

Bu makaleye atıfta bulunmak için/To cite this article:

YÜNCÜ, H.R, SEVİM, N . (2019). Yalnızlık Düzeylerine Göre Dışarıda Kahvaltı Yapma Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23 (4) , 1751-1766.

Yalnızlık Düzeylerine Göre Dışarıda Kahvaltı Yapma Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi

Hilmi Rafet YÜNCÜ (*)


Nurdan SEVİM (**)


Öz: Kahvaltı günün en önemli öğünü olarak değerlendirilmektedir. İnsanlar günlük ihtiyaç duyduğu enerjinin büyük bölümünü kahvaltudan karşılamaktadırlar. Bunun yanında kahvaltı ve diğer öğünler özellikle toplumların kültürel özelliklerine göre önemli bir anlam taşımaktadır. Aile üyelerinin bir araya geldiği ve iş ve okul öncesinde birlikte ortak vakit geçirdikleri zaman olarak görülmektedir. Bu kapsamda kahvaltı besin değerinin yanında sosyal yapıyı beslemesi diğer kültürel besin değerini arttırmaktadır. Bir arada yemek yeme önemli bir sosyalleşme ve ilişkilene aracı olarak görülmesine rağmen orta sınıfın gelişimi, teknoloji ve hayat koşulları insanları daha fazla yalnız yemek yeme yönlendirmiştir. Bunun yanında değişen aile yapıları ve iş yaşamındaki yoğunluklar ve daha fazla yalnızlaşma ile bireysel yemek yeme ya da yalnız yemek yeme davranışında artış görülmüştür. Bu çalışmada bireylerin yalnızlık düzeylerine göre kahvaltı alışkanlıklarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Yalnızlık seviyesinin belirlenmesi için UCLA yalnızlık ölçeği kullanılmıştır. 234 akademisyen üzerinde yapılan araştırmada çeşitli yaş gruplarının yalnızlık düzeyleri ve günlük kahvaltı alışkanlıkları ile mekân tercihleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: dışarıda yemek yeme, kahvaltı alışkanlıkları, solo yemek yeme, UCLA yalnızlık ölçeği, yalnızlık düzeyleri

Evaluation of Breakfast Eating Out Habits According to Loneliness Scale

Abstract: Breakfast is considered the most important meal of the day. People receive most of the energy they need daily from breakfast. In addition, breakfast and other meals have an important meaning especially according to the cultural characteristics of societies. It is seen as the time when family members come together and spend a common time together at work and in pre-school. In this context, besides the nutritional value of the breakfast, feeding the social structure increases the other cultural nutritional value. Although eating together is seen as an important means of socialization and association, the development of the middle class, technology and living conditions have led people to eat more alone. In addition, changing family structures and intensities in business life and more loneliness have seen an increase in individual eating or eating alone behavior. In this study, it is aimed to determine the breakfast habits according to the loneliness levels of the individuals. UCLA loneliness scale was used to determine the level of loneliness. In the study conducted on 234 academicians, it was tried to determine the loneliness levels, daily breakfast habits and space preferences of various age groups.

*) Doç.Dr. Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü (e-posta: hryuncu@anadolu.edu.tr)  ORCID ID. orcid.org/0000-0002-2876-004X

**) Dr. Öğr.Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü (e-posta: nurdan.sevim@bilecik.edu.tr)  ORCID ID. orcid.org/0000-0002-2658-4943

Keywords: *Eating out, breakfast habits, solo dining, UCLA loneliness scale, level of loneliness*

Makale Geliş Tarihi: 08.06.2019

Makale Kabul Tarihi: 25.12.2019

I.Giriş

Sanayileşme ve kentleşme genel olarak dışarıda yemek yeme olgusunu ortaya çıkartan koşulları yaratmışlardır. Modernleşmenin getirdiği dışarıda yemek yeme olgusu özellikle 19. Yüzyılın ikinci yarısı ile birlikte şekillenmeye başlayan yeni dünya düzeni çerçevesinde yeni yemek ve tatların insanların tüketimine sunulması ile gelişmiştir. Modernleşmenin getirmiş olduğu sosyal sınıflar ve yalnızlaşma ve seyahat etme sıklıklarının artması dışarıda beslenme ihtiyacını artırmaktadır. Bu ihtiyacın karşılanması dışarıda yemek yeme olgusunun ticari bir hale gelmesini sağlamıştır (Akarçay ve Suğur, 2015). Dışarıda yemek; yemek üretimi ya da tüketiminin dışarıda yapılması şeklinde açıklanabilir. Genel olarak tanımlandığında dışarıda yemek yeme olgusu, ev dışında yer alan işletmeler tarafından üretilen yiyecek ve içeceğin tüketilmesidir. Bu tüketimin temelinde ücret ödenmesi ticari bir özellik katmaktadır (Bekar ve Gümüş Dönmez; 2016). Özdemir (2010) dışarıda yemek yeme olgusunu boyutlarını ev dışında, bir yeme içme işletmesi tarafından hazırlanan ve servis edilen yiyecek ve içeceklerin, ücreti ödenerek tüketilmesi şeklinde tanımlamıştır.

Şehirleşme ve modern yaşamın getirdiği hayat tarzı insanların şehirlerde her istediklerini her istedikleri zamanda bulma avantajı, yalnız yemek yeme davranışını destekler niteliktedir (Danesi, 2014). Önemli olan nokta, ev dışında yemek yemenin gerek zevk gerekse ihtiyaç, nedeniyle (Beardsworth ve Keil, 2011: 177) kentlerde gelişmiş olmasıdır. Dolayısıyla dışarıda yemek kent yaşamının getirmiş olduğu bir olgudur.

