fiziksel aktivite düzeyi düşük bulunan bireylerin %35,3'ü, yeterli olanların %26,1'i interneti akşam saatlerinde takip etmektedir. Yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip bireylerin %0,9'u interneti takip etmemektedir. Yeterli fiziksel aktiviteli bireylerin %4,0'ü sosyal medyayı sabah saatlerinde takip etmektedir. Fiziksel aktivitesi düşük bulunan bireylerin %76,5'i, yeterli olan bireylerin %67,3'ü sosyal medyayı gün içerisinde takip ettiği saptanmıştır. Düşük fiziksel aktiviteli bireylerin %23,5'i, yeterli bulunanların %25,7'si sosyal medyayı akşam saatlerinde takip etmektedir. Yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip bireylerin %3,1'i sosyal medyayı takip etmediği saptanmıştır. Fiziksel aktivite ile medya takip zamanları açısından anlamlı fark bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 4.22.** Bireylerin medya takip zamanları ile fiziksel aktivite düzeyleri arasındaki ilişki durumu

Medya	Zaman	Fiziksel Aktivite Düzeyi				p*
		Düşük		Yeterli		
		s	%	s	%	
Radyo	Sabah	3	17,6	73	32,3	,587
	Gün içerisinde	3	17,6	41	18,1	
	Akşam	2	11,8	25	11,1	
	Hiç	9	52,9	87	38,5	
Televizyon	Sabah	1	5,9	18	8,0	,895
	Gün içerisinde	2	11,8	41	18,1	
	Akşam	12	70,6	144	63,7	
	Hiç	2	11,8	23	10,2	
Gazete	Sabah	1	5,9	28	12,4	,741
	Gün içerisinde	5	29,4	48	21,2	
	Akşam	2	11,8	20	8,8	
	Hiç	9	52,9	130	57,5	
Dergi	Sabah	1	5,9	4	1,8	,522
	Gün içerisinde	1	5,9	28	12,4	
	Akşam	1	5,9	23	10,2	
	Hiç	14	82,4	170	75,6	
Bilimsel Dergi	Sabah	1	5,9	3	1,3	,254
	Gün içerisinde	-	-	20	8,8	
	Akşam	1	5,9	25	11,1	
	Hiç	15	88,2	178	78,8	
İnternet	Sabah	-	-	9	4,0	,713
	Gün içerisinde	11	64,7	156	69,0	
	Akşam	6	35,3	59	26,1	
	Hiç	-	-	2	0,9	
Sosyal Medya	Sabah	-	-	9	4,0	,699
	Gün içerisinde	13	76,5	152	67,3	
	Akşam	4	23,5	58	25,7	
	Hiç	-	-	7	3,1	

Ki-Kare Testi \* $p < 0,05$

## 5. TARTIŞMA

Beslenme, tüm canlıların yaşamlarını devam ettirebilmesinde en hayati ihtiyaçtır. İçinde yaşadığımız çağın vazgeçilmez bir diğer parçası haline gelen internet ve medya kişilerin tüm yaşam tarzlarında olduğu gibi beslenmeye dair alışkanlıklarında ve bazı besin tercihlerinde etkili olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, posta kargo dağıtımında görevli PTT çalışanlarında medya araçlarının beslenme ve fiziksel aktiviteye göre değerlendirilmesidir.

Beslenme alışkanlıklarında ve besin tercihlerinde kişisel zevkler, açlık durumu, bilgi düzeyi, lezzet, erişilebilirlik düzeyi, fiyat, sağlıklı olması ve kolay yenilmesi gibi faktörler etkilidir (Ronto vd., 2020). Toplumun kültürel değerleri, aile yapısı, dışarıda yemek yeme sıklığı, sosyal çevre ve medya gibi çevresel faktörler de ayrıca etkili olmaktadır (Andrade vd., 2019).

Çalışan bireylerde medyanın beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeylerine göre değerlendirilmesi, yanlış beslenme tarzından dolayı ortaya çıkan hastalıkların azaltılmasında önemli rol oynayabilmektedir (McNaughton, 2011).

Dünya çapında e-ticaretin giderek yaygınlaşması paket teslimatı sağlayıcılarına ve posta kargo hizmetlerine duyulan ihtiyacı giderek arttırmıştır. Bu çalışmada Ankara PTT Başmüdürlüğünde çalışan posta kargo dağıtım görevlilerinde medya kullanımları, beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeyleri incelenmiştir. Tartışma bölümünde bireylere ilişkin bilgiler, bireylerin sağlık durumları, diyet ve beslenme alışkanlıkları, medya araçlarını kullanımlarına dair bulgular, medya- sosyal medya araçları kullanımlarının beslenme alışkanlıkları, besin tüketimleri ve fiziksel aktivite düzeylerine göre değerlendirilmiştir.

Ankara'da üç farklı bölgede (Yenimahalle, Keçiören, Altındağ) dağıtım yapan görevlilerden 176 (%72,4) erkek ve 67 (%27,6) kadın olmak üzere toplam 243 çalışanın katılımıyla gerçekleştirilen bu araştırmada bireylerin yaş ortalamasının  $35.61 \pm 8.09$  olduğu belirlenmiştir (Tablo 4.1.). Konya ilinde özel bir kargo firması

çalışanları üzerinde yürütülen bir çalışmada kuryelerin yaş ortalaması  $30,98 \pm 6,593$  olduğu saptanmıştır (Çakmak, 2016).

Bireylerin eğitim düzeyleri %52,7'si lise mezunu, %42,4'ü yükseköğrenim mezunu, %3,3'ünün ortaokul mezunu ve %1,6'sı ilkokul mezunu olduğu belirtilmiştir (Tablo 4.1). Türkiye'de faaliyet gösteren özel bir kargo firmasının çalışanlarının ise %31,8'i lise mezunu, %60'ının yükseköğretim mezunu, %8,2'si ilkokul mezunu olduğu bildirilmiştir (Üstüner ve Özçelik, 2012). Özel sektör çalışanlarının eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü'nün sağlığı bozacak ölçüde vücut içinde aşırı yağ birikmesi olarak tanımladığı obezitenin 1970'li yıllardan itibaren prevalansı yükselişte olmakla birlikte 2020 yılında dünya toplam nüfusunda 1 milyardan fazla aşırı kilolu veya obez birey olduğu ve 2035 yılında 4 milyarı aşacağı öngörülmektedir (WHO, 2023). TÜİK 2023 raporuna göre 15 yaş ve üstü obez bireyler %20,2 olarak bildirilmiştir. Kadınların %40,6'sının normal BKİ aralığında olduğu bildirilmiştir (TÜİK, 2022).

Fransız Postacılar üzerinde yürütülen bir çalışmada bireylerin yarısının BKİ değerinin 25 altında, yarısının ise üzerinde olduğu tespit edilmiştir (Radauceanu vd.,2023). Portekiz'de postacılar üzerinde yürütülen başka bir çalışmada bireylerin BKİ değerlerinin ortalaması  $27,8 \text{ kg/m}^2$  olarak hesaplanmıştır (Silva vd., 2022). Yapılan bu çalışmada ise PTT'de çalışan bireylerin %51,4'ü normal, %36,2'si hafif şişman, %10,3'ü obez kategorisinde yer almıştır (Tablo 4.1.) BKİ ortalaması  $25,04 \pm 4,03 \text{ kg/m}^2$  olarak hesaplanmıştır. Diğer çalışmalara göre bu çalışmada dağıtım görevlilerinin daha normal ağırlıkta olduğu görülmektedir. Bu durumun çalışmadaki katılımcıların beslenme düzenindeki farklılıktan kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada bireylerin %81,1'inin sağlık sorunu bulunmamaktadır (Tablo 4.3). Bireylerin %90,9'u özel diyet uygulamamıştır. Bireylerin çoğunlukla %47,6'sı diyetisyenden, %38,1'i muayene olduğu hekim'den, %9,5'i aile- arkadaştan, %4,8'i medya fenomenlerinden diyet önerisi almıştır (Tablo 4.4.). Mutlu (2018) öğrenciler üzerinde yapılmış bir çalışmada kilo vermek için öğrencilerin %51,1'inin doktorun, %27,4'ünün diyetisyenin tavsiyesiyle diyet yaptığını saptamıştır. Bireylerin

%20'si kendi başına ve %16,3'ü arkadaş çevresinden aldıkları diyet listesini uyguladıklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışmada, bireylerin sağlıklarını ilgilendiren konularda genellikle uzman görüşü aldıklarını göstermektedir (Mutlu, 2018).

