



## Mobilizing preconsciousness social messages: A mixed research on teaching staff<sup>1</sup>

## Bilinç öncesi sosyal mesajların harekete geçirilmesi: Öğretim elemanları üzerine karma araştırma

Süreyya Karsu<sup>2</sup>  
Meftune Özbakır Umut<sup>3</sup>  
Meltem Nurtanış Velioglu<sup>4</sup>  
Sertaç Çıfci<sup>5</sup>  
Yusuf Volkan Topuz<sup>6</sup>  
Dilşad Çoknaz<sup>7</sup>

### Abstract

The purpose of the study is to reveal whether the preconscious messages which are given as social messages to teaching staff, will cause any change in their physical activity habits. And to suggest social marketing strategies which are required to be developed in that direction.

The mixed research method and triangulation model were both used in the study. The teaching staff of AİBÜ Gölköy Campus were the main mass and the study was conducted around 15th January 2015- 25th May 2015. Convenience sampling method was utilized from non-random sampling methods.

According to findings of mix research, “both experimental and control groups had awareness on physical activity and they were both affected to valuate themselves on physical activity levels”

### Özet

Çalışmanın amacı, öğretim elemanlarına sosyal mesaj olarak verilen bilinç öncesi mesajların fiziksel aktivite alışkanlıkları üzerinde değişim yaratıp yaratmayacağını ortaya koymak, bu yönde gerekli sosyal pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde önerilerde bulunmaktır. Araştırmada, karma araştırma yöntemi ve çeşitleme modelinden yararlanılmıştır. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma AİBÜ Gölköy Yerleşkesi'nde 15 Ocak 2015-25 Mayıs 2015 tarihlerinde yürütülmüştür. Uygulanan karma araştırma yöntemi sonucunda hem deney, hem kontrol grubu için fiziksel aktivite konusunda farkındalık ve katılımcıların kendilerini fiziksel aktivite düzeyleri konusunda değerlendirmeleri

1Bu çalışmanın genişletilmiş özet formu 20. Ulusal Pazarlama Kongresinde sunulmuştur.Bilinçöncesi sosyal mesajların görselleştirilmesinde teknik desteğinden ötürü AİBÜ SBE İşletme Yüksel Lisans öğrencisi Yiğit Ersoy'a teşekkür ederiz.

<sup>2</sup>Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal University, FEAS, Department of Business Administration, [karsu\\_s@ibu.edu.tr](mailto:karsu_s@ibu.edu.tr)

<sup>3</sup>Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal University, FEAS, Department of Business Administration, [ozbakir\\_m@ibu.edu.tr](mailto:ozbakir_m@ibu.edu.tr)

<sup>4</sup>Prof. Dr., Abant İzzet Baysal University, FEAS, Department of Business Administration, [velioglu\\_m@ibu.edu.tr](mailto:velioglu_m@ibu.edu.tr)

<sup>5</sup>Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal University, FEAS, Department of Business Administration, [sertac@ibu.edu.tr](mailto:sertac@ibu.edu.tr)

<sup>6</sup>Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal University, FEAS, Department of Business Administration, [topuz\\_v@ibu.edu.tr](mailto:topuz_v@ibu.edu.tr)

<sup>7</sup>Doç. Dr., Abant İzzet Baysal University, School of Physical Education & Sport Department of Sport Management, [coknaz\\_d@ibu.edu.tr](mailto:coknaz_d@ibu.edu.tr)

were concluded. Beside these, another major conclusion was; the preconscious messages which are given to affect control groups' physical activity habits had negative impact on control group.

açısından etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Önemli bir diğer sonuç da bilinç öncesi mesajların fiziksel aktivite alışkanlığını etkileme boyutunda deney grubu üzerinde negatif etki yarattığıdır.

**Keywords:** Preconscious; Social Messages; Physical Activity; Sedentary; Mix Research.

**Anahtar Kelimer:** Bilinç Öncesi; Sosyal Mesaj; Fiziksel Aktivite; Hareketsizlik; Karma Araştırma Yöntemi.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

## 1. Giriş

Sanayileşme ve teknolojik gelişmişlik, fiziksel olarak yapılan birçok günlük işin birtakım araç gereçlerle yapılmasını sağlamış; endüstrinin makineleşmesi, evlerde iş kolaylaştırma aletlerinin çoğalması, ulaşım kolaylıkları, araba kullanımının ve televizyon izlemenin ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşması, fiziksel aktiviteyi kısıtlamış, enerji harcanmasının azalmasına yol açmıştır (Baysal, 1988, s.56; Çolakoglu, 2003, s.276).

Sanayileşme ve modern yaşam tarzının neden olduğu otomasyon ve mekanizasyon, insan yaşantısında büyük yer tutmakta; her gün insanlığın rahatlığı için yeni bir alet geliştirilmekte ve bu aletler günlük yaşantının parçası haline dönüşmektedir. Gerek genel üretimde, gerek ise günlük yaşantıda insan her dakika daha az aktif olmaktadır. Günümüzde bu az hareket, hareket azlığı hastalıkları (hypokinetic disease) adı verilen yeni hastalık grubunun doğmasına neden olmuştur (Karacan ve Günay, 2003, s.259). İnsan vücudu doğuştan gelen özelliklerinden dolayı sürekli hareket etmek ihtiyacındadır. İçinde bulunduğumuz yüzyıla gelinceye kadar bu yapının gereği olarak insanlar sürekli hareket halinde olmuş, pek çok işi yerine getirmek için kas gücünü kullanmak zorunda kalmıştır. Ancak 19. yüzyılın sonlarıyla, 20. yüzyılın başlarında mekanik ve elektrik enerji sistemlerinin çok kısa zamanda büyük gelişme göstermesi, endüstri döneminin başlamasıyla birlikte hareket gereksinimi giderek azaltmaya başlamıştır. 100 yıl önce tüm dünyadaki enerji ihtiyacının yüzde 90'ı insan tarafından karşılanırken, günümüzde bu oran yüzde 1'den aşağıya düşmüş, uygarlığın getirdiği kolaylıklar ve sağladığı olanaklar sayesinde insanlar her geçen gün, daha az hareket eder duruma gelmiştir. Geniş kitleler gün boyu oturarak çalışmakta, geri kalan zamanda ise çoğunlukla saatlerce televizyon seyretmekte ve bu arada sürekli bir şeyler yeme alışkanlığı kazanmaktadır. Organizmanın yapısına uygun olmayan bu durum, bilinen tüm olumsuz etkilere karşın giderek yaygınlaşmaktadır. Çok kısa mesafelere dahi yürüyerek veya bisikletle gitme alışkanlığının yerini son derece rahat ve konforlu arabalar almış, TV seyredirken düğmesine açıp kapama zahmetine dahi katlanmamak için uzaktan kontrol cihazları hizmete sunulmuştur. Bu durumun ve içinde bulunduğumuz koşulların kaçınılmaz sonucu olarak, hareket azlığına bağlı sağlık sorunları belirlemeye başlamış ve hareketsizlik insanı tehdit eden, yaşamı riske atan etken durumuna gelmiştir (Zorba ve Kuter, 2006, <http://www.sporbilim.com/sayfa.asp?mdl=haber&param=125,20.02.2015>).

Günümüzde sık görülen hareketsiz (sedanter) yaşam tarzı, sağlık üzerine olumsuz etkileri nedeniyle önemli bir halk sağlığı problemidir (Thompson, 2014, s.7; Kaplan ve Akkaya, 2014, s.95). Hareketsiz yaşam tarzı; çağın hastalığı olarak nitelendirilen obezite ve kardiyovasküler hastalıklar başta olmak üzere özellikle orta yaş ve üzeri dönemlerde yüksek tansiyon, kassal zayıflık, postürel bozukluk, diabetes ve koroner arter risk faktörlerinin artması, göğüs kafesi esnekliği ve solunum

kapasitesinde kayıplar, karın kaslarının zayıflaması ile sindirim ve boşaltım güçlükleri, duruş bozukluğu, tüm kaslarda kuvvet, esneklik, dayanıklılık gibi temel motorik özelliklerde işlev kaybı ve kolay sakatlanma, kemik minarel yoğunluğunda kayıplar, eklem kireçlenmesi ve işlev kaybı, kan şekeri ve kan lipit düzeylerinin artması gibi olumsuzluklara sebep olmaktadır (Cox, vd., 2001, s.1733; Zorba ve Kuter, 2006, <http://www.sporbilim.com/sayfa.asp?mdl=haber&param=125>, 20.02.2015; T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Kurumu, 2013, s.12).

Sağlığımızı olumsuzlaştıran bu durumları ortadan kaldırmak, bedenimizi sağlıklı ve dinç tutabilmek için fiziksel aktivite yapma ihtiyacımız zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Arcury, vd., 2006,s.164). İnsanların gün geçtikçe sedanter yaşama yönelmesi ve fiziksel aktivite için yeterli zaman ayıramaması “insanların hayatında fiziksel aktiviteyi artırabilmek için farklı yöntemler kullanarak başarı sağlanabilir mi?” sorusunu tartışılır hale getirmektedir.

İskelet kasının ürettiği, enerji harcanmasıyla sonuçlanan bütün vücut hareketleri olarak tanımlanan fiziksel aktivite (Pate, vd., 1995,s. 403; Akyol, vd., 2008, s.8) fizyolojik, metabolik, psikolojik parametreleri iyileştirmekte, birçok kronik hastalık ve erken mortalite riskini azaltmakta, kemik, kas ve eklem sağlığını sürdürmeye yardımcı olmaktadır (Heyward, 2006,s.1-5). Fiziksel aktivite; yürüme, koşma, sıçrama, yüzme, bisiklete binme, kol-bacak, baş ve boyun hareketleri gibi temel vücut hareketlerinin tümünü ya da bir kısmını içeren çeşitli spor dalları, dans, egzersiz, oyun ile günlük yaşamın bir parçası olarak yapılan alışveriş merkezine yürüme, merdiven çıkma gibi aktiviteleri içerir (Baltacı, vd., 2008, s.9; Soyuer ve Soyuer, 2008,s.221;Bek, 2008,s.9).