Dışarıda yemek yeme olgusu nedenlerinden birinin itibar ve sosyalleşme faktörü (Nişancı, Özdoğan ve Bölüktepe, 2018; Ertürk, 2018; Cho ve diğerleri, 2015) olmasına rağmen son yıllarda bir yalnız tüketim davranışı ön plana çıktığı görülmektedir. Günümüz pazarlarının büyüyen en önemli eğilimlerinden biri yalnız tüketicilerin sayısının artmasıdır (Her ve Seo, 2018). Sosyal eğilimler insanları bireysel ve yalnız tüketime doğru yönelmektedir. Bireyler arası güvenin azalması ve bireylerin önemli meseleleri konuşacak güvenilir kişileri bulamaması nedeniyle tek yaşamayı tercih eden bireylerdeki sayının artış olduğu görülmektedir (Shin, Hwang ve Mattila, 2018). Yalnız yemek yeme istisna düzeyde bir olgu değildir. Uluslararası restoran çevrimiçi rezervasyon işletmesi iki yıl içinde yalnız tüketiciler tarafından restoranlara yapılan rezervasyonların %62 düzeyinde arttığını belirtmişlerdir. Yalnız tüketimdeki bu artış değişen demografik yapı, eğitim ve kariyer gereksinimleri ve bireysel yaşam tarzıyla açıklanabilir (Her ve Seo, 2018). Batı ülkelerinde son on yılda, insanların çalışma programları, işyeri ve ev arasındaki mesafe, yaşam koşulları veya iş seyahatleri nedeniyle yalnız yemekleri gerekir (Danesi, 2014).

Yalnızlık insanlığın varoluşundan beri deneyimlenirken akademik olarak ilgiyi son kırk yılda ilgi görmüştür (Stein ve Tuval-Mashiach, 2015). Geleneksel toplumlar bir arada yaşama fırsatını bireylere sunarken, bir grup toplumsal kimliği de bireye vermektedir. Modernleşme bireyi daha özgür kılarken varoluşsal soyutlanmayı ve korku ve güvensizlik duygusunu artırarak daha yalnız olmasına neden olmaktadır (Yaşar, 2007). Yalnızlık özellikle duygusal bağılıklar ve sosyal bağların ortadan kalktığı durumlarda sık görülürken yaşamdan zevk alma durumunu azaltmaktadır (Kahraman vd. 2011). Yalnızlık, bireyin, hoş olmayan ya da kabul edilemez bazı (kalite) ilişkilerin eksik olduğu bir durumdur. Bu, mevcut ilişkilerin sayısının istenen veya kabul edilenden daha az olduğu durumların yanı sıra, arzulanan yakınlığın gerçekleştirilmediği durumları da içermektedir. Böylelikle yalnızlığın, kişinin kendi tecridini ve diğer insanlarla iletişim eksikliğini algıladığı, deneymediği, değerlendirdiği bir tavır içerdiği görülmektedir (de Jong Gierveld, 1998,73,74). Yalnızlık, bireyin, hoş olmayan ya da kabul edilemez bazı (kalite) ilişkilerin eksik olduğu bir durumdur. Bu, mevcut ilişkilerin sayısının istenen veya kabul edilenden daha az olduğu durumların yanı sıra, arzulanan yakınlığın gerçekleştirilmediği durumları da içermektedir. Böylelikle yalnızlığın, kişinin kendi tecridini ve diğer insanlarla iletişim eksikliğini algıladığı, deneymediği, değerlendirdiği bir tavır içerdiği görülmektedir (de Jong Gierveld, 1998; 73,74). Yalnızlık her zaman maruz bırakılan bir durum değil bazen de tercih edilen bir durumu ifade etmektedir. Bazı koşullarda birey kimseyle konuşmadan fakat birilerinin yanında durabilir. Bu durum yalnızlığın zorunlu bir durum ya da terk edilmişliği değil kendi seçimi de olabilmektedir (Yaşar 2007, 241). Yalnızlığın tanımlanmasında genellikle olumsuz duygulardan bahsedilmektedir. Bunun temel nedeninin insanın sosyal bir canlı olmasının kabul edilmesidir. Yalnızlık “arzulanan sosyal yaşam ile gerçekleşen sosyal yaşam arasındaki olumsuz duygular” şeklinde tanımlanmaktadır (Svendsen, 2018). Ayrıca “bireyin var olan sosyal ilişkisi ile arzuladığı sosyal ilişkisi arasındaki tutarsızlık sonucunda oluşan ve hoş olmayan öznel psikolojik bir durum” şeklinde tanımlandığı da görülmektedir (Özçelik vd., 2015). Birey psikolojik durumunun getirdiği koşullar çerçevesinde yemek yeme davranışına uzaklaşma/yakınlaşma durumu sergilemektedir. Beslenme davranışlarında, insanlar duygularından çok fazla etkilenirler: yemek seçimleri, miktarı ve yemek sıklığı tümüyle fizyolojik ihtiyaçları ile ilintili olmayan birçok değişkene bağlıdır (Canetti vd., 2002; 157).

Yemek yemenin temel karakteristik özelliğinden biri de birlikte yemek yemektir. Birlikte yemek yeme deneyiminin paylaşımı, kişilerle ilişkilene eylemdir. Bir arada yemek yemenin temel düzeyi çekirdek aile olarak yemek yemektir. Orta sınıfın gelişmesiyle birlikte günümüzde aile yemeklerinin yerini yalnız yemek yeme davranışı almıştır (Mestag ve Glorieux, 2009).

