



**T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BESLENME VE DİYETETİK ANA BİLİM DALI
BESLENME VE DİYETETİK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**MEDYANIN LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SAĞLIKLI BESİN
SEÇİMLERİ VE TÜKETİMLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Beyza ÖZDEMİR

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BESLENME VE DİYETETİK ANA BİLİM DALI
BESLENME VE DİYETETİK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**MEDYANIN LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SAĞLIKLI BESİN
SEÇİMLERİ VE TÜKETİMLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Beyza ÖZDEMİR

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Şeyda KIVRAK

MUĞLA-2023

TEZ ONAYI

Beyza ÖZDEMİR tarafından hazırlanan “Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimleri ve Tüketimleri Üzerindeki Etkisi” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Beslenme ve Diyetetik Ana Bilim Dalı, Beslenme ve Diyetetik Tezli Yüksek Lisans Programında, Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

Doç. Dr. Şeyda Kıvrak

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Türkyılmaz

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Emre Batuhan Kenger

Bahçeşehir Üniversitesi

Tez savunma tarihi: 16.06.2023

Bu tez Beslenme ve Diyetetik Ana Bilim Dalı, Beslenme ve Diyetetik Tezli Yüksek Lisans Programında, Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirmektedir.

Prof. Dr. Müesser ÖZCAN

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan metinleri sahiplerinden yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricinde YÖK Ulusal Tez Merkezi / MSKÜ Açık Erişim Sisteminde erişime açılabilir.

- ☐ Tezimle ilgili patent başvurusu yapılacağından veya patent alma süreci devam ettiğinden Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile tezimin mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl erişime açılmasının ertelenmesini talep ediyorum.
- ☐ Tezimde yeni teknik, materyal ve metotlar kullanıldığından ve henüz makaleye dönüşmemiş olduğundan Enstitü Yönetim Kurul kararı ile mezuniyet tarihimden itibaren 6 ay tezimin erişime açılmasının ertelenmesini talep ediyorum.

16.06.2023

Beyza ÖZDEMİR

ETİK BEYAN

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimleri ve Tüketimleri Üzerindeki Etkisi” isimli çalışmada tezin planlanmasından yazımına kadar tüm süreçlerde etik ilkelere bağlı kaldığımı, tezime ilişkin bilgi ve belgeleri akademik ve bilimsel etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezimde kullandığım tüm görsel ve yazılı materyallerin kaynağını gösterdiğimi, tezimin Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna göre yazıldığını beyan ederim.

16.06.2023

Beyza ÖZDEMİR

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın planlanmasında, yürütülmesinde ve sonuçlandırılmasında bana değerli vakitlerini ayıran, desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Şeyda KIVRAK'a

Tüm hayatım boyunca bana destek veren ve sevgilerini hiçbir zaman esirgemeyen anneme, babama ve kardeşlerime,

Bu zorlu süreçte maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

MEDYANIN LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SAĞLIKLI BESİN SEÇİMLERİ VE TÜKETİMLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

ÖZET

Bu araştırmada medyanın Elazığ ilinde öğrenim gören lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimi ve tüketimine etkisi araştırılmıştır. Betimsel nitelik taşıyan tarama modelindeki bu araştırmanın evrenini Elazığ il merkezindeki liselerde öğrenim gören öğrenciler oluştururken, örnekleme ise 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Elazığ ilindeki liselerde öğrenim gören ve basit tesadüfî örneklem yöntemiyle seçilen 270 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak 37 soru ve üç bölümden oluşan “Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimi ve Tüketimi Üzerindeki Etkisini Değerlendirmeye Yönelik Anket Formu” kullanılmıştır. Anket formundan elde edilen veriler SPSS programına aktararak değerlendirilmiş ve hesaplamalarda anlamlılık değeri $p<0.05$ olarak kabul edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin TV, bilgisayar ve internet gibi medya araçlarıyla günlük ortalama 4 saat süre geçirdikleri, fiziksel aktivite yapma oranlarının oldukça düşük düzeyde olduğu, genellikle sosyal medya/internet üzerinde rastladıkları ve arkadaşları tarafından tavsiye edilen diyet programlarını uyguladıkları, genellikle kilo vermek amacıyla diyet yaptıkları, genellikle teknolojiyi ve medyayı yakından takip ettikleri, beslenme alışkanlıklarının ve besin seçimlerinin medyadan etkilendiği, medya içeriklerinin öğrencilerin besin tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını değiştirmede ve medyada karşılaştıkları programlarda gördükleri bazı gıda ürünlerini denemelerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Lise, Beslenme Alışkanlığı, Besin Seçimi, Diyet

THE EFFECT OF THE MEDIA ON THE HEALTHY FOOD SELECTION AND CONSUMPTION OF HIGH SCHOOL STUDENTS

ABSTRACT

In this study, the effect of the media on the healthy food selection and consumption of high school students in Elazığ was investigated. The universe of this research, which has a descriptive scanning model, consists of students studying in high schools in the city center of Elazığ, while the sample consists of 270 high school students studying in high schools in Elazığ in the 2022-2023 academic year and selected by simple random sampling method. In the study, the "Questionnaire Form for Evaluating the Effect of the Media on the Healthy Food Selection and Consumption of High School Students", consisting of 37 questions and three parts, was used as a data collection tool. The data obtained from the questionnaire form were transferred to the SPSS program and evaluated, and the significance value was accepted as $p < 0.05$ in the calculations. As a result of the research, the students spend an average of 4 hours a day with media tools such as TV, computer and internet, the rate of physical activity is quite low, they usually follow diet programs that they come across on social media/internet and are recommended by their friends, they usually go on a diet to lose weight, It has been concluded that they generally follow technology and the media closely, their dietary habits and food choices are affected by the media, and the media contents are effective in changing the food preferences and eating habits of the students and in trying some food products they see in the programs they encounter in the media.