Dünya Sağlık Örgütü'nün 2002 raporuna göre hareketsiz yaşam, dünya çapında yılda 1.9 milyon kişinin ölümüne neden olmaktadır. Dünya genelinde meme kanseri, kolon kanseri ve diyabet vakalarının yaklaşık olarak yüzde 10-16'sına ve kalp hastalıklarının yüzde 22'sine de hareketsiz yaşam neden olmaktadır. Bireylerin gün içerisinde fiziksel olarak aktif olabilecekleri işyeri, ulaşım (yürüme, bisiklet kullanma vb.), ev içi işler, boş zaman vakitleri olmak üzere temel dört alan vardır. Yaşla birlikte beslenmeyle ilgili sağlık sorunları oluşabilmekte, fiziksel aktivite düzeyi azalmakta ve özellikle kadınlar arasında hareketsiz yaşam daha fazla görülmektedir (Akyol, vd., 2008, s.7). Fiziksel aktivite, bireylerin sağlığının korunması ve kaliteli yaşam için gereklidir.

Türkiye'de yüzde 7'lik artışla hizmet sektörü, istihdamın en fazla arttığı sektörler arasında yer almakta ve 2013'e göre en çok işyeri açılan sektörlerin tamamını hizmet sektörünün alt sektörleri oluşturmaktadır (Tepav, 2014, s.2-3). Hizmet sektöründe devletin asli ve vazgeçilmez nitelikteki hizmetlerini gören kamu personeli çatısında büro çalışanlarının işleri gereği hareketsizlik ve/veya kısıtlı hareket koşulları, sürekli aynı pozisyonda kalma, tekrarlayan hareketler, ekranlı ve klavyeli araçlarla çalışma, el bileği ve parmaklara aşırı yüklenmeler, ortamın ısı, nem, ışık ve konfor yönünden uygunsuzluğu çeşitli multisistemik hastalıklara neden olmaktadır (Ulucan ve Zeyrek, 2012,s.16). Büro çalışanlarında, fiziksel aktivitelerin önerilmesi ve uygulanmasının sağlanması, beden sağlığı ve iş verimi açısından yararlı sonuçlar ortaya koyacaktır (Koyuncu,vd.,2003, <http://cism.odtu.edu.tr/2003-8/saglik.php,07.11.2014>). Bu da göstermektedir ki hareketsiz yaşam toplum açısından sağlık sorunlarına yol açmaktadır. Bu sorunun önüne geçmek için pek çok yöntem ve teknik geliştirilmektedir. Bunlardan bir tanesi de bilinç öncesi mesajların kullanımınıdır.

Yaşayan organizmalar, bazı uyarımların organizmayı etkileyeceği, bazılarının ise etkilemeyeceği eşik olarak bilinen olayı sergiler. Bazı kokular fark edilemeyecek, bazı ışıklar görülemeyecek kadar zayıftır. Ancak kokunun veya ışığın yoğunluğu artınca, uyarım fark edilecek noktaya gelmektedir. Bu nokta eşik noktasıdır. Eşik noktasına ulaşamayan uyarım, bilinç öncesi uyarımdır (Klass, 1958,s.147). Bilinç, insanın kendisini, çevresini ve olup biteni tanıma, algılama, kavrama, fark etme

yetişi. algı ve bilgilerin zihinde duru ve aydınlık olarak izlenme süreci ([https://www.google.com.tr/search?q=bilin%C3%A7+nedir%3F+&coq=bilin%C3%A7+nedir%3F+&gs\\_l=serp.3..35i3912j0l7j0i22i30.13847.18796.0.19100.10.10.0.0.0.132.1114.0j9.9.0....0...1c.1.64.serp..1.9.1109.eHdG3N6JRwk, 30.03.2016](https://www.google.com.tr/search?q=bilin%C3%A7+nedir%3F+&coq=bilin%C3%A7+nedir%3F+&gs_l=serp.3..35i3912j0l7j0i22i30.13847.18796.0.19100.10.10.0.0.0.132.1114.0j9.9.0....0...1c.1.64.serp..1.9.1109.eHdG3N6JRwk, 30.03.2016)) olarak ifade edilirken Jung (2009)'a göre bilinç sürekli değildir, bilinç öncesi ise değişmez, dural nitelikte ve kesiksizdir. Bilinç öncesi ise gerçekte bilinç süreçleri olmadıkları halde bu süreçler üzerinde etkisi bulunan ruhsal süreçlerdir. Bilinç öncesi, bilinç eşliğini aşamayan eksik alguların biriktirildiği bilinç dışı bir bölgedir (Hançerlioğlu, 1980:173).

Psikoloji alanında yapılan çalışmalarda, bilinç öncesi mesajların, bireylerin öğrenme güdülerini ve akademik başarıyı artırma; sigara kullanımını ve obeziteyi azaltma gibi farklı konulardaki faydaları belirlenmiştir (Weinberger, vd., 1997, s.599). 1800'lü yılların ortalarından itibaren bilinç öncesi mesajlar, bireylerin bilinç öncesi mesajlara cevap verme eşiklerini tahmin edebilme amacıyla psikologlar tarafından incelenmeye başlanmıştır. 1900'lerin başında, psikologlar; uyarıcıların, bireylerin bilişsel tepkileri üzerindeki etkisine odaklanmıştır. 1930'larda bilinç öncesi mesajların davranış üzerindeki etkisi üzerine yoğunlaşmış (Theus, 1994, s. 272) ve hedef kitleden yapılması beklenen davranışı değiştirme ve farkındalık yaratmada, hedef kitlenin istenilen davranışı göstermesi amacı ile verilen sözcük, grafik ve görüntülerden oluşan sosyal mesaj belirlemenin önemi artmıştır (Kolodinsky ve Reynolds, 2009, s.2-3; Kotler ve Lee, 2008, s.270-272). Bilinç öncesi mesajlar ve mesajların etkileri pazarlama uygulamalarına 1950'ler sonlarında konu olmaya başlamıştır. Özellikle 1957 yılında James Vicary'nin "Picnic" filmine yerleştiği bilinç öncesi mesajlarla patlamış mısır ve kola satışlarının artırıldığını ifade eden çalışmasıyla bilinç öncesi mesajlar ve bu mesajların etkileri pazarlama uygulamalarında tartışılır hale gelmiştir ki Vicary'nin çalışmasının bir tanıtım aldatmacası olduğu ve hiç yayınlanmadığı ifadelerine de rastlanmaktadır (Pratkanis, 1992, [http://www.csicop.org/si/show/cargo-cult\\_science\\_of\\_subliminal\\_persuasion/](http://www.csicop.org/si/show/cargo-cult_science_of_subliminal_persuasion/), 13.02.2015).

Araştırmacının isteği yönünde bilinç öncesi mesajların katılımcılar üzerinde etki yaratabilmesi için katılımcıların öncelikle ilgili konuya "ihtiyaç" duyması önemlidir (Karremans, vd., 2006, s.793; Veltkamp, vd., 2011, s.49-50; Verwijmeren, vd., 2013, s.1124-1125). Çalışmamızın veri toplama aşamasında örnek kitlenin "fiziksel aktivite" konusuna ihtiyaç duyduğunun ortaya konulması bilinç öncesi sosyal içerikli mesaj uygulanacak olan odak grup üzerinde "ihtiyaç" temasının bulunduğu temel göstergesini oluşturmuştur.

Literatüre göre hareketsiz yaşam sürme noktasında insanların fiziksel aktivite alışkanlıklarının geliştirilmesi, fiziksel aktivitenin insan sağlığına etkileri ve bilinç öncesi mesajların tutum ve davranış değiştirmeye etkisi konularında ayrı ayrı çalışmalar mevcuttur. Ancak literatürde "bilinç öncesi sosyal mesajların, fiziksel aktivitenin artırılması yönünde değişim yaratıp yaratmadığı" konusunda doğrudan çalışmaya rastlanmamıştır.

Hedef kitlenin davranışlarını hem o hedef kitleye, hem de genel olarak topluma fayda sağlayacak şekilde geliştirmek üzere, hedef kitle ile iletişime geçerek bir değeri anlatmak ve kabul ettirmek için pazarlama ilkelerini ve yöntemlerini kullanan süreç (Kotler ve Lee 2008, s.7) olarak tanımlanan sosyal pazarlama, istenen sosyal amaçlara ulaşmak için "pazarlama" ve "sosyal değişim uygulamalarını" bir araya getirerek pazarlama tekniklerini sosyal amaçlara yönelik uygulamaktadır (Donovan ve Henley, 2010, s.4). Sosyal pazarlamada mesaj geliştirme, slogan bulma ya da kodlar oluşturmadan ziyade hedef kitlenin istenilen davranıştan beledikleri faydaların analiz edilmesi sonucunda "anahtar mesajların" oluşturulmasıdır (Kotler ve Lee 2008, s.270). Sosyal mesaj geliştirmede, hedef kitlenin tanımlanması, verilecek mesaj ile mesajın hangi kanaldan, hangi içerikte nasıl iletileceğinin (hangi sözcüklerin, grafik ve görüntülerin kullanılacağı) belirlenmesi önemli bir aşamayı oluşturmaktadır (Kolodinsky ve Reynolds, 2009, s.2-3; Kotler ve Lee, 2008, s.270-272). Uygulanacak sosyal pazarlama programlarının başarısı, mesajın özelliklerine ve mesaj

alıcılarının özelliklerine bağlı olarak değişebilir (Anghelcev ve Sar, 2014s.38) ve farklı kanallarının kullanımını gerektirebilir. Pek çok başarılı sosyal pazarlama programında geleneksel kanallarının dışında alternatif kanalların kullanıldığı görülmektedir (Donovan ve Henley, 2010, s.302; Weinreich, 1999, s.14).Bu kapsamda; sosyal pazarlamada bilinç öncesi mesajlar gibi yaratıcı stratejilerin kullanılarak iletilmesi konusu, 2000'li yıllar itibarıyla önem kazanmıştır. Bilinç öncesi mesajlar, algısal cevap ve tutum amacıyla geniş bir reklamın içerisine bilinçli şekilde yerleştirilen, özel kelime ya da resimleri içeren (Aylesworth, vd., 1999, s.74-75) bilinçli farkındalık düzeyinin altında sunulan uyarım sürecidir (Pratkanis ve Greenwald, 1988, s.576).İletilen bilinç öncesi mesajların, kişilerin tercihlerini değiştirmede etkili olduğu görülmüştür. Bu amaçla geliştirilecek uygulamalara bilinç öncesi mesajların eklenmesi ile kaynak ve hedef kitle arasında bağ kurulması sağlanmaktadır (Dijksterhuis, vd., 2005, s.198).