Telefonlardaki GSM teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte internet teknolojisinin toplum içinde yaygınlaşması ve makul fiyatlarda olması, bireylerin zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın medya araçlarına erişim olanağı sunmaktadır. İnternet ve yeni medya kullanımının yaygın hale gelmesi ile geleneksel TV, radyo, gazete gibi medya araçlarına olan ilginin zamanla azalmasının internet ortamında geçirilen sürenin artmasında etkili olduğu varsayılmaktadır. Yapılan bu çalışmada katılımcıların büyük bir bölümü medya araçlarında interneti (%92,2), sosyal medyayı (%89,7) ve TV'yi (%73,7) her gün takip ettiklerini belirtmişlerdir (Tablo 4.2). Mutlu (2018) çalışmasında öğrencilerin medya araçlarından benzer olarak sırasıyla; %92,7'si interneti, %58,5'i sosyal medyayı ve 49,6'sı TV'yi takip etmektedir. Medya araçlarından internet ve sosyal medyanın yoğunlukla kullanılması yeni medyanın toplum içerisinde yer edindiğini göstermektedir.

Bellekçi Koyu ve ark. (2020) yaptığı çalışmada, çalışanların %24,9'unun besin desteği kullandığı bildirilmiştir. En sık tercih edilen besin destek ürünleri sırasıyla Multivitamin-mineral (%28,5), D vitamini (%27,7) ve B12 vitamini (%19,0) olarak belirtilmiştir. Besin desteği kullananların %51,3'ü günde bir kez kullanmaktadır. Yapılan bu çalışmada PTT'de çalışan kadınların %26,9'u, erkeklerin %14,8'i besin desteği kullandığını belirtmiştir. Kullanılan besin desteklerinin %37,0'sini Omega 3 oluştururken, ikinci sırada %30,4 ile multivitamin yer almaktadır. Kullanılan diğer besin takviyeleri; B Grubu vitaminleri, C vitamini, Magnezyum, Glukozamin ve Demir mineralleridir (Tablo 4.5). Çalışmalarda gösterilen besin desteklerinin yaygın kullanım nedenlerinden biri medya araçlarında reklamlarının yapılması olabileceği düşünülmektedir.

Yücel (2015) yaptığı çalışmada çalışan bireylerin %74,5'inin öğün atladığını, bireylerin %46,5'inin en fazla öğle öğünü atladığını ve %54,8'inin öğün atlama sebebinin fırsat bulamamak olduğunu saptamıştır. Yapılan bu çalışmada PTT'de çalışan bireylerde en çok atlanan ana öğünün öğle öğünü (%73,3) olduğu saptanmıştır. Katılımcıların, %62,0'si vakit bulamadıkları için öğün atladıklarını bildirmişlerdir (Tablo 4.6). Çalışma bulguları yapılan diğer çalışmalar ile benzerlik

göstermektedir. Çalışan bireylerin iş yoğunlukları sebebiyle öğün yemeklerini atlayabilecekleri düşünülmektedir.

Ayaz ve Sünbül (2018) çalışmasında tüketicilerin yemek tercihlerinde ilk kriter olarak kalite ve lezzet, ikinci olarak doyuruculuk ve son olarak yeni lezzetler keşfetme isteği olarak saptanmıştır. Yapılan bu çalışmada, PTT’de çalışan bireylerin dışarıda yemek seçme nedenleri olarak öncelikle fiyat (%50.0), ikinci sırada lezzet (%45), üçüncü sırada doyurucu olmasını (%35) ve son olarak da kolay ulaşılır olmasını (%21.0) belirtilmiştir. Dışarıda yemek yeme sıklığı sorusuna katılımcıların %27,6’sı haftada 1-3 kez olarak yanıtlamışlardır (Tablo 4.6). PTT çalışanlarının yemek tercihlerinde ilk sıraya fiyat kriterini koyması ekonomik gerekçeleri ön planda tuttuklarını gösterebilmektedir.

Üniversite öğrencileri ile yürütülen bir çalışmada, bireylerin %24,3’ünün hergün süt-yoğurt tükettiği bildirilmiştir (Sacko ve Arslan, 2022). Bu çalışmada PTT’de çalışan bireylerin besin tüketim sıklıkları incelendiğinde (Tablo 4.8) kadınların %50,7’sinin erkeklerin %37,5’inin her gün süt ve süt ürünleri tükettiği saptanmıştır. PTT’de çalışan bireylerin süt ve süt ürünleri tüketim sıklıklarının daha fazla olmasının gün boyu dışarda olmalarından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

PTT çalışan kadın bireylerin %37,3’ü çoğunlukla haftada 1-2 kez, %17,9’u haftada 3-4 kere et ve et ürünleri tüketmektedir. Erkek bireylerin %30,2’si çoğunlukla haftada 1-2 kez, %21,0’i haftada 3-4 kere et ve et ürünleri tüketmektedir. Üniversite öğrencileri ile yürütülen bir çalışmada %0,6’sı hergün ve %0,1’i 15 günde 1 kez et, tavuk, balık tükettikleri tespit edilmiştir (Sacko ve Arslan, 2022).

Yapılan bu çalışmada, PTT çalışan kadın bireylerin %86,6’sı, erkeklerin %92,6’sı her gün ekmek-tahıl ürünlerini yediğini belirtmiştir. Üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen bir çalışmada %36,8’inin hergün ve %1,4’ünün 15 günde 1 kez ekmek tükettikleri bildirilmiştir. Öğrencilerin %35,8’inin hergün ve %40,8’inin haftada 1-3 kez tahıl ürünleri tükettiği saptanmıştır (Sacko ve Arslan, 2022). PTT’de çalışan bireylerin daha sık ekmek-tahıl grubu besinleri tüketmeleri öğünleri için dışarıda ekmek arası ürünlerini daha çok tercih ettiklerini düşündürmektedir. Bu çalışmada, PTT çalışan kadınların %19,4’ünün, erkeklerin %21,0’ünün hergün sebze; kadınların %50,6’sının erkeklerin %43,8’inin hergün meyve tükettiği belirlenmiştir

Üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen bir çalışmada %54,1'i hergün, %0,4'ü 15 günde 1 kez taze sebze tükettiklerini bildirmiştir (Sacko ve Arslan, 2022). Üniversite öğrencileri daha sık sebze tüketmektedir. Kamu çalışanları ile beslenme alışkanlıkları üzerine yapılan bir çalışmada, taze sebze-meyveyi (%35,6) her gün tükettiklerini bildirmiştir (Önay Derin vd., 2015). Toplu yemek hizmetinden faydalanan bireylerin sebze ve meyveye ulaşımının daha erişilebilir olduğu düşünülmektedir.

TÜBER 2022 raporuna göre, yetişkinlerde günlük enerjinin %45-60'ının karbonhidratlardan, %10-20'sinin proteinlerden, %20-35'inin yağlardan karşılanması önerilmektedir (TÜBER, 2022). Bu çalışmada PTT çalışanlarında günlük su tüketimi kadınlarda 1459.04±730.63 ml, erkeklerde 1398.01±882.37 ml olarak belirlenmiştir. 24 saatlik hatırlatma yöntemi ile alınan besin kayıtlarına göre makro besin ögesi ortalamaları incelendiğinde; erkeklerde enerjinin %46,48'i karbonhidrattan, %14,72'si proteinden ve %38,8'i yağdan gelmektedir. Kadınlarda ise enerjinin %46,43'ü karbonhidrattan, %14,86'sı proteinden ve %38,68'i yağdan sağlanmaktadır (Tablo 4.9). Bekar ve Ersoy (2011) sanayi işçileri üzerinde yapmış olduğu çalışmada enerjinin %53,02'si karbonhidrattan, %13,65'i proteinden, % 32,45'i yağdan karşılanmıştır. Sanayi işçilerinde yapılan bu çalışmada bireylerin makro besin ögesi alımları yeterli düzeydedir. Bu durum sanayi işçilerinin öğle yemeği öğünlerinin işyerlerinde toplu yemek hizmetiyle karşılandığı için düşünülmektedir. Yapılan bu çalışmada, PTT çalışanları öğünlerini kendi imkanlarıyla karşılamaktadır. Taşınması kolay enerji değeri yüksek yağlı besinleri tüketmelerinden kaynaklı önerilen yağ yüzde aralığının üzerine çıktığı düşünülmektedir.