Keywords: Media, High School, Nutritional Habit, Food Choice, Diet

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	ix
ŞEKİLLER VE RESİMLER DİZİNİ.....	x
TABLolar DİZİNİ.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. GENEL BİLGİLER.....	4
2.1. Beslenme Kavramı ve Beslenme Alışkanlıkları	4
2.2. Besin Öğeleri ve Etkileri.....	7
2.2.1. Karbonhidratlar	7
2.2.2. Proteinler	7
2.2.3. Yağlar (Lipidler).....	8
2.2.4. Vitaminler.....	9
2.2.5. Mineraller	10
2.3. Günlük Beslenme ve Besin Grupları	10
2.4. Ergenlikte Beslenme	13
2.4.1. Ergenlik Döneminde Bireylerin İhtiyaç Duydukları Besin Öğesi ve Enerji İhtiyaçları.....	14
2.4.2. Ergenlerde Besin Seçimini Etkileyen Unsurlar.....	16
2.5. Medya.....	19
2.5.1. Medya ve Sağlık	19
2.6. Ergenlerin Medya Araçlarını Kullanım Durumları.....	20
2.6.1. Medya'nın Ergen Bireylerin Beslenme Alışkanlıklarına ve Besin Seçimlerine Etkisi.....	21
3. YÖNTEM	27
3.1. Araştırma Modeli	27
3.2. Araştırma Evren ve Örneklemi/Araştırma Materyali.....	27
3.3. Veri Toplama Araçları	27
3.4. Veri Toplama Süreci	28
3.5. Deneysel Kurgu.....	28

3.6. İstatistiksel Analiz	29
3.7. Etik Onay	29
3.8. Araştırmanın Sınırlılıkları	29
4. BULGULAR.....	31
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	31
4.2. Katılımcıların Beslenme Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular.....	37
4.3. Medyanın Beslenme Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bulgular	43
5. TARTIŞMA	60
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	65
6.1. Sonuçlar	65
6.2. Öneriler	66
KAYNAKLAR	68
EKLER	84
Ek 1: ETİK KURUL ONAYI	84
Ek 2: KURUM İZİN ONAYI	85
Ek 3: FORMLAR.....	86
Ek 4: ÖZ GEÇMİŞ.....	91

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

BKİ	: Beden Kütle İndeksi
BM	: Birleşmiş Milletler
DSÖ	: Dünya Sağlık Örgütü
kcal	: Kilokalori
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜBER	: Türkiye Beslenme Rehberi
TV	: Televizyon

ŞEKİLLER VE RESİMLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Besin piramidi.....	13
--------------------------------	----



TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 4.1. Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin bulgular	31
Tablo 4.2. Katılımcıların yaşlarına ilişkin bulgular	31
Tablo 4.3. Katılımcıların öğrenim gördükleri liseye ilişkin bulgular	32
Tablo 4.4. Katılımcıların sınıf düzeylerine ilişkin bulgular	32
Tablo 4.5. Katılımcıların ağırlıklarına ilişkin bulgular.....	32
Tablo 4.6. Katılımcıların boy uzunluklarına ilişkin bulgular.....	33
Tablo 4.7. Katılımcıların kaldıkları yerlere ilişkin bulgular	34
Tablo 4.8. Katılımcıların günlük televizyon izleme sürelerine ilişkin bulgular	34
Tablo 4.9. Katılımcıların günlük bilgisayar kullanma sürelerine ilişkin bulgular .	35
Tablo 4.10. Katılımcıların günlük oyun oynama/vakit geçirme/sosyal medya/beslenme araştırması ile internette zaman geçirme süresine ilişkin bulgular.....	36
Tablo 4.11. Katılımcıların düzenli fiziksel aktivite yapma durumlarına ilişkin bulgular.....	37
Tablo 4.12. Katılımcıların vücut ağırlığı hedeflerine ilişkin bulgular	38
Tablo 4.13. Katılımcıların en fazla ulaştıkları vücut ağırlığına ilişkin bulgular	38
Tablo 4.14. Katılımcıların diyet yapma durumlarına ilişkin bulgular	39
Tablo 4.15. Katılımcıların uyguladıkları diyetleri belirleme kriterlerine ilişkin bulgular.....	39
Tablo 4.16. Katılımcıların besin öğünlerini haftalık tüketme oranına ilişkin bulgular.....	40
Tablo 4.17. Katılımcıların besin gruplarını günlük tüketme miktarlarına ilişkin bulgular.....	41
Tablo 4.18. Katılımcıların haftalık balık tüketme oranına ilişkin bulgular.....	42
Tablo 4.19. Katılımcıların haftalık yumurta tüketme oranına ilişkin bulgular.....	43
Tablo 4.20. Katılımcıların medyayı takip etme durumlarına ilişkin bulgular.....	44
Tablo 4.21. Katılımcıların takip ettikleri medya araçlarına ilişkin bulgular.....	44
Tablo 4.22. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duyma durumlarına ilişkin bulgular	45
Tablo 4.23. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip etme durumlarına ilişkin bulgular	46
Tablo 4.24. Katılımcıların medya araçlarından takip ettikleri beslenmeye ilişkin konulara yönelik bulgular.....	47
Tablo 4.25. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını takip ettikleri medya araçlarına ilişkin bulgular	48
Tablo 4.26. Katılımcıların beslenme/diyet konularında medya araçlarından en çok izlediği kişilere ilişkin bulgular.....	48

Tablo 4.27. Katılımcıların medyadan takip ettikleri beslenme/diyet önerilerini uygulama durumlarına ilişkin bulgular	49
Tablo 4.28. Katılımcıların beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından etkilenme durumlarına ilişkin bulgular	50
Tablo 4.29. Katılımcıların medya araçlarından etkilenerek beslenme alışkanlıklarını değiştirme durumlarına ilişkin bulgular	51
Tablo 4.30. Katılımcıların medyadaki beslenme konularından etkilenerek beslenme davranışlarında meydana gelen değişikliklere ilişkin bulgular.....	52
Tablo 4.31. Katılımcıların medya araçlarından etkilenerek gıda ürünü deneme durumlarına ilişkin bulgular	53
Tablo 4.32. Katılımcıların medyada araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkındaki düşüncelerine ilişkin bulgular	55
Tablo 4.33. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarını izleme durumlarına ilişkin bulgular.....	56
Tablo 4.34. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarından etkilenerek gıda/içecek alma durumlarına ilişkin bulgular	56
Tablo 4.35. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarından etkilenerek besin destekleri alma durumlarına ilişkin bulgular	57
Tablo 4.36. Katılımcıların gıda ürünleri satın alma kararlarını etkileyen unsurlara yönelik düşüncelerine ilişkin bulgular	58