Kahvaltı Fransızcadan disdejeuner (açlığın kesilmesi) yola çıkılarak petit dejeneur küçük öğle yemeği olarak geçerken, 15. Yüzyıldan itibaren breakfast olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kahvaltının günün en önemli öğünü olduğuna yönelik çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Liu 2013). Günlük alınması gereken enerji 2000-3000 kalori olduğunda kahvaltıda alınması gereken miktar 400-600 kalori kadardır (Önay, 2011, 96). Geleneksel saatlerde yaşayan ve çalışan pek çok kişi günde üç ana öğünü tüketir:

Kahvaltı uyandıktan hemen sonra ve işten önce, iş saatinin ortasında öğle yemeği ve iş bitiminden kısa bir süre sonra ve boş zamanlarında akşam yemeği tüketilmektedir (Waterhouse vd. 2003). Kişilerin medeni durumu, sahip olduğu kültür, eğitim ve meslekleri kahvaltı davranışlarında etkili olmaktadır. Bunun yanında iklim/sıcaklıklar, tat tercihleri, sağlık durumları, ekonomi ve besinlere ulaşım imkânı da bu davranışı etkilemektedir. Cinsiyet, coğrafi konum ve yaş ise değerlendirmelerde kullanılan önemli kategorilerin içinde yer almaktadır (Frank, 2009). Yaş gruplarının kahvaltı davranışları, kahvaltı ve günlük enerji ihtiyacı, kahvaltı ve sosyal davranış, çocuklarda kahvaltı ve zekâ gelişimi gibi konuları içermektedir (Cooper vd., 2011). Danışma ve Gündüz (2018) yaptığı çalışmada insanların genelde evde kahvaltı yapmayı tercih ettikleri ve kahvaltının yavaş şekilde tüketilmesi gerekliliğini ortaya koymuşlardır. Mestag (2005) yaptığı çalışmada bireylerin özellikle hafta içlerinde yalnız kahvaltı yapmayı tercih ederken hafta sonlarında diğer insanlarla birlikte kahvaltı yapmayı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Genel olarak Türkiye'deki istatistikler de hane halkı, akşam yemeğinden sonra en fazla kahvaltıda bir araya geldiğini göstermektedir. Aile fertlerinin hafta içinde sabah kahvaltısında bir araya gelme oranı %43,4 iken bu oran hafta sonu %72,3 olarak gerçekleşmiştir (TUİK 2016).

II.Yöntem

Bu çalışmada, bireylerin yalnızlık düzeyleri ile kahvaltı mekân tercihlerini arasındaki ilişkileri çoklu uyum analizi ile ortaya koymayı amaçlanmıştır. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi kullanılarak 280 adet anket akademik personele e-posta ile dağıtılmıştır. 265 geri dönen anket içinden eksik ve hatalı doldurulan 32 anket çalışma kapsamı dışında tutulmuş, 233 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırmada demografik ve tanımlayıcı verilerin analizinde SPSS.21 kullanılarak analiz edilmiştir. Dışarıda kahvaltı mekân tercihleri ve bu tercihleri etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi kullanılarak ortaya çıkartılmıştır.

Uyum analizi (correspondence analysis), kategorik verilerin sıra ve sütunlarının birlikte değişimlerini, daha az boyutlu bir uzayda grafiksel olarak göstermeyi amaçlayan çok değişkenli analiz yöntemidir (Özdamar, 2004). Bu teknikle hem değişkenler arasında hem de değişkenlerin seviyeleri arasında mevcut olan ilişkilerin daha ayrıntılı bir biçimde ortaya çıkartılabilmesi ve elde edilen sonuçların görsel olarak sunulabilmesi mümkün olmaktadır. Araştırmada, kahvaltı mekân tercihleri yalnız düzeyleri, yaş, cinsiyet ve kahvaltı yapma sıklıkları arasındaki ilişkiler incelenmesi için çoklu uyum analiz tekniği kullanılmıştır.

Katılımcıların yalnız düzeylerini belirlemek için UCLA-Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. UCLA-Yalnızlık Ölçeği kişinin algıladığı yalnızlık düzeyini belirlemek amacıyla geliştirilen 20 maddelik bir ölçektir. Ölçek ilk kez Russell, Peplau ve Ferguson (1978) tarafından geliştirilmiş, Russell, Peplau ve Cutrona (1980) tarafından revize edilmiştir. Ölçek 10 olumlu ve 10 olumsuz ifadeden oluşmaktadır. 1., 4., 5., 6., 8., 10., 15., 16. ve 20. sorulardan kişi tersi puan alır. Diğer sorular normal puanlandırılır. Olumsuz ifadeler kişilerin sosyal ilişkilerine bağlı olarak yaşadığı doyumsuzluğu ve aidiyet duyulamama durumunu yansıtırken, 10 olumlu cümle de sosyal etkileşim ve

ilişkilerden elde edilen doyum düzeyini yansıtmaktadır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 80, en düşük puan ise 20'dir. Ölçekten alınan yüksek puanlar, yalnızlığın daha yoğun, düşük puanlar ise daha az algıladığını göstermektedir (Russell, Peplau ve Cutrona, 1980).