Erkek katılımcılarının %77,7'si, kadınların ise sadece 22,3'ü her gün TV izlemektedir ve gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur ( $p<0,05$ ) (Tablo 4.10). Aynı zamanda erkeklerin %72,9'u kadınların %27,1'i her gün sosyal medya hesaplarını takip etmektedir.

Yapılan bu çalışmada kadınların %74,6'sı erkeklerin %66,5'i internette gün içerisinde vakit geçirdiğini belirtilmiştir. Sosyal Medyada geçirilen zaman dilimi kadınlarda ve erkeklerde gün içerisinde ve akşam vaktinde yoğunlaşmıştır (Tablo 4.11). Bireyler gün içerisinde haberleşme ve dinlenme molalarında iyi vakit geçirmek amaçlı sosyal medyayı takip ettikleri düşünülmektedir.

Katılımcıların besin ve beslenme programlarını medya araçlarından takip etme durumu sorulduğunda erkeklerin besin ve beslenme programlarını medya araçlarından %22,7'si takip ettiklerini ve %19,3'ü de ihtiyaç halinde takip ettiklerini belirtmişlerdir (Tablo 4.12). Kadınların %31,3'ü takip ettiklerini ve %26,9'u ihtiyaç duyduğunda takip ettiğini belirtmişlerdir. Özdemir (2023) lise öğrencileri ile yaptığı çalışmada erkeklerin %16,2'sinin medyadan takip ettiklerini ve %8,6'sının da ihtiyaç halinde izlediklerini saptamıştır. Kadınların ise %7,8'inin medyadan takip ettiklerini ve %5,9'unun da ihtiyaç halinde takip ettiklerini bildirmiştir (Özdemir, B. 2023). Bu çalışmada, besin ve beslenme programlarını medyaya araçlarından takip etme durumunun kadınlarda erkeklere göre daha yüksek olmasının sebebinin kadınların beslenme konusunda daha ilgili olduğu düşünülmektedir.

Yapılan bu çalışmada, 'Sağlıklı beslenme' programlarını takip etme sorgulandığında (Tablo 4.12) katılımcıların %25,9'u evet yanıtını vermiştir. 'Sağlıklı beslenme programlarıyla alışkanlıklarınızı değiştirmeye çalıştınız mı?' sorusuna katılımcıların %21,4'ü evet diyerek medya etkisiyle alışkanlıklarını değiştirdiklerini beyan etmişlerdir. İçyer ve Mankan (2017) beslenme konusunda gazete ve dergi takip etme sıklıklarını araştırdığı çalışmada katılımcıların %35,8'inin bu konuda medyayı takip ettiğini ve sağlıklı beslenmeyle ilgili içeriklerin dikkatlerini çektiklerini ifade ettiklerini belirtmiştir. Bu çalışmada, bireylerin beslenme ve sağlık konusunda medya araçlarından takip ettiği kişilerin % 44,9'unun doktor, %21,8'inin diyetisyen, %19,3'ünün medya ünlüsü, %11,1'inin sosyal medya fenomeni olduğu saptanmıştır. Bireyler çoğunlukla uzman görüşünü önemseydiği ve sağlık programlarını takip edenlerin alışkanlıklarını değiştirmeye meyilli olduğu, medyanın bireylerin beslenme alışkanlıklarını değiştirmede önemli bir etken olduğu düşünülmektedir.

'Size göre reklamların amacı nedir?' sorusuna (Tablo 4.14) katılımcıların %77,0'si tanıtım yapılan ürünün satış amaçlı yapıldığını ifade etmiştir. 'Yemek seçiminde reklamların etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?' sorusuna kadın katılımcıların %50,7'si bazen, erkeklerin %50,9'u hayır cevabını vermiştir. 'TV reklamlarında izlediğiniz yiyeceği hemen alıp tüketmek istiyor musunuz?' sorusuna kadınların %44,8'i bazen yanıtını verirken, erkeklerin %46,6'sı hayır cevabını

vermiştir. Buna göre yemek seçiminde kadınların erkeklere göre reklamlardan daha fazla etkilendiği düşünülmektedir.

PTT çalışan bireylerin medya kullanım süresine göre besin tüketim sıklığı anketi ile alınan besin gruplarının miktarları incelendiğinde (Tablo 4.15) 0-2 saat aralığında medya araçlarının kullanım süresi olan bireylerin 112,88 gram/günlük süt ve süt ürünleri grubu besinlerinin tüketimi varken 6 saat ve üzeri kullanım sürelerinde günlük 77,18 grama gerilemiştir. Katılımcıların gün içerisinde medya/sosyal medya kullanımı olanların öğün atlama durumu %71,5 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların sosyal medyayı haftada birkaç kez takip edenlerin süt yoğurt tüketim ortalamaları 90,88 gram iken hiç takip etmeyenler 139,00 gram olarak bildirilmiştir. Bu çalışmadan farkı olarak Mutlu'nun çalışmasında araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu medyadan etkilenerek su, meyve, sebze ve su tüketimini artırdığı, öğün atlamamaya dikkat ettiklerini ve hazır gıda kaynaklarını azalttıkları belirlenmiştir (Mutlu, 2018). Buna göre, bu çalışmada, medya kullanım süresine göre sadece süt ve süt ürünleri grubunda azalma olmuş diğer besin gruplarında anlamlı değişiklik saptanmamıştır.

PTT'de çalışan bireylerin fiziksel aktivite düzeylerini değerlendirmek amacıyla uygulanan Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketi (IPAQ) testi verilerine göre fiziksel olarak inaktif birey bulunmamıştır. Bireylerin %7'si düşük düzeyli fiziksel aktiviteye sahipken, %93,0'ü yeterli fiziksel aktiviteye sahiptir (Tablo 4.18). Masa başı çalışanların fiziksel aktivite düzeylerini değerlendirilen bir çalışmada katılımcıların %27,2'sinin fiziksel inaktif, %41,3'ünün düşük fiziksel aktiviteli ve %31,7'nin fiziksel olarak aktif olduğu bildirilmiştir (Yurtçiçek Eren vd., 2023). Posta dağıtımından sorumlu bireylerin masa başı çalışan bireylere göre daha aktif bulunması beklenen bir sonuçtur.

Cinsiyet ve fiziksel aktivite düzeyi incelendiğinde (Tablo 4.18) PTT'de çalışan kadın bireylerin %10,4'ü düşük fiziksel aktiviteye sahipken, erkeklerin %5,7'si düşük fiziksel aktiviteli bulunmuştur. Şahin (2022) öğrenciler ile yapmış olduğu çalışmada ise yeterli fiziksel aktiviteye sahip erkekler (%11,6) iken, kızların %25,4'ü yeterli fiziksel aktivitelidir. Kız öğrenciler fiziksel olarak daha aktif bulunmuştur. İki çalışmanın farklılığının bir nedeni PTT çalışanları grubunun çoğunluğunu (%72,4) erkekler oluşturması olabileceği düşünülmektedir.

Beden kütle indeksine göre fiziksel aktivite düzeyleri incelendiğinde, (Tablo 4.19) hafif şişman ve 1.derece obez olan bireylerin çoğunluğunun yeterli fiziksel aktivite düzeylerinin olduğu saptanmıştır. Sekreterler ile yapılan bir çalışmada fiziksel aktivite düzeyleri incelendiğinde %32,8'inin fiziksel inaktif, %48,9'unun düşük, %18,2'sinin yeterli fiziksel aktivite düzeyinde olduğu; BKİ düzeylerine göre %1,5'inin zayıf, %54,0'ünün normal, %38,7'sinin hafif şişman, %5,8'inin obez olduğu bildirilmiştir. BKİ ile fiziksel aktivite düzeyi arasında negatif yönlü ilişki bulunmuştur (Avcı vd., 2023). Buna göre yeterli fiziksel aktivite düzeyi ağırlık kontrolünde tek etken değildir, sağlıklı beslenme alışkanlık kazanımının da önemli olduğu düşünülmektedir.