1. GİRİŞ

Canlıların sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeleri ve büyüüp gelişmeleri açısından önemli biyolojik aktivitelerden olan beslenme, vücudun ihtiyaç duyduğu besin içeriklerini içeren besinlerin kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Baysal, 2012). Yeryüzünde yaşamın başlaması ile ortaya çıkan beslenme ihtiyacı, tüm canlılarda olduğu gibi insanlar için de önemli yaşamsal faaliyetlerden birini oluşturmaktadır. İnsanlar tarih boyunca beslenme ihtiyaçlarını karşılayabilmek için avcılık, tarım ve hayvancılık gibi zamana ve mekâna bağlı olarak değişiklik gösteren birtakım mücadeleler vermişlerdir. Beslenme alışkanlığının tarihsel süreçte geçirdiği başkalaşım göz önünde bulundurulduğunda, avcılık ile başlayan gıda temininin bilgi ve teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte birtakım farklılıkların ortaya çıktığı görülmektedir. İnsanlar ilk dönemlerde avcılık-toplayıcılık faaliyetleri ile gıda ihtiyaçlarını temin ederken yerleşik hayata geçilmesi ile birlikte yaşam tarzlarında görülen değişiklikler tarımsal faaliyetlerin ortaya çıkmasını sağlamış ve teknolojik gelişmelerle birlikte günümüzdeki halini almıştır (Akın vd. 2015).

Bireyler ve toplumlar sağlıklı ve üretken olabilmek için fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan güçlü bir beden yapısına sahip olmaları ve bedensel sağlığını muhafaza etmeleri gerekmektedir. Beslenme, insan sağlığı üzerinde etkili olan temel unsurların başında gelmektedir (Baysal, 2012).

Beslenme alışkanlıkları genetik özellikler, sosyo-kültürel yapı, dini inanç, duygusal durum, iştah ve medya gibi birçok değişkene bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir (Karakuş vd., 2016). Teknolojik gelişmelerle birlikte küreselleşen toplum yapısı sosyal, kültürel ve ekonomik alanda olduğu gibi insan beslenmesinde de etkili olmuştur. Endüstriyelleşme ile birlikte çalışma koşullarının değişmesi ve kadının çalışma yaşamına dahil olması ile birlikte toplumların beslenme yapısında birtakım değişiklikler görülmüş ve insanların hızlı ve kolay bir şekilde tüketebilecekleri fast-food kültürü ortaya çıkmıştır. Sosyo-kültürel yapıda görülen bu değişim zamanla temel yaşamsal faaliyetlerden biri olan beslenmenin, açlığı bastırmaya yönelik ayaküstü ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilen bir eylem halini almasına neden olmuştur (Carlsson vd., 2019). Bireylerin aile ortamları dışındaki ortamlarda daha fazla zaman geçirdikleri ergenlik

dönemi, beslenme alışkanlıklarının değiştiği önemli yaşam dönemlerinden birini oluşturmaktadır. Hızlı ve düzensiz bir yaşam tarzının görüldüğü ergenlik döneminde fast-food tarzı beslenmeler yoğun olarak görülebilmektedir (Sine Nazlı ve Bağ, 2020). Fast-food yiyeceklerinin içeriğine konulan malzemelerin pişirilmesinde doymuş yağların yoğun bir şekilde kullanılması, fast-food tüketicilerinin sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (Uğur, 2018). Sosyo-kültürel ve teknolojik değişimlerden doğrudan etkilenen gıda tercihleri, bireylerin beslenme alışkanlıklarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Sağlıklı bir yaşam sürme ve hastalıkların önlenmesi açısından hayati öneme sahip olan yeterli ve dengeli beslenme, yaşam kalitesinin artırılması ve sağlığın korunması amacıyla ihtiyaç duyulan besin içeriklerinin ideal miktarlarda ve zamanlarda alınması eylemi olarak tanımlanmaktadır (TÜBER, 2015).

Teknolojik gelişmeler ve çalışma koşulları günümüzde ergenler başta olmak üzere toplumun hemen her yaş kesiminin yüksek yağ ve enerji içeriğine sahip gıdalar tüketme, öğün atlama, sebze ve meyve tüketmeme, zamanının büyük bir kısmını ekran karşısında hareketsiz bir şekilde geçirme ve fiziksel aktivitelerde bulunmama gibi sağlıksız bir beslenme alışkanlığına sahip olmalarında etkili olmuştur. Ebeveyn tutumları, arkadaş çevresi, inanç, maliyetler, kitle iletişim araçları ve beden imaj algısı gibi etkenler de beslenme alışkanlıklarının ortaya çıkmasında etkili olmaktadır (Cecon vd., 2017).

İnternet ve bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bireysel ve toplumsal ihtiyaçların ve beklentilerin değişmesine neden olmuştur. Geçmişte bilgi kaynağı olan kitap, dergi, televizyon ve radyo gibi araçlar zamanla yerini internet ve sosyal medya araçlarına bırakmıştır. Zaman ve mekan kısıtı bulunmaksızın bilgiye erişilmesine olanak sağlayan internet ve sosyal medya, bilimsel bilginin yanı sıra hiçbir bilimsel niteliği olmayan kaynağı belirsiz bilgilerin de yayılmasına neden olabilmektedir. İnternet ve medya araçlarında çeşitli görsel sunumlarla tüketicilere tanıtılan ürünler, zaman içerisinde bireyler üzerinde “gereksinim” düşüncesinin ortaya çıkmasına neden olmakta ve bireyleri o ürüne yönlendirebilmektedir. Yaş, cinsiyet, sosyo-kültürel ve ekonomik sınıflara göre farklı sunumlarla hazırlanan içerikler, bireylerin tüketim tercihlerini etkileyebilmektedir (Tuna vd., 2017).