## 2. Amaç

Hedef kitleye “istenilen davranışın” ne olduğunun açık şekilde ifade edildiği (O'Donnell ve Rice, 2012,s.257); hedef kitlenin eyleme geçme yönünde istekli olması ya da davranışı sergileyebilecek becerilere sahip olması için “bilgi temelli” (Kotler ve Lee, 2008,s.272) sosyal mesaj olarak verilen bilinç öncesi mesajların, davranış değişimi ve farkındalık yaratmada olumlu etkileri görülmektedir. Bu çerçevede çalışmanın amacıçilerinin niteliği gereği kısıtlı hareket koşullarındaki öğretim elemanlarının, bilinç öncesi verilecek sosyal mesajlarla fiziksel aktivite davranışlarında değişim yaratıp yaratmayacağını ortaya koymak ve bu yönde gerekli sosyal pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi için önerilerde bulunmaktır.

## 3. Yöntem ve Veri

Araştırma; araştırma probleminin kapsamlı ve çok boyutlu incelenmesi amacıyla pragmatist felsefenin ilkeleri doğrultusunda nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma yöntem araştırması (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s.351;Johnson ve Christensen, 2012, s.1-2) olarak tasarlanmıştır. Çalışmada karma araştırma yöntemlerinden çeşitleme modelinden yararlanılmıştır; Frankel ve Wallen (2006), çeşitleme modelinde araştırmacının eş zamanlı olarak elde ettiği nicel ve nitel veri sonuçlarını karşılaştırıp, verilerin birbirini doğrulayıp doğrulamadığını görmek için elde ettiği bulguları kullanarak, çalışmanın geçerliliğini artırdığını ifade etmektedir.

Çalışmanın temel araştırma sorusu; bilinç öncesi sosyal mesajların kullanılmasıyla, bireylerin fiziksel aktivite alışkanlıkları üzerinde değişim yaratıp yaratmadığının belirlenmesidir. Çalışmanın örnek kütlesini oluşturan katılımcıların; fiziksel aktivite çağrışımını öğrenmek, fiziksel aktivite düzeylerini belirlemek ve sonraki aşamalarda kontrol ve deney gruplarını oluşturmak amacıyla Craig vd. (2003) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Öztürk (2005) tarafından yapılan Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketi (UFFA) kullanılmıştır.Çalışmanın nitel araştırma bölümü için literatür taramasına dayalı olarak araştırmacılar tarafından beş temel soru geliştirilmiştir. Nitel araştırma bölümünde ayrıca orijinali Çoknaz'a (2004) ait olan “Düzenli Spora Yönelik Tutum Ölçeği”, fiziksel aktivite konusuna ve öğretim elemanları hedef grubuna uyarlanarak, ilgili deney ve kontrol gruplarındaki katılımcılara 22 sorudan oluşan fiziksel aktivite tutum ölçeği biçiminde kullanılmıştır.

### 3.1. Örneklem

Araştırmanın ana kütlesini, hizmet sektöründe devletin asli ve vazgeçilmez nitelikteki hizmetlerini gören kamu personeli çatısında “büro çalışanı” (Ceylan, 2014, s.12) niteliğinde Abant İzzet Baysal Üniversitesi (AİBÜ) Gököy Yerleşkesi'nde görevli öğretim elemanları oluşturmaktadır. Araştırmada



tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, örnekleme seçilecek bireylerden sadece ulaşılabilir olanların örnek kapsamına dâhil edilmesini içerir. Özellikle zaman ve bütçe darlığı, araştırmacıyı kolayda örnekleme sevk etmektedir (Gegez, 2007, s.249). Araştırma örnekleminin yer aldığı Bolu ili de kamu çalışanı sayısı 2014 oransal artışında yüzde 19,6 ile en fazla artışın olduğu il olarak belirlenmiştir (Tepav, 2014, s.19). Örneklemin öğretim elemanları düzeyinde gerçekleştirilmesinin amacı, ilgili çalışmaların; işlerinin niteliği gereği hareketsizlik, kısıtlı hareket koşulları, sürekli aynı pozisyonda kalma, tekrarlayan hareketler, ekranlı ve klavyeli araçlarla çalışma, el bileği ve parmaklara aşırı yüklenmeler (Ulucan ve Zeyrek, 2012, s.16) postürel bozukluklar gibi fiziksel aktiviteyi kısıtlayıcı koşullara en fazla maruz kalan kitlelerden olmasıdır.

### 3.2. Veri Toplama Süreci

Araştırma, AİBÜ Gölköy Yerleşkesi'nde 15 Ocak 2015- 25 Mayıs 2015 tarihleri arasında birbirini tamamlayan iki farklı veri toplama yöntemiyle ve altı araştırmacı tarafından yürütülmüştür. Çalışmada veri toplama süreci şu aşamalardan oluşur;

- I. Katılımcıların fiziksel aktivite çağrışımlarını öğrenmek, fiziksel aktivite düzeylerini belirlemek ve sonraki aşamalarda kontrol ve deney gruplarını oluşturmak amacıyla Craig vd. (2003, s.1391-1395) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Öztürk (2005) tarafından yapılan Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketi (UFFA) kullanılarak 160 öğretim üyesine yüz yüze anket uygulanmıştır.
- II. UFFA sonuçlarına göre belirlenen MET (Metabolik enerji tüketimi) katsayılarına göre deney ve kontrol grupları, aktivite düzeyi "Düşük Düzeyde Aktif" olduğu tespit edilen katılımcılar içerisinde oluşturulmuştur (Tablo 1). Orijinali Çoknaz'a (2004) ait olan "Düzenli Spora Yönelik Tutum Ölçeği", fiziksel aktivite konusuna ve öğretim elemanları hedef grubuna uyarlanarak, ilgili deney ve kontrol gruplarındaki katılımcılara 22 sorudan oluşan fiziksel aktivite tutum ölçeği biçiminde kullanılmıştır.
- III. Fiziksel aktivite konusunda katılımcıların fikirlerinin yeterince açıklayabilmesine zaman ve fırsat vermek, fiziksel aktivite ile ilgili her katılımcının fikrinin grup içerisindeki herkes ile paylaşmasını sağlamak amacıyla deney ve kontrol gruplarına ayrı ayrı ortalama 1- 1,5 saat süren; moderatör ve iki röportör eşliğinde, her katılımcıdan izin alınarak ses kayıt cihazı da kullanılarak odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Deney ve kontrol grupları, ideal odak grup sayısına ulaşmak amacıyla yedi kişilik gruplar haline getirilmiştir.
- IV. Bilinç öncesi kullanılan mesajlar, UFFA'da yer verilen "fiziksel aktivite size ne çağrıştırıyor?" sorusundan hareketle "yürümek, koşmak, spor" olarak belirlenmiştir. Buradan elde edilen fiziksel aktivite çağrışımları dikkate alınarak geliştirilen bilinç öncesi mesajlar, sadece deney grubuna iletilmiştir. Kontrol grubuna bilinç öncesi mesaj verilmeksizin, deney grubuna bilinç öncesi mesaj girilerek hazırlanmış, iki kısa film izletilmiştir. Birinci filmde slogan şeklinde verilen bilinç öncesi mesajlar, filmin altından saniyenin 1/25 kadar hızıyla geçen "yürümek, spor ve koşmak" yazılı mesajlar şeklinde kullanılmıştır. İkinci filmde, film içine bilinç öncesine yönelik "yürüyen, koşan ve spor yapan insanlar" şeklinde görseller 25. kareye eklenerek verilmiştir. Kısa film gösterimleri ile eş zamanlı olarak deney grubuna filmin izlendiği mekânın girişinde görsel bilinç öncesi mesaj olarak hazırlanan afişler, posterler asılmıştır. Çalışma, literatüre dayalı olarak bilinç öncesi çalışmaların en az altı haftalık süreci kapsamaması gerekliliğinden dolayı (Broyles, 2006, s.312; Egermann, vd., 2006, s.32) altı hafta boyunca (20 Nisan 2015-25 Mayıs 2015) uygulanmıştır. Uygulama öncesi anket ve odak grup görüşmelerinin ardından, katılımcılardan deney grubunda yer alanlara bilinç öncesi mesaj içeren, kontrol grubunda yer alanlara ise mesaj içermeyen materyaller (takvim, saksısı içinde canlı çiçek) hediye edilmiş ve bu materyallerin en fazla zaman geçirdikleri mekânda, göz temasının olacağı yakınlıkta bulundurmaları sağlanmıştır.

- V. Araştırma kapsamında, araştırmacılar, AİBÜ Gölköy Yerleşkesi'nde bulunan kafeterya ve lokantada kontrol ve deney grupları ile ayrı ayrı kahve eşliğinde sohbet süresi geçirmiştir. Bu kahve sohbetlerinde, sadece deney grubunun görüşmesinde kafeteryada, görsel ve yazınsal bilinç öncesi mesajlarla yüklenmiş posterler, afişler ve masanın üzerindeki servis kâğıtlarında bilinç öncesi “koş” mesajı yerleştirilen materyaller kullanılmıştır. Kontrol grubu kahve eşliği sohbetinde ise mesajsız afiş, poster ve servis kâğıdı kullanılmıştır.
- VI. Deney grubuna yazılı ve görsel verilen bilinç öncesi mesajların ardından hem kontrol, hem de deney grubuna fiziksel aktivite konusunda tutum farklılığının olup olmadığını belirlemek amacıyla çalışmanın başlangıcında yapılan anket ve odak grup görüşmeleri tekrarlanmıştır.

### 3.3. Veri Analizi

Elde edilen nitel veriler, iki röportör ve ses kayıt cihazından verileri aktaran bir araştırmacı ile bilgisayar ortamına geçirilmiştir. Nitel araştırmanın veri analizinde, betimleyici analiz yöntemi kullanılmıştır. Nicel veriler ise SPSS programına girilmiş ve anket formları ile fiziksel aktivite tutumunu ölçen 22 soruya ilişkin hem uygulama öncesi hem de uygulama sonrası ortalamaları arasındaki farklılığı inceleyebilmek amacıyla parametrik olmayan testlerden Wilcoxon testi kullanılmıştır.

