

# BESLENME İLETİŞİMİ

Nurhan ÜNÜSAN\*

## ÖZET

Beslenme insanların sağlığını etkileyen en önemli konulardan biri olduğu için ulusların gelişimi için gereklidir. Günümüzde bazı insanların açlık ile yetersiz ve dengesiz beslenme, bazıları ise aşırı ve yanlış beslenme nedeniyle çalışma kapasiteleri ve üretim düzeyleri düşmekte ve bazı hastalıklara maruz kalabilmektedirler. Beslenmenin büyüme ve fiziksel gelişim üzerindeki etkisinin yanında bilişsel ve sosyal gelişim üzerindeki etkisi de çok iyi bilinmektedir. Beslenme iletişimi beslenme eğitimi içine alır. Beslenme iletişimi ve beslenme eğitimi aynı hedef ve amaçlara sahip oldukları halde uyguladıkları metotlar ve stratejiler açısından birbirinden farklılık gösterirler

Anahtar Kelimeler: Beslenme, Beslenme İletişimi, Beslenme Eğitimi

## NUTRITION COMMUNICATION

### ABSTRACT

Nutrition is crucial to national development; and an undernourished or malnourished population is at risk for infectious diseases that may negatively influence working and productive capacities. Although nutrition has great impact on growth and physical growth, cognitive and social development also heavily depends on nutrition. Nutrition communication subsumes nutrition education. Even though nutrition communication and nutrition education have the same goals, they differ in their methods and strategies.

Key Words: Nutrition, Nutrition Communication, Nutrition Education

### BESLENME İLETİŞİMİ VE BESLENME EĞİTİMİ

Beslenme iletişimi daha sağlıklı yeme alışkanlıklarını yaygınlaştırmak için önemlidir. Diyabet, koroner kalp hastalıkları, osteoporosis, şişmanlık, kanser vb hastalıklardan korunmak için yeterli ve dengeli beslenme alışkanlığı sağlanmalıdır.

İletişim ve eğitim anlam olarak birbirinden oldukça farklıdır. İletişim herhangi bir bilginin karşı tarafa aktarılabilmesi için yazı, telefon, televizyon, gazete, dergi gibi tekniklerin mesajın karşı tarafa iletilmesi için kullanılmasıdır. Bunun yanı sıra "haberleşme" ve "komünikasyon" sözcükleri de iletişim ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Baykan 1989:381). Eğitim ise eğitmen ve ilgili bilgileri alıcılara ilgilidir.

Beslenme iletişimi, beslenme ve besin işleme ile ilgili davranış ve bilgileri değiştirebilmek için ikna edici bir iletişim formu olarak da tanımlanmaktadır. Beslenme eğitimi materyalleri ve değerlendirmeleri, beslenme iletişimi girdileri olarak kabul edilmektedir (Gillespie ve Yarbrough 1984:168). Beslenme iletişimi beslenme eğitiminin amaçlarını harekete geçirmeyi amaçlar. Hedef kitleye ulaşmak ve başarılı bir şekilde davranışları değiştirmek amacı ile,

ihtiyaçlara, davranışlara, motivasyonlara ve isteklere göre ileride uygulanacak beslenme eğitimi programları geliştirilmektedir (ADA 1996, 1185).

Gelişmiş ülkelerde toplumun beslenme bilgi düzeyini geliştirmek amacıyla beslenme iletişimi stratejileri uygulanmaktadır. Örneğin Mart ayı ABD'de ulusal beslenme ayıdır. Bu ayın amacı verilen mesajın bütün bir yıl boyunca geçerliliğini korumasıdır. Ulusal beslenme ayı halkın temel beslenme bilgilerine sahip olarak besin seçiminde daha dikkatli olmalarını sağlamayı ayrıca yeterli ve dengeli beslenme alışkanlığı kazandırmayı amaçlamaktadır. İlk defa 1973 yılında sadece haftalık bir olay olarak başlatılmış iken, 1980 yılında halkın beslenme ve sağlığa karşı artan ilgisi nedeniyle aylık olarak benimsenmiştir (Geiger 2000:301).

2000 yılının sloganı "Yiyecek ve Sağlık: Yaşam Boyu Sağlık," yaşam boyu sağlıklı kalabilmek için beslenme ve fiziksel aktivitenin önemini vurgulamaktadır. Halkın ihtiyacı olan her zaman kullanabileceği beslenme mesajlarıdır. 2000 yılının sloganında yer alan önemli mesajlar:

- Sağlıklı beslenme hayatın her aşamasında fiziksel aktivite için gereklidir.
- Yiyecek seçimi ve fiziksel aktivite kişiye bağlıdır.

\* Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Eğitim Fakültesi.

- Yiyecek zevk ve iyi lezzetlerin kaynağıdır.
- Sağlıklı olmak daha yüksek yaşam kalitesine sahip olmak ve daha uzun yaşamak demektir.