Genç nüfus oranının yüksek olduğu Türkiye’de internet ve medya araçları toplumun beslenme alışkanlıklarını ve gıda tercihlerini büyük oranda etkilemektedir.

Genç nüfus başta olmak üzere toplumun büyük bir bölümünün gıda seçimlerini yönlendirebilen internet ve medya araçları, lise dönemindeki bireylerin beslenme alışkanlıklarını ve gıda seçimlerini etkileyebilmektedir. Literatürde yer alan araştırmalarda internet ve medya teknolojilerinin gıda seçimi ve tüketimi açısından en fazla genç nüfusu etkilediği; medya araçlarının genç bireyleri sağlığa zararlı olan cips, çikolata, şeker, dondurma ve içecekler zararlı gıda ürünlerine yönlendirdiği ifade edilmektedir (Dilber ve Dilber, 2013; Kayserilioğlu, 2021; Yılmaz ve Özkan, 2007).

Sosyal medya başta olmak üzere birçok medya aracında beslenme ve gıda konularında içerik, hesap, yayın ve gönderi yayınlanmaktadır. Toplumsal bilinç düzeyinin artmasıyla birlikte önem kazanan sağlıklı beslenme, konu hakkında yetkili ve bilgili olmayan kişiler tarafından sosyal medya araçlarında ele alınmakta ve bu içeriklerle aktarılan doğru olmayan bilgiler beslenme konusuna yönelik bilgi kirliliğinin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Sosyal medya araçları başta olmak üzere medya araçlarının birçoğunda diyetisyenler, spor hocaları, yaşam koçları, doktorlar, detoks malzemelerine ilişkin bilgi veren hesaplar, hızlı bir şekilde kilo alma ya da kilo verme konularına ilişkin bilgi veren hesaplar, besin içeriklerine yönelik hesaplar tarafından bu alanda paylaşımlar yapılabilmektedir. Bu çalışmada da medyanın lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimleri ve tüketimleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Beslenme Kavramı ve Beslenme Alışkanlıkları

Bireylerin büyüyebilmeleri, gelişebilmeleri, sağlıklarını koruyabilmeleri, hastalıklarından kurtulabilmeleri, üretkenliğini sürdürebilmeleri gibi yaşamsal faaliyetlerini yerine getirebilmesi açısından ihtiyaç besin içeriklerini, mikro ve makro besin öğelerini tüketmeleri beslenme olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifade ile bireylerin yeterli ve dengeli bir şekilde beslenebilmeleri için ihtiyaç duydukları besin maddelerini tüketmeleri beslenme olarak tanımlanmaktadır (Aksoy vd., 2016; Akyol ve İmamoğlu, 2019). Beslenmenin sağlık üzerindeki etkisine yönelik literatürde yer alan araştırmalar incelendiğinde hastalıkların tedavisi ve sağlığın korunması ile beslenmenin ilişkili olduğu, beslenmenin günümüzde görülen tip 2 diyabet, osteoporoz, kanser türleri, osteopeni gibi birçok hastalığın önlenmesinde etkili olduğu görülmektedir (Akyol ve İmamoğlu, 2019; Kutluay Merdol, 2016). Beslenme alışkanlıkları insanların yaşam kaliteleri ve yaşam sürelerini de doğrudan etkilemektedir (Szypowska vd., 2020). Bireylerin yalnızca fizyolojik olarak açlıklarını bastırabilmesi için besin tüketilmesi olarak tanımlanamayan beslenme, aynı zamanda bir haz alma, sosyalleşme ve paylaşma aracı olarak da sosyo-kültürel ve ekonomik öneme sahip eylemlerden biridir (Aksoy vd., 2016). Dışavurum aracı olma özelliğine sahip beslenme aynı zamanda prestij ve statüyü de simgeleyebilmektedir (Kıngır ve Kardeş, 2019).

Yemek, sosyologlar, antropologlar ve psikologlar tarafından farklı açılardan incelenen verimli bir konudur. Bu çalışmalar ışığında yemek, beslenme olmanın yanında insanları bir araya getiren sosyal bir olgu olarak görülmeye başlanmıştır. Psikolog Rozin'e (1996) göre yemek, bir beslenme ve duysal zevk kaynağı olmakla başlar ve sosyal bir belirteç, bir anlam ve metafor kaynağı, ahlaki bir varlık ve estetik bir deneyim olmakla devam eder. Kültüre özgü gelenekler bu dönüşümleri yönlendirir. Yemek, farklı kültürlerden insanlar için bir zevk kaynağıdır. Yemek keyfi, mutfak bir sanat dalı olarak incelikli biçimlerinde estetik bir haz olarak kendini göstermiştir (di Renzo vd., 2020: 4).

Genetik, beslenme, iklim ve çevre koşulları gibi birçok unsur insan sağlığı ile doğrudan ilişkilidir. Yaşamın her döneminde insan sağlığının temeli olan beslenme, tüm

canlıların yaşamının sürdürülebilirliğini sağlayan önemli ve vazgeçilmez bir olgudur. Beslenme, bireylerin biyolojik dürtülerine ve açlık-tokluk mekanizmalarına, sosyal ve psikolojik durumlarına, örf ve adetlerine, alışkanlıklarına, eğitimlerine, teknoloji kullanımlarına ve ekonomik gelirlerine bağlıdır (Öztürk ve Tekeli, 2021).

