

## Kuşaklar ve Obezite İlişkisi Üzerine Bir Araştırma <sup>1</sup>

### A Study on the Relationship Between Generations and Obesity

Ziya ÇEÇEN <sup>1\*</sup>

Erdal EKE <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Süleyman Demirel Üniversitesi, ziya\_cecen@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5532-0712

<sup>2</sup>Süleyman Demirel Üniversitesi, erdaleke@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9529-5889

\* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 14.10.2024

Makale Kabul/Accepted: 25.11.2024

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1566950

#### Öz

Teknolojide meydana gelen gelişmeler, insanlara çeşitli kolaylıklar sağlamış olup ortaya çıkan kolaylıklar insanlar tarafından farklı şekillerde benimsenmiştir. İnsanlar tarafından benimsenen kolaylıklar, her kesimce farklı şekillerde kendilerini göstermiştir. Özellikle de kuşak yapısı faktörü burada kendisini daha belirgin olarak göstermiştir. Teknolojideki kabul görme ve adaptasyon durumları, ortaya çıktığı dönemin topluluklarında daha belirginken daha eski kuşak topluluklarında daha durağan bir özellik göstermektedir. Fakat değişen şartlara da ayak uydurmak, adeta kaçınılmaz bir hal aldığından dolayı öğrenme ve adaptasyon süreci daha eski kuşaklarda kaçınılmaz bir duruma gelmiştir. Teknolojinin getirdiği kolaylıklar, her ne kadar çok olmuş olsa da beraberinde birçok olumsuzluğu da getirmiştir. Bu olumsuzluklardan birisi de obezitedir. Teknolojik kolaylıklarla insan hayatına gelen durağanlık beraberinde insanların yaşam biçimini hareketsizleşerek kilo alma sorunu ortaya çıkmıştır. Bu sorun, özellikle son zamanlarda dünya geneline yayılmış olup dikkat çeken bir hale bürünmüştür. Kontrolsüzce ve fazla bir biçimde kilo alma durumu kendisini obezite olarak göstermiştir. Obezite, insan sağlığını ciddi şekilde tehdit eden bir sağlık sorunudur. Son yıllarda dünya genelinde artış gösteren bu duruma sağlık otoriteleri ve hükümetler kayıtsız kalmamış olup toplumlara farkındalık kazandırmak suretiyle mücadeleye girişmişlerdir. Bu çalışmada, Türkiye’de obezitenin durumunun ele alınması, kuşaklar üzerindeki durumu incelemeyi amaçlamıştır. Anket yönteminin kullanıldığı çalışmada toplanan veriler SPSS 16.0 paket programı ile analiz edilmiş olup bulgular ortaya konmuştur

**Anahtar Kelimeler:** Obezite, Kuşak, Sağlık.

**Jel Codes:** I12, I18.

#### Abstract

The developments in technology have provided people with various conveniences and the resulting conveniences have been adopted by people in different ways. The conveniences adopted by people have shown themselves in different ways by each segment. The generational structure factor has particularly shown itself more clearly. While the acceptance and adaptation situations in technology are more evident in the communities of the period in which it emerged, it has a more stable feature in older generation communities. However, since keeping up with changing conditions has become almost inevitable, the learning and adaptation process has become inevitable in older generations. Although the conveniences brought by technology have been many, they have also brought with them many negativities. One of these negativities is obesity. The stagnation that has come to human life with technological conveniences has caused people's lifestyles to become inactive and the problem of gaining weight has emerged. This problem has spread worldwide especially recently and has become noticeable. The situation of gaining weight uncontrollably and excessively has shown itself as obesity. Obesity is a health problem that seriously threatens human health. In recent years, health authorities and governments have not remained indifferent to this situation, which has increased worldwide, and have begun to combat it by raising awareness in societies. This study aims to address the status of obesity in Turkey and examine the situation over generations. The data collected in the study, in which the survey method was used, was analyzed with the SPSS 16.0 package program and the findings were presented.

**Keywords:** Obesity, Generation, Health.

**Jel Kodları:** I12, I18.

**Atf için (Cite as):** Çeçen, Z. ve Eke, E. (2024). Kuşaklar ve obezite ilişkisi üzerine bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 404-424. <https://doi.org/10.47097/piar.1566950>

<sup>1</sup> Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalında YÖK 100/2000 doktora programı kapsamında Doç. Dr. Erdal EKE danışmanlığında sürdürülen doktora tezinden üretilmiştir.

## 1. GİRİŞ

Obezite, gün geçtikçe artış gösteren ve insanların hayatlarına uzun vadede olumsuz etkiler bırakabilen bir durum olarak varlığını sürdürmektedir. Son zamanlarda özellikle teknolojiye meydana gelen değişim ve yenilikler insan hayatında kalıcı değişikliklerin yaşanmasına sebep olmuştur. Teknolojik gelişmelerle birlikte daha az hareket ve çabayla daha çok sonuca ulaşabilmek daha kolay hale gelmiştir. İnsanların daha az hareket etmesi ise çeşitli sonuçların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Bu sonuçlardan biri de obezitedir. İnsanların beslenme şekillerinin değişmesi, yaşam tarzlarının farklılaşması ve hareketin azalması başta obezite olmak üzere çeşitli durumları tetiklemektedir. İnsanlarda görülmesi muhtemel olan bu durum sadece bunlara bağlı olmamakla birlikte farklı sebeplerde de ortaya çıkabilmektedir. Bu çalışmayla obezitenin insanlarda görülme durumlarının onların sahip olduğu özelliklerle ne şekilde bir ilişki olduğunu görebilmek hedeflenmiştir. Bu doğrultuda literatür taramaları yapılarak yola çıkılmış, anket uygulamalarıyla elde edilen veriler paket programlarla analiz edilerek ulaşılan sonuçlar ortaya konmuştur.

## 2. KUŞAK TERİMİ

Kuşak terimi çok eski bir kökene dayanmaktadır. Bazı uzmanlar terimin kökenini Antik Yunan'a dayandırırken bazıları da Eski Mısır'a kadar götürebilmektedir (Joshi et al., 2011: 179). TDK'nin sözlüğünde ise kuşak terimi kelime olarak "yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği ifadesine ilaveten yaklaşık aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olan kişilerin topluluğu" olarak tanımlanmıştır (Tdk, 2021). Bu terim literatürde yer alan bir başka çalışmada ise aynı zaman dilimi içerisinde yaşamış, ortak kültür ve değer oluşturabilen insanların bu kavramları içselleştirmesi olarak tanımlanmıştır (Atak 2016:10). Bu tanımlardan hareketle kuşak kavramını belirli zaman aralığında dünyaya gelen bireylerin benzer değer yargılarını, davranışlarını, hayata temel bakış özelliklerini belirli bir zaman diliminde doğmuş olmasından birbirine benzediği şeklinde tanımlamamız mümkündür. Her kuşak grubunun temelinde ortak karakteristik özellikler ve değer yargıları vardır. Tüm bu özelliklerden dolayı o kuşak grubu birbirine benzer özellikler göstermektedir (Chen, 2010: 132).

Kuşak terimini çeşitli bilim dalları yıllardan beri incelemiş ve bu terimin üzerinde durmuştur. Literatürde kuşak terimi karşımıza kuşak teorisi olarak çıkmaktadır. Kuşak teorisi ilk kez 1928 yılında Alman kökenli bir sosyolog olan Karl Mannheim tarafından gündeme getirilmiştir. Bu kavramın bilimsel çerçevede ele alınıp, üzerinde çalışmalar yapılmasını sağlayan isim Auguste Comte olarak karşımıza çıkmaktadır. Auguste Comte'un bu konuyla alakalı görüşlerini ve düşüncesini dönemin diğer bilim insanları da kabul etmiştir. Kabul edilen görüşün neticesinde ise insan topluluklarında ve toplumsal düzeydeki değişimin ana sebebi bu kavrama bağlanmıştır. Bu bağlamla birlikte kavramın önemi pekiştirilmiştir (Atak, 2016: 9; Jaeger, 1985: 275). Yukarıda kuşak kavramı hakkında ifade edilen bilgilerden hareketle bu kavram çerçevesinde yer alan insan topluluklarının özelliklerini daha iyi anlayabilmek adına kuşaklar sınıflandırılmış ve özellikleri bir sonraki bölümde ifade edilmiştir.