## 4. Bulgular

Çalışmanın birinci aşamasında uygulanan UFFA sonucunda, 160 katılımcıdan elde edilen yanıtlara göre fiziksel aktivite çağrışımlarında ilk üç sırayı; yürümek (yüzde 13,1), spor (yüzde 11,9) ve koşmak (yüzde 7,7) almıştır. Sosyal mesajların iletildiği görsellerde ve kısa filmlerde bu sonuçlara göre yürüyüş, spor ve koş temaları kullanılmıştır.

Çalışmada katılımcıların fiziksel aktivite düzeyi Craig vd. (2003)'nin sınıflaması ve hesaplaması dikkate alınarak belirlenmiştir. Fiziksel aktivite toplam puanı her bir katılımcının iş, ulaşım, ev işleri, dinlenme, boş zaman, spor aktiviteleri ve oturularak geçirilen zaman ile ilgili süre, bir hafta içerisindeki sıklık ve MET<sup>8</sup> katsayısı çarpılarak hesaplanmıştır. Craig vd. (2003)'ne göre katılımcıların fiziksel aktivite düzeyleri toplam puanı 1952'den düşük olanlar düşük düzeyde aktif, 1952 ile 5724 arasında olanlar orta düzeyde aktif ve 5725 ve üzeri olanlar ise yüksek düzeyde aktif olarak sınıflanmaktadır. Katılımcıların fiziksel aktivite düzeyleri Tablo 1'de görülmektedir.

Aktivite Düzeyi	Frekans	Yüzde
Düşük Düzeyde Aktif	44	27,50
Orta Düzeyde Aktif	62	38,75
Yüksek Düzeyde Aktif	54	33,75
<b>Toplam</b>	<b>160</b>	<b>100</b>

Tablo 1'deki sonuçlara göre katılımcıların, yüzde 27,5'i düşük düzeyde, yüzde 38,75'i orta düzeyde ve yüzde 33,75'i yüksek düzeyde aktiftir.

### 4.1. Nicel Araştırma Bulguları

Deney ve kontrol grupları arasında ve her iki grup arasında uygulama öncesi ile uygulama sonrası farklılıkların olup olmadığını tespit etme amacıyla parametrik olmayan testlerden Wilcoxon testi

<sup>8</sup>MET katsayıları ve hesaplanması için bkz. Craig vd. (2003)

uygulanmıştır. Wilcoxon testi aynı örneklem üzerinde farklı koşul, durum ve zamanlarda tekrarlanan değerlerin karşılaştırılmasında kullanılan tekrarlanan ölçekli t testinin parametrik olmayan alternatifidir. Aynı grubun uygulama öncesi ve sonrası ortalamalarının karşılaştırılması için çalışmada kullanılmıştır. Deney ve kontrol grupları arasında başlangıçta fiziksel aktivite tutumuna yönelik herhangi farklılık beklenmemektedir. Bunun araştırılması amacıyla iki bağımsız grup arasında farklılıkların tespiti için kullanılan Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Mann-Whitney U testi de bağımsız örneklem için t testinin parametrik olmayan alternatifidir ve bağımsız gruplar arasında farklılıkların incelenmesi için kullanılır. Analiz sonucunda z değeri -0,323 ve p anlamlılık değeri ise 0,747 olarak hesaplanmıştır. Bu da iki bağımsız grubun fiziksel aktivite tutum ortalamaları arasında istatistiksel açıdan herhangi farklılığın olmadığını göstermektedir.

Daha sonra yapılan Wilcoxon test sonucunda kontrol grubunda uygulama öncesi ve sonrası fiziksel aktivite toplam puanları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır (z değeri=-0,405 ve anlamlılık=0,686). Deney grubuna ait tanımlayıcı istatistiksel değerler ise Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Kontrol Grubu Fiziksel Aktivite Tanımlayıcı İstatistikleri

	Ortalama	Standart Sapma	En Az	En Çok
UÖ Kontrol Grubu FAO	3,8800	0,4933	3,27	4,72
US Kontrol Grubu FAO	3,8367	0,3633	3,41	4,27
N=6				

Tablo 2’de yer alan sonuçlara bakıldığında, uygulama öncesi (UÖ) kontrol grubu fiziksel aktivite ortalaması 3,88 uygulama sonrası (US) ise 3,83 olarak saptanmıştır. İstatistiksel açıdan ise bu iki ortalama arasında herhangi bir anlamı farklılık belirlenmemiştir.

Deney grubunda, bilinç öncesi mesajlar verilmeden önceki fiziksel aktivite ortalamaları ile bilinç öncesi mesajlar verildikten sonraki fiziksel aktivite ortalamaları arasındaki olası farklılıkların ortaya konulması amacıyla Wilcoxon testi tekrarlanmıştır. Bu sonuçlara göre deney grubu uygulama öncesi ve sonrası fiziksel aktivite ortalamaları arasında istatistiksel açıdan farklılık vardır (z değeri=-1,992 ve anlamlılık=0,046). Deney grubuna ait tanımlayıcı istatistiksel değerler Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3: Deney Grubu Fiziksel Aktivite Tanımlayıcı İstatistikleri

	Ortalama	Standart Sapma	En Az	En Çok
UÖ Deney Grubu FAO	3,7833	0,60212	3,04	4,59
US Deney Grubu FAO	3,1683	1,04744	1,63	4,36
N=5				

Tablo 3’de yer alan sonuçlara göre bilinç öncesi mesajlar verildikten sonra deney grubunun fiziksel aktivite tutum puanlarında bir *azalma* saptanmıştır.

## 4.2. Nitel Araştırma Bulguları

Nitel araştırma kapsamında sorulan beş temel soruya ilişkin elde edilen bulgular(uygulama öncesi) aşağıdaki şekilde özetlenebilir:



1. Fiziksel aktivite sizin için ne anlam ifade ediyor? sorusu:

Deney grubu katılımcıları fiziksel aktiviteyi ağırlıklı olarak fazladan ayrılması gereken zaman ve planlı yapılması gereken faaliyet olarak tanımlarken bir katılımcı tek kelime ile “eziyet” olarak ifade etmiştir. Deney grubu için sadece bir katılımcının diğerlerinden farklı olarak “keyif” şeklinde tanımlaması, farklılık olarak görülmüştür. Özellikle yoğunluğun, fiziksel aktivite için “**zaman ayırma**” gerekliliğine vurgu yapması dikkat çekicidir.

Kontrol grubu katılımcılarının tamamı için fiziksel aktivitenin tanımında “düzenli yapıma” gerekliliği vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra bir katılımcı “ev işi yapmayı” fiziksel aktivite olarak tanımlarken, diğer katılımcı “düzenli yapılsa bile merdiven çıkmayı” fiziksel aktivite olarak tanımlamazken “yürüyüş yapmayı” fiziksel aktivite olarak isimlendirmiştir.

2. Fiziksel aktiviteyi hayatınızın içine yerleştirdiğinizde size ne gibi katkılar sağlayacağını düşünüyorsunuz? sorusu:

Deney grubu katılımcıları genel olarak; fiziksel aktivitenin hayatları içine yerleştirilmesi durumunda mutlu olacakları (odak grup içinde yer alan iki kilolu katılımcının kilo vermeye katkı sağlayarak mutlu edeceği) konusunda fikir belirtmiştir. Ayrıca stresten uzaklaşma ve planlı olma konusunda kazanımlar elde edeceklerini düşünmektedir. Özellikle “nedensiz tembellik, zaman kısıtı ve fiziksel alt yapı yetersizlikleri” dolayısıyla bu durumun gerçekleşmesini çok mümkün görmemektedir. Bununla birlikte bir katılımcının fiziksel aktiviteyi “futbol oynamak gibi zevk olarak” yaptığında “keyif” aldığını, “kilo vermek” amacıyla yapılmasında “eziyet” yaratması saptaması da tüm katılımcılar tarafından desteklenmiştir. Futbol vb. fiziksel aktivitelerin de şu anda buldukları durumsal faktörler içinde yapılamayacağını düşünülmesi, deney grubu içindeki bazı katılımcılarda “rahatsızlık” yaratmaktadır.

Kontrol grubu katılımcıları, fiziksel aktivitenin hayatlarının içine yerleştirilmesi durumunda kendilerini iyi, enerjik hissedecekleri ve mutlu olacakları konusunda fikir birliğine sahiptir. Ancak kontrol grubunun çoğunluğu mutlu olma nedenini kilo verme sonucuna bağlamıştır.

3. Fiziksel anlamda ne kadar aktif olduğunuzu düşünüyorsunuz? sorusu:

Ne kadar aktifsiniz? sorusuna deney grubu katılımcılarının tamamı “aktif olmadıkları” yanıtını vermiştir. Ancak bu grup içinden bir kişi dışında hepsi “aktif olmayı istemelerine karşın” başta tembellik haklarını kullandıklarını düşünmeleri olmak üzere zaman kısıtından dolayı fiziksel aktivite yapamadıklarını beyan etmiştir. Sadece bir katılımcı fiziksel aktivite düzeyini artırma konusunda “hiçbir kaygı ve mutsuzluk” hissetmemekte, bu durumu şu cümle ile ortaya koymaktadır: “Fiziksel aktivite konusunda düşünmeye vakit ayıracaksam bunu fiziksel aktivite düzeyimi artırmak için değil, daha nasıl azaltabilirim yönünde olurdu”.

Kontrol grubu katılımcıları, kendilerini çoğunlukla “az aktif” olarak nitelendirmiştir. Ancak bu saptamanın tamamen kendi bakış açlarına göre yapıldığını da önemle belirtmişlerdir.

4. Fiziksel aktivitenizi artırma yönünde bir çabanız var mı. ?sorusu:

Fiziksel aktiviteyi artırmanın yolunu deney grubu katılımcıları, “akademisyen olmaları dolayısıyla ders saatlerinin özellikle de gece derslerinin yoğunluğunun azalması” olarak belirtmişlerdir.