Burada verilen mesajlar beslenme eğitimi ve beslenme iletişimcileri tarafından hazırlanmıştır. Beslenme eğitimi her yaştaki ve her eğitim seviyesindeki insan için gereklidir. Medya ise beslenme eğitimi konusunda oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Temel beslenme bilgi kaynakları arasında gazeteler, dergiler ve basılı ilanlar oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Stare ve ark 1986:11). TV (%48) ve dergiler (%47) halkın beslenme konularında temel bilgi kaynaklarını oluşturduğu halde internetin (%6) ise kullanılabilirliği hızla artmaktadır (Geiger 2000:301). Yiyecek paketleri üzerinde yer alan beslenme bilgi etiketleri de beslenme iletişimi içinde yer alır (ADA,1996, 1184) ve tüketicilerin daha sağlıklı seçim yapmalarına yardımcı olur.

Sütün doymuş yağ asitlerince zengin olmasının yanında kalsiyum ve diğer besin öğelerini içermesi nedeniyle beslenme değeri konusundaki tartışmaları azaltmak amacı ile, 1991 yılında Danimarka Süt Birliği, sağlık stratejilerini oluşturanlarca beslenme iletişimi stratejisi başlatmıştır. Sağlık stratejilerini oluşturanlar arasında Danimarka Beslenme Konseyi, İnsan Beslenmesi Araştırma Enstitüsü, Danimarka Tıp Derneği, Ulusal Sağlık Birliği, Ulusal Tüketici Birliği, Sağlık Eğitimi Ulusal Komitesi, Hükümet ve Parlamento, Temel Halk Sağlığı Bakımı, Diş Sağlığı Bakımı ve Medya bulunmaktadır. Yapılan çalışmada süt ürünlerinin imajları ile ilgili olarak Danimarka Süt Birliğini beslenme iletişimi konusunda yönlendirmek ve Danimarka'da süt endüstrisinde ilgili taraflar arasında işbirliğini sağlamak için engel ve fırsatları belirlemek amaçlanmıştır. Sağlık stratejileri oluşturanlar süt ürünlerinin sağlık için önemli olduğunu ifade etmişler bununla birlikte süt ürünlerinin aynı zamanda koroner kalp hastalıklarının ortaya çıkmasında önemli bir unsur olduğunu belirtmişlerdir. Sağlık stratejilerini oluşturanlar süt endüstrisinin az yağlı süt ürünlerini tüketilmesi için hedef kitle ile yüksek düzeyde beslenme iletişimi oluşturulması gerektiğini önermişlerdir. Sonuç olarak ise ürüne dayalı beslenme iletişimi sağlayabilmek için üst düzeyde kesimler arası eşit anlamda diyalogu sağlayacak beslenme uzmanlığı oluşturulması, bağımsız beslenme uzmanları ile işbirliği sağlanması ve ayrıca sebze ve ekmelek üreticileri

gibi diğer ilgili gruplarla yakın işbirliği sağlanması gerektiği vurgulanmıştır (Holund 1999: 55-56).

Beslenme iletişimi sosyal ve ekonomik çevre içinde etkilidir. Beslenme iletişim programlarının başarılı olabilmesi için saptama, planlama, materyalleri hazırlama, yürütme ve değerlendirmeyi içine alan aktivitelerin başarı ile yürütülmesi gerekir (Pratt ark, 1997:4).

## BESLENME İLETİŞİMİNDE KURALLAR

Pratt ve arkadaşları dokuz bölümden oluşan beslenme iletişimi çatısını entegre, devamlı ve simetrik bir işlem olarak tanımlamaktadırlar. Beslenme projesi içinde birbirine bağlı birkaç konu birlikte alınabilir. Örneğin beslenme ve çevre sanitasyonu. Çatı aşağıda verilen basamaklardan oluşmaktadır ve her basamak için örnekler verilmiştir (Pratt ark, 1997:15-16):

1. Misyonun ifadesi: beslenme iletişimi programının yol belirleyicisidir. İfade en etkin biçimde toplum ve iletişimciler tarafından belirlenir.

İfade 1: Çocuk beslenmesi üzerine toplumla iletişim kurulması

İfade 2: Malnutrisyon görülme sıklığının azaltılması veya yok edilmesi

2. Durum analizi: beslenme iletişimcileri toplum sağlığını, besinleri ve beslenme durumlarını anlamaya yönelik araştırmalar yapar.

- Beslenme probleminin nedenin araştırılması
- Yerli kaynakların veya sosyal pazarlama planlarının beslenme problemini tanımlamak için kullanılabileceğinin araştırılması

3. Stratejik veya şekil verebilen araştırma: bu topluma bağımlı araştırma programının oluşturulabilmesi ve yürütülmesi sırasında değişiklik yapılabilmesi için bir rehber görevi görür.