### 2.1. Kuşakların Sınıflandırılması

Kuşak gruplarını güvenilir bir şekilde tanımlayabilmek, kuşaklar arası karşılaştırmalar yapabilmek ve ortaya anlam ifade eden sonuçlar koyabilmek için kuşak sınıflandırmasının

sınırlarının belirlenmesi çok önemlidir. Kuşak sınıflandırılması dendiğinde akla ilk gelen kıstasın yaş faktörü olduğu literatürdeki çoğu çalışmada görülmektedir. Değişen zaman ve koşullar içerisinde gerçekleştirilen çalışmalarda yaş faktörünün tek başına sınıflandırmada etkisiz kalacağı anlaşılmıştır. Durum böyleyken kuşak sınıflandırılmasının daha belirgin ve anlaşılır bir şekle gelmesi için farklı kavramlar üzerine düşünülmüştür. Daha geniş perspektiften bu kavrama yaklaşıldığında ise kuşak sınıflandırmasındaki yaş faktörüne ilave olarak döneme etki eden olaylar, toplumlar arası etkileşim ve bu etkileşim sonrasında ortaya çıkan sosyo-kültürel kalıplar, toplumsal tecrübeler, siyasi olaylar, ekonomik problemler ve sosyal eğilim kavramları eklenmiştir (Lyons, 2003: 19; Zemke et al., 2013: 4).

Kuşak çalışmaları konusu üzerine sayısız çalışma yapılmasına rağmen araştırmacıların kuşak adlandırmaları ve tarihsel ayrımı konusunda ortak bir görüş üzerinde uzlaşamadıkları görülmektedir (Chen and Choi, 2008: 596). Fakat kuşakların adlandırılması ve tarihsel bağlamda kategorize edilmesi noktasındaki olgular birbirine oldukça yakındır. Tarih bağlamı üzerindeki bu farklılıkların sebebi ise toplumda meydana gelen olayların her yerde aynı etkiye sahip olmamasıdır. Literatürden hareketle kuşak sınıflandırmasını belirleyen araştırmacı çalışmalarının bazıları Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Kuşakların Sınıflandırılması

	<b>Sessiz Kuşak</b>	<b>Bebek Patlaması</b>	<b>X Kuşağı</b>	<b>Y Kuşağı</b>	<b>Z kuşağı</b>	<b>Alfa Kuşağı</b>
Raiu 2021	1928-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1996	1997-2012	2013-günümüz
Williams and Page 2011	-	1946-1964	1965-1977	1977-1994	1995 ve sonrası	-
Berkup 2014	1900-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994	1995 ve sonrası	-
Levickaite 2010	-	-	1960-1974	1975-1989	1990 ve sonrası	-
Keleş 2011	-	1946-1964	1965-1979	1980-1999	2000-2021	-
Kyles 2005	1900-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999	2000 ve sonrası	-
Sasmito et al. 2023	-	-	1965-1980	1981-1996	1997-2012	2012-2025
Arsenault 2004	-	1944-1960	1961-1980	1981-2000	2000 ve sonrası	
Kupperschmidt 2000	1940 ve öncesi	1940-1960	1960-1980	-	-	
Parry and Urwin 2011	1925-1942	1943-1960	1961-1981	1982 ve sonrası	-	
Zhang and Bonk 2010	1946 ve öncesi	1946-1964	1965-1981	1982 ve sonrası	-	
Jha (2020)	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1996	1997-2010	2010-2025
Dewi et al. 2021	-	1930-1964	1965-1980	1981-1995	1996-2010	2010 ve sonrası

Tablo 1'de ifade edilen kuşak sınıflandırmalarında eksik olan kısımların sebebi tabloda yer alan çalışmalarda o kuşak grubuna ait verilerin olmamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca

tabloda y kuşağı olarak belirtilen kısımların bazılarında net bir tarih yoktur. Bunun sebebi ise araştırmacıların o kuşak grubuna farklı isimlendirmeler kullanmasıdır. Y kuşağı sonrasında olan z kuşağında ise durum çok daha farklıdır. Çünkü z kuşağı ve sonrası literatürde araştırmacılar tarafından çok farklı şekillerde (milenyum kuşak, internet kuşak vb.) isimlendirilmiştir. Literatürde genel kabul gören kuşak ayrımlarının tarihleri de Tablo 1'deki yıllar olarak ele alınmaktadır. Kuşakların özellikleri, daha geniş ve ayrıntılı olarak çalışmanın devamındaki alt başlıklarda ele alınacaktır.

### 2.1.1. Sessiz Kuşak

Literatürde sessiz kuşak, 1945 yılı ve öncesi doğan bireyleri ifade eden kuşak adı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sessiz kuşak olarak adlandırılan grup içerisinde yer alan bireyler II. Dünya Savaşı'nı gören ancak bu savaşa katılma yaşı itibarıyla küçük olan fakat savaşın oluşturduğu olumsuz iklimten en çok etkilenen kuşak grubudur (Kyles, 2005: 54; Levickaite, 2010: 171). Ele alınan bu dönemde savaş şartlarının ağırlığı ve 1929 Büyük Buhran'ın dünya üzerindeki etkilerinden dolayı nüfus artışı kayda değer bir biçimde azalmış olup akabinde ekonomik problemler, işsizlik, açlık ve psikolojik sıkıntılar bireyleri derinden etkilemiştir. Böylesi bir toplumsal ortama şahit olan bireyler yaşamlarına korku ve endişe içinde devam etmişlerdir (Kim, 2008: 23; Zemke et al., 2013: 20). Sessiz kuşağın kapsadığı yıllar Türkiye Cumhuriyeti'nde kurtuluş savaşının sonlarından, cumhuriyetin kurulmasının ilk yıllarına denk gelen bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır (Ayhün, 2013: 97). Böylesi zor koşullara şahitlik eden bu kuşak grubu tüm yönüyle yaşanan durumlardan etkilenmiştir. Sessiz kuşak grubunun özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir;

- Bu kuşağın kültürel öğeleri içinde; geniş aile yapıları, yoğun komşuluk ilişkileri, yüksek sosyal gruplar, vatanseverlik ve devletçilik gibi kavramlar önemli bir yer tutmaktadır (Akdemir et al., 2013: 14),
- Bu kuşak grubu sürekli olarak üretim yapıp, ekonomik anlamda kendini garanti altına almayı amaçlar ve basit bir düzen kurup sade bir yaşantıyı tercih etmektedir (Zemke et al., 2013: 35),
- Sessiz kuşak grubunun genelinde yaşamlarında risk almayan, hayal kurmaktan çekinen bir durum kendini göstermektedir (Pennington-Gray and Lane, 2002: 76),
- Sessiz kuşak grubu otoriteye karşı çok itaatkâr olup saygıları üst seviyededir ve işkolik denebilecek derecede işlerinde düşkünlük gösterirler (Gündüz ve Pekçetaş, 2018: 92),

Bu kuşak grubunun günümüzde yaşayan bireyleri 70 yaş üstü olup birçoğunun toplumda dede ve nine rolleri vardır. Ayrıca bu kuşak grubunun günümüzdeki üyelerinin çoğu emekli olarak yaşamlarını sürdürmektedir.

### 2.1.2. Bebek Patlaması Kuşağı

Bebek patlaması kuşağı, literatürde genel olarak 1946-1964 yılları arasında dünyaya gelen bireylerin oluşturduğu kuşak grubu olarak adlandırılmaktadır. Bu kuşak grubunun "bebek patlaması" olarak adlandırılmasının arkasında, geçirilen savaş ve ekonomik bunalımların sonucunda, yaşanan dönem içerisinde meydana gelen nüfus artışları yatmaktadır (Bristow, 2015: 7; Lyons, 2003: 149; Venter, 2017: 499). Ayrıca bu kuşak grubu, içinde bulunduğu toplumdaki farklı olduğu için demografik çıkıntı olarak da ifade edilmiştir (Levickaite, 2010: 171). Bebek patlaması kuşağı üyelerinin davranışları, yaşanan olumsuzluklar sonrası ortaya

çıkan fikir ve düşünce yapılarından etkilenmiştir. İnsan hak ve özgürlükleriyle alakalı meselelerin ele alınması ve geliştirilmesi bu döneme denk gelmektedir. Yine bu dönemde teknoloji adına birtakım yenilikler kendini göstermiştir. O dönem içerisinde radyo en üst seviyedeki haberleşme aracı vazifesini sürdürmekteyken buna ilave olarak evlere televizyon da girmeye başlamıştır. Böylelikle dünya üzerinde yayıncılık anlayışı yeni bir boyuta taşınmış olup insanlar yaşanan olaylardan daha çabuk haberdar olur hale gelmiştir (Ackermann, 2021: 22). Tüm bu ifadelerden hareketle bebek patlaması kuşağının özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir;

- Bu kuşak grubu üyeleri sadık, kararlı ve güvenilir yapıya sahiptirler ancak etrafındakilerden de bu özellikleri görmek isterler,
- Takım çalışmalarına önem verirler,
- Hiyerarşiye, otoriteye, kurulu düzene karşı itaatkarlardır ve değişime çok açık değillerdir (Bickel and Brown, 2005: 206),
- Önceki kuşaklara göre daha pozitifler (Altuntuğ, 2012: 205),
- Bu kuşak üyeleri harcama ve eğlenceye eğilimlidirler (Kupperschmidt, 2000: 69),
- Bebek patlaması kuşağı üyelerinde bireyselcilik ön plandadır (Sanden, 2008: 15).