Fiziksel aktivite ile tv izleme- sosyal medya kullanım süreleri arasındaki ilişki (Tablo 4.20) incelendiğinde, yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahip kişilerin %94,2'si 0-2 saat aralığında TV izlediklerini beyan etmişlerdir. %71,4'ü 6 saat ve üzeri TV izlediklerini bildirmişlerdir. Sosyal medyada 0-2 saat geçirenlerin %91,1'i yeterli fiziksel aktivite düzeyindedir. 6 saat ve üzeri zaman geçirenlerin ise %88,2'si yeterli fiziksel aktivite düzeyine sahiptir. TV ve sosyal medya takip süresi arttıkça fiziksel aktivite düzeyi düşmektedir. Başka bir çalışmada TV izleme ile ilgili olarak %43,7'si hiç izlemediklerini, %38,5 bir saat, %13,7'si iki saat, 1,9'u üç saat, %2,2'si 4 saat ve üzeri izlediğini belirtmiştir. Sosyal medyada geçirilen zaman ortalaması  $3.88 \pm 2.33$  saat, öğrencilerin %52,6'sının 4 saat ve üzeri, %17,4'ünün 3 saat, %14,1'inin 2 saat ve %11,5'inin ise 1 saat sosyal medyada geçirdiği bildirilmiştir. Katılımcıların %59,3'ü düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadığı bildirmişlerdir (Özdemir, 2023).

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmaya katılmayı kabul edip daha sonradan zaman kısıtlılığı gibi nedenlerle araştırmadan vazgeçen bireyler bulunmaktadır. Katılımcılardan boy uzunluğu ve vücut ağırlığı gibi ölçüme dayalı veriler PTT merkezindeki yoğun çalışma şartları nedeniyle bireylerden beyana dayalı olarak alınmıştır.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

PTT'de posta kargo dağıtımında çalışan bireyler medyada izlemiş oldukları reklamlardan etkilendiklerini ifade etmişler aynı zamanda bu medya araçlarının sağlık ve beslenme konularında da bilgi kaynağı olarak takip ettiklerini de belirtmişlerdir.

Bireyler beslenme ile ilgili bilgi kaynakları %44,9 doktorlardan, %21,8'i diyetisyenden, %19,3'ü medyada ünlü kişilerden, %11,1'inin sosyal medya ve çevresinden aldıklarını belirtmiştir. Diyet öneri kaynakları ise %47,6 Diyetisyen, %38,1 muayene olduğu hekim, %9,5 aile-arkadaş çevresinden, %4,8 medya fenomeninden alıp uyguladıklarını bildirmiştir.

TV'de ve sosyal medyada yer alan sağlık haber ve programlarından etkilenerak bazı alışkanlıklarını değiştirmeyi hedefleyen çalışanlar %21,4'tür. Takip edilen medya araçları araştırıldığında en fazla takip edilen medya aracının internet olduğu saptanmıştır. Sosyal medya kullanımı ikinci sırada takip etmektedir.

Diyetle günlük alınan makrobesin öğeleri incelendiğinde karbonhidrat yüzdeleri ortalama erkeklerin %46,48, kadınların %46,13'dür. Protein yüzdeleri ortalama erkeklerin %14,72, kadınların %14,72'dir. Yağ yüzdeleri ortalama erkeklerin %38,80, kadınların %38,68'dir. Katılımcıların medya araçlarını kullanım süresi arttıkça süt ve süt ürünleri besin grubunun tüketimlerinin azaldığı gözlenmiştir.

Çalışmaya katılan bireylerde IPAQ anketinden elde edilen verilere göre fiziksel olarak inaktif birey bulunmamıştır. Bireylerin %7,0'sinin fiziksel aktivitesi düşük, %93,0'ünün yeterli düzeydedir. Medya araçlarını kullanım durumlarına göre fiziksel aktivite düzeyleri arasında ilişki bulunmamıştır.

PTT'de posta-kargo dağıtımında görevli çalışanlar, dışarıda işleri gereği fazla zaman geçirdikleri için, başta vakit yetersizliği olmak üzere, beslenme imkanlarının olmayışı nedeni ile öğün atlama durumları sıklıkla görülmüştür. Bunun telafisi olarak bireyler yanlarına küçük porsiyonlarda meyve sebze atıştırma malzemeleri hazırlayabilir ya

da kurum tarafından bunlar temin edilebilir. Posta kargo dağıtımdan sorumlu bireylere kurum dışında ev yemeklerine ulaşabileceği mobil yemek hizmeti veren araçlar bölgelere tahsis edilebilir.

Kurum çalışanları için, diyetisyen ve uzman sağlık çalışanlarından beslenme, fiziksel ve ruhsal sağlık ile ilgili danışmanlık hizmeti almalı ve çalışanları için sağlıklı projeler geliştirmelidir. Bireylerde doğru yapılmayan fiziksel aktivite eklem ve kas sistemine zamanla yük bindirebilir önlem olarak hekim, fizyoterapist ve diyetisyen iş birliği ile bireyler rutin kontrollerle takip edilmelidir.

PTT Kurumu medyanın gücünü kullanarak dijital platformlarda yer alan sağlık, fiziksel aktivitenin önemi ve beslenme konulu programları, çalışanların rahatlıkla erişebileceği internet web sitelerinde ve sosyal medya hesaplarında paylaşarak farkındalığı artırma ve bilinç uyandırma faaliyetleri başlatabilir. Bu şekilde sağlıklı alışkanlıklar aşılanabilir ve bireylerin hayatlarına kazandırılabilir. Bu faaliyetlerin küresel düzeyde ulaşılabilir hale gelmesinde kitle iletişim araçlarının ve sosyal medyanın rolü unutulmamalıdır.

## 7. KAYNAKLAR

- Adıgüzel, Y. (2022). *İletişim Sosyolojisi. İletişim Türleri ve Kitle İletişim Araçları içinde*,40-64.  
[http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/sosyoloji\\_lisans\\_ao/iletisim\\_sosyolojisi.pdf](http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/sosyoloji_lisans_ao/iletisim_sosyolojisi.pdf) (Erişim:20.02.2023).
- Altunbaş, H. (2014). *Başlangıcından günümüze radyo ve radyo reklamcılığı, Türkiye'de yerel radyo istasyonlarının reklam aracı olarak kullanılışı, sorunları ve model önerisi* [Doktora Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Andrade, V. M. B., Santana, M. L. P., Fukutani, K. F., Queiroz. A. T. L., Arriaga, M. B., Conceição-Machado, M. E. P. (2019). Multidimensional analysis of food consumption reveals a unique dietary profile associated with overweight and obesity in adolescents. *Nutrients*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/nu11081946>
- Avcı Özkul, Z. T., Gökçe, A., & Özer, A. (2023). Sekreterlerde Fiziksel Aktivite Düzeyi ve Beslenme Çeşitliliğinin Beden Kitle İndeksi ile Karşılaştırılması: Turgut Özal Tıp Merkezi Örneği. *Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Tıp Dergisi*, 37(1), 17–21.
- Ayaz, F., & Yüksel, E. (2021). Medyadaki Sağlık İçeriklerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (2), 599-626. <https://doi.org/10.18037/ausbd.959284>
- Ayaz, F. (2018). Sağlık konulu yayın içeriklerini etkileyen ticari faktörler. E. Yüksel (Ed.), *Sağlık haberciliği içinde* (363) Literatürk Academia Yayıncılık.
- Ayaz N., & Sünbül K. (2018). Restoran Müşterilerinin Beklentileri ve Gıda Güvenliğine Yönelik Tepkileri Üzerine Bir Nitel Araştırma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(1),164-181. <https://doi.org/10.21325/Jotags.2018.180>
- Aytekin, H. (2019). *İnsan İlişkileri ve İletişim: Etkili İletişim* (2. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık
- Aziz, A. (2010). *İletişime Giriş*. HiperLink Yayınları.