İnsan ihtiyaçları önceliklerine göre sıralandığında beslenme temel olarak fizyolojik ihtiyaçların içinde yer alır. Fizyolojik ihtiyaçların en önemlisi olan beslenme, insanın büyüme, gelişme, uzun, sağlıklı ve üretken bir yaşam sürmesi için gerekli olan besinlerin yeterli ve dengeli miktarlarda alınmasıdır (Baysal, 2010). Beslenme alışkanlıkları ilkel, tarım, sanayi ve bilgi-teknoloji toplumları gibi farklı gelişim aşamalarından geçmiştir. Dinamik yapısı ile insanlık tarihi boyunca hep yaşamın önemli bir parçasını oluşturmuştur (Kazkondu, 2020).

Sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimler beslenme alışkanlıklarına da yansımakta ve zaman içerisinde bireylerin beslenme alışkanlıklarını, besin seçimlerini ve satın alma alışkanlıklarını değiştirmektedir (Kılıç ve Şanlıer, 2007). Türkiye'de bölgelere, iklim koşullarına, sosyo-ekonomik duruma, yerleşim yerine ve eğitim düzeyine göre beslenme durumunda önemli farklılıklar vardır (Aydın, 2012). Aynı kuşaktan bireyler, o kuşağın kültüründen etkilendikleri için benzer beslenme alışkanlıkları gösterirler (Kazkondu, 2020; Schewe ve Meredith, 2004). Ancak beslenme alışkanlıkları tamamen o dönemin kültürel etkisine bağlı değildir. Aile, arkadaş ortamı, medya, sosyo-ekonomik faktörler ve okuldaki eğitim de bireyin yeme içme davranışını etkilemektedir.

Yiyecek ve içecek tercihlerini etkileyen özellikler, bireysel, çevresel ve yiyecek özellikleri olarak üçe ayrılabilir. Bu tercihler bireyin beslenme alışkanlıklarını oluşturmaktadır. Bireysel özellikler yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, beslenme bilgisi, yemek pişirme becerisi, sağlığa yönelik tutum ve gıdanın sağlık üzerindeki etkileri olarak sınıflandırılabilir. Tat, görünüm, doku, maliyet, yiyecek hazırlama yöntemleri, baharatlar ve yiyecek içerikleri yiyecek ve içecek tercihlerini etkileyen özelliklerdir. İklim, istihdam, hareketlilik, kentleşme, aile büyüklüğü ve çevre yeme-içme tercihlerini etkileyen çevresel özelliklerdir (Aksoy vd., 2016).

Aile içindeki yeme-içme alışkanlıkları, bireylerin yeme-içme davranışlarını büyük ölçüde etkiler. Ailenin yeme alışkanlıkları, yiyeceklerin içerikleri, evdeki yiyecek

ve içeceklerin çeşitleri ve bulunabilirlikleri, dışarıda yeme sıklığı, fast food tüketim sıklığı ve özellikle anne babanın yemek tercihleri çocuğun yeme alışkanlıklarını etkileyen başlıca faktörlerdir (Köksal ve Gökmen, 2016). Bazı yiyecek ve içeceklerin küçük yaşta tüketilmeye ve/veya tüketilmemeye zorlanması, beslenmeye getirilen kısıtlama ve yasaklar, çocukların ileri yaşlarda beslenme alışkanlıklarını etkilemektedir. Aile bireylerinin bir besini tercih etmemeleri çocuğun o davranışı tekrarlamasına neden olabilir. 2016-2021 yılları arasında yapılan ve ebeveynlerin çocukların yeme davranışları üzerindeki etkisini ele alan bir araştırmada, ailedeki beslenme tutumunun çocuğun beslenmesi, yeme davranışları, yeme alışkanlıkları veya obezite üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir (Bayhan vd., 2021). Özellikle anne babaların erken yaşta beslenme konusunda çocuklarına uyguladıkları kısıtlama ve baskı sonucunda çocukların ileri yaşlarda besin alımı, yeme motivasyonu ve beden doyumu konularında sorun yaşayabildikleri belirlenmiştir. Çocuğun abur cuburlara erişiminin sağlanması veya kısıtlanması, aile bireyleri tarafından zorla gıda miktarının artırılması veya kısıtlanması, onları sağlıklı beslenme davranışına ve kilo gelişimine teşvik ederken, fazla kilolu ve düzensiz beslenmeye de teşvik edebilir. Sonuç olarak, çocuğun beslenme alışkanlığını geliştirmeye yönelik olumlu ve örnek bir ebeveyn rol modeli, onların sıkı diyet kontrol girişimlerinden daha iyi bir yöntemdir (Scaglioni vd., 2018).

Ergenlik döneminde kazanılan alışkanlıklar, bireyin yaşamı boyunca sağlığını etkileyebilmektedir. Beslenme alışkanlıkları, öğün sayısı, ana ve ara öğünlerde tüketilen besinlerin türü ve miktarı, yiyecek satın alma, yemek hazırlama, pişirme ve servis gibi temel özellikleri içerir (Sürücüoğlu, 1999). Sağlıklı büyüme ve gelişmeyi sağlayacak beslenme alışkanlıklarının küçük yaşlardan itibaren kazanılmasında aile, okul ve toplumun diğer kurumlarının önemli rolü vardır. Diğer tüm alışkanlıklar gibi yeme alışkanlığı da çocukluk ve ergenlik döneminde kazanılabilir. Beslenme konusunda küçük yaşlardan itibaren öğrenilmesi ve alışkanlık haline getirilmesi gereken konulardan bazıları şunlardır: Enerji harcamasına uygun beslenmek, düzenli beslenmek, besin seçiminde tasarruflu olmak, doğru pişirme tekniklerini uygulamak. Doğru pişirme teknikleri ile pişirilmeyen yemeklerde, bileşenlerin besin değeri kaybolur (Baysal, 1993). Sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimler beslenme alışkanlıklarına da yansımakta ve nesiller arasında beslenme alışkanlıkları değişebilmektedir. Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması da ergenler başta olma üzere bireylerin beslenme alışkanlıklarının değişmesinde etkili olmuştur.

2.2. Besin Öğeleri ve Etkileri

Bireylerin sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeleri için birtakım makro ve mikro besin öğelerini içeren besinlerle beslenmelidir. Karbonhidrat, yağ ve proteinler makro besin öğelerini oluştururken, vitamin ve mineraller ise mikro besin öğelerini oluşturmaktadır.