Bu kuşak grubunun günümüzde yaşayan bireylerinin çoğunluğu yaptıkları işlerin ya son döneminde ya da emekli statüsünde rollerini sürdürmektedir.

### 2.1.3. X Kuşağı

Bebek patlaması kuşağının çocukları olan X kuşağı, 1960 ile 1980 yılları arasında doğan bireyleri kapsar. X kuşağı grubu, Bebek Patlaması Kuşağının etkisinde çok fazla kaldığı için "Gölge Kuşak" olarak da adlandırılmıştır (Twenge et al., 2010: 1120; Zemke et al., 2013: 89). X kuşağı bireyleri kendilerinden önceki kuşaklara nazaran daha az sıkıntılı bir ortamda dünyaya gelmişlerdir. Yaşadıkları toplumun daha az sıkıntılı olmasını ise kendilerinden önceki kuşaklarda meydana gelen olaylara borçludur. Bu kuşak grubu bireyleri dünya genelinde Challenger Faciası, Berlin Duvarı'nın yıkılışı, petrol krizi gibi tarihi açıdan önemli olaylara şahitlik etmişlerdir. Türkiye'de ise bu kuşak grubu bireyleri 68 kuşağı, sinemanın yaygınlaşması, televizyonun hanelere girmesi, sağ-sol çatışması gibi olaylara tanık olmuşlardır (Arslan and Staub, 2015: 7; Delahoyde, 2009: 69). Bu dönemde teknolojik gelişmeler eskiye oranla daha ileri bir seviyeye doğru yol almıştır. X kuşağı üyelerinin yaşamları, dünya genelinde yoğun teknolojik gelişmelerin temellerinin atıldığı bir döneme denk gelmiştir. X kuşağı üyeleri bu ortamdan etkilenerek hem kendi yaşantılarında hem de bir sonraki kuşağın yaşantıları üzerinde önemli etkiye sahip olmuşlardır (Çetin ve Başol, 2015: 3). Bu kuşak üyelerinin ikinci dönemi olarak ele alınan 1970 sonrası doğan bireyleri teknolojiye daha iyi ayak uydurmayı başarmışlardır (Çetin ve Karalar, 2016: 160). X kuşağının özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir;

- X kuşağı üyeleri sakin ve aile odaklı bir yapıya sahiptirler (Kolnhofer-Derecskei et al., 2012: 107),
- Kendilerinden önceki kuşaklara oranla daha yüksek bir özgüvene sahiptirler,
- X kuşağı üyeleri iş hayatında sadakate ve bağlılığa çok önem verirler,
- Otoriteye karşı itaatkâr bir özellik sergilerler (Keleş, 2011: 131),
- X kuşağı üyeleri iş ve aile hayatı arasındaki dengeye önem veren bir özelliğe sahip olup ailelerine düşkün bir özellik gösterirler (Latif ve Serbest, 2014: 140),

- X kuşağı bireyleri görselliğe ve sanata değer veren bir nesildir. Bu sebeple sanat galerileri ve müze gibi yerleri sık ziyaret ederler (Kaylene et al., 2010: 8),
- Bu kuşak grubu üyeleri çalışma ortamındaki ilişkilere önem verdiklerinden dolayı kendilerini anlayabilecek liderlerin başlarında olmasını isterler (Sessa et al., 2007: 52).

X kuşağı grubu üyeleri günümüzde yaşları 45 ile 64 arasında değişmekte olup toplum içerisinde aktif olarak çalışmayı sürdürmektedirler.

#### 2.1.4. Y Kuşağı

Literatürde Y kuşağı, 1980-2000 yılları arasında doğan bireylerin oluşturduğu kuşak grubu olarak ifade edilir. Y kuşağı akademik çalışmalarda; milenyum kuşağı, www kuşağı, dijital kuşak, net kuşağı, neden kuşağı (Gen Why), sonrakiler (nexters), patlama kopyası kuşağı olarak da adlandırılır. 2024 yılı itibariyle bu kuşak üyelerinin yaşları 25-44 aralığında değişmektedir. Y kuşağını kendinden önceki kuşaklardan ayıran en büyük fark doğdukları dönemdir. Y kuşağı üyeleri önceki neslin dönemlerine göre teknolojik gelişmelerin daha hızlı yaşanıp geliştiği ve bunun sonuçlarının kendini belirgin bir şekilde hissettirdiği bir döneme denk gelmişlerdir. Teknolojik ilerlemelerin toplumların sosyal ve ekonomik hayatlarını bu denli şekillendirmeleri dünya genelinde kendisini hissettirmiştir. Ortaya çıkan bu hissiyat ise beraberinde küreselleşmeyi getirmiştir. Bu sebepten ötürü Y kuşağı önceki kuşaklara göre teknolojik olay ve gelişmelere daha düşkündür (Bussin et al., 2019: 2; Gravett and Throckmorton, 2007: 44; Williams and Page, 2011: 10), Y kuşağı bireylerinin doğum yılları teknolojik gelişmelerin yaşandığı yıla denk geldiğinden dolayı bu kuşak grubu üyelerinin özellikleri ve hayata bakışı da önceki kuşaklardan belirgin şekilde farklıdır (Alkire et al., 2020: 2). Y kuşağının özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir;

- Y kuşağı üyeleri iş hayatında maddi gelirden çok eğitim, gelişim fırsatları, esnek çalışma saatleri ve ortaya koydukları emeğin takdir edilmesini bekler (Keleş, 2011: 137),
- Y kuşağı bireyleri kendilerinden önceki kuşaklara nazaran bireyselliği daha ön planda tutmaktadır (Kavalcı ve Ünal, 2016: 1036),
- Y kuşağı bireyleri etrafında olan biten her şeyi sorgulama eğilimi içerisinde,
- Y kuşağı bireyleri takım halinde çalışmaktan keyif alırlar,
- Y kuşağı bireyleri aynı anda birden fazla işle meşgul olabilir ve bu işlere hızlı bir şekilde adapte olabilirler (Islam et al., 2011: 1806),
- Y kuşağı bireyleri nazik, anlayışlı ve atalarına karşı saygıda kusur etmemeye eğilimlidirler (Yüksekbilgili, 2013: 344),
- Y kuşakları önceki kuşaklara oranla daha az televizyon izlemektedirler. Bunun yanında müzik, spor, alışveriş gibi etkinliklere daha fazla zaman ayırmaktadırlar (Belch and Belch, 2003: 49).

Y kuşağını oluşturan bireyler günümüzde aktif olarak iş hayatında yer alırlar. Bu kuşak grubu üyelerinin yaşça en küçük olanları ya eğitim hayatlarına devam etmekte ya da iş hayatına girme hazırlıkları içerisinde.

#### 2.1.5. Z Kuşağı

Literatürde Z kuşağı, 2000'lerin sonrasında doğan neslin sınıflandırıldığı kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. Z kuşağı, gelecek kuşak, net kuşağı, internet kuşağı, çevrimiçi kuşak, İ kuşağı, yeni sessiz nesil, M nesli, bilgisayar nesli, Google nesli gibi isimlerle de

adlandırılmaktadır. Z kuşağı dünyaya geldiği zaman itibariyle teknolojinin içine doğmuşlardır. Bundan dolayı Z kuşağı doğar doğmaz teknolojiyle tanışan bir nesildir (Giunta, 2017: 91; Levickaite, 2010: 173; Twenge et al., 2010: 1118). Teknolojinin içine doğmuş olan Z kuşağı, her türlü olayların detayına önceki nesil üyelerine göre daha kolay, hızlı ulaşabilmekte ve bilgi sahibi olabilmektedir. (Hampton and Welsh, 2019: 481). Z kuşağı zaman dilimi içerisinde dünyada büyük küresel olaylar meydana gelmiş ve Z kuşağı üyeleri de bu olaylara şahit olmuşlardır. Bu olaylardan bazıları; 11 Eylül olayları, ekonomik krizler, işsizlik ve Ortadoğu'daki savaşlardır (Seemiler and Grace, 2016: 4-5).