- Aziz, A. (2013). *Radyo ve Televizyon Yayıncılığı (Giriş)*. Hiperlink Yayınları.
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. Akdeniz Üniversitesi Akademik Bilişim 2013 – XV. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 775–784.
- Yertüm, U., & Balcı, B. (2023, Ekim). Motor-Kurye Çalışanlarının Çalışma Koşullarına Yönelik Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*.18/2,328-350.  
<https://doi.org/10.17550/akademikincelemeler.1307683>
- Beslenme Bilgi Sistemi – BeBiS, 2019, İstanbul. <https://bebis.com.tr/anasayfa> (Erişim: 15.01.2023)
- Bekar, A., & Ersoy A. F. (2011). Sanayide Çalışan İşçilerin Enerji Harcamaları ve Beslenme Durumlarının Değerlendirilmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy* , 6 (3).
- Bellikci Koyu, E., Çalık, G., Kaner Tohtak, G., & Günsel Yıldırım, G. (2020). Sağlık çalışanlarının besin desteği kullanma durumları ve ilişkili etmenler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*. 2020; 34(2): 141-151
- Bull, F. C, Al-Ansari, S. S., Biddle, S., vd. (2020). World Health Organization 2020 guidelines on physical activity and sedentary behaviour, *British Journal of Sports Medicine*, 2020;54:1451-1462.
- Burns, R. W. (2000). *John Logie Baird, Television Pioneer*. The Institution of Engineering and Technology Yayınları.
- Chen J., & Wang Y. (2021). Social Media Use for Health Purposes: Systematic Review. *J Med Internet Res*. May 12;23(5):e17917.  
<https://doi.org/10.2196/17917>
- Craig, C. L., Marshall, A. L., Sjostrom, M., Bauman, A. E., Booth, M. L., Ainsworth, B. E., Pratt, M., Ekelund, U., Yngve, A., Sallis, J. F., & Oja, P. (2003) International Physical Activity Questionnaire: 12-country reliability and validity. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 35, 1381-1395
- Çakmak, B. (2016). Biçimsel Örgütlerde İş Tatmini Ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Bir Araştırma: Aras Kargo Örneği. [Yüksek Lisans Tezi]. KTO Karatay Üniversitesi.

- Çapar, H. & Çakmak, C. (2019). Halk sağlığı bilgi kaynağı olarak gazeteler: Sağlıkla ilgili haberlerin analizi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 6 (1), 25-33.
- Çoban, G. S. (2021). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi kendini gerçekleştirme basamağında gizil yetenekler. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 6 (1), 111 – 118.
- Dönmez Topçuoğlu, D., & Genç, E. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Kargo Sektörü Çalışanlarının İşe Yönelik Tutumlarına Etkisi: PTT Örneği *Optimum Journal of Economics and Management Sciences*, 8 (2) <https://dergipark.org.tr/tr/pub/optimum/issue/62652/875531>
- Downer, S., Berkowitz, S. A., Harlan, T. S., Olstad, D. L., & Mozaffarian, D. (2020, Haziran). Food is medicine: actions to integrate food and nutrition into healthcare. *BMJ*. 29;369:m2482. <https://doi.org/10.1136/bmj.m2482>
- Dural Tasouji, C. (2022). İTU-TV Deneyimi ve Türkiye'de Ulusal Televizyon Yayınlarını Bekleyiş. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (57),51-69. <https://doi.org/10.47998/ikad.1057269>
- Eckstrom, E., Neukam, S., Kalin, L., & Wright, J. (2020). Physical Activity and Healthy Aging. *Clin Geriatr Med*. Nov;36(4):671-683. <https://doi.org/10.1016/j.cger.2020.06.009>
- GBD (2017), Diet Collaborators. Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the, *Global Burden of Disease Study 2017*. *Lancet*. 2019 May 11;393(10184):1958-1972. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30041-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30041-8)
- Gibbs, B. B., Hergenroeder, A. L., Katzmarzyk, P. T., Lee, I. M., & Jakicic, J. M. (2015). Definition, measurement, and health risks associated with sedentary behavior. *Med Sci Sports Exerc*. Jun;47(6):1295-300. <https://doi.org/10.1249/MSS.0000000000000517>
- Goldberg, J. P., & Sliwa, S. A. (2011). Communicating actionable nutrition messages: challenges and opportunities. *Proc Nutr Soc*. Feb;70(1):26-37. <https://doi.org/10.1017/S0029665110004714>

- Güneş, A. (2013). Kil Tabletlerden Elektronik Tabletler: İletişim Araçlarının Tarihsel Gelişim Süreci. *Humanities Sciences*, 8(3), 277-300. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2013.8.3.4C0169>
- Haddad, M. R., & Sarti FM (2020). Sociodemographic determinants of health behaviors among Brazilian adolescents: Trends in physical activity and food consumption, 2009–2015. *Appetite*, 144, 104454. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104454>
- Hagströmer, M., & Oja, P. (2006) Sjöström M. The International Physical Activity Questionnaire (IPAQ): a study of concurrent and construct validity. *Public Health Nutr*. 9(6):755-62. <https://doi.org/10.1079/phn2005898>
- Helou, K., El Helou, N., Mahfouz, M., Mahfouz, Y., Salameh, P., & Harmouche-Karaki, M. (2017, Jul 24) Validity and reliability of an adapted arabic version of the long international physical activity questionnaire. *BMC Public Health*.;18(1):49. <https://doi.org/10.1186/s12889-017-4599-7>
- İçyer, D., & Mankan, E. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yayın Organlarını Takip Etme Sıklığının Beslenme Bilgi Düzeyine Etkisi. *International Journal Of Social Humanities Sciences Research*, 4(14), 1578-1584. <https://doi.org/10.26450/jshsr.240>
- İsayev, P. (2022) *Kargo firmalarına yönelik müşteri şikâyetlerinin tekrar satın alma davranışı üzerine etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Gaziantep Üniversitesi.
- Kaeberlein, M. (2018). How healthy is the healthspan concept? *Geroscience*. Aug;40(4):361-364. <https://doi.org/10.1007/s11357-018-0036-9>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karaca, M. (Ed.) (2018) *Televizyon Diye Bir şey Varmış*, İTÜ Vakfı yayınları, 1. Baskı
- Karaca, M. (2016). Sosyolojik perspektiften iletişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57), 626-648. <https://doi.org/10.17755/esosder.84218>
- Kars, N. (2012). Televizyon programı yapalım herkes izlesin. 3. Baskı. Derin Yayınları.

- Kavurmacı, A. (2023). Moto Kuryelerin Çalışma Koşullarını İyileştirecek Faktörlerin Belirlenmesi: Nitel Bir Araştırma. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 13(1), 33-54. <https://doi.org/10.32331/sgd.1318002>
- Lee, Y., Mozaffarian, D., Sy, S., Huang, Y., Liu, J., Wilde, P. E., Abrahams-Gessel, S., Jardim, T. S. V., Gaziano, T. A., & Micha, R. (2019). Cost-effectiveness of financial incentives for improving diet and health through Medicare and Medicaid: A microsimulation study. *PLoS Med.* Mar 19;16(3):e1002761. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002761>
- Long, C. R., Rowland, B., Steelman, S. C., & McElfish, P. A. (2019 Aug). Outcomes of disease prevention and management interventions in food pantries and food banks: a scoping review. *BMJ Open.* 21;9(8):e029236. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2019-029236>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Mathews, S. P., & George, S. (2013). Growth and future of social media. *Int journal of advanced research in computer engineering technology*, 2 (12): 3177-3183.
- McNaughton, S. A. (2011). Understanding the eating behaviors of adolescents: application of dietary patterns methodology to behavioral nutrition research. *Journal of the American Dietetic Association*, 111(2), 226– 229. <https://doi.org/10.1016/j.jada.2010.10.041>.
- Meral, S. P. (2019), *Güçlü olan hayatta kalır: rekabet üzerinden hegemonya oluşturmak ve televizyon formatı 'survivor'ı eleştirmek, ilker erdoğan içinde, türkiye'de televizyon formatları*. Doruk Yayıncılık.
- Muslu, M., Özçelik Ersü, D., Erdoğan, B. N. & Yanık, M. (2020). Tirajı yüksek olan beş ulusal gazetenin sağlık ve beslenme haberlerinin incelenmesi. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 29 (3), 154-160. <https://doi.org/10.34108/eujhs.742172>
- Mutlu, E. (2018). *Medya araçlarının Başkent Üniversitesi öğrencilerinin beslenme davranışları ve gıda ürünlerinin seçiminde karar vermedeki etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi]. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