III. Bulgular

Bireylerin yalnızlık düzeyleri ile kahvaltı mekân tercihlerinin değerlendirildiği bu çalışmada katılımcıların cinsiyet ve yaş gruplarına ilişkin demografik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (n=233)

Değişkenler		n	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	133	57,1
	Erkek	100	42,9
Yaş	18-25	21	9
	26-35	96	41,2
	36-45	80	34,3
	46-55	31	13,3
	56 ve üstü	5	2,1

Tablo 1'de görülebileceği gibi; araştırmaya katılanların %57,1'i kadın, %42,9'u ise erkektir. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde; %9'u 18-25 yaş grubunda, %41,2'si 26-35 yaş grubunda, %34,3'ü 36-45 yaş grubunda, %13,3'ü 46-55 yaş grubunda ve %2,5'i ise 56 ve üstü yaş grubunda yer almaktadır.

Tablo 2'de katılımcıların kahvaltı yapma mekânı tercih ve alışkanlık sıkları yer almaktadır. Katılımcıların %64,4'ü her gün, %20,9'si haftada iki üç kez ve %15,5'i sadece hafta sonları kahvaltı yaptıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar kahvaltı yapmak için mekân olarak en çok kahvaltı salonları ve restoranları tercih ederken, fast food restoranları ve kafeleri kahvaltı yapma mekânı olarak çok tercih etmemektedirler. Katılımcılar genelde aileleriyle kahvaltı yapmayı tercih etmektedirler.

Tablo 2. Katılımcıların Dışarıda Kahvaltı Yapma Mekân Tercihleri ve Alışkanlıkları (n=233)

		n	Yüzde (%)
Kahvaltı Yapma Sıklığı	Her gün	150	64,4
	Haftada 2 ya da 3 kez	47	20,1

	Hafta sonları	36	15,5	
Kahvaltı Mekân Tercihleri	Kantin	Hiçbir zaman	84	36,1
		Nadiren	103	44,2
		Bazen	42	18
		Her zaman	4	1,7
	Fast Food Restoranları	Hiçbir zaman	188	80,7
		Nadiren	41	17,6
		Bazen	3	1,3
		Her zaman	1	0,4
	Kahvaltı Salonları ve Restoranlar	Hiçbir zaman	-	-
		Nadiren	9	3,9
		Bazen	104	44,6
		Her zaman	120	51,5
	Simitçiler, Börekçiler ve Pastaneler	Hiçbir zaman	78	33,5
		Nadiren	137	58,8
		Bazen	17	7,3
		Her zaman	1	0,4
	Kafeler	Hiçbir zaman	106	45,5
		Nadiren	117	50,2
		Bazen	10	4,3
		Her zaman	-	-
Kahvaltı Yapılan Kişi ya da Grup Tercihleri	Yalnız	Hiçbir zaman	41	17,6
		Nadiren	110	47,2
		Bazen	63	27
		Her zaman	19	8,2

	Aile	Hiçbir zaman	23	9,9
		Nadiren	106	45,5
		Bazen	72	30,9
		Her zaman	32	13,7
	Arkadaşlar	Hiçbir zaman	46	19,7
		Nadiren	152	65,2
		Bazen	33	24,2
		Her zaman	2	0,9

Araştırmaya katılan kişilerin UCLA-LS Yalnızlık Ölçeğinden aldıkları puanlar Tablo 3’de görülmektedir. Ölçekten az 20 en fazla 80 puan alabilmektedir. Yalnızlık puanı arttıkça yalnızlık düzeyi de artmaktadır. Katılımcıların %24,5’i 20-39, %66,1’i 40-59, ve %9,4’ü de 60-80 aralığında puanlar almışlardır. Alınan puanlar incelendiğinde, katılımcılar kendilerini %66,1’i orta düzeyde yalnız hissettikleri ortaya çıkmıştır.

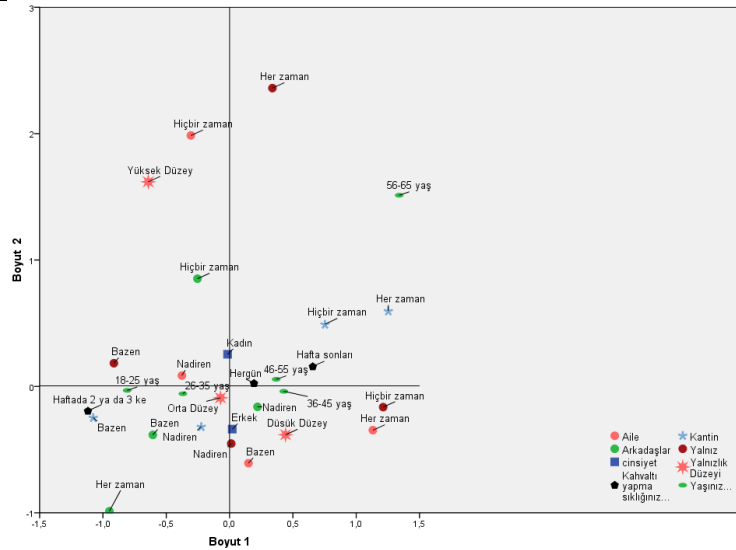
Tablo 3. Katılımcıların Yalnızlık Düzeyleri

Yalnızlık Toplam Puanı	Sayı	Yüzde (%)
20-39	57	24,5
40-59	154	66,1
60-80	22	9,4

Katılımcıların dışarıda kahvaltı yapmak için okul ya da işyeri kantin tercih sıklıkları ile katılımcıların hissettikleri yalnızlık düzeyleri, cinsiyet, yaş grupları ve kahvaltı yapılan kişi ya da grup tercihleri ve kahvaltı yapma sıklıkları arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Tablo 4’te çoklu uyum analizi sonucu elde edilen boyutlarla açıklanan inertia değerleri yer almaktadır. Analizin ayırma ölçüleri incelendiğinde katılımcının hissettiği yalnızlık düzeyi, cinsiyet, arkadaşlar, aile 2. boyutta ve yaş, kahvaltı yapma sıklığı ve kahvaltı mekânı olarak okul ya da işyeri kantinleri tercih etme 1. boyutta yüksek ayırma ölçüsüne sahiptir. Yalnız kahvaltı yapma tercih değişkeni ise her iki boyutta yaklaşık olarak aynı ayırma ölçüsüne sahiptir. 1. boyut %24,81, 2. boyut %23,29 ve toplamda %48,1 açıklayıcılığa sahiptir.