Teknolojinin içine doğan Z kuşağı bireyleri zamanın beraberinde getirdiği bazı sağlık problemleriyle karşı karşıya kalan bir nesil olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijitalleşen zamanla birlikte bilgisayar, akıllı telefon, tablet, televizyon gibi cihazlarda oldukça fazla zaman geçiren bu nesil obezite ile karşı karşıya kalmaktadır. Teknolojik cihazların başında geçirilen her saat için bu bireylerin fazla kilolu veya obez olma ihtimalleri %20 ile %30 arasında artmaktadır. Bu duruma ilave olarak yeme içme eylemlerinde yüksek kalorili yiyeceklerin, tatlandırılmış içeceklerin, yüksek yağ oranı içeren besinlerin tüketilmesi, fastfood tarzı beslenmeyle birlikte obezite bu nesil için kaçınılmaz bir hal almaktadır (Olsen and Heitmann, 2009: 68; Vadiveloo et al., 2009: 145). Z kuşağı neslini kapsayan zaman diliminin teknolojiyle iç içe olmasının bir başka etkisi de kendilerinden önceki kuşaklardan farklı bir hayat tarzına ve bakış açısına sahip olmasıdır. Toplumsal çerçevede kendisine çizilen kalıplara girmeyi reddeden bu nesil grubu kendi özgünlüğünü ortaya koymayı ister (Francis and Hoefel, 2018: 4). Z kuşağının özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir;

- Z kuşağının kişilik oluşması üzerinde sosyal çevrenin etkisi çok fazladır (Özkan ve Solmaz, 2015: 479),
- Z kuşağı farklı deneyim ve fikirlere daha açık bir kuşak grubudur (Williams and Page, 2011: 11),
- Z kuşağı nesli, girişimci, sosyal açıdan bilinçli, teknolojik gelişmelere meraklı, yenilikçi ve sürekli olarak değişim arayan bir kuşak grubudur (Iorgulescu, 2016: 48),
- Z kuşağı, bilgiye erişme ve kullanma noktasında en hızlı nesil grubu olarak karşımıza çıkmaktadır,
- Bu nesil grubu teknolojiyi yoğun olarak kullanır ve teknolojiyi yaşamlarının bir parçası olarak görür (Bergh and Behrer, 2011: 10),
- Z kuşağında, kendilerini çevreye karşı sorumlu olarak hisseden bir anlayış vardır. Bundan dolayı çevreci (yeşil) ürünler almayı önceler (Jain et al., 2014: 19),
- Z kuşağı neslinin eğitim seviyesi kendilerinden önceki nesillere göre yüksektir (Salleh et al., 2017: 60).

Z kuşağı bireyleri günümüzde aktif çalışma hayatının içerisine yeni yeni girmektedirler. Bu kuşağın özellikleri göz önüne alındığında, iş sektörlerinde var olan düzenin tekrardan gözden geçirebileceği yorumunu yapmamız mümkün olmaktadır.

### 2.1.6. Alfa Kuşağı

Alfa kuşağı, Z kuşağından sonra gelen 2010 yılı sonrası doğan ve günümüze kadar uzanan neslin adlandırıldığı kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. 2024 yılı itibariyle en büyüğü 14 yaşında olan bu kuşağın üyeleri, okul çağında olup, yaşlarından dolayı aktif çalışma hayatı içinde olmamaları, tüketim faaliyetleri içerisinde doğrudan doğruya bulunmamalarından

dolayı kuşağın genel özellikleri üzerine kapsamlı yorumlar yapılamamaktadır. İçinde bulunduğumuz dünyanın geçmişten bugüne geldiği noktayı ele alırsak alfa kuşağı neslinin dijitalleşme ve teknolojinin en üst seviyede olduğu bir zaman dilimi içine doğduğunu söyleyebiliriz. Buradan hareketle alfa kuşakları yapay zekâ ve türevleri olan uygulamalarla iç içe geçmiş bir hayat sürdürmektedir. Alfa kuşağı bilgisayar, telefon, tablet ve internet gibi araçlarla en fazla vakit geçiren ve bu teknolojilerin geçmişe göre en gelişmiş haliyle tanışan kuşak grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. Alfa kuşakları için sosyal etkileşim hayatlarının vazgeçilmez bir parçasıdır. Bağlantı kavramı bu kuşak için hayatın merkezindedir. Alfa kuşağı üyelerinin merkezinde yer alan bağlantı kavramı doğru kullanılırsa bu kuşağın geleceğe hazırlanması daha rahat olacaktır (Mc Crindle, 2014: 222; Nagy and Kölcsey, 2017: 110-11; Jha, 2020: 1; Tootell et al., 2014: 82). Yukarıda belirtilen ifadelerden hareketle alfa kuşaklarının aktif olarak iş ve sosyal hayata girmemiş olmalarından dolayı yapılabilecek değerlendirmeler kısıtlı kalmaktadır. Çok yeni bir kuşak olan alfa kuşağı için ilerleyen dönemlerde yapılacak olan çalışmalar, kuşak hakkındaki bu kısıtlılığı gidererek araştırmacılara daha geniş kapsamlı bilgiler sunacaktır.

### 3. GEREÇ VE YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı, Yöntemi, Evreni, Örneklemi ve Analizi

Toplumsal yapıların zaman içerisinde hızlı değişimi, teknolojinin gelişimi ve değişimi ile baş döndürücü bir hız kazanmıştır. En başta internetin dünya genelindeki kullanımının artması dünyayı adeta küçük bir köy haline getirmiştir. İnternet aracılığıyla uzak mesafeler kullanıcılar için bir tuş kadar yakın olabilmektedir. Teknolojik gelişimlerle insanlara sağlanan bu kolaylık beraberinde bir takım sağlık sorunlarının da ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Obezite de bu durumdan etkilenen bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Yükselen yönde bir eğilim gösteren obezite, literatürde de üzerinde durulan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Şu ana kadar gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde toplumdaki kuşakların; yaşlı (sessiz ve bebek patlaması), x, y, z ve alfa kuşakları olarak adlandırıldıkları görülmektedir. Buradan hareketle dünya genelinde yükseliş trendinde olan obezitenin, kuşaklardaki etkisi ve bu etkinin neler olduğu merak edilmiştir. Bu merak üzerine gelişen ve derinleşen sorular mevcut araştırmanın ortaya çıkma fitilini ateşlemiştir. Bu noktadan hareketle obezitenin kuşaklarda üzerinde dağılımları ele alınmaya çalışılmıştır. Bu doğrultudan ortaya çıkan araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Çalışmanın evreni Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde yaşayan tüm yaş grupları oluşturmaktadır. Bilindiği üzere gerçekleştirilecek olan bir araştırmada örneklem sayısının ne kadar olacağı konusunda kesin bir bilgi vermek mümkün değildir. Evrenin belli olduğu durumlarda güven aralığının %95 ve hata payının %5 hesaplandığı durumlarda erişilmesi gereken örneklem sayısı 384 olarak hesaplanmıştır (Anderson, 1990; akt. Balcı, 2004: 95). Nicel araştırma yöntemine başvurulmuş gerçekleştirilen bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Araştırma için tek anket formu kullanılmıştır. Bu çalışma ile ilgili Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 136 sayılı ve 03.05.2023 tarihli etik kurulu onayı alınmıştır. Kullanılan anket formu "Obezite farkındalık ölçeği" dir. Obezite farkındalık ölçeği (Eke, Korucu ve Demir, 2020) tarafından geliştirilmiştir. Katılımcılara uygulanan anketler neticesinde elde edilen veriler SPSS 16.0 paket programıyla analiz edilerek bulgulara ulaşım sağlanmıştır.



### 3.2. BULGULAR

Bu kısımda katılımcılara uygulanan anketlerden elde edilen bulgular ifade edilmiştir.

#### 3.2.1. Demografik Bilgi Formu Analizinden Elde Edilen Bulgular

Araştırmada anket formunda yer alan demografik bilgiler başlığı altındaki sorulara yanıt veren katılımcılardan elde edilen yanıtlar neticesinde elde edilen bulgular aşağıdaki tablolarda ifade edilmiştir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Yaş, Cinsiyet ve Medeni Durum Sorularına Verdiği Yanıtlar

YAŞ	FREKANS	YÜZDE
Alfa kuşağı (0-14 yaş)	120	18,3
Z kuşağı (15-24 yaş)	101	15,4
Y kuşağı (25-44 yaş)	201	30,7
X kuşağı (45-64 yaş)	162	24,7
Yaşlı kuşak (65-65+ yaş)	71	10,8
Toplam	<b>655</b>	<b>100</b>
<b>CİNSİYET</b>		
Erkek	354	54,0
Kadın	301	46,0
Toplam	<b>655</b>	<b>100,0</b>
<b>MEDENİ DURUM</b>		
Evli	334	51,0
Bekâr	321	49,0
Toplam	<b>655</b>	<b>100,0</b>