Kontrol grubu katılımcıları için ise bir katılımcının “fiziksel aktivite için bir çabam yok” düşüncesi dışında, diğer tüm katılımcıların “fiziksel aktivite yapma istediğinin yoğun olduğu” görüşü hakimdir. Bu konuda daha çok spor salonları tercih nedeni olurken, başlanmış bir fiziksel aktivitenin ise kısa bir süre sonra (ortalama 1-2 ay içinde) bırakıldığı ifade edilmiştir.

5. (A) Fiziksel aktivite yapmak isteseniiz nasıl çaba göstermenizi gerekir? sorusu:

Deney grubu katılımcıları fiziksel aktivite yapamamanın sebebi olarak “iklim faktörünün ve kışın uzun sürmesinin” etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer taraftan da evde de fiziksel aktivite yapmak adına uygun koşulların olmadığını, akademisyenlerin ekonomik anlamda yoksulluk sınırında olduğu, bu durumun da ev içinde bir ortam yaratamadığı sonucu belirtilmiştir. Bununla birlikte Türk kültürünün doğu toplumuna uygun oturma üzerine kurulu bir kültürden geldiği, anne babalarımızın örnek model olarak spor yaparken görülmemiş olmasının da kendileri üzerine etki yarattığı ifade edilmiştir. Çevrede spor yapan kişilerin olduğunun görülmesi halinde kendilerinin de yapabilecekleri düşüncesi bir katılımcı dışında diğer tüm katılımcılar tarafından desteklenmiştir.

Fiziksel aktivite yapamamanın sebeplerini kontrol grubu katılımcıları, işlerin yoğunluğu, ev işi yükümlülüklerinin ve çocukların olması başta olmak üzere uygun mekânların olmaması yönünde “bahanelerin” ön planda olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca fiziksel aktivitenin bir alışkanlık haline gelmesinin özellikle çocukluk yaşlarda başlaması gerekliliği; bu amaçla da okullarda Beden Eğitimi derslerinin ve çocukların spora yöneltilmelerinin önemine vurgu yapılmıştır.

5.(B) Fiziksel aktivite yapamıyorsanız yapmak için nelerden vazgeçmek zorunda kalırsınız ya da yapmak istediğinizde nelerden vazgeçmek zorunda kaldınız/ kalıyorsunuz? sorusu:

Deney grubu katılımcıları, tamamen fiziksel aktivite için “hiçbir şeyden vazgeçilmemesi” gerekliliğine inanmaktadır. Çünkü fiziksel aktivite demek “tembellik hakkının elinden alınması, kitap okuma ya da aileye ayrılan zamandan ödün verme” şeklinde nitelendirilmiştir. İş yükünün yoğunluğu dolayısıyla fiziksel aktivite yerine tüm katılımcılar için aileye vakit ayırmak daha önemli hale gelmektedir.

Bilinç öncesi mesajlar verildikten sonra tekrarlanan odak grup görüşmelerine ilişkin elde edilen bulgular ise nitel araştırma soruları kapsamında şu şekilde özetlenebilir:

1. Fiziksel aktivite sizin için ne anlam ifade ediyor? sorusu:

Deney grubu katılımcılarının çoğunluğu çalışmanın başlangıcından sonra kendilerini fiziksel aktivite yönünden kötü hissettiklerini, bu konuda düşünmeye başladıklarını, yaşadıkları sağlık sorunlarını düşündüklerini ve her ne kadar fiziksel anlamda kendilerini aktif hale getirmeseler de zihinsel anlamda aktif hale getirdiklerini beyan etmiştir. fiziksel aktivite yapmayı isteyen ancak zaman kısıtından dolayı yapamayan ve tembelliği tercih eden çoğunluğun yanı sıra iki katılımcı için fiziksel aktivitenin “düzenli olma” anlamı taşıması kendilerini strese sokan ve sınırlarını bozan bir durum olarak değerlendirilmiştir. Bir katılımcı ise çalışmanın başlangıcında, iki katlı evi ve çocuğu varken üst kata çıkmak için eşyaları merdivende biriktirdiğini ve çocuğunun da sürekli oturmasını istediğini beyan ederken, son durum olarak “her defasında üst kata çıktığını, yürüyüşlere başladığını ve çocuğu ile de oynamak için vakit ayırdığını” ifade etmesi dikkat çekici olmuştur.

Kontrol grubu katılımcıları için fiziksel aktivite anlamında yaptıkları yürüyüşlerin havalar ısındığı için arttığı yönündeki beyanları tüm grubu kapsar niteliktedir. Ancak tüm katılımcıların fiziksel aktivitenin anlamına ilişkin düşüncelerinin değişmediği ortak kanıdır.

2. Fiziksel aktiviteyi hayatınızın içine yerleştirdiğinizde size ne gibi katkılar sağlayacağını düşünüyorsunuz? sorusu:

Deney grubu katılımcıları fiziksel aktiviteyi hayatlarının içine katmanın hem psikolojik hem de iş hayatında üretkenlik katacağını genel itibarıyla düşünürken, bir katılımcı ise sadece çocuğu ile 1-2 saat fazla oyun oynamak dışında bir katkı sağlamayacağını düşünmektedir.

Kontrol grubu, kontrol grubundan bir kişinin sağlıklı olmak adına alışkanlık halinde yürüyüşe başlaması dışında katılımcıların çoğunluğu fiziksel aktivitenin hayatlarına girmesinin getireceği

katkının “hastalıkların azalması ve kilo kaybı” sağlaması şeklinde olacağı konusunda görüş birliğine sahiptir.

3. Fiziksel anlamda ne kadar aktif olduğunuzu düşünüyorsunuz? sorusu:

Deney grubunun tamamı “aktif olmadıklarını” düşünürken, katılımcılardan bir kişi çalışmanın başlangıcından sonra daha aktif olmak adına adımlarını saydığını ancak biraz ilerleme kaydetmesine karşın istediği noktaya gelemediğini ifade etmiştir.

Kontrol grubu katılımcılarından bir kişi, orta düzeyde aktif olduğunu belirtirken diğerleri düşük düzeyde olduklarını ifade etmiştir. Yine bir katılımcının aktif olma amacını “aktivite yapmak” değil, “eğlenmek” şeklinde tanımlaması dikkat çekicidir.

4. Fiziksel aktivitenizi artırma yönünde bir çabanız var mı, ?sorusu: Deney grubu katılımcılarının çoğunluğunun fiziksel aktiviteyi artırmaya yönelik bir çabaları olmadığını, ancak hayatı idame ettirmek için gerekli olan hareketliliği (ev işi, alışveriş, iş yerine gelme, sosyal ortamlarda arkadaşlarla geçirilen vakitler vb.) sağlayarak da fiziksel aktivite eylemi içinde olduklarını ifade etmiştir. Bununla birlikte bir katılımcının fiziksel aktiviteyi artırmaya yönelik değil, olabildiğince “azaltmaya yönelik” çaba içinde olduğunu ifade etmesi dikkat çekicidir.

Deney grubunda bir diğer katılımcı da özellikle bu çalışmanın etkinliklerinden sonra aktivitesini “yürüyüş” yaparak artırmaya çalıştığını ancak bunda istikrarlı davranmadığını beyan etmiştir. Diğer bir katılımcı bu çalışmanın yapılmaya başlandığı Ocak ayından beri ise hareketlerinin arttığını ancak bunun “bebeğinin büyümesi ve hareketlenmesi” ile bağlantılı olduğunu düşündüğünü ifade etmiştir. Kontrol grubunda ise katılımcılar, özellikle “zaman” kısıtının en önemli belirleyici öge olduğunu ifade etmiştir. Kontrol grubundaki bir katılımcı “zamanı varsa ve havalarda da iyi olması koşuluyla, yürüyerek gidebileceği mesafelerde araba kullanmayı tercih etmemeye başladığını, ayrıca okulda odasına gelirken en uzun yürüyüş yolunu tercih etmeye başladığını” belirtmiştir.

5. (A) Fiziksel aktivite yapmak isterseniz nasıl çaba göstermeniz gerekir? sorusu:

Deney grubunda, katılımcılar fiziksel aktivitelerini artırmaya yönelik çaba göstermek istemediklerini ifade etmiştir. Kontrol grubunda bir katılımcı gerçekten “zamanın” olması gerektiğini, günlük koşuşturmalar, yapmak zorunda olunan yükümlülükler, hepsini ortaya koyduğunda ve bundan dinlenme için süreyi de düşüldüğünde düzenli olması için “zamana” ihtiyaç duyulduğunu belirtmiş, “zaman-maliyet” ilişkisinin düşünülerek karar verilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

5. (B) Fiziksel aktivite yapamıyorsanız yapmak için nelerden vazgeçmek zorunda kalırsınız ya da yapmak istediğinizde nelerden vazgeçmek zorunda kaldınız/ kalıyorsunuz? sorusu:

Deney grubu katılımcılarının büyük bir çoğunluğu için fiziksel aktivite, “tembellik hakkından fedakârlık” etmeyi gerektirmektedir. Örneğin TV izlemekten, playstation oynamaktan ve uzanıp kitap okumaktan ...

Ancak birinci görüşmede kendisini tam anlamı ile tembel olarak tanımlayan katılımcının, ikinci görüşmede “kendini daha iyi anlamaya başladığını” beyan etmesi ve yine kendini “tembel hissetmemesi” önemli bir bulgu olarak görülmüştür.