- Öğüt, P. (2017). Türkiye’de sağlık haberciliğinin tarihsel gelişimi. *Atatürk İletişim Dergisi* (14), 5-26.
- Önay Derin, D., Keskin, S., & Çelikörs, D. (2015). Konya İl Merkezinde Çalışan Bazı Kamu Memurlarının Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(3), 421-439.
- Özdemir, B. (2023). *Medyanın lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimleri ve tüketimleri üzerindeki etkisi*. [Yüksek Lisans Tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Öztürk Çelebi, G. (2018). Tarih öncesi dönemlerde iletişim. *Etkileşim Dergisi* (2), 142-157. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2018.2.33>
- Öztürk, M. (2005). *Üniversitede eğitim-öğretim gören öğrencilerde uluslararası fiziksel aktivite anketinin geçerliliği ve güvenilirliği ve fiziksel aktivite düzeylerinin belirlenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Pazarbaş, M. (2013). Kitle İletişiminde Temel Kavramlar “Co-oryantasyon Modeli. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (19), 127-140. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48076/607849>
- Peluso, M. A, (2005). Guerra de Andrade LH. Physical activity and mental health: the association between exercise and mood. *Clinics (Sao Paulo)*. Feb;60(1):61-70. <https://doi.org/10.1590/s1807-59322005000100012>
- PTT. Erişim Tarihi: 2.09.2023. [www.ptt.gov.tr](http://www.ptt.gov.tr)
- Rabee, R., Najim, M., Sherwani, Y., Ahmed, M., Ashraf, M., Al-Jibury, O., Rabee, N., Najim, R., & Ahmed, A. (2015). YouTube in medical education: a student's perspective. *Med Educ Online*. Sep 16; 20:29507. <https://doi.org/10.3402/meo.v20.29507>
- Radauceanu, A., Grzebyk, M., Boini, S., Dziurla, M., Atain-Kouadio, J. J., & Aublet-Cuvelier, A. (2023). Low back pain and upper-extremity musculoskeletal disorders in french postal workers driving light-duty vehicles for mail and parcel delivery. *Int J Environ Res Public Health*. 31;20(3):2509. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032509>

- Ronto, R., Carins, J., Ball, L., Pendergast, D. & Harris, N. (2020). Adolescents' views on high school food environments. *Health Promotion Journal of Australia*, 32(3), 1–9. <https://doi.org/10.1002/hpja.384>
- Rovent a-FrumuŐani, D., & Marinescu, V. (2020). Food, Nutrition and Media. *Food, Nutrition and the Media*, 5-20. Springer International Yayıncılık. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-46500-1>
- RTÜK, (2022). Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması [https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Kamuoyu/genclerin\\_medya\\_kullanimi\\_ve\\_dijital\\_okuryazarlik\\_arastirmasi\\_.pdf](https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Kamuoyu/genclerin_medya_kullanimi_ve_dijital_okuryazarlik_arastirmasi_.pdf) (Erişim tarihi 22.02.2023).
- Sacko, D., & Arslan M. Üniversite  ğrencilerinin besin tüketim sıklığının değerlendirilmesi ve beslenme bilgi düzeylerinin beden kütle indeksi üzerine etkisinin incelenmesi: İstanbul Aydın  niversitesi  rneği. *Turk J Diab Obes* 2022;2: 169-176.
- Saglam, M., Arikan, H., Savci, S., Inal-Ince, D., Bosnak-Guclu, M., Karabulut, E., & Tokgozoglu, L. (2010 Aug). International physical activity questionnaire: reliability and validity of the Turkish version. *Percept Mot Skills*.;111(1):278-84. <https://doi.org/10.2466/06.08.PMS.111.4.278-284>
- Santos, A. C., Willumsen, J., Meheus, F., Ilbawi, A., Bull, F. C. (2023, Ocak). The cost of inaction on physical inactivity to public health-care systems: a population-attributable fraction analysis. *Lancet Glob Health*;11(1):32-39. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(22\)00464-8](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(22)00464-8)
- Sayımer,  . (2014). Yeni medya ortamlarında ağlar oluşturan toplumsal hareket deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve AraŐtırmalar Dergisi*, 2 (2), 97-112.
- Silva, L., Cousta, N., Schutz Rosa, C., Izaquiel Paulo, I., Mattos da Silva, N., Giracca, C. (2022). Ergonomic assessment of postal workers' pain symptoms and musculoskeletal risks related to parcel processing activity for delivery. *EXCLI J*. Apr 27; 21:744-756. <https://doi.org/10.17179/excli2022-4857>

- Siscovick, D. S., LaPorte, R. E., Newman, J. M. (1985, Mart). The disease-specific benefits and risks of physical activity and exercise. *Public Health Rep.* - Apr;100(2):180-8.
- Şahin, M. M. (2022) Üniversite Öğrencilerinin Fiziksel Aktivite ve Duygu Durumlarının İncelenmesi. *Uluslararası Spor, Egz.ve Ant. Bilimi Dergisi*, Cilt 8, Sayı, 2, 13–23.
- Mete, Ş. (2019). *Ekranın Gücü*. TRT Akademi Yayınları, 4(7), 148-169.
- TDK, (Erişim: 23.02.2023). <https://sozluk.gov.tr>
- TİAK, Televizyon İzleme Ölçümü 2020 Yıllığı, 2021, <https://tiak.com.tr/upload/files/2020yillik.pdf>
- Tümtürk, İ., Özden, F., & Özkeskin, M. (2021). Fiziksel Aktivite Değerlendirmesi: Subjektif ve Objektif Yöntemler. *Sağlık Hizmetleri Ve Eğitimi Dergisi*, 5(2), 53-60. <https://doi.org/10.29228/JOHSE.12>
- Tokgöz, O. (2010). *Temel Gazetecilik*. 8. Baskı. İmge Kitabevi Yayınları.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül E., Börekçi, S., Binark, M., Çomu, T. (2009). Toplumsal paylaşım ağı olarak facebook: “görülüyorum öyleyse varım”. *Kalkedon Yayınları*.
- Tuncer, A. S. (2018). Sosyal medyanın gelişimi. Fatma Zeynep Özata (Ed.), *Sosyal Medya*. Anadolu Ün, 1(1), 2–25. Anadolu Üniversitesi.
- Türkiye Beslenme Rehberi (2022). (Erişim:02.02.2023). [https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-ve-hareketli-hayat-db/Dokumanlar/Rehberler/Turkiye\\_Beslenme\\_Rehber\\_TUBER\\_2022\\_min.pdf](https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-ve-hareketli-hayat-db/Dokumanlar/Rehberler/Turkiye_Beslenme_Rehber_TUBER_2022_min.pdf)
- Tüik, Sağlık Araştırması Raporu. (2022). (Erişim:16.06.2023) <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turkiye-Saglik-Arastirmasi-2022-49747>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2022 [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)

- Üstüner, M., & Özçelik, E. (2012). Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre İş Tatminindeki Tutumsal Farklılıkların Bir Lojistik İşletmesinde Uygulama Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28), 225-235.
- Vardarlıer, P., & Öztürk, C. (2020). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Rolü. *Sosyolojik Düşün*, 5(1), 1-18. <https://doi.org/10.37991/sosdus.730815>
- Wachs, T. D., Georgieff, M., Cusick, S., & McEwen, B. S. (2013). Issues in the timing of integrated early interventions: contributions from nutrition, neuroscience, and psychological research. *Ann N Y Acad Sci*. 2014 Jan; 1308:89-106. <https://doi.org/10.1111/nyas.12314>
- We Are Social, 2021 Digital Raporu 2021: the latest insights into the ‘state of digital’- We Are Social UK. <https://wearesocial.com>. (Erişim: 25.06.2022)
- We Are Social, 2022 Raporu <https://wearesocial.com> (Erişim: 21.02.2023).
- Weir, C. B., & Jan, A. (2023 Jun). BMI Classification Percentile And Cut Off Points. 26. In: StatPearls [Internet]. Treasure Island (FL): StatPearls Yayınları.
- WHO, World Health Organization (1997) Preventing and Managing the Global Epidemic of Obesity. Report of the World Health Organization Consultation of Obesity.
- WHO, World Health Organization. (2020). Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 13. *World Health Organization*. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330778>.
- WHO, World Health Organization. (2022). Region and global health statistics of the World Health Statistics. (Erişim:15.08.2023) <https://www.who.int/publications/i/item/9789240051157>
- WHO, World Health Organization (2023). World Obesity Atlas. <https://www.worldobesity.org/resources/resource-library/world-obesity-atlas-2023>
- Xue, X. (2023). Photography in the Late Qing Dynasty: A Comparative Study. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 1–15. <https://doi.org/10.54097/ehss.v8i.4218>

- Yıldırım, D., Yıldırım, A., & Eryılmaz, M. (2019). Sağlık çalışanlarında fiziksel aktivite ile yaşam kalitesi ilişkisi. *Cukurova Medical Journal*, 44(2), 325-333. <https://doi.org/10.17826/cumj.451087>
- Yurtçiçek Eren, S., Şahin, N., Turan Miral, M., Işık, C., Soylu Çakmak, F., Güler, A., Özer, K., Çelik, Ş., & Buran, G. (2023). *Masa Başı Çalışanlarında Cinsiyete Özgü Fiziksel Aktivite Düzeyi ve Yaşam Kalitesi*. *The Journal of Academic Social Science*.
- Yücel, B. (2015) Sağlık Çalışanlarının Beslenme Alışkanları ve Beslenme Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi. [Yüksek Lisans Tezi]. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Zafer, C. & Vardarlıer, P. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.