Tablo 2 araştırmaya katılan katılımcıların yaş, cinsiyet ve medeni durum sorularına verdiği yanıtlardan elde edilen bilgilerin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Araştırmanın sosyo-demografik özellikleri için kuşaklar bazında bir tarih sınırlaması oluşturulmuştur. Bu sınırlama için literatür incelendiğinde herkesin mutabık olduğu bir sonuca ulaşılamamıştır. Literatüre bağlı kalınarak kuşak grupları için ortalama tarihler göz önüne alınarak bir kıstas belirlenmiştir. Belirlenen bu kıstas dâhilinde (0-14 yaş aralığını) Alfa, (15-24 yaş aralığını) Z, (25-44 yaş aralığını) Y, (45-64 yaş aralığını) X ve (65 yaş ve üstü yaş aralığını) ise yaşlı kuşak olarak adlandırılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde araştırmada %30,7'lik sonuç ile Y kuşağı bireylerinin fazla olduğu ilk bakışta dikkati çekmektedir. Bunun ardından sırasıyla X, Alfa, Z kuşaklarının geldiği görülmektedir. Kuşaklar bağlamında sayıca en az grubun yaşlı kuşakta olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılımcılarını cinsiyet çerçevesince ele aldığımızda sonucun %54'ünü erkek %46'sını kadın olduğu görülmektedir. Tablo 4 medeni durum bağlamında incelendiğinde ise katılımcıların %51'inin evli %49'unun da bekar olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 3.** Katılımcıların Yaşanılan Yer ve Bölge Sorularına Verdiği Yanıtlar

YAŞANILAN YER		
İl	509	77,7
İlçe	146	22,3
Toplam	655	100,0
BÖLGE		
Ege Bölgesi	86	13,1
Marmara Bölgesi	207	31,6
Karadeniz Bölgesi	62	9,5
İç Anadolu Bölgesi	101	15,4
Doğu Anadolu Bölgesi	48	7,3
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	67	10,2
Akdeniz Bölgesi	84	12,8
Toplam	655	100,0

Araştırmadaki katılımcı özelliklerinin sonuna doğru geldiğimizde karşımıza yaşanan yer çıkmaktadır. Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %77,7'sinin ilde yaşadığı görülmektedir. Bu durum da genel anlamda ülkenin demografik nüfus dağılışıyla yakın olarak benzerlik göstermektedir. Son olarak katılımcıların yaşadıkları bölgeye dair verdikleri yanıt neticesinde elde edilen veriler Tablo 9'da incelendiğinde ise nüfus yoğunluğuna bağlı olarak %31,6'lık bir kesimin Marmara bölgesinde yaşadığı görülmektedir. Marmara bölgesinin ardından İç Anadolu, Ege, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgesinin sıralandığı tespit edilen bir başka bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 3.2.2. Araştırma Değişkenlerine Yönelik Normallik Dağılımı

Bu başlıkta araştırma çerçevesinde elde edilen verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını görebilmek adına çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) testleri uygulanmış olup elde edilen bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** Araştırma Değişkenlerine Yönelik Normallik Dağılımı

Değişkenler	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Obezite Farkındalığı	-.687	-.309
Obezite Hastalığı Algısı	-1.01	.430
Obezite Nedenleri	-.711	-.377

Tablo 4, araştırma değişkenlerinin normallik dağılımını ele alan bir tablo olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekleştirilen bir araştırmadaki verilerin normal dağılıma sahip olması önem arz etmektedir. Buradan hareketle araştırma kapsamında ele alınan ölçeğin normallik varsayımına uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla skewness (çarpıklık) ve kurtosis

(basıklık) değerlerine bakılmıştır. Gerçekleştirilen analiz neticesinde ölçek değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuç literatür çerçevesinde kabul edilen değer aralıkları arasında yer almaktadır. Mevcut sonuç göz önüne alındığında verilerin normallik dağılımına uyduğu yorumu rahatlıkla yapılabilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

### 3.2.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Araştırma çerçevesince kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini tespit edebilmek için Cronbach Alpha değerine bakılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5.** Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Sonuçları

Değişkenler	İfade Sayısı	Cronbach Alpha
Obezite Farkındalığı	10	.857
Obezite Hastalığı Algısı	5	.797
Obezite Nedenleri	5	.791

Bir ölçeğin iç tutarlılığı istatistiksel manada oldukça değerli ve kıymetlidir. Ölçeklerin iç tutarlılık düzeyini görebilmek için de Cronbach Alpha değerine ihtiyaç duyulmaktadır. Cronbach Alpha değeri ölçeklerin iç tutarlılıkları hakkında araştırmacıya hayati bilgiler sunmaktadır. Güvenilirlik için ihtiyaç duyulan Cronbach Alpha değeri 0 ile 1 arasında olması literatür çerçevesinde kabul edilen değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Değerin yüksek olması bir başka manada 1'e yakın olması, iç tutarlılık katsayısının o denli yüksek kabul edildiğini ifade etmektedir. Ayrıca Cronbach Alpha değeri için kabul edilen eşik değer de (.70)'tir (Kartal ve Dirlik, 2016: 1870; Kılıç, 2016: 47). Ölçeklerin güvenilirlikleri hakkında ifade edilen bilgilerin ışığında araştırma kapsamında yer alan ölçeğin güvenilirlikleri analize tabii tutulmuştur. Gerçekleştirilen analiz sonuçları Tablo 5'te de görüldüğü üzere ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alpha için eşik değer olarak kabul edilen değerlerin üstünde olması iç tutarlılık güvenilirliğinin sağlandığını gözler önüne sermektedir.

### 3.2.4. Araştırma Değişkenlerinin Betimleyici İstatistikleri

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere ve ölçeklerin alt boyutunun betimleyici istatistikleri Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6.** Araştırma Değişkenlerinin Betimleyici İstatistikleri

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
Obezite Farkındalık Ölçeği	4.50	.472
Obezite Hastalığı Algısı	4.55	.501
Obezite Nedenleri	4.45	.555

Gerçekleştirilen analiz neticesinde oluşan sonuçlar göz önüne alındığında obezite farkındalık ölçeğine uyarlanan analiz sonucunda ise elde edilen ortalama değer 4.50 olurken standart sapma değeri ise 0.472 olarak bulunmuştur. Obezite farkındalık ölçeğinin alt boyutları olan obezite hastalığı algısı ve obezite nedenlerinde ortalama değer sırasıyla 4.55 ve 4.45 olarak hesap edilirken standart sapma değerleri ise sırasıyla 0.501 ve 0.555 olarak tespit edilmiştir.

### 3.2.5. Fark Testlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların obezite farkındalık ölçeğinin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiş ve bunun için de T-testi ve Anova testi uygulanmıştır. Katılımcıların cinsiyet ve medeni durumlarına göre farklılaşp farklılaşmadıklarını görebilmek amacıyla T-testi uygulanmıştır. T-testi haricinde katılımcıların yaşlarına göre farklılaşp farklılaşmadıklarını görebilmek adına da Anova testine başvurulmuştur. Bu bağlamda gerçekleştirilen analizlerin sonuçları Tablo 7'de ifade edilmiştir.

**Tablo 7.** Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin T-testi Bulguları

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	P
Obezite Farkındalığı Ölçeği	Erkek	354	4.52	.492	.934	.351
	Kadın	301	4.48	.449		
Obezite Hastalığı Algısı Boyutu	Erkek	354	4.58	.507	1.47	.142
	Kadın	301	4.52	.493		
Obezite Nedenleri Boyutu	Erkek	354	4.46	.582	.265	.791
	Kadın	301	4.45	.522		

Tablo 7'de katılımcıların cinsiyetlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını anlayabilmek adına gerçekleştirilen T-testi sonuçları bulunmaktadır. T-testi neticesinde ortaya çıkan sonuçlar ışığında p anlamlılık değeri göz önüne alındığında beslenme tutumuyla katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığını söyleyebiliriz. Katılımcıların cinsiyetleriyle obezite farkındalığı arasında bir farklılaşmanın olup olmadığı merak edilmiştir. Bu doğrultuda t-testine başvurulmuştur. Uygulanan t-testi neticesinde obezite farkındalık ölçeğinin p değerinin 0.351 olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan değer 0.05'ten büyük olduğu için katılımcıların cinsiyetleriyle obezite farkındalıkları arasında istatistiksel anlamda bir farkın olmadığı görülmüştür. Obezite farkındalık ölçeğinin alt boyutlarıyla katılımcıların cinsiyetleri arasında farklılaşmanın olup olmadığını görebilmek için de t-testi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin alt boyutları arasında yer alan obezite hastalığı algısı ve obezite nedenleri boyutlarının t-testi neticesindeki p değerleri sırasıyla 0.142 ve 0.791 olarak bulunmuştur. Ortaya çıkan iki değer de 0.05'ten büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu neticelere göre iki alt boyutla katılımcıların cinsiyetleri arasında istatistiksel anlamda bir farkın olmadığı tespit edilmiştir.

**Tablo 8.** Katılımcıların Medeni Durumlarına İlişkin T-Testi Bulguları

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	T	P
Obezite Farkındalığı Ölçeği	Evli	334	4.71	.389	12.38	.000
	Bekar	321	4.29	.460		
Obezite Hastalığı Algısı Boyutu	Evli	334	4.72	.424	9.35	.000
	Bekar	321	4.38	.515		
Obezite Nedenleri Boyutu	Evli	334	4.69	.431	12.26	.000
	Bekar	321	4.21	.564		

Tablo 8’de obezite farkındalıklarının medeni durumla arasındaki farklılaşmanın durumunu görebilmek için t-testi uygulanmıştır. T-testi sonucunda p değerinin 0.05’ten küçük olduğu görülmüştür. Tespit edilen bu değer neticesinde katılımcıların obezite farkındalıkları ve alt boyutları arasında istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın varlığının söz konusu olduğu rahatlıkla söyleyebilmekteyiz.