Kontrol grubu için bu soru, başta “uyku” olmak üzere şu anda yapılan bütün aktivitelerden fedakârlık etmek ve az TV izlemek anlamı taşımaktadır. Ancak katılımcıların istemelerine karşın fiziksel aktiviteyi yapmamaları, alışkanlıklarının olmaması ve fiziksel aktiviteye ulaşmanın zorluğuna bağlanmıştır.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Çalışmanın, bilinç öncesi mesajların, bireylerin öğrenme davranışları, akademik başarıyı artırma gibi farklı konularda faydaları (Weinberger, vd., 1997, s.599) çerçevesinde, dünyada önemli bir halk sağlığı sorunu olan sedanter yaşamı önlemeye yönelik örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

Sosyal mesajların uygulandığı çalışmalarda hedef pazarın sınırlı, küçük ve belirli ortak özelliklere sahip homojen gruplar temelinde gerçekleştirilmesi (Dollatabady vd., 2012:160 ; Pettigrew ve Pescud 2012; Helmig ve Thaler, 2010) başarı için temel ilke olarak ifade edilmektedir. Örneğin bu konuda kamuya yönelik yapılan “kamu spotu” çalışmalarının beklenen başarı oranını gösterememesinin nedeni, “homojen bir gruba” değil “genele” sunulduğu bilgisine dayandırılmaktadır (Kotler ve Lee 2008: 276-284; O'Donnell ve Rice 2012, s.257). Bu çalışmanın “homojen bir grup” üzerinde çalışılmış olması, sosyal mesajların, sunulacağı hedef pazar özelliği temelinde uyarlanmasının başarıyı artırmada önem taşıdığını ortaya koymaktadır.

Nitel ve nicel araştırma sonuçlarına bakıldığında hem deney, hem kontrol grubu için gerçekleştirilen çalışmanın, katılımcıların da fiziksel aktivite alışkanlıklarını düşünmede etki yarattığı sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Yapılan araştırma; hem deney, hem kontrol grubu için fiziksel aktivite konusunda önemli farkındalık oluşturmuştur. Katılımcıların kendilerini fiziksel aktivite düzeyleri konusunda değerlendirmeleri açısından etki yaratmıştır. Ancak temel araştırma sorusu olarak ortaya konulan ve bilinç öncesi mesajların fiziksel aktivite alışkanlığını etkileme boyutunda deney grubunda **negatif** etki yarattığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, fiziksel aktivite alışkanlığı en düşük düzeyde olan ve özellikle bilinç öncesi mesaj verilen katılımcılarda, “**direnç**” yaratması durumu nedeniyle verilen mesajların zihnen reddedilmesi sonucunu doğurmuştur. Bu sonuç, birçok insanın hareketsiz yaşamı yeğlediğini gösteren Çolakoğlu ve Karacan (2006)’ın çalışmalarını da destekler niteliktedir.

Obeziteyi ve sigara kullanımını azaltma gibi konularda verilen bilinç öncesi mesajların (Weinberger, vd., 1997, s.599) bireylerde olumlu etki yarattığına yönelik çalışmaların varlığı, elde edilen sonuçlarla karşılaştırıldığında farklılıkların görülmesi hedef alınan grubun dezavantaj ya da bağımlılık düzeylerinin ne olduğu sorusunu öncelikle ele almak gerektiğine bir kez daha işaret etmesi ile dikkat çekicidir.

Özellikle tüm katılımcılar için fiziksel aktivitenin “düzenli yapılması gereken bir faaliyet” olarak tanımlanması “bilinç öncesi” mesajların uygulanması düşünülen katılımcıların ilgili konuya “ihtiyaç” duymasına bağlı olduğu (Karremans, vd., 2006, s.793; Veltkamp, vd., 2011, s.49-50; Verwijmeren, vd., 2013, s.1124-1125) bilgisiyle örtüşmektedir. Bu çalışmada bulunan örneklem grubunu oluşturan akademisyenlerin “düzenli yapılması gereken faaliyet” açıklaması, konunun yoğun iş temposu içinde kendilerini strese soktuğu sonucunu doğurmuştur. Bu durum da bilinç öncesi sosyal mesajların reddedilmesi şeklinde direnç yaratmıştır. Çalışılan grubun “en düşük düzeyde fiziksel aktivite alışkanlığına sahip” grup olması, bu durumun kendilerinde memnuniyet yaratmamasının yanında, kendilerini düşündükleri düzeyde fiziksel aktivite yapabilecek yeterlilikte hissetmemeleri (kilolu olmaları, tembellik haklarını ellerinde tutmak istemeleri vb.) verilen bilinç öncesi mesajları alma yönünde direnç yaratıcı etkiye sahip temel neden olarak görülmüştür.

Çalışmadan elde edilen diğer sonuç, fiziksel aktivite alışkanlığının çocuk yaşlarda kazandırılmasıdır. Bu sonuç, Dünya Sağlık Örgütü 2016 Raporu, Öztora (2005) ve Korkusuz (2009) çalışmalarını desteklemektedir. Ayrıca fiziksel aktivitenin hayatın bir parçası haline getirilmesi gerekliliği sonucu da literatür ile örtüşmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2004,s.6; Kin İşler, 2009, s.35; Çakır, 2009,

s.36). Genellikle toplumumuzda ev ve iş yaşamı dışında fiziksel aktivitenin içselleştirilmemiş olması ve anne-babalardan gelen alışkanlık olarak görülmemesi “tembellik” faktörünü ön plana çıkaran durum olarak ifade edilmekte ve tembellik, bir “hak” olarak tanımlanmaktadır. Bu sonuç, küçük yaşlarda çocukların teknolojik ürünleri mümkün olduğunca sınırlı sürede kullanmaları, spora ve doğaya yönlendirilerek aktif bireyler haline getirilmeleri gerekliliği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Genel olarak ortaya konulan sonuçlara göre dezavantajlı grup olarak tanımlanabilecek olan fiziksel aktivite düzeyi en düşük grubun (ilgili grup çalışmada, Craig vd. (2003) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Öztürk (2005) tarafından yapılan Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketi -UFFA sonucunda tespit edilmiştir) katılımcılarının bilinç öncesi sosyal mesajlara direnç göstererek negatif yönde etki yaratması, söz konusu örneklem ve konu temelinde özelleştirilmesi gerekliliğini ortaya koyan önemli bir sonuç olarak görülmektedir. Bu sonuca göre geliştirilmesi plânlanan sosyal pazarlama stratejilerinin ilk adımı, öncelikle ilgili çalışmada da yapıldığı üzere doğru hedef pazarı seçmek (pazarı bölümlenmek) ve ilgili konularda hassasiyetlerini tanıyarak başlamaktır (O'Donnell ve Rice 2012:256).

Mevcut çalışma için gelinen bu noktada, özellikle katılımcıların fiziksel aktivite konusunda sahip oldukları “düzenli yapıma zorunluluğu” algısının, fiziksel aktivitenin gerçek anlamı olan “hareketli yaşamı” vurgulayan bilinç öncesi sosyal mesajlar şeklinde oluşturulması önem taşımaktadır. Ayrıca TV izlemeyi, playstation oynamayı, kitap okumayı seven katılımcı grubu temelinde, katılımcıları aşama aşama aktif hale getirmek adına öncelikle oturarak da yapabilecekleri aktivitelerle (Nintendo, Xbox, PS4 vb.) buluşturmak gerekebilir. Bununla birlikte grup etkisi yaratmak adına doğada piknik veya doğada yürüyüş yapmak pazarlama stratejilerinin parçası olarak değerlendirilebilir.

Çalışmanın, AİBÜ Gölköy Yerleşkesi öğretim elemanları düzeyinde gerçekleştirilmesi temel kısıt olmasına karşın fiziksel aktivite konusunda ilk kez geliştirilen “bilinç öncesine yönelik sosyal pazarlama mesajlarının” tüm sedanter bireylere uygulanabilecek programa dönüştürülmesi yönünde örnek program olacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırmanın ilk basamağında uygulanan fiziksel aktivite alışkanlık düzeyinin belirlenmesini sağlayan nicel çalışmanın 15 Ocak -30 Ocak 2015 tarihleri arasında yani kış mevsiminde gerçekleştirilmesi bir kısıt olarak görülse de Bolu ilinde gerçekleştirilen bu çalışma için bu kısıt çok geçerli olmamaktadır. Özellikle yoğun kar yağışı alan Bolu ilinde araçların kardan temizlenmesi, bahçeli evlerde yolların açılması, apartmanların giriş merdivenlerinin temizlenmesi zorunluluğu, ebeveynlerin çocukları ile karda oynamaları hareketli yaşamlarını azaltıcı etkiyi ortadan kaldıran öğeler olarak görülmektedir.

Çalışmanın önemli sonucu olarak ortaya konulan fiziksel aktivite düzeyi en düşük grubun bilinç öncesi sosyal mesajlara karşı **negatif** etkisinin, ilgili konu ve grup ile sınırlı olduğu göz önüne alınarak, ileride yapılacak benzer çalışmalarda araştırılarak olası bir **gömülü teorinin oluşumuna ışık tutması** beklenmektedir.

## Kaynakça

- Akyol A., Bilgiç P. & Ersoy G. (2008). Fiziksel Aktivite, Beslenme ve Sağlıklı Yaşam. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 729, 1. Basım. Şubat. Ankara.
- Anghelcev, G. & Sar, S. (2014). In The Mood For [The Right Kind Of] Social Marketing Communication: How Congruity Between Consumer Mood and Message Framing Influences Intentions to Recycle. *Journal of Social Marketing* 4 (1), 38-57.