Tablo 4. Kantinler ve Diğer Değişkenler

Boyutlar	Hesaplanan Varyanslar		
	Toplam Özdeğer	Inertia	% Varyans
1	1,98	0,24	24,81
2	1,86	0,23	23,29

**Grafik 1.** Kantinler İçin Çoklu Uyum Analizi Grafiği

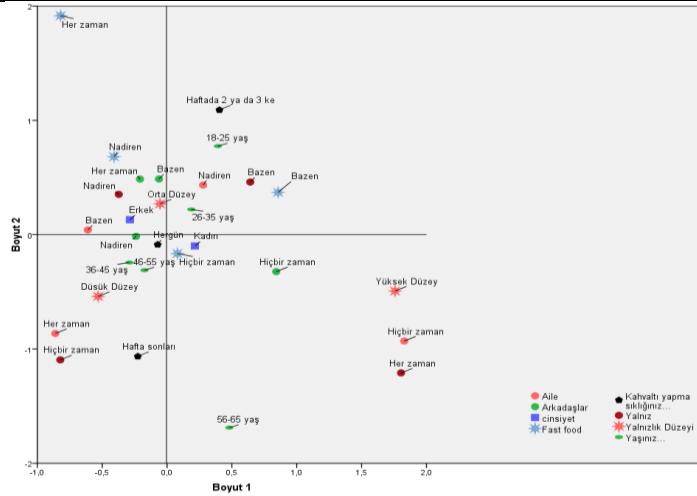
Grafik 1'de kahvaltı mekân olarak okul ya da işyeri kantin tercih sıklıkları ile katılımcıların hissettikleri yalnızlık düzeyleri, cinsiyet, yaş grupları, kahvaltı yapma sıklıkları ve kahvaltı yapılan kişi ya da grup tercihleri arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Bu analize göre;

Yüksek düzey yalnızlık seviyesinde olan bireyler, genel olarak kantinleri tercih etmemektedirler. Yüksek seviye yalnızlık düzeyine sahip insanlar aileleri ile nadir ya da hiçbir zaman kahvaltı yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında orta seviye yalnızlık düzeyine sahip insanların bazen kantinleri tercih ettikleri görülmektedir. Orta düzey yalnızlığa sahip olan insanlar haftada 2 ya da 3 defa kahvaltı yaptıklarını ifade etmişlerdir. Düşük seviye yalnızlık düzeyine sahip insanlar ise hiçbir zaman yalnız kahvaltı yapmadıkları ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların dışarıda kahvaltı yapmak için fast food restoran tercih sıklıkları ile katılımcıların hissettikleri yalnızlık düzeyleri, cinsiyet, yaş grupları ve kahvaltı yapılan kişi ya da grup tercihleri ve kahvaltı yapma sıklıkları arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Fast food restoranları için yapılan çoklu uyum analizinin ayırma ölçüleri incelendiğinde 1. boyutta kahvaltı yapma sıklıkları, yaş fast food restoranları ve 2. boyutta ise yalnızlık düzeyi, aile, arkadaşlar ve cinsiyet değişkenleri yüksek ayırma ölçüsüne sahiptir. Yalnız kahvaltı yapma tercih değişkeni ise her iki boyutta yaklaşık olarak aynı ayırma ölçüsüne sahiptir. Tablo 5’de 1. boyut %23,79, 2. boyut %20,51 ve toplamda %44,3 açıklayıcılığa sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Fast Food Restoranları ve Diğer Değişkenler

Boyutlar	Hesaplanan Varyanslar		
	Toplam Özdeğer	Inertia	% Varyans
1	1,90	0,23	23,79
2	1,64	0,20	20,51



Grafik 2. Fast Food Restoranları İçin Çoklu Uyum Analizi Grafiği

Grafik 2’de görüldüğü gibi; kahvaltı mekânı olarak fast food restoranlarını tercih edenlerin daha çok, genç (18-25 ve 26-35 yaş grupları) ve orta düzeyde kahvaltı alışkanlıklarına sahip bireylerden oluştuğu söylenebilir. Ancak 36 yaş ve üzeri, sürekli kahvaltı yapma alışkanlığı olan bireylerin bu mekanları tercih etmedikleri belirlenmiştir.

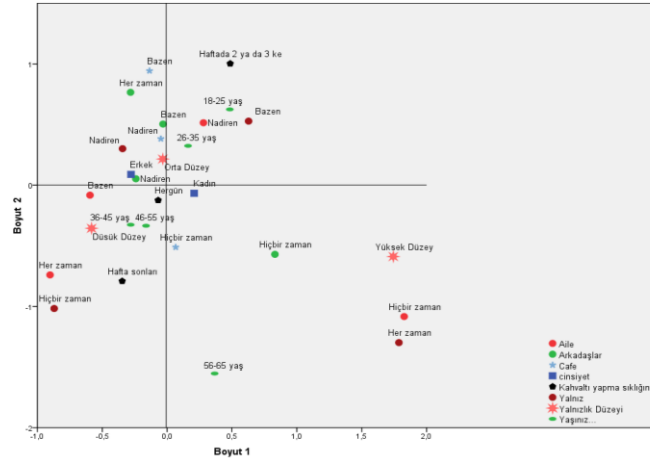
Yine düşük düzeyde yalnızlık duygusuna sahip olan hafta sonları kahvaltılarını her zaman aileleriyle kahvaltı eden katılımcılarda bu restoranlara gitmemektedirler.