Tablo 9’da katılımcıların yaşlarıyla obezite farkındalık ölçekleri ve alt boyutları arasındaki farklılaşmanın anlamlılık düzeyini görebilmek adına Anova testi uygulanmıştır. Test sonucunda elde edilen değerler Tablo 9’da gösterilmiştir.

**Tablo 9.** Katılımcıların Yaşlarına İlişkin Anova Testi Bulguları

Ölçek	Grup	N	Ort.	SS	Var.K	K.T.	K.O.	F	P
Obezite Farkındalığı Ölçeği	0-14 yaş (Alfa)	120	4.09	.397	<b>GA</b>	42.987	10.747	67.622	<b>.000</b>
	15-24 yaş (Z)	101	4.35	.465	<b>GI</b>	103.300	.159		
	25-44 yaş (Y)	201	4.51	.403	<b>Toplam</b>	146.287			
	45-64 yaş (X)	162	4.74	.410					
	65 yaş ve üstü (Yaşlı)	71	4.89	.211					
	Toplam	655	4.50	.472					
Obezite Hastalığı Algısı Boyutu	0-14 yaş (Alfa)	120	4.28	.472	<b>GA</b>	30.528	7.632	37.066	<b>.000</b>
	15-24 yaş (Z)	101	4.37	.556	<b>GI</b>	133.839	.206		
	25-44 yaş (Y)	201	4.51	.478	<b>Toplam</b>	164.367			
	45-64 yaş (X)	162	4.76	.417					
	65 yaş ve üstü (Yaşlı)	71	4.94	.184					
	Toplam	655	4.55	.501					
Obezite Nedenleri Boyutu	0-14 yaş (Alfa)	120	3.90	.515	<b>GA</b>	61.363	15.341	71.104	<b>.000</b>
	15-24 yaş (Z)	101	4.33	.517	<b>GI</b>	140.238	.454		
	25-44 yaş (Y)	201	4.50	.465	<b>Toplam</b>	201.602			
	45-64 yaş (X)	162	4.72	.445					
	65 yaş ve üstü (Yaşlı)	71	4.84	.306					
	Toplam	655	4.45	.555					

Tablo 9’da ifade edilen Anova testi neticesinde obezite farkındalık ölçeği ve alt boyutlarının hepsinde p değerinin 0.000 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu değer 0.05’ten küçük olmasından dolayı katılımcıların yaşlarıyla obezite farkındalığı ve alt boyutlarının tamamıyla istatistiksel anlamda anlamlı bir farkın olduğu söylenebilmektedir.

#### 4. TARTIŞMA

Sağlık kavramı, insanlar için oldukça önemli bir unsurdur. Sağlık kavramının önemine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler arasında ‘değişim’ en dikkat çeken bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle de son zamanda teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler ve akabinde ortaya çıkan değişim insan sağlığına etki etmektedir. Teknoloji alanında meydana gelen bu yenilikler insanların hareket alanını kısıtlamaktadır. Hareketsizleşmeyle birlikte insanlar belli zaman sonra ekran başında geçirdiği süre artmakta, sosyalleşme alanı daralmakta ve kilo almaya eğilim göstermektedirler. Dünya genelinde

teknoloji kullanımının artması, internetin insan hayatındaki kapsamının genişlemesi insan sağlığına doğrudan etki etmiştir. Teknoloji ve internet kullanımının insan hayatıyla yakınlığının artması ve doğrudan etkisi üzerine literatür kapsamında birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalardan en dikkat çekenleri ise obezite ile ilgili olan çalışmalardır. Literatür incelendiğinde obezite ile alakalı çok farklı araştırmaların var olduğu görülmektedir. Mevcut araştırmalar tek başına obezite üzerine olmakla birlikte obeziteye etki eden faktörler de incelenmiştir. Literatürde yer alan bu çalışmalara katkı sağlamak ve yeni bir pencere açabilmek amacıyla obezite kavramının farklı değişkenlerle irdelendiği bu çalışmada, elde ettiğimiz neticeleri literatürde yer alan çalışmaların bulgularıyla birlikte değerlendirilmesi sağlanacaktır.

Yılmaz ve Rakıçoğlu (2012) yılında gerçekleştirdikleri araştırmalarında obezitenin yaşlılar üzerinde gözle görülür seviyede artığı sonucuna ulaşmışlardır. Elde edilen sonuç, araştırmamızda yaşla obezite arasındaki anlamlı farkı tespit edebilmek adına gerçekleştirilen analiz sonucuyla örtüşmektedir. Yaşla obezite arasındaki farkı tespit edebilmek için gerçekleştirilen anova testi neticesinde "obezite hastalığı algısı" alt boyutu sonucunda en yüksek sonucun 4.94 ile yaşlı kuşak üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Her iki araştırmada da yaşlılar üzerine tespit edilen bu sonucun birbirini destekler nitelikte olduğunu görmekteyiz. Menteş, Menteş ve Karacabey (2011) yılında gerçekleştirdikleri araştırma neticesinde çeşitli sebeplerden dolayı adölesan (15-24 yaş arası) bireylerde obezitenin ciddi bir şekilde önemli bir sağlık sorunu haline geldiği sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bu sonuç, ele aldığımız araştırmada yaş ve obezite nedenleri alt boyutu arasında gerçekleştirilen anova testi sonucuyla örtüşmektedir. Araştırmada 15-24 yaş arası (z kuşağı) grubunun skor sonucu, kendisinden daha genç bir grubu oluşturan alfa kuşağı sonucuna göre daha yüksek bir skor sonucuna sahip olduğu tespit edilmiştir (4.33>3.90). Erişilen bu sonuç 15-24 yaş arası bireylerde obeziteye farklı nedenlerden kaynaklandığını temsil etmektedir. Son tahlilde, iki araştırmada elde edilen neticelerin birbirlerini desteklediği görülmektedir. Çayır, Atak ve Köse (2011) yılında obezite üzerine gerçekleştirdikleri araştırmanın neticesinde obezite ile medeni durum arasında ve aylık gelirin istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ulaşılan bu sonuç ele aldığımız araştırma neticesinde ortaya çıkan sonuçlar benzerlik göstermektedir. Katılımcıların medeni durumları, gelir düzeylerinin obezite farkındalık ve diğer alt boyutları arasında gerçekleştirilen t- testi neticesinde de istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın olduğuna ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuçlar göz önüne alındığında ele alınan araştırmanın neticeleriyle benzerlik gösterdiği rahat bir şekilde söylenebilmektedir. Pencil et al 2023 yılında Zimbabve temelli gerçekleştirdiği araştırmalarda obezite farkındalığının yaşla olan ilişkisini ortaya koymuştur. Gerçekleştirilen araştırma sonucunda kızların erkeklerden daha azının düşük obezite farkındalığına sahip olduğu ve bunlar içerisinde de özellikle 14-16 yaş grubundaki gençlerin de obezite farkındalık düzeylerinin düşük olduğuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç üzerinde çalıştığımız araştırmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir. Araştırmamızda katılımcıların obezite farkındalıkları kuşak (yaş) bağlamında incelendiğinde 4.09'luk bir sonuçla en düşük skorun alfa kuşağında olduğu görülmektedir. 14-16 yaş grubunu da kapsayan alfa kuşağı nezdinde elde edilen sonuç iki çalışmanın ortak yönünü ortaya koymaktadır. Chaychenko et al 2019 yılında Ukrayna'da okul çağındaki çocuklar üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen çalışmada ele alınan yaş grubunun yaşları arttıkça farkındalık düzeylerinin