2.2.1. Karbonhidratlar

Karbonhidratlar birincil enerji kaynağı besin içeriği olup, kasların ihtiyaç duyduğu enerjinin üretilmesinde kullanılmaktadır (Grout vd., 2016; Purcell vd., 2013). Karbonhidratlar bağırsaklar tarafından sodyumun emilmesi, su ve elektrolitlerin dengesi, ketozisi önleme, kalın bağırsakların düzenli çalışması, besin artıklarının dışkı olarak vücut dışına atılması ve beyin sağlığının korunması gibi görevleri yerine getirmektedir (Çınar vd., 2010; Ünsal, 2019). Vücuda alınan fazla karbonhidratlar glikojen halinde karaciğerde ve kaslarda depolanmaktadır. Karaciğerlerde yaklaşık 75-100 gram glikojen depolanabilirken, bu oran kaslarda 300-400 gramlara kadar ulaşabilmektedir. Karbonhidrat içeriği bakımından zengin besinler tüketilmesi ile glikojen depolarının 1.5-2 kata kadar artırılması mümkün olabilmektedir. Glikojen depolarının artmasıyla birlikte günlük yaşama ilişkin performans düzeyinin yükselmesini sağlayabilmektedir (Ersoy ve Hasbay, 2006). Karaciğerlerde glikojen olarak depolanan glikoz, kanda glukoz halinde depolanırlar. Beyin ve diğer birtakım dokular tarafından glukoz kullanılırken, yeterli düzeyde glikoz alınmadığı durumlarda ise karaciğerde depolanan glikojen kullanılmaktadır. Glikojen miktarı bireylerin günlük yaşamdaki fiziksel performansının şiddetini ve süresini artırmaktadır. Uzun süreli fiziksel performans gerektiren etkinlikler kaslarda depolanan glikojen miktarının azalmasına neden olabilmektedir (Polikandrioti ve Tsami, 2007). Glikojen miktarının azalması bireylerin gündelik yaşamlarındaki fiziksel performanslarının yavaşlamasına ve aşırı yorgunluk hissetmelerine neden olabilmektedir (Özdemir, 2010).

2.2.2. Proteinler

Doku ve hücrelerin temel yapı taşı olan proteinler, aminoasitlerin bir araya gelmesinden oluşmaktadırlar. Azot içeren organik bileşikler olan aminoasitler, karbonhidrat ve yağlar gibi karbon, hidrojen ve oksijen içerirken, azot içermesi bakımından karbonhidrat ve yağlardan ayrılmaktadır. Büyüme ve hasar gören dokuların onarımını sağlayan proteinler, aynı zamanda temel enerji kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Karbonhidrat ve yağ içeren besinlerin tüketilmemesi durumunda vücut

enerji ihtiyacını karşılayabilmek için proteini kullanırlar. Karaciğer, aminoasitleri glikojene dönüştürerek enerji ihtiyacının karşılanmasını sağlar. Hücre ve dokuları meydana getiren temel yapılar olan aminoasitler, kan proteinlerini oluşturarak doku ve organların ihtiyaç duyduğu besin, ilaç, lipid ve hormonların taşınmasını sağlar (Sencer, 1991).

Enzimler hücresel fonksiyonların gerçekleşmesi ve hücre bölünmesi için gerekli olan temel unsurlar olup, protein yapıdadırlar. Proteinler sindirim olayı sonucunda aminoasitlere dönüştürülürler ancak depolanamazlar. Aminoasitlerin depolanabilmesi için proteinlere dönüştürülmesi gerekmektedir. Yetersiz protein alınması durumunda vücut, ihtiyaç duyduğu protein kaynağını elde edebilmek için hücreleri kullanırlar (Akşit, 1991). Sağlıklı bir yetişkinin vücudunun %16'sı çeşitli görevleri yerine getiren ve çalışan proteinlerden oluşmaktadır. Hücreler vücuttaki fonksiyonlarını yerine getirirken zamanla yıpranırlar ve yenilenirler. Protein içeriği bakımından zengin besinlerin tüketilmesi, hücresel fonksiyonların ve yenilenmenin gerçekleştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Aminoasitler insan vücudu tarafından sentezlenememektedir ve aminoasitleri dönüştürme yeteneği de sınırlıdır. Besinlerle dışarıdan alınan besinler karaciğerde dönüştürülmektedir (Applegate, 2011; Baysal, 2010).

Hayvansal ve bitkisel besinlerin tümü protein içeriğine sahiptir. İnsan vücudunun gereksinim duyduğu aminoasitlerin büyük bir kısmı hayvansal besinlerde daha fazla bulunmaktadır. Bitkisel kaynaklı proteinler sindirimde daha yüksek düzeyde kayba uğrarlarken, hayvansal kaynaklı proteinlerin kaybı daha düşük düzeylerde gerçekleşmektedir. Et, süt, yumurta vb. gibi hayvansal protein kaynaklarının %98'i vücut tarafından sindirilirken, kuru baklagiller ve diğer bitkisel protein kaynaklarının %78-85'i sindirime uğramaktadır (Baysal, 2010).

2.2.3. Yağlar (Lipidler)

Karbon, hidrojen ve oksijenden oluşan yağlar ortalama vücudun %18'ini oluşturmaktadır. Yağ oranı kişilere göre farklılık gösterebilmektedir. Enerji deposu olan yağlar, karbonhidratlara oranla yaklaşık iki kat daha fazla kalori içermektedir. Enerjiye dönüştürülme sürecinde karbonhidratlara oranla daha fazla oksijene ihtiyaç duyulan yağlar, bu özelliğinden dolayı vücudun enerji gereksinimlerinin karşılanmasında birincil enerji kaynağı olarak kullanılmazlar (Baysal, 2010). Deri sağlığı ve büyüme üzerinde

etkili yağ asitlerinin bir kısmı vücut tarafından üretilemezler. A, D, E ve K vitaminleri yağlar vasıtasıyla vücuda alınmasında yağlar kullanılmaktadır. Yağlar ayrıca organları sarararak dış etkilere karşı korumaktadır. Vücut ısısının korunmasını da sağlayan yağlar aynı zamanda tokluk hissinin oluşumunu ve midenin boşaltılması sürecinin uzamasını da sağlamaktadır (Applegate, 2011).