## 8. EKLER

### EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

Anket No:

### PTT DAĞITIM ÇALIŞANLARINDA MEDYA ARAÇLARININ BESLENME VE FİZİKSEL AKTİVİTE ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Dikkat:** Bu anket yalnız bilimsel araştırma yapmak için toplanmaktadır. Tamamen gizlidir.

#### I) KİŞİSEL BİLGİLER

**Cinsiyet:** Kadın ( ) Erkek ( )  
**Vücut ağırlığı:** ..... **Boy uzunluğu:** ..... **Yaş:** .....

#### 1-Öğrenim durumunuz nedir?

a)İlkokul mezunu b)Ortaokul mezunu c)Lise mezunu d)Üniversite mezunu e) Lisans Üstü

#### 2-Medeni haliniz? a)Evli b)Bekar

#### II) SAĞLIK DURUMU VE İLAÇ KULLANIMI

#### 3-Sigara kullanıyor musunuz? a) Evet b) Hayır

#### 4-Cevabınız “Evet” ise günde kaç adet sigara içiyorsunuz?

a) 1-4 b) 5-9 c) 10-14 d) 15 ve daha fazla

#### 5-Beslenmeye bağlı sağlık sorunuz var mı? a) Evet b) Hayır

#### 6-Cevabınız “Evet” ise sağlık sorunuz nedir?

( ) Obezite ( ) Şeker hastalığı ( ) Böbrek hastalığı ( ) Kalp damar hastalığı ( )  
Kansızlık  
( ) Ağız Diş sağlığı prb. ( ) Diğer .....

#### 7-Sağlık sorunuzdan dolayı özel bir diyet uyguluyor musunuz? a) Evet b) Hayır

#### 8-Cevabınız “Evet” ise uyguladığınız diyet adı

?.....

#### 9-Diyeti kim önerdi?

a) Diyetisyen b) Muayne olduğunu Hekim c) Aile/Arkadaş d) Tv Sağlık  
Programlarına çıkan Doktor&Diyetisyen e) Medyada Ünlü Kişilerin sosyal  
medya hesapları f) Sosyal medyadan takip edilen alanında uzman kişiler

**EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)**

**III) DİYET-BESLENME ALIŞKANLIKLARIYLA İLGİLİ SORULAR**

**10-Bugüne kadar hiç diyet yaptınız mı? a) Evet b) Hayır**

**11-Ne tür diyetleri uyguladınız?.....(Belirtiniz)**

**12-Vitamin ve mineral tabletleri kullanıyor musunuz? a) Evet b) Hayır**

**13-Cevabınız “Evet” ise adı nedir? .....ve ne kadar süredir kullanıyorsunuz?.....ay .....yıl ve kullanım sıklığınız nedir?**

a)Her gün b) Haftada 2-3 kez c) Seyrek d) Hastalanınca

**14- Genellikle öğün atlama sebebiniz nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

- a) İştahsızlık görmek  
b) Vakit bulamamak  
c) Gereksiz  
d) Zayıflama isteği  
e) Kahvaltının geç yapılması  
e) Ekonomik gerekçeler

**15- Yemek seçiminizi belirleyen en önemli etmen hangisidir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

- a) Fiyatı  
b) Kolay ulaşılması, yapılması  
c) Lezzeti  
d) Kalorisi  
e)Doyurucu olması  
f)Sağlıklı olması

**16-Günlük çay tüketimi** ..... çay bardağı, 1 bardak çaya eklediğiniz şeker ..... çay kaşığı adet)

**17-Günlük kahve tüketimi** ..... fincan, 1 fincan kahveye eklediğiniz şeker ..... (çay kaşığı adet)

**18-Günlük su tüketimi** ..... su bardağı

**19-Dışarda hangi sıklıkla yemek yersiniz?**

- a)Hiç b)Her gün c)Haftada 4-6 kez d) Haftada 1-3 kez e) Ayda 2-3 kez f)Ayda 1 kez

## EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)

**20-Dışarda en çok tercih ettiğiniz yiyecek türleri nelerdir? (Tercih sırasına göre belirtiniz.)**

... Kebap türleri /Hamburger/ /Pide/Lahmacun

...Sütlü /Şerbetli tatlılar

...Pastane ürünleri/Gözleme

...Ev yemekleri

**21- Öğün atladığınız oluyor mu?** a) Evet b) Hayır c) Sıklıkla

d) Nadiren

**22- En çok hangi öğünü atlarsınız?** a) Kahvaltı b) Öğle c) Akşam

e) Ara öğünler

### IV) MEDYA ARAÇLARI KULLANIMI

#### 23- MEDYA ARAÇLARINI TAKİP ETME SIKLIĞI

	Her Gün	Haftada Birkaç Kez	Nadiren	Hiç
RADYO				
TELEVİZYON				
GAZETE				
DERGİ				
BİLİMSEL DERGİ				
İNTERNET				
SOSYAL MEDYA				

**24-Aşağıda yer alan media araçlarını günün hangi zamanında takip edersiniz?**

	Sabah	Gün İçerisinde	Akşam	Hiç
RADYO				
TELEVİZYON				
GAZETE				
DERGİ				
BİLİMSEL DERGİ				
İNTERNET				
SOSYAL MEDYA				



**EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)**

**34-Size göre reklamların amacı nedir?**

- a) rn hakkında bilgi vermek  
b) Piyasadaki ürünü satmak  
c) İnsanları eğlendirmek  
d) Bilmiyorum

**35-Televizyon reklamlarında izlediğin yiyecek içecekleri hemen alıp ttmek istiyor musunuz?**

- a) Evet çok istiyorum  
b) Bazen istiyorum  
c) Hayır hiç istemiyorum

**36-Sizin yiyecek ve içecek seimlerinizde reklamların etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?**

- a) Evet  
b) Hayır  
c) Bazen

**37-Televizyon, gazete ve dergilerde çıkan “sağlıklı beslenme” ile ilgili haberleri veya bilgilendirici köşe yazılarını okur musunuz?**

- a) Evet  
b) Hayır  
c) Bazen

**38-Gazete, dergi ve televizyonda yer alan sağlıklı beslenme haberlerini takip etme sebebiniz nedir?**

- a) Sağlıklı beslenmeyi öğrenmek için  
b) Kilomu kontrol etmek- zayıflamak için  
c) Sağlığı korumak için  
d)Güncel bulduğum için

**39-Televizyon, gazete ve dergilerde yer alan “sağlıklı beslenme” ile ilgili haberlerden etkilenererek beslenme alışkanlıklarınızı değiştirmeye çalıştığınız oldu mu?**

- a) Evet  
b) Bazen  
c) Hayır

**40-Reklamların kendinizde yeme isteği uyandırdığını düşünüyor musunuz?**

- a) Evet  
b) Bazen  
c) Hayır

## EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)

### ULUSLARARASI FİZİKSEL AKTİVİTE KAYDI (IPAQ) KISA FORMU

Lütfen son 7 günde yaptığımız şiddetli fiziksel aktiviteleri düşünün. (işte, evde, bir yerden bir yere giderken, boş zamanlarınızda yaptığımız spor, egzersiz veya eğlence vb.)

Şiddetli fiziksel aktiviteler yoğun fiziksel efor gerektiren ve nefes alıp verme

Bu bölümdeki sorular son 7 gün içerisinde fiziksel aktivitede harcanan zamanla ilgilidir.

1. Geçen 7 gün içerisinde kaç gün ağır kaldırma, kazma, aerobik, basketbol, futbol veya hızlı bisiklet çevirme gibi **şiddetli fiziksel aktivitelerden** yaptınız?