- Toplumda görev yapan alan personeli ile beyin fırtınası yapılması
- Medya içeriğinin sistematik analizi
- Amatör oyuncularca rol oynanması
- Çevresel tarama
- Köy veya kasaba toplantıları
- Deneylemler
- Niteleyici araştırma (Örneğin odak grupları, gözlemler, köy veya kasaba toplantıları)
- Niteleyici araştırmaların diğer şekilleri,

## Beslenme İletişimi (35-37).

4. Problemin ifadesi: 1825 kelime arasında çözümlenebilecek problemin tanımlanması

- Problem 1: Annelerin büyük bir kısmının bebek malnutrisyonunun nedenini ve koruma yollarını bilmemesi
- Problem 2: Bazı bölgelerde hamile bayanlar arasında anemi oranının oldukça yüksek ve bazı bölgelerde ise oldukça düşük olması

5. Amaç veya program ifadesi: planın istenilen sonucunu özetler.

- Amaç 1: Bebek malnutrisyonunu önlemek amacıyla ile annelerin bu konuda pratik yapmalarının sağlanmasının artırılması
- Amaç 2: Yanlış beslenmeden dolayı hamilelerde görülen aneminin önlenmesi için koruyucu yöntemlerin anlatılması

6. Amaç: amaca ulaşma yolunda programın direk olarak ölçülmesi.

- Amaç 1: Hedef kitlede yer alan anneler arasında bebek malnutrisyonunu önlemek amacıyla ile ilk altı ayda beslenme iletişimi çerçevesinde uygulama olanaklarının artırılması
- Amaç 2: Beslenme iletişimi çerçevesinde hedef kitlede yer alan hamile bayanlar arasında ilk yılın sonuna kadar beslenme kaynaklı aneminin görülme sıklığının azaltılması

7. Strateji opsiyonu: iletişimde kullanılan genel bir yaklaşımdır. Toplumun gelişim süreci içinde çoklu sosyal pazarlama stratejileri tasarlanır.

8. Araçlar: Stratejileri yürütmek ve beslenme iletişimi programında belirlenen hedefleri desteklemek amacıyla ile yürütülen spesifik aktivitelerdir.

- Araç 1: Topluma dayalı dramının yaratılması, Örneğin: Şarkıların ve türkülerin kullanılması
- Araç 2: Beslenme içerikli şarkılar, şakalar ve kukla gösterilerinin kullanılması
- Araç 3: Poster ve el ilanlarının kullanılması

9. Programın değerlendirilmesi: programın amaçlarına ne kadar ulaşıldığı değerlendirilir.

- Değerlendirme kriterlerinin tanımlanması
- Dinleyiciler ile programın etkinliği üzerine kuklaların ve yerel hikayelerin kullanılması.

## TARTIŞMA

Toplum beslenmesinin ideal konuma getirilebilmesi için etkili beslenme iletişimi stratejilerinin oluşturulması gereklidir. Özellikle gelişmiş ülkeler beslenme iletişimi konusuna gerekli önemi verildiği görülmektedir. Örneğin ABD'de Tufts Üniversitesi ve Emerson Üniversitesi işbirliği ile iki yıllık akademik programa sahip beslenme iletişimi yüksek lisans programı bulunmaktadır. Ayrıca Kanada Diyetisyenler ve KraftKanada firması tarafından ülkede altı kuruluşun üst düzeyde beslenme bilgisi sağlanması nedeniyle beslenme iletişimi konusunda ödüllendirilmiştir. Sonuç olarak ülkemizde beslenme bilgi düzeyinin geliştirilmesi için etkin beslenme iletişimi oluşturulmalıdır. Konu ilgili eğitim kurumlarımızda ders programlarına alınmalı ve etkili beslenme iletişimi oluşturarak halkımızın beslenme bilgi düzeyini geliştiren özel ve kamuya ait kuruluşlar ödüllendirilmelidir. Özellikle Sağlık Bakanlığının çatısı altında toplumun beslenme bilgi düzeyini geliştirmek amacıyla ilgili kuruluşların katılımı ile "Ulusal Beslenme İletişimi Stratejisi" belirlenmeli ve uygulanmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Baykan S (1989) Toplu Beslenme Yapılan Kuruluşlarda Hizmet İçi Eğitimde Öğretim İlke, Yöntem ve Araçları, Toplu Gıda Tüketimi Yapılan Kuruluşlarda İnsangücü Verimliliğini Artırmaya Yönelik Beslenme Teknikleri, Milli Produktivite Merkezi Yayınları, 380-408.
- Geiger CJ (2000) National Nutrition Month: More Than Just a Month, Journal of the American Dietetic Association, 100(3), 301-2.
- Gillespie A and Yarbrough PA (1984) A Conceptual Model for Communicating Nutrition, Journal of Nutrition Education, 16, 168-72.
- Holund U (1999) Strength and weakness of a nutrition communication strategy to health opinion formers: examples from a case study, European Journal of Clinical Nutrition, 53, suppl 2, S 54-7.
- Pratt CB, SilveBarbeau I and Pratt CA (1987) Toward a Symmetrical and Integrated Framework of Norms for Nutrition Communication in SubSaharan Africa, Journal of Health Communication, 2(1), 43-59
- Stare FJ, Aronson V and Behan E (1986) Nutrition Education in America, World Review of Nutrition and Dietetics, 47, 1-29. ■