2.2.4. Vitaminler

Bireylerin yaşamlarını sürdürebilmek ve sağlıklı bir büyüme ve gelişme süreci geçirmek için ihtiyaç duyduğu temel besin kaynaklarından biri de vitaminlerdir. Fizyolojik ve biyokimyasal süreçlerle enerjiye dönüştürülen vitaminler aynı zamanda sindirim sisteminin sağlıklı bir şekilde işlevlerini gerçekleştirmesinde ve hücrelerin korunmasında da etkili rol oynamaktadır (Kerksick vd, 2018). Suda (B ve C) ve yağda çözünen (A, D, E ve K) vitaminler olmak üzere iki gruba ayrılan vitaminler, birtakım dokular aracılığıyla depolanmaktadır. Fazla alınmaları durumunda toksisiteye yol açan vitaminlerin suda çözünenleri çoğunlukla idrarla vücut dışına atılabilmektedir. Vitamin kaynaklarının her biri, vücutta önemli fonksiyonları yerine getirmektedir (Holick, 2007).

Vücutta karbonhidrat, yağ ve protein gibi besin içeriklerinin sindirilmesinde, epitel dokuların yapımında ve göz fonksiyonlarının yerine getirilmesinde A vitamini önemli rol oynamaktadır (Ünsal, 2019). Kemik sağlığı açısından önemli olan D vitamini aynı zamanda sinir sistemi, iskelet ve kas sisteminin gelişiminde, kalsiyum emiliminde, fosfor, kalsiyum ve serum düzeylerinin düzenlenmesinde de önemli rol oynamaktadır (Holick, 2007). Bağışıklık sistemini güçlendirerek tümör oluşumunun engellenmesini sağlayan D vitamini, günlük yaşamdaki fiziksel performansın artmasını da sağlayabilmektedir (Türker ve Yüksel, 2019).

Yağda çözünen ve bitkisel yağlar ve yağlı tohumlarda bulunan E vitamini, kas ağrılarını ve iltihap oluşumunu engellemektedir (Clifford ve Maloney, 2015). Kanserin önlenmesi, hücre sağlığı ve yaraların iyileşmesi açısından da önemli görevleri bulunan E vitamini, aynı zamanda enerji ihtiyacının fazla olduğu durumlarda meydana gelen DNA hasarlarının önlenmesini ve onarılmasını da sağlayabilmektedir (Rodriguez vd., 2009).

Protrombin üretiminde etkili rol oynayan K vitamini, kanın pıhtılaşması açısından önem arz eden vitaminlerden biridir (Ünsal, 2019). Koroner kalp ve kemik sağlığı

açısından da önemli olan K vitamini eksikliğinde kanama olayları yaygın olarak görülebilir (Türker ve Yüksel, 2019). Aminoasit sentezi sürecinde etkili rol oynayan B vitamini, hücresel faaliyetlerin sağlıklı bir biçimde sürdürülmesi ve protein metabolizmasının düzenli bir şekilde yerine getirilmesi açısından önemlidir. C vitamini glikojen depolanması, kas ağrısı ve hasarını önleme, egzersiz sonucunda ortaya çıkan oksidatif değişiklikleri kontrol altına alma ve doku ve karnitin sentezi sürecinde önemli rol oynamaktadır (Atalay vd., 2006).

2.2.5. Mineraller

Besinlerin yapısında bulunan inorganik maddeler olan mineraller, vücut fonksiyonlarının yerine getirilmesi açısından ihtiyaç duyulan temel besin öğelerinden birini oluşturmaktadır. Eser elementler ve makro mineraller olmak üzere iki gruba ayrılan mineraller, fizyolojik süreçler ve metabolik faaliyetler açısından önemli role sahiptirler (Williams, 2005). Enzim ve hormonlardan oluşan mineraller, nörolojik ve metabolik faaliyetleri düzelerken aynı zamanda dokuların da yapısında bulunmaktadırlar (Kerksick vd., 2018). Sodyum, magnezyum, fosfor, potasyum ve klor gibi günlük ortalama 250 mg'ın üzerinde ihtiyaç duyulan mineraller makro mineralleri oluşturmaktadır. Çinko, bakır, iyot, krom, demir, magnezyum, selenyum ve molibden gibi günlük 20 mg'ın altında gereksinim duyulan mineraller ise eser elementler grubunu oluşturmaktadır (Samur, 2008). Metabolik faaliyetlerin ve vücut fonksiyonlarının sağlıklı bir şekilde yerine getirilebilmesi açısından önemli role sahip olan mineraller, vücutta kan yapımı ve oksijen taşınması (flor), sinir sistemi ve kas sağlığı (magnezyum ve kalsiyum), kemik ve diş sağlığı (fosfor ve kalsiyum), tiroit bezi fonksiyonlarının sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi (iyot) ve dolaşım sistemi sağlığı (potasyum, sodyum ve klor) gibi görevleri yerine getirmektedirler. Besinlerle vücuda alınan mineraller idrar, gözyaşı, dışkı ve ter ile vücut dışına atılırlar (Samur, 2008).