Katılımcıların dışarıda kahvaltı yapmak için kafeler ve kahve evleri gibi ikinci dalga ve üçüncü nesil yerel ve zincir kafeleri tercih sıklıkları ile katılımcıların hissettikleri yalnızlık düzeyleri, cinsiyet, yaş grupları ve kahvaltı yapılan kişi ya da grup tercihleri ve kahvaltı yapma sıklıkları arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Kafeler için yapılan çoklu uyum analizinin ayırma ölçüleri incelendiğinde 2. boyutta kahvaltı yapma sıklıkları, yaş, kafeler ve 1. boyutta ise yalnızlık düzeyi, aile, arkadaşlar ve cinsiyet değişkenleri yüksek ayırma ölçüsüne sahiptir. Yalnız kahvaltı yapma tercih değişkeni ise her iki boyutta yaklaşık olarak aynı ayırma ölçüsüne sahiptir. Tablo 6'da 1. boyut %23,56, 2. boyut %21,07 ve toplamda %44,63 açıklayıcılığa sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Kafeler ve Diğer Değişkenler

Boyutlar	Hesaplanan Varyanslar		
	Toplam Özdeğer	Inertia	% Varyans
1	1,88	0,23	23,56
2	1,68	0,21	21,07

Grafik 3'te görüldüğü gibi; Yüksek düzeyde yalnızlık duygusuna sahip olan yalnız kahvaltı yapan katılımcılar kafeleri kahvaltı yapmak için hiçbir zaman tercih etmedikleri belirlenmiştir. Buraların özellikle sosyal etkileşime açık mekanlar olması bu sonucu bir nedeni olarak yorumlanabilir. Ayrıca ailesi ile özellikle hafta sonları kahvaltı yapma alışkanlığı olan ve her zaman ailesi ile kahvaltı yapan 36 ve daha yukarı yaştaki tüketicilerin de bu mekanları tercih etmedikleri tespit edilmiştir.



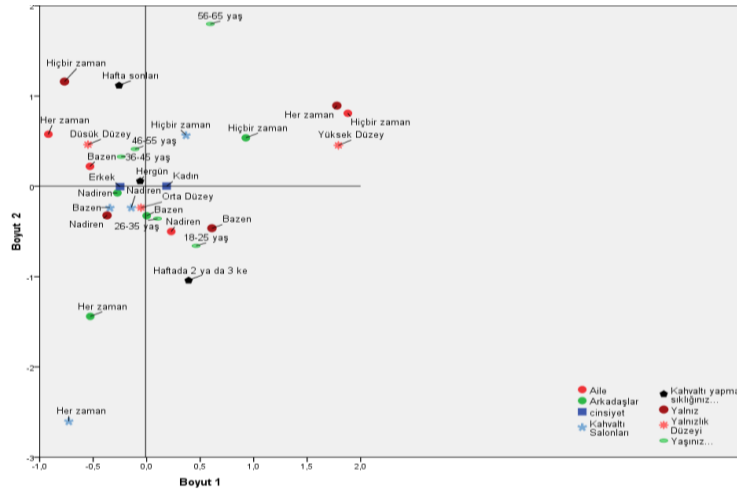
Grafik 3. Kafeler İçin Çoklu Uyum Analizi Grafiği

Dışarıda kahvaltı yapmak için kahvaltı salonları ve restoranlarda kahvaltı tercih sıklıkları ile katılımcıların hissettikleri yalnızlık düzeyleri, cinsiyet, yaş grupları ve kahvaltı yapılan kişi ya da grup tercihleri ve kahvaltı yapma sıklıkları arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Kahvaltı salonları ve restoranlar için yapılan çoklu uyum analizinin ayırma ölçüleri incelendiğinde 1. boyutta yalnızlık düzeyi, aile, arkadaşlar ve cinsiyet ve 2. boyutta ise kahvaltı yapma sıklıkları, yaş, kafeler değişkenleri yüksek ayırma ölçüsüne sahiptir. Yalnız kahvaltı yapma tercih değişkeni ise her iki boyutta yaklaşık olarak aynı ayırma ölçüsüne sahiptir. Tablo 7’de görüldüğü gibi 1. boyut %23,56, 2. boyut %20,63 ve toplamda %44,19 açıklayıcılığa sahiptir.

Tablo 7. Kahvaltı Salonları, Restoranlar ve Diğer Değişkenler

Boyutlar	Hesaplanan Varyanslar		
	Toplam Özdeğer	Inertia	% Varyans
1	1,90	0,23	23,84
2	1,65	0,20	20,63

Kahvaltı salonlarını tercih eden bireyler dikkate alındığında (Grafik 4) bunların orta düzeyde yalnızlık hisseden ancak nadiren aileleri ve arkadaşları ile giden tüketiciler oldukları belirlenmiştir. Ancak yüksek yalnızlık hisseden ve yalnız kahvaltı yapma alışkanlığına sahip bireylerin bu tüketim alanlarını kullanmadıkları belirlenmiştir.