yükseldiği istatistiksel sonuçlarla gösterilmiştir. Elde edilen bu sonuç çalışmamızdaki bulguyla örtüşmektedir. Kuşakların obezite farkındalıkları istatistik sonuç bulguları değerlendirildiğinde kuşakların yaşça büyümesiyle obezite farkındalık düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Ortaya konan bu iki sonuç göz önüne alındığında benzerlik gösterdiği görülmektedir. Lecube et al. 2020 yılında İspanya'da obeziteye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen bu çalışmada katılımcıların yaşları arttıkça algılanan sağlık durumunun kötüleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç araştırmamızın bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Araştırmamızda, kuşakların obezite farkındalıkları yaş arttıkça yükseldiği tespit edilmiştir. Ulaşılan bu iki sonuç birbirlerini destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Kaner, Kürklü, Adıgüzel ve Koyu (2017) yılında gerçekleştirdikleri araştırma neticesinde elde ettikleri sonuç, katılımcıların medeni durumlarıyla obezite arasında istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın varlığına ulaşmışlardır. Elde edilen bu sonuç gerçekleştirdiğimiz araştırma sonucuyla benzerlik taşımaktadır. Bir önceki çalışma için de ifade edildiği üzere katılımcıların medeni durumlarıyla obezite farkındalık ve alt boyutları arasında istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın varlığı tespit edilmiştir. Ortaya konan bu sonuç çalışmamızda elde edilen neticeyi desteklemektedir. Ameye and Swinnen (2019) yılında gerçekleştirdikleri bir araştırmada obeziteyi gelir ve cinsiyet kavramları çerçevesince ele almıştır. Gerçekleştirilen araştırma neticesinde ise obezitenin gelir ve cinsiyet kavramlarıyla ilişkisinin olduğu, bu ilişkinin de farklı etkilere bağlı olarak farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca araştırmada kentleşme, beslenme gibi kavramların da obezite üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ortaya konan bu sonuçlar ele aldığımız ve üzerinde çalıştığımız araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik taşımaktadır. Üzerinde araştırma yaptığımız çalışmada obezite kavramına etki eden birçok faktörün olduğu ve bu faktörlerin istatistiksel bağlamda anlamlılık düzeylerinin farklılaştığını görmekteyiz. Cinsiyet, gelir, katılımcıların yaşadıkları yer gibi kavramların obezite kavramlarıyla ilişkisi istatistiksel bağlamda incelenerek ortaya konmuştur. Obezite üzerinde etkili olan kavram çokluğu iki çalışma sonucunu benzer kılmaktadır.

Obezite kavramı gerek bireysel gerekse de bütünsel bağlamda literatürde çeşitli şekilde ele alınan konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen araştırmalar farklı değişkenlerle birlikte değerlendirilerek çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Ele aldığımız araştırmanın tartışma bölümünde ifade edilen çalışmaların, literatürde çok kez değinilen çalışmalar olmasına özen gösterilmiştir. Bu kıstasa göre seçilen araştırmaların sonuçları, üzerinde çalışılan araştırmanın sonucuyla değerlendirilerek elde edilen sonuçların benzerlikleri ve farklılıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

21. yy'da dünyada pek çok problemler bulunmakta ve var olan bu problemler insanları doğrudan doğruya etkilemektedir. İnsanları çeşitli yönlerden etkileyen bu problemlerin en önemlisi hiç şüphe yok ki sağlıkla ilgili olanlardır. İnsan için sağlık her şeyden önemli olan bir kavramdır. İnsan sağlığına etki eden problemlerin çözümü ve önlenmesi insanlık için elzemdir. Son zamanlarda dünya genelinde artış gösteren ve sağlık otoritelerinin de ısrarla üzerinde durduğu obezite kavramı insanlık için ciddi bir problem teşkil etmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber insanların yaşam şekillerinin değişmesi, beslenme şekillerindeki farklılaşma, teknolojik aletlerle geçirilen sürenin artması gibi etmenler obeziteye adeta davetiye çıkarmaktadır. Tüm insanlığa etki edebilecek bir problem olarak görülen

obezite kavramına başta dünya sağlık örgütü ve ülkeleri yöneten hükümetlerin yaklaşımları araştırmacıların dikkatini çekmiş ve araştırmacıları bu konu üzerinde araştırma yapmaya adeta heveslendirmiştir. Buradan hareketle bu araştırmada obezite kavramı üzerine eğilim gösterilmiş olup bu duruma etki eden faktörler incelenerek bir neticeye varılmak amaçlanmıştır. Ayrıca obezite kavramına ek olarak kuşak kavramı ele alınmıştır. Gerçekleştirilen araştırma neticesinde elde edilen sonuç ve çözüm önerileri aşağıda maddeler halinde açıklanmaya çalışılmıştır;

- Araştırmada obezite farkındalık ölçeği kullanılmıştır. Katılımcıların cinsiyetleriyle obezite farkındalık ölçeği arasında istatistiksel çerçevede anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ölçeklerin alt boyutunda bu değerlendirme yapıldığında ise obezite farkındalık ölçeğinin alt boyutlarının hiçbirinde istatistiksel bağlamda anlamlı bir fark tespit edilmediği görülmüştür.
- Katılımcıların medeni durumlarıyla kullanılan ölçek ve alt boyutları arasında gerçekleştirilen analizler neticesinde iki kavram arasında istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın var olduğu görülmüştür. Ulaşılan bu sonuç ölçeğin alt boyutları nezdinde incelendiğinde ortaya yine aynı sonucun çıktığı tespit edilmiştir.
- Kuşak gruplarına göre ele alınıp kullanılan ölçek ve alt boyutları arasında analiz edildiğinde istatistiksel bağlamda anlamlı bir farkın olduğu tespit edilmiştir.

Kuşaklar açısından obezite kavramının ele alındığı araştırma neticesinde elde edilen bulgular ışığında birtakım öneriler aşağıda maddeler halinde verilecektir:

- Sağlık Bakanlığı ve diğer sağlık kuruluşlarının yöneticileri obezitenin toplumsal bazdaki durumunu tespit etmeye yönelik çalışmalar gerçekleştirerek çözüm önerileri hazırlaması önerilmektedir,
- Obezite hakkında toplumun bilgilendirilmesi için basın ve yayın yolunun etkin bir biçimde kullanılması farkındalığı arttıracak düşünülmemektedir,
- Obezite ile ilgili mücadelenin ilk safhada yapılması gelecekte oluşabilecek tehditlerin ortadan kaldırılması adına ciddi bir hamle olacaktır. Buradan hareketle alfa ve z kuşaklarının obezite hakkında bilgilendirilmesi önem arz etmektedir. Bunun için de özellikle teknolojik cihazlar, yapay zekâ ve sosyal medya platformları üzerinden bu kuşak grubuna ulaşımın sağlanmasının uzun vadede etkili olacağı düşünülmektedir,
- Sağlık Bakanlığı, alanında uzman kişilerle birlikte seminer ve eğitimler hazırlayarak toplumun tamamına sağlıklı beslenmeye yönelik içerikler geliştirilmesi önerilmektedir,
- Hükümetin toplumsal çerçevede obez olan bireyleri kilo vermeye yönelik teşvikler geliştirmesi ve buna yönelik teşvik paketleri üretmesi önerilmektedir.



**Yayın Etiği Beyanı ve Etik Onay İzni:** Araştırmanın tüm safhalarında araştırma ve yayın etiğine özen gösterilmiştir. Bu çalışma ile ilgili Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 136 sayılı ve 03.05.2023 tarihli etik kurulu onayı alınmıştır.

**Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

**Destek ve Teşekkür Beyanı:** Çalışma, YÖK 100/2000 projesi kapsamında yürütülen doktora tezi kapsamında türetildiği için YÖK 100/2000'e teşekkürlerimizi sunarız.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

## KAYNAKÇA

- Ackermann, M. (2021). *Mobility-as-a-service: The convergence of automotive and mobility industries management for professionals*. Switzerland: Springer.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., Noyan, A., Demir, B., Ağ, C., Pehlivan, Ç., Özdemir, E., Akduman, G., Eregez, H., Öztürk, İ. ve Balcı, O. (2013). Y kuşağının kariyer algısı, kariyer değişimi ve liderlik tarzı beklentilerinin araştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 11–42.
- Alkire, L., O'Connor, G.E., Myrden, S., & Köcher, S. (2020). Patient experience in the digital age: An investigation into the effect of generational cohorts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 1–9.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203–12.
- Arsenault, P. M. (2004). Validating generational differences: A legitimate diversity and Leadership issue. *Leadership & Organization Development Journal* 25, (2), 124–41.
- Arslan, A. ve Staub, S. (2015). Kuşak teorisi ve içgirişimcilik üzerine bir araştırma. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 6(11), 1–24.
- Atak Ünüsan, N. (2016). *X, Y, Z kuşakları ve kuşaklar arası farklılık yönetimi*. (1. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ayhün S. E. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Journal of Economics and Management Research*, 22(11), 93–112.
- Balcı, A. (2004). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Pegem Yayınları.
- Belch, G. E., & Belc, M. A. (2003). *Advertising and packaging, an integrated marketing communications erspective*. McGraw-Hill Companies.
- Berkup, S. B. (2014). Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 18–29.
- Bickel, J., & Ann J. Brown. (2005). Generation X: Implications for faculty recruitment and development in academic health centers. *Academic Medicine*, 80(3), 205–10.