Karsu, S., Özbakır Umut, M., Nurtanış Velioglu, M., Çifci, S., Topuz, Y. V., & Çoknaz, D. (2016). Bilinç öncesi sosyal mesajların harekete geçirilmesi: Öğretim elemanları üzerine karma araştırma. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 1832-1850. doi:[10.14687/ijhs.v13i1.3733](https://doi.org/10.14687/ijhs.v13i1.3733)

- Arcury T.A., Snively B.M, Bell. R.A., Smith S.L., Stafford J.M., Wetmore-Arkader L.K. & Quandt S.A. (2006). Physical Activity Among Rural Older Adults With Diabetes. *National Rural Health Association*. 22 (2). 164- 168
- Aylesworth, A.B., Goodstein R.C.& Kalra A. (1999). Effect of Archetypal Embeds on Feelings: An Indirect Route to Affecting Attitudes?, *Journal of Advertising*, 28 (3), Autumn, 73–81.
- Baltacı G., Irmak H., Kesici C., Çelikcan E. & Çakır B. (2008). Fiziksel Aktivite Bilgi Serisi. Sağlık Bakanlığı Yayını, 1.Baskı. Ankara
- Baysal A. (1988). Şişman Kişilerin Beslenmesi, Genel Beslenme Bilgisi. Ankara:Hatipoğlu Yayınevi.
- Bek, N. (2008). Fiziksel Aktivite ve Sağlığımız. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Bölümü. Sağlık Bakanlığı Yayın No:730. 1. Basım.Şubat. Ankara
- Broyles, S. J. (2006), “Misplaced Paranoia Over Subliminal Advertising: What’s the Big Uproar This Time?”, *Journal of Consumer Marketing*, Volume:23 (6), 312–313.
- Ceylan, F.(2014). Büro Yönetimi ve Teknolojileri. Uludağ Üniversitesi Sağlık Meslek Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Programı Ders Notları. 1-104.
- Cox, K.L.,Burkea, V., Morton A.R., Gilliam, H.F., Beilin L.J.& Puddey I.A. (2001). Long-term Effects of Exercise on Blood Pressure and Lipids in Healthy Women Aged 40±65 Years: The Sedentary Women Exercise Adherence Trial (SWEAT), *Journal of Hypertension*, 19, 1733-1743.
- Craig C.L., Marshall, A.L., Sjöström, M., Bauman, A.E., Booth, M.L., Ainsworth, B.E., Pratt, M., Ekelund, U., Yngve. A, Sallis. J.F. & Oja, P.(2003), *International Physical Activity Questionnaire: 12-Country Reliability and Validity. Medicine and Science in Sports and Exercise.*, August, 35(8), 1381-95.
- Çakır, B. (2009). Sağlık Politikalarında Fiziksel Aktivitenin Teşviki Uygulamaları ve Stratejileri. Başkent Üniversitesi Fiziksel Aktivite Beslenme ve Sağlık Kongresi. 20-22 Kasım 2009. Bildiri Kitabı.
- Çoknaz, D. (2004). Üniversite Öğrencilerinde Düzenli Spor Anlayışının Yerleştirilmesinde Sosyal Pazarlamanın Etkisi, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Çolakoğlu, F.F.(2003). 8 Haftalık Koş- Yürü Egzersizinin Sedanter Orta Yaşlı Obez Bayanlarda Fizyolojik, Motorik ve Somatotip Değerleri Üzerine Etkisi. Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 23 (3), 275-290.
- Çolakoğlu, F.F. & Karacan, S. (2006). Genç Bayanlar ile Orta Yaş Bayanlarda Aerobik Egzersizinin Bazı Fizyolojik Parametrelere Etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, Mart, 14 (1), 277-284.
- Dijksterhuis, A., Smith, P. K., Van Baaren, R. B. & Wigboldus, D. H. J. (2005). The Unconscious Consumer: Effects of Environment on Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 15 (3). 193–202.
- Dollatabady, H.R. (2012). “Using Social Marketing Principles to Describe Local Isfahan Managers' Attitude about Using New Energy Resources” *International Journal of Marketing Studies* 4 (3): 160-172.
- Donovan, R. & Henley, N. (2010). Principles and Practice of Social Marketing an International Perspective. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dünya Sağlık Örgütü, (2016). <http://www.who.int/end-childhood-obesity/news/launch-final-report/en/>, 11.02.2016.
- Dünya Sağlık Örgütü, (2004). Global Strategy On Diet, Physical Activity and Health. May, 57th World Health Assembly.

- Karsu, S., Özbakır Umut, M., Nurtanış Veliöđlu, M., Çifci, S., Topuz, Y. V., & Çoknaz, D. (2016). Bilinç öncesi sosyal mesajların harekete geçirilmesi: Öğretim elemanları üzerine karma araştırma. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 1832-1850. doi:[10.14687/ijhs.v13i1.3733](https://doi.org/10.14687/ijhs.v13i1.3733)
- Egermann, H., Kopiez R. & Reuter C. (2006). Is there an Effect of Subliminal Messages in Music on Choice Behavior? , *Journal of Articles in Support of the Null Hypothesis*, 4 (2),29–45.
- Fraenkel, J.R.& Wallen N.E., (2006). How to Design and Evaluate Research in Education, 6<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Press, Boston.
- Gegez, A.E. (2007). Pazarlama Araştırmaları, Geliştirilmiş 2. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Hançerlioğlu, O. (1980). Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar, 6.cilt. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Helmig, B. & Thaler, J. (2010). “On the Effectiveness of Social Marketing What Do We Really Know?”. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* 22:264–287.
- Heyward,V.H. (2006). *Advanced Fitness Assessment and Exercise Prescription*. 5th ed. USA: Human Kinetics.  
[https://www.google.com.tr/search?q=bilin%C3%A7+nedir%3F+&oeq=bilin%C3%A7+nedir%3F+&gs\\_l=serp.3..35i39l2j0l7j0i22i30.13847.18796.0.19100.10.10.0.0.0.132.1114.0j9.9.0...0...1c.1.64.serp..1.9.1109.eHdG3N6JRwk, 30.03.2016](https://www.google.com.tr/search?q=bilin%C3%A7+nedir%3F+&oeq=bilin%C3%A7+nedir%3F+&gs_l=serp.3..35i39l2j0l7j0i22i30.13847.18796.0.19100.10.10.0.0.0.132.1114.0j9.9.0...0...1c.1.64.serp..1.9.1109.eHdG3N6JRwk, 30.03.2016)
- Johnson, B. & Christensen L. (2012). *Educational Research Quantitative, Qualitative and Mixed Approaches*, University of South Alabama, October, <http://www.southalabama.edu/coe/bset/johnson/lectures/lec2.htm>, 28.08.2012
- Jung, C. G. (2009). *Bilinç ve Bilinçaltının İşlevi*, 2. Baskı, Çev.: Engin Büyükinal, Say Yayınları, İstanbul.
- Kaplan Y. &Akkaya C. (2014). Spor Kültürü ve Türkiye’de Spor. I.Uluslararası Spor Bilimleri Turizm ve Rekreasyon Öğrenci Kongresi. 21-23 Mayıs. Antalya. 95.
- Karacan, S. &Günay. M. (2003). Aerobik Antrenman Programının Menopoz Dönemindeki Kadınların Kardiyovasküler Risk Faktörlerine Etkisi. *Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23 (3), 257-273
- Karremans J.C.,Stroebe W. &Claus J. (2006). Beyond Vicary’s Fantasies: TheImpact of Subliminal Priming and Brand Choice. *Journal of Experimental Social Psychology*. 42. 792–798. doi:10.1016/j.jesp.2005.12.002
- Kin İşler, A. (2009). Fiziksel Aktiviteye Metabolik Yanıtlar. Başkent Üniversitesi Fiziksel Aktivite Beslenme ve Sağlık Kongresi. 20-22 Kasım 2009. Bildiri Kitabı.
- Klass, B. (1958). The Ghost of Subliminal Advertising, *The Journal of Marketing*, Volume:23, No:2, October,146–150.
- Kolodinsky J. &Reynolds T. (2009) Segmentation of Overweight Americans and Opportunities for Social Marketing. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 6 (13).1-11.
- Korkusuz, F. (2009). Fiziksel Aktivite ve Kemik Sağlığı. Başkent Üniversitesi Fiziksel Aktivite Beslenme ve Sağlık Kongresi. 20-22 Kasım 2009. Bildiri Kitabı.
- Kotler P. &Lee, N. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. 3rd California: Sage Publication.
- Koyuncu H., Yücel E.& Toros H. (2003). Büro İşinde Çalışanlarda Boyun Bel Sorunları ve Çözümünde Öneriler. <http://cism.odtu.edu.tr/2003-8/saglik.php>, 07.11.2014.
- O’Donnell C. & Rice, R.E. (2012). A Communication Approach to Campus Bottled Water Campaigns. *Social Marketing Quaterly*. 18 (4). 255-273.
- Öztora, S. (2005). İlköğretim Çağındaki Çocuklarda Obezite Prevalansının Belirlenmesi ve Risk Faktörlerinin Araştırılması. Uzmanlık Tezi. T.C.Sağlık Bakanlığı Bakırköy Dr. Sadi Konuk Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dr. Sami Hatipoğlu Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Kliniđi Şefi ve Aile Hekimliği Koordinatörlüğü. İstanbul.
- Öztürk, M. (2005). Üniversitede Eğitim-Öğretim Gören Öğrencilerde Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketinin Geçerliliđi ve Güvenilirliđi ve Fiziksel Aktivite Düzeylerinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

- Pate R.R., Pratt M, Blair S.N., Haskell W.L., Macera C.A. & Bouchard C. (1995). Physical Activity and Public Health. *JAMA*. 273. 402-407.
- Pettigrew, S. & Pescud, M. (2012). Improving Parents' Child-Feeding Practices: A Social Marketing Challenge, *Journal of Social Marketing* 2 (1): 8-22.
- Pratkanis, A.R. (1992). The Cargo-Cult Science of Subliminal Persuasion. [http://www.csicop.org/si/show/cargo-cult\\_science\\_of\\_subliminal\\_persuasion/](http://www.csicop.org/si/show/cargo-cult_science_of_subliminal_persuasion/), 13-02-2015
- Pratkanis, A.R. & Greenwald A.G. (1988). On The Use of Theory and The Usefulness of Theory. *Psychological Review*. 95(4), 575-579.
- Soyuer F. & Soyuer A. (2008). Yaşlılık ve Fiziksel Aktivite. İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi. 15 (3). 219-224
- T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu. (2013). Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı (2013-2017). 3. Basım. Ankara.
- Tepav (Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı), (2014). İstihdam İzleme Bülteni. 27. 1-20.
- Theus, K.T. (1994). Subliminal Advertising and The Psychology of Processing Unconscious Stimuli: A Review of Research. *Psychology and Marketing*. 11(3). 271-290.
- Thompson, P.D. (2014). American College of Sports Medicine (ACSM): ACSM's Guidelines for Exercise Testing and Prescription, Emily Lupash (Ed.), Benefits and Risks Associated with Physical Activity içinde (s.5-7), 9<sup>th</sup> ed, USA: Lippincott Williams & Wilkins.
- Ulucan, H.F. & Zeyrek, S. (2012). Ofislerde İş Sağlığı ve Güvenliği. İş Sağlığı ve Güvenliği Enstitüsü Müdürlüğü.. Ankara. 1-26
- Veltkamp M., Custers R. & Aarts H. (2011). Motivating Consumer Behavior by Subliminal Conditioning in the Absence of Basic Needs: Striking Even While the Iron is Cold. *Journal of Consumer Psychology*. 21. 49-56
- Verwijmeren T., Karremans J.C., Bernritter S.F., Stroebe W. & Wigboldus D.H.J. (2013). Warning: You are Being Primed! The Effect of a Warning on The Impact of Subliminal Ads. *Journal of Experimental Social Psychology*. 49. 1124-1129.
- Yıldırım A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Dokuzuncu Baskı, Ankara.
- Zorba, E. & Kuter, M. (2006). Çağın Hareketsizlik Sorunu ve Aktif Yaşamın Kazandırdıkları. Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği Fiziksel Aktivite ve Yerel yönetimler Sempozyumu, 27-28.04. 2006. <http://www.sporbilim.com/sayfa.asp?mdl=haber&param=125>, 20.02.2015.
- Weinberger, J., Kelner S. & McClelland D. (1997). The Effects of Subliminal Symbiotic Stimulation on Free-Response and Self-Report Mood. *Journal of Nervous & Mental Disease*. 185 (10), October, 599-605.
- Weinreich, N.K. (1999). Hands On Social Marketing, A Step By Step Guide. California: Sage Publication.