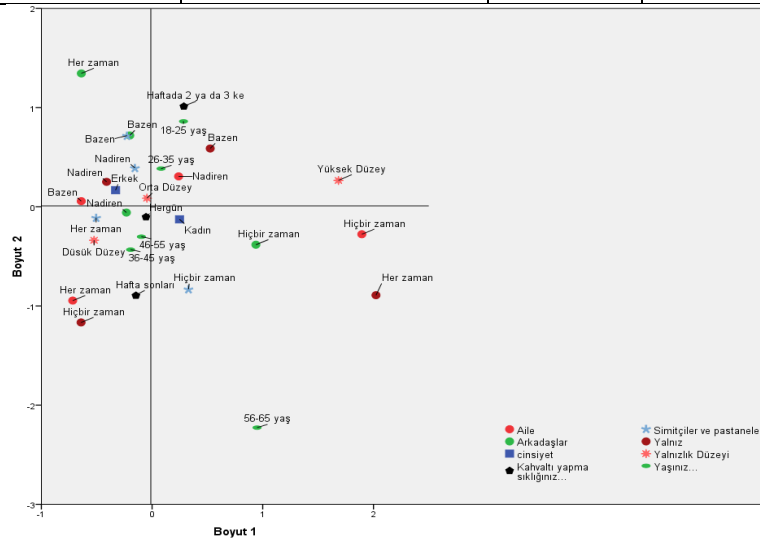


Grafik 4. Kahvaltı Salonları ve Restoranlar İçin Çoklu Uyum Analizi Grafiği

Dışarıda kahvaltı yapmak için simitçiler, börekçiler ve pastanelerde kahvaltı tercih sıklıkları ile katılımcıların hissettikleri yalnızlık düzeyleri, cinsiyet, yaş grupları ve kahvaltı yapılan kişi ya da grup tercihleri ve kahvaltı yapma sıklıkları arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Simitçiler, börekçiler ve pastaneler için yapılan çoklu uyum analizinin ayırma ölçüleri incelendiğinde 2. boyutta kahvaltı yapma sıklıkları, yaş, simitçiler, börekçiler ve pastanelerde ve 1. boyutta ise yalnızlık düzeyi, aile, arkadaşlar ve cinsiyet değişkenleri yüksek ayırma ölçüsüne sahiptir. Yalnız kahvaltı yapma tercih değişkeni ise her iki boyutta yaklaşık olarak aynı ayırma ölçüsüne sahiptir. Tablo 8'de 1. boyut %23,56, 2. boyut %22,36 ve toplamda %45,92 açıklayıcılığa sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Simitçiler, Börekçiler ve Pastaneler ve Diğer Değişkenler

Boyutlar	Hesaplanan Varyanslar		
	Toplam Özdeğer	Inertia	% Varyans
1	1,89	0,23	23,68
2	1,78	0,22	22,36



Grafik 5. Kahvaltı Salonları ve Restoranlar İçin Çoklu Uyum Analizi Grafiği

Grafik 5'te görüldüğü gibi; kahvaltı mekânı olarak her zaman simitçi, börekçi ve pastaneleri tercih eden bireylerin ise 46-55 yaş grubunda ve düşük düzeyde yalnızlık duygusuna sahip bireyler oldukları saptanmıştır. Bu bireyler genel olarak bu mekanlara

yalnız gittikleri nadiren de aile ve arkadaşları ile birlikte bu mekanlarda kahvaltı yaptıkları saptanmıştır. Ancak diğer gruplara göre daha genç olan (18-25 yaş) ve ortalama kahvaltı alışkanlığına sahip tüketicilerin arkadaşları ile birlikte kahvaltı yaptıkları belirlenmiştir. Hafta sonu aileleri ile kahvaltı yapma alışkanlığına sahip tüketicilerin ise bu mekanları tercih etmedikleri görülmektedir. Son olarak, yalnızlık düzeyi yüksek olan bireylerin bu mekanları tercih etmedikleri saptanmıştır.

IV.Sonuç

Yemek yeme sosyal bir özellik taşırken günümüzde insanların yoğun çalışması ve en önemlisi toplumdan kendilerini soyutlayarak birey olarak yalnızlaşması tekil tüketimi yani solo yemek yemeyi desteklemektedir. Bu davranış örüntüsü dışarıda yemek yeme eylemi içinde geçerli hale gelmiştir. İnsanlar daha fazla yalnız yemek yeme davranışı sergilerken; dışarıda yemek yeme olgusunun nedenlerinden biri olan sosyalleşme istediğine de aykırı davranmaktadırlar. Bireylerin yalnızlık düzeyleri ile kahvaltı mekân tercihlerini arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Uyum analizi sonucunda çalışmada öncelikle yüksek yalnızlık düzeyine sahip bireylerin kafeler, fast food restoranları, börekçiler, simitçiler gibi diğer insanlar ile etkileşim düzeyi yüksek mekanlarda kahvaltı yapmayı tercih etmedikleri belirlenmiştir. Bu çalışma ile ayrıca literatürde yalnızlık seviyelerinin sosyal davranışlar üzerine etkileri incelendiğinde insanların yalnızlık düzeyi ile sosyal anlamda önemli bir araç olan kahvaltıyı yapma tercihleri arasında doğru orantının olduğu görülmektedir. Yalnızlık seviyeleri yüksek insanların kahvaltıyı yalnız yapmayı tercih ettikleri, düşük düzeyde olan insanların kahvaltıyı genellikle aileleri ve arkadaşları ile birlikte yapmayı tercih ettikleri görülmüştür.