- Bristow, J. (2015). *Baby boomers and generational conflict*. Basingstoke: Palgrave macmillan.
- Bussin, M. H., Serumaga-Zake, P., & Mohamed-Padayachee, K. (2019). A total rewards framework for the attraction of generation Y employees born (1981–2000) in South Africa. *SA Journal of Human Resource Management*, 17(1), 1–14.
- Chaychenko, T., Gonchar, M., Chumachenko, T., Klymenko, V., Samsonenko, T., & Kharkova, M. (2019). School-age children awareness of the causes of obesity and its health related outcomes.
- Chen, H., (2010). Advertising and generational identity: A theoretical model. *In American Academy of Advertising. Conference. Proceedings (Online)*, 132.
- Chen, P. J., & Choi, Y. (2008). Generational differences in work values: A study of hospitality management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(6), 595–615.
- Çayır, A., Atak., N. ve Köse, S. K. (2011). Beslenme ve diyet kliniğine başvuranlarda obezite durumu ve etkili faktörlerin belirlenmesi. *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, 64(1), 13-19.
- Çetin Aydın, G. ve Başol, O. (2015). X ve Y kuşağı: Çalışmanın anlamında bir değişme var mı? *EJOVOC : Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(4), 1–15.
- Çetin, C. ve Karalar, S., (2016). X, Y ve Z Kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 157–97.
- Delahoyde, T. M. (2009). *Generational differences in baccalaureate nursing* [Unpublished doctoral dissertation]. College of Saint Mary.
- Dewi, N. A. P., Utami, S., & Pradnyandari, K. A. D. R. (2021). *Fashion for Alpha Generation*. *VİSVA DESİGN: JOURNAL OF DESİGN*, 1(1), 32-41.
- Eke, E., Korucu, K., ve Demir, M. (2020). *Sağlık yönetiminde güncel tartışmalar*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 12.
- Giunta, C (2017). An emerging awareness of generation Z students for higher education professors. *Archives of Business Research*, 5(4), 90–104.
- Gravett, L., & Throckmorton, R. (2007). *Bridging the generation gap: how to get radio babies, boomers, gen xers, and gen yers to work together and achieve more*. New Jersey: Career Press Inc.
- Gündüz, Ş., ve Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar ve örgütsel sessizlik/seslilik. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6(1), 89–115.
- Hampton, D., & Darlene, W. (2019). Work values of generation Z nurses. *Journal of Nursing Administration*, 49(10), 480–86.

- Iorgulescu, M. C. (2016). Generation z and its perception of work. *Cross-Cultural Management Journal*, 18(1), 47–54.
- Islam, M. A., Cheong, T. W., Yusuf, D. H. M., & Desa, H. (2011). A Study on generation Y behaviours at workplace in Penang. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(11), 1802–1812.
- Jaeger, H. (1985). Generations in history: Reflections on a controversial concept. *History and Theory*, 24(3), 273–92.
- Jain, V., Vatsa, R., & Jagani, K. (2014). Exploring generation Z's purchase behavior towards luxury apparel: A conceptual framework. *Revista Romana de Marketing*, 18(2).
- Jha, A. (2020). Understanding generation alpha. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>.
- Joshi, A., Dencker, J. C., & Franz, G. (2011). Generations in organizations. *Research in Organizational Behavior*, (31), 177–205.
- Kaner, G., Kürklü, N. S., Adıgüzel, K. T. ve Koyu, E. B. (2017). İzmir'de beslenme ve diyet polikliniğine başvuran kadınlarda obezite prevalansı ve ilişkili risk faktörlerinin belirlenmesi. *Pamukkale Medical Journal*, 10(3), 250.
- Kartal, S. K. ve Dirlik, E. M. (2016). Geçerlik kavramının tarihsel gelişimi ve güvenirlikte en çok tercih edilen yöntem: Cronbach alfa katsayısı. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1865-1879.
- Kavalcı, K. ve Ünal, S. (2016). Y ve Z Kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 1033–50.
- Kaylene Williams, C., Page, R. A., Petrosky, A. R., & Hernandez E. H. (2010). Multi-generational marketing: descriptions, characteristics, lifestyles, and attitudes. *Journal of Applied Business and Economics*, 11(2).
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı çalışanlarının motivasyon profillerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129–39.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.
- Kim, D. J. (2008). Generation gaps in engineering massachusetts institute of technology.
- Kolnhofer-Derecskei, A., Reicher, R. Z., & Szeghegyi, A. (2017). The X and Y generations' characteristics comparison. *Acta Polytechnica Hungarica*, 14(8), 107-125.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigenerational employees: Strategies for effective management. *Health Care Manager*, 1(19), 65–76.
- Kyles, D. (2005). Managing your multigenerational workforce. *Strategic Finance*, 87(6), 53–55.
- Latif, H. ve Serbest, S. (2014). Türkiye'de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının iş ve çalışma anlayışı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 134–63.

- Lecube, A., Sanchez, E., Monereo, S., Medina-Gomez, G., Bellido, D., Garcia-Almeida, J. M., Icaya, P., Malagon, M., Goday, A., & Tinahones, F. (2020). Factors accounting for obesity and its perception among the adult Spanish population: Data from 1,000 computer-assisted telephone interviews. *Obesity Facts*, 13(4), 322-332.
- Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (the Case of Lithuania). *Limes*, 3(2), 170-83.
- Lyons, S. (2003). *An exploration of generational values in life and at work*. [Doctoral dissertation]. Carleton Univesity.
- McCrindle, M. (2014). Beyond Z: Meet generation Alpha. In *the ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Australia: McCrindle. 1-264.
- Menteş, E., Menteş, B. ve Karacabey, K. (2011). Adölesan dönemde obezite ve egzersiz. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 963-977.
- Nagy, Á., & Kölcsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or science. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-15.
- Olsen, N. J., & B. L. Heitmann. (2009). Intake of calorically sweetened beverages and obesity. *Obesity Reviews*, 10(1), 68-75.
- Özkan, M., & Solmaz, B. (2015). The changing face of the Employees – Generation Z and their perceptions of work (A Study Applied to University Students). *Procedia Economics and Finance*, 26(15), 476-83.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13(1), 79-96.
- Pencil, A., Matsungo, T. M., Hongu, N., & Hayami, N. (2023). Prevalence of obesity and the factors associated with low obesity awareness among urban adolescents in harare, Zimbabwe. *Nutrients*, 15(10), 2302.
- Pennington-Gray, L., & Lane, C. W. (2002). Profiling the silent generation: Preferences for travel. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(1-2).
- Raiu, S. L. (2021). Generațiile X, Y și Z pe piața muncii. Caracteristici specifice, strategii de implicare în învățarea activă și abordări ale relației managerilor cu angajații. *Sociologie Românească*, 19(2), 89-121.
- Salleh, M. S. M., Mahbob, N. N., & Baharudin, N. S. (2017). Overview of “generation Z” behavioural characteristic and its effect towards hostel facility. *International Journal of Real Estate Studies*, 11(2), 59-67.
- Sandeen, C. (2008). Boomers, Xers, & Millennials: Who are they and what do they really want from continuing higher education. *Continuing Higher Education Review*, 72, 11-31.
- Sasmito, L., Eka, L., & Palupi, J. (2023). Shift in menarche age among generations X, Y, Z, and Alpha in jember district 2023: Pergeseran menarch antar generasi X, Y, Z, Dan Alpha di kabupaten Jember 2023. *Jurnal Kesehatan dr. Soebandi*, 11(2), 74-79.

- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). Who is generation Z. Willey J., (Ed.), *Generation Z Goes to College*. (pp.1-388). San Francisco: Jossey-Bass&Sons.
- Sessa Valerie, I., Kabacoff, R. I., Deal, J., & Brown, H. (2007). Generational differences in leader values and leadership behaviors. *The Psychologist-Manager Journal*, 10(1), 47-74.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. (6). Pearson.
- TDK. (2021). Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>.
- Tootell, H., Freeman, M., & Freeman, A. (2014, January). Generation alpha at the intersection of technology, play and motivation. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences* [Conference presentation], 82-90.
- Twenge, J. M., Campbell S. M., Hoffman B. J., & Lance, C. E. (2010). Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of Management*, 36(5), 1117-1142.
- Vadiveloo, M., Zhu, L., & Quatromoni, P. A. (2009). Diet and physical activity patterns of school-aged children. *Journal of the American Dietetic Association*, 109(1), 145-51.
- Van den Bergh, J., & Behrer, M. (2011). *Hoe cool brands stay hot: branding to generation Y*. Kogan Page Publisher.
- Venter E., (2017). Bridging the communication gap between generation Y and the baby boomer generation. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(4), 497-507.
- Williams, K. C., & Page, R. A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3(1), 1-18.
- Yılmaz, D., ve Rakıçioğlu, N. (2012). Yaşlılık döneminde obezite. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 40(1), 79-87.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk tipi Y Kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 342-53.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2013). *Generations at work: managing the clash of boomers, gen xers, and gen yers in the workplace* (2nd ed).
- Zhang, K., & Bonk, C. J. (2010). Generational learners and e-Learning technologies. In *Handbook of research on practices and outcomes in E-Learning: Issues and trends*. (pp. 76-92). USA.