## Extended English Abstract

### Introduction

Automation and mechanization caused by industrialization and modern life style take a critically large place in human life, and human being has become less active (Zorba & Kuter, 2006). Physical activity is one of the essential tools for preventing sedentary life. The need to undertake physical activities is necessary to get rid of the situations that badly affect our health and keep the body fit and healthy (Arcury, et al, 2006). That people are being inclined to sedentary life day by day and not allocating enough time for physical activities has led this question become debatable: 'Is it

possible to make a change that physical activities can be extended in different ways?'. Since 1800s, psychological studies have shown that messages from preconscious thinking are beneficial for situations like reducing smoking and obesity (Weiberger, et al., 1997). This has become questionable in the field of marketing after preconscious messages that Vicary placed in his film 'Picnic' in 1957. In the studies in 1990s, it was seen that diversified preconscious messages were much more used (Bornstein & Pittman, 1992; Greenwald, 1992; Westen, 1998) and those conveyed preconscious messages were influential in people's changing their choices (Greenwald, et al., 1996). In order for the preconscious messages to be effective on participants in the researcher's desire, it is necessary that the participants 'require' the related topic (Karremans, et al., 2006:793; Veltkamp, et al., 2011:49-50; Werwijmeren, et al., 2013:1124-1125). Adding up the preconscious messages to the strategies for this purpose ensures emotional bond between the resource and the target group (Dijksterhuis, et al., 2005). The issue of conveying preconscious messages using creative strategies has come into prominence in social marketing since 2000s. It is an important process in developing social message to identify the target audience and to determine the message, its content, how to deliver it and which channel to use (Kolodinsky& Reynolds, 2009:2-3; Kotler& Lee, 2008:270-272).

There are various studies in the subjects about the effects of preconscious messages in changing attitude and behavior and the effect of physical activity on human health in the literature review done with respect to the aim of the study. Nonetheless, there has not been a study directly about "whether the preconscious social messages cause any changes in line with extending physical activity or not".

## Methods

The main target population of the study was the instructors of AbantİzzetBaysal University (A.İ.B.Ü.) who work at Gököy Campus. Convenience sampling method, one of the methods of non-probability sampling, was used. The reasons why the sample was chosen among the instructors were that they were among the groups who were highly exposed to the limited physical activity conditions like having limited physical activities as their job required, standing still for a relatively long time, working with monitors and keyboards, overusing fingers and wrists, having postural defects. The research was designed as mixed method study.

The basic research question of the study is to determine whether the preconscious social messages cause any changes on individuals' physical activity habits.

Within this context, the method of the study consists of the stages below:

1<sup>st</sup> Stage: International physical activity survey (IPAQ), which was developed by Craig et al. (2003:1391-1395) and whose validity and reliability study of the Turkish version was done by Öztürk (2005), was carried out face to face with 160 instructors in order to find out their physical activity associations, to determine their physical activity levels and to create experiment and control group for the next phases.

2<sup>nd</sup> Stage: Experiment and control groups were formed among the participants whose activity level was found 'Low Activity' in accordance with Metabolic Energy Consumption (MEC) coefficients that were determined by IPAQ results. 'Attitudes Towards Regular Sports Questionnaire', originally belonged to Çoknaz (2004), was adapted to physical activity and to the target audience and in the form of activity attitude questionnaire consisting of 22 questions, it was used for the participants in the control and experiment group.

3<sup>rd</sup> Stage: Focus group discussion was carried out with control and experiment groups in order to give participants enough time and opportunity to express themselves, to help each participant in the group share their opinions about physical activity.

4<sup>th</sup> Stage: Preconscious messages were stated as 'walking/jogging, running, sport' with reference to the question 'What does physical activity evoke to you?' in IPAQ. Preconscious messages developed in view of the physical activity associations obtained from here were only delivered to the experimental group. Without giving any preconscious messages to control group,



two short-length films which were prepared by placing preconscious messages were shown to experiment group. Banners and posters as preconscious messages were posted to the entrance of the place where the films were synchronously shown to the experiment group with short-length film screenings. The study was implemented for six weeks (20 April 2015 – 25 May 2015). After pre-implementation questionnaire and focus group discussions, the participants in the experiment group were given materials as present that included preconscious messages; on the other hand, the ones in the control group were given materials that did not have any preconscious messages (calendar, natural flower in a pot, etc.) and they were asked to put these materials as closely as to keep eye contact in the areas where they spent most of their time.

5<sup>th</sup> Stage: The researchers interviewed with the control and experiment groups separately in cafes and restaurants in AİBÜ Gölköy Campus. Posters and banners containing visual and literary preconscious messages and materials including preconscious ‘run’ message placed upon serving sheets were used during the interview with the experiment group.

6<sup>th</sup> Stage: After visual and written preconscious messages to the experiment group, surveys and group discussions that had been carried out in the beginning of the study were repeated in both groups with the aim of determining if there was an attitude difference in terms of physical activity.

### Findings

After IPAQ that was carried out in the 1<sup>st</sup> stage of the study, according to the answers from 160 participants, the first three physical activity associations were respectively walking (%13,1), sport (%11,9) and running (%7,7).

Physical activity levels of the participants were determined in view of Craig’s (et al., 2003) classification and calculation. Physical activity total score was calculated by multiplying the time each participant spent at work, while commuting, sitting, doing housework, resting, doing sport activities and their spare time, and its frequency in a week and MEC coefficient (Craig et al., 2003 to find out MEC coefficients and its calculations). The lowest physical activity group was included in the qualitative part of the study.

For the quantitative research findings, Mann-Whitney U test was done to ascertain any differences towards physical activity attitude between the control and experiment group. The calculations showed that z score was -0,323 and p significance score was 0,747. This meant that there was no statistical difference of physical activity attitude averages of the two independent groups. After Wilcoxon test was conducted, no difference was found between pre and post physical activity total scores of the control group (z score=-0,405 and significance score=0,686). In order to find out the possible differences between physical activity averages before and after the preconscious messages were given, Wilcoxon test was repeated. According to these results, there was a significant difference between pre and post physical activity total scores of the experiment group (z score=-1,992 and significance score=0,046).

The findings related to five questions that were asked in the qualitative part of the research can be summarized as follows:

Based on the quantitative findings obtained from the first focus group before the preconscious messages were given, it is remarkable that the necessity of ‘devoting time’ to physical activity was underlined in the experiment group. Defining physical activity, all the participants stressed that it was essential to do ‘regular physical activities’. Participants in the control group achieved a consensus that they would feel better and energetic and be happier if the physical activities became parts of their lives. All the participants in the experiment group replied to the question ‘How active are you?’ as ‘not active’. Except one participant from the experiment group remarked that ‘although they wanted to be active’, they could not do physical activities because of ‘not having enough time’ and ‘the desire to use their right to be lazy’. The experiment group participants said that ‘it was necessary to reduce the class hours as they were academicians, particularly evening classes’. Apart



from one participant in the control group who stated that 'he/she did not have any attempt for physical activities', all the other participants were 'eager to do physical activities'.

With regard to the findings from the repeated focus group discussions after the preconscious messages were only given to 'experiment group', most of the participants told that they had felt physically bad after the research started, they had started thinking about this issue, they had thought of the health problems which they experienced, although they had not been physically active, they had become mentally active. Participants in the control group reported that they had increased walking/jogging since the weather had become warmer and they had done physical activity. Nevertheless, the participants pointed out that their thoughts about 'the meaning of physical activity' had not changed.

### Conclusion

It is said that the basic principle for success in the studies in which social messages are applied is to keep the target market limited and carry out the study in small homogeneous groups having specific common features (Dollatabaty, et al., 2012:160; Pettigrew & Pescud 2012; Helmig&Thaler 2010). Being carried out on 'a homogenous group', this study reveals that it is important for increasing success that social messages need to be adapted in particular with the target market features.

In view of the qualitative and quantitative results of the research, it was found that the study affected both control and experiment groups in considering their physical activity habits.

The study showed that it raised significant awareness about physical activity among both groups. However, it was concluded that preconscious messages in affecting physical activity had negative impact on the experiment group, which was the basic research question. This result caused that the messages that were given to the participants who received preconscious messages were mentally rejected as they led to 'resistance'. Particularly, that physical activity was defined by all the participants as 'activity that should be done regularly' match up with the information that it is dependent on the participants who are subjected to 'preconscious' messages 'need' the issue (Karremans, et al., 2006:793; Veltkamp, et al., 2011:49-50; Verwijmeren, et al., 2013:1124-1125).

Another result of the study is that physical activity habit should be acquired during childhood. This result reveals that it is crucial for the children to use technological devices as little time as possible and they should be inclined to sports and nature so that they can become active individuals.

In general, according to the results, the lowest physical activity group showed resistance to preconscious social messages. They made a negative impact on the mentioned group. It is an important finding that the lowest physical activity group and physical activity issue should be specified.

It is thought that the study whose preconscious social marketing messages that were firstly developed can be transformed into an applicable model for all sedentary individuals although it was limited to the instructors at AİBU Gököy Campus.