Bu çalışmada yalnızlık seviyelerine göre bireylerin yemek yeme davranışlarını incelemek amacıyla kahvaltı öğünü ve kahvaltı mekânları tercih edilmiştir. Özellikle müşteri yapısının tanımlanması açısından önemli bir özelliğe sahip olduğu düşünülmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda yalnızlık seviyeleri ile diğer öğünler arasındaki ilişki incelenebilir. Bu incelemeler sonucunda solo yemek yeme davranışının hangi özellikler taşıdığı da ortaya çıkartılabilir.

Kaynaklar

- Akarçay, E. ve Suğur, N. (2015). Dışarıda Yemek: Eskişehir’de Yeni Orta Sınıfın Fast-Food Yeme-İçme Örüntüleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 8(1)
- Beardsworth, A. ve Keil, T (2011). *Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet Yemek Sosyolojisi*. Phoenix Yayınevi

- Bekar, A. ve Gümüş Dönmez, F. (2016). Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenlerine İlişkin Bir Değerlendirme. *Social Sciences (NWSASOS)*, 11(1), 1-15
<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.1.3C0134>
- Cho, W., Takeda, W., Oh, Y., Aiba, N. ve Lee, Y. (2015). Perceptions and Practices of Commensality and Solo-Eating Among Korean and Japanese University Students: A Cross-Cultural Analysis. *Nutrition Research and Practice*; 9(5): 523-529; doi:10.4162/nrp.2015.9.5.523
- Cooper, S. B., Bandelow, S. ve Nevill, M. E. (2011). Breakfast Consumption and Cognitive Function in Adolescent Schoolchildren. *Physiology & Behavior*, 103, 431–439
- Danesi, G. (2012). Pleasures And Stress Of Eating Alone And Eating Together Among French And German Young Adults, *The Journal of Eating and Hospitality Research*, (1), 77-91
- Danışman A. Ş. ve Gündüz, Ş. (2018). X ve Y Kuşaklarının Dışarıdan Kahvaltı Satın Alma Davranış Farklılıkları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı), 707-728
- De Jong Gierveld J. (1998). A Review Of Loneliness: Concept And Definitions, Determinants And Consequences, *Reviews in Clinical Gerontology*, 8, 73–80
- Ertürk, M. (2018). Tüketicilerin Dışarıda Yemek Yeme Nedenleri, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(3), 1203-1224
- Frank, G. C. (2009). Breakfast: What Does It Mean? *American Journal of Lifestyle Medicine*; 3(2) 160-163
- Her, E. ve Seo, S. (2018). Why Not Eat Alone? The Effect Of Other Consumers On Solo Dining Intentions And The Mechanism. *International Journal of Hospitality Management* 70 16–24 Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.019>
- Kahraman, S., Zincir, H., Kaya, Z. ve Esen, F. (2011). Bir Huzurevinde Yaşlı Kadın ve Erkeğin Ayrı Yaşamalarının Onların Yalnızlık Ve Yaşam Doyumuna Etkisi, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*; 14(2), 2-16

- Liu, J. Hwang W. Dickerman, B., Compher, C (2013). Regular Breakfast Consumption Is Associated With Increased IQ in Kindergarten Children, *Early Human Development*. 89(4), 257-262
- Mestdag, I. (2005). Disappearance of The Traditional Meal: Temporal, Social And Spatial Deconstruction, *Appetite*; 45, 62–74
- Mestdag, I., I. Glorieux (2009): Change And Stability In Commensality Patterns: A Comparative Analysis Of Belgian Time-Use Data From 1966, 1999 And 2004. *The Sociological Review*, 57(4), 703-726
- Nişancı, Z. N., Özdoğan, Y. ve Bölüktepe, E. F. (2018). Dışarıda Yemek Yeme Davranışının Nedenlerini Belirlemeye Yönelik İzmir İlinde Bir Araştırma. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*; 1(1), 60-71,
- Önay D. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Kahvaltı Alışkanlıklarının Değerlendirmesi: Akşehir Sağlık Yüksekokulu Örneği, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 95-106
- Özçelik, Yazıcılar, İ. İmamoğlu, O., Çekin, R. ve Başpınar, Gölünük, S. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri Üzerine Sporun Etkisi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 6(1).
- Özdemir B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232
- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, C. E. (1980). The Revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and Discriminant Validity Evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 472–480. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.3.472>
- Russell D, Peplau LA, Ferguson ML. (1978). Developing A Measure Of Loneliness. *Journal of Personality Assessment*. June 42(3):290-4. DOI: 10.1207/s15327752jpa4203_11
- Shin, J., Hwang, Y. ve Mattila, A.S. (2018). Solo Consumers Self-Esteem And Incidental Similarity. *Journal of Services Marketing*; 32(6), 767–776

Stein, J. Y. ve Tuval-Mashiach, R. (2015). The Social Construction of Loneliness: An Integrative Conceptualization, *Journal of Constructivist Psychology*, 28(3), 210-227, DOI: 10.1080/10720537.2014.911129

Svendsen L. (2018). *Yalnızlığın Felsefesi*. Redingot Yayınevi

Waterhouse, J. Buckley, P., Edwards, B. ve Reilly, T. (2003). Measurement of, and Some Reasons For, Differences in Eating Habits Between Night and Day Workers, *Chronobiology International*, 20 (6), 1075-1092, DOI: 10.1081/CBI-120025536

Yaşar, R.M. (2007). Yalnızlık. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 237-260