**Haftada** \_\_\_ gün

Şiddetli fiziksel aktivite yapmadım. → (3.soruya gidin.)

2. Bu günlerin birinde **şiddetli fiziksel aktivite** yaparak genellikle ne kadar zaman harcadınız? **Günde** \_\_\_ saat

**Günde** \_\_\_ dakika

Bilmiyorum/Emin değilim.

Geçen 7 günde yaptığımız orta dereceli fiziksel aktiviteleri düşünün. Orta dereceli aktivite orta derece fiziksel güç gerektiren ve normalden biraz sık nefes almaya neden olan aktivitelerdir. Yalnız bir seferde en az 10 dakika boyunca yaptığımız fiziksel aktiviteleri düşünün.

3. Geçen 7 gün içerisinde kaç gün hafif yük taşıma, normal hızda bisiklet çevirme, halk oyunları, dans, bowling veya çiftler tenis oyunu gibi **orta dereceli fiziksel aktivitelerden** yaptınız? Yürüme hariç.

**Haftada** \_\_\_ gün

Orta dereceli fiziksel aktivite yapmadım. → (5.soruya gidin.)

4. Bu günlerin birinde **orta dereceli fiziksel aktivite** yaparak genellikle ne kadar zaman harcadınız? **Günde** \_\_\_ saat **Günde** \_\_\_ dakika

Bilmiyorum/Emin değilim.

Geçen 7 günde **yürüyerek** geçirdiğiniz zamanı düşünün. Bu işyerinde, evde, bir yerden bir yere ulaşım amacıyla veya sadece dinlenme, spor, egzersiz veya hobi amacıyla yaptığınız yürüyüş olabilir

## EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)

5. Geçen 7 gün, bir seferde en az 10 dakika yrdgnz gün sayısı kaçtır?

**Haftada \_\_\_gn**

Yrmedim. → (7.soruya gidin.)

6. Bu günlerden birinde yürüyerek genellikle ne kadar zaman geçirdiniz?

**Günde \_\_\_saat**

**Günde \_\_\_dakika**

Son soru, geçen 7 günde hafta içinde **oturarak geçirdiğiniz** zamanlarla ilgilidir. İşte, evde, çalışırken ya da dinlenirken geçirdiğiniz zamanlar dâhildir. Bu masanızda, arkadaşınızı ziyaret ederken, okurken, otururken veya yatarak televizyon seyrettiğinizde oturarak geçirdiğiniz zamanları kapsamaktadır.

Bilmiyorum/Emin değilim.

7. Geçen 7 gün içerisinde, günde **oturarak** ne kadar zaman harcadınız?

**Günde \_\_\_saat**

**Günde \_\_\_dakika**

Bilmiyorum/Emin değilim

**EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)**

**BESİN TÜKETİM SIKLIğI**

BESİNLER	Tüketim sıklığı (kez)							Miktar	
	Hergün	Haftada 5- 6	Haftada 3- 4	Haftada 1- 2	15 günde bir	Ayda bir	Hiç	Ev ölçü	Net miktar
Süt ve süt ürünleri									
Et ve et ürünleri									
Taze sebzeler									
Taze meyveler									
Ekmek ve Tahıl									

**EK-1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu (Devam)**

**ÇALIşMA GÜNÜ İÇİN SON 24 SAATLİK YİYECEK / İÇECEK TÜKETİM KAYDI**

ÖĞÜNLER	BESİNLER	MİKTAR	İÇİNDEKİLER
SABAH Saat:			
ARA Saat:			
ÖĞLE Saat:			
ARA Saat:			
AKŞAM Saat:			
ARA Saat:			

## EK-2: Bilgilendirilmiş Onam Formu

LÜTFEN BU DÖKÜMANI DİKKATLİCE OKUMAK İÇİN ZAMAN AYIRINIZ

Sizi Doç.Dr. Yahya ÖZDOĞAN danışmanlığında, Dyt. Fatma KASAP tarafından yürütülen “PTT DAĞITIM ÇALIŞANLARINDA MEDYA ARAÇLARININ BESLENME VE FİZİKSEL AKTİVİTE ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ” başlıklı **araştırmaya** davet ediyoruz. Bu araştırmaya katılıp katılmama kararını vermeden önce, araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle bu formun okunup anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan şeyler varsa, ya da daha fazla bilgi isterseniz bize sorunuz.

Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Çalışmaya **katılmama** veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan **çıkma** hakkında sahipsiniz. **Çalışmayı yanıtlamanız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz** biçiminde yorumlanacaktır. Size verilen **formlardaki** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

### 1. Araştırmayla İlgili Bilgiler:

- Araştırmanın Amacı: Fatma KASAP
- Araştırmanın İçeriği: Anket Çalışması
- Araştırmanın Nedeni:  Bilimsel araştırma  Tez çalışması
- Araştırmanın Öngörülen Süresi: 25 dakika
- Araştırmaya Katılması Beklenen Katılımcı/Gönüllü Sayısı: 271
- Araştırmanın Yapılacağı Yer: Ankara PTT Müdürlüğü

### 2. Çalışmaya Katılım Onayı:

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya/gönüllüye verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. **Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı tarafından yapıldı, soru sorma ve tartışma imkanı buldum ve tatmin edici yanıtlar aldım. Bana, çalışmanın muhtemel riskleri ve faydaları sözlü olarak da anlatıldı.** Bu çalışmayı istediğim zaman ve herhangi bir neden belirtmek zorunda kalmadan bırakabileceğimi ve bıraktığım takdirde herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşmayacağımı anladım.

Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının (Kendi el yazısı ile)

Adı-Soyadı: .....

İmzası:

*Not: Bu form, iki nüsha halinde düzenlenir. Bu nüshalardan biri imza karşılığında gönüllü kişiye verilir, diğeri araştırmacı tarafından saklanır.*

## EK-3: Etik Kurul Raporu



### ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ (AYBÜ) SAĞLIK BİLİMLERİ ETİK KURULU PROJE ONAY BELGESİ



Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik bölümü öğrencilerinden Fatma Kasap'ın, Ptt Dağıtım Çalışanlarında Medya Araçlarının Beslenme ve Fiziksel Aktivite Alışkanlıklarına Etkisinin Değerlendirilmesi adlı araştırması değerlendirilmiştir. (Bu kısım başvuru sahibi tarafından doldurulmalıdır)

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.

Proje etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.

Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.

AYBÜ SAĞLIK BİLİMLERİ ETİK KURULU KARARI (Etik Kurul tarafından doldurulacaktır)	
Araştırma kodu (Yıl – Araştırma sıra no)	2021-469
Başvuru formunun Etik Kurula ulaştığı tarih	29.11.2021
Etik Kurul Karar toplantı tarihi ve karar no	09.12.2021 - 33
Yer	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Esenboğa Külliyesi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.

#### KURUL BAŞKANI VE ÜYELER:

Prof. Dr. Özden YALÇINKAYA ALKAR	Başkan
Prof. Dr. Tahir Kurtuluş YOLDAŞ	Üye
Doç. Dr. Oktay GÜRCAN	Üye
Doç. Dr. Sevil ŞAHİN	Üye
Doç. Dr. Bahar KÜLÜNKOĞLU ANAFAROĞLU	Üye
Doç. Dr. Metin DİNÇER	Üye
Doç. Dr. Gözde ALGÜN DOĞU	Üye
Doç. Dr. Fatih TULUMBACI	Üye
Dr. Öğr. Üyesi Günsel BİNGÖL	Üye
Dr. Öğr. Üyesi Şule KAYA	Üye
Dr. Öğr. Üyesi Nural ERZURUM ALİM	Üye
Dr. Öğr. Üyesi Bünyamin ÇILDIR	Üye
Dr. Öğr. Üyesi Nimetcan Mehmet YAĞMA	Üye

## **EK-4: Özgeçmiş**

### **Kişisel Bilgiler**

**Adı ve Soyadı:** Fatma KASAP

**Doğum Tarihi:**

**Doğum Yeri:**

**E-postası:**

### **Eğitim Bilgileri**

**Lisans:** Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü

**Yüksek Lisans:** Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Bölümü

**Aldığı Sertifikalar:** Kalite Mühendisliği Sertifikası

**Mesleki Kuruluşlara Üyelik:** Diyetisyenler Derneği Üyeliği