2.3. Günlük Beslenme ve Besin Grupları

Karbonhidrat, protein, yağ, mineral, vitamin ve su gibi temel besin içeriklerinin günlük olarak ihtiyaç duyulan miktarda vücuda alınması yeterli ve dengeli beslenme olarak ifade edilmektedir. Besinler içerdikleri besin öğelerine göre sınıflandırılmaktadır. Sebze meyve grubu, yumurta-et-baklagil grubu, tahıl grubu, süt ve süt ürünleri ve yağlar olmak üzere genel olarak beş grupta sınıflandırılan besin içeriklerinin günlük olarak alınması gereken miktarlar yaş gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Porsiyon

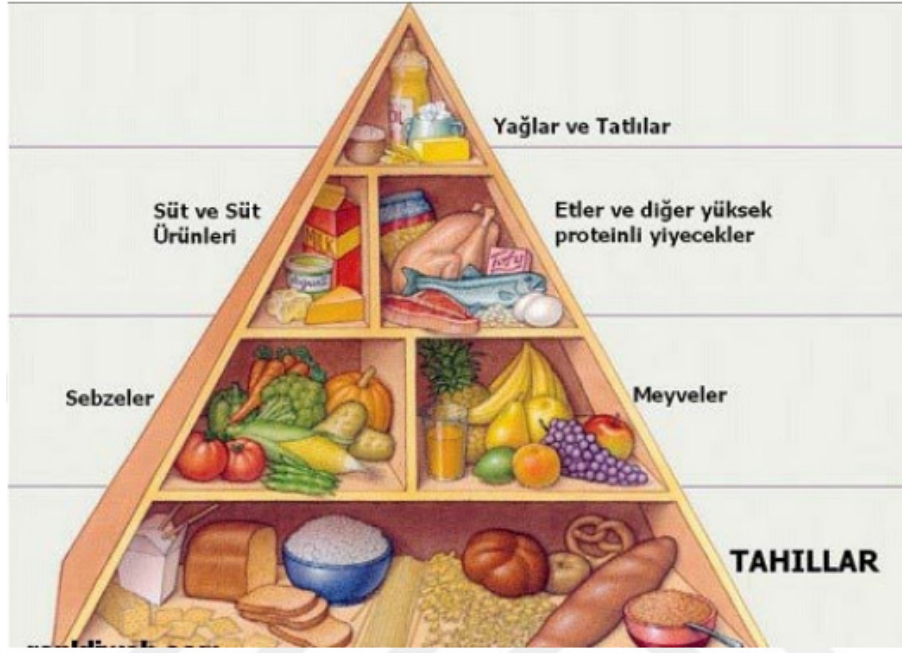
dağılımlarının yaş gruplarına uygun bir şekilde yapılması sağlanarak farklı yaş gruplarındaki bireylerin ihtiyaç duydukları besin içeriklerini almaları sağlanabilmektedir. Vücut sağlığı açısından besin öğelerinin tüketileceği zaman aralıkları da farklılık göstermektedir. Günlük üç ana ve ara öğünlerle oluşturulan beslenme programları besin içeriklerinin ideal oranlarda alınmasını sağlayabilmektedir (Ermiş vd., 2015).

1. Yaş grupları açısından beslenmedeki önemi farklılaşan süt tüketimi, özellikle çocukluk döneminde bilişsel ve fiziksel gelişimi desteklemesi açısından oldukça önemlidir. Çocuklarda büyüme ve gelişmeyi desteklemesinin yanı sıra aynı zamanda ilerleyen dönemlerde ortaya çıkması muhtemel hastalıkların da önlenmesinde etkili olabilmektedir. %87.3 su, %5 karbonhidrat, %3.5 yağ, %3.4 protein ve %0.7 mineral içeren süt çocukluk dönemi başta olmak üzere tüm yaş gruplarındaki bireylerin yeterli ve dengeli beslenebilmesi açısından önemli bir besin grubudur. Süt ve süt ürünleri grubunda yer alan yoğurt ve peynir gibi besinler de içerdikleri B2. protein ve kalsiyum içerikleriyle büyüme ve gelişmeyi desteklemesinin yanı sıra aynı zamanda yıpranan ve hasar gören dokuların onarımında önemli rol oynamaktadır. Süt ve süt ürünleri A vitamini açısından da zengin besin öğeleridir (Ünal vd., 2008). Çocukların, ergenlerin, gebelerin, emziren annelerin ve menopoz sonrası dönemdeki kadınların günlük 3-4 (1 porsiyon süt 200 cc, peynir iki kibrit kutusu büyüklüğü) porsiyon süt ve süt ürünleri tüketmeleri gerekirken yetişkin bireylerin ise günlük 2 porsiyon süt ve süt ürünleri tüketmeleri gerekmektedir (Örmeci Kart ve Demircan, 2014).
2. Et, balık, tavuk, yumurta, nohut, kuru fasulye, mercimek, fındık, fıstık, ceviz ve badem gibi gıdaların yer aldığı et-yumurta-kurubaklagil grubu protein, mineral ve karbonhidrat bakımından zengin besin öğelerini içermektedir. Yüksek protein içeren et, hayvanın yaşına göre yüksek oranda su (%50-75) içermektedir. Yumurta akı su (%88), protein (%11), yağ (%0.2), mineral (%0.8) ve karbonhidrat içerirken; yumurta sarısı su (%48), protein (%17.5), yağ (%32.5) ve mineral (%1.9) içermektedir. Fasulye, nohut, mercimek, bezelye, bakla, barbunya, börülce ve soya fasulyesi gibi kuru baklagiller temel olarak karbonhidrat ve protein bakımından zengin olan gıdalardır. Protein, demir, magnezyum, çinko, fosfor mineralleri; B1. B6. B12 ve A vitaminleri

ve posa içeriği bakımından oldukça zengin olan baklagiller büyüme, gelişme, hasarlı ya da yıpranmış hücre ve dokuların yenilenmesi ve onarımı ve göz sağlığı açısından önemli besin kaynaklarıdır. Çocuk ve yetişkinlerin günlük 2-3 porsiyon (bir porsiyon 0-90 g), ergenlik dönemindeki gençlerin, gebe ve çocuk emziren kadınların ise günlük 3 porsiyon baklagil tüketmeleri gerekmektedir (Sarioğlu ve Velioğlu, 2018).

3. Bitkilerin kök, gövde, yaprak ve çiçekleri, kırmızı ve turuncu sebzeler, turuncgiller ve yeşil yapraklı sebzelerin içerisinde bulunduğu sebze ve meyvelerin %70-98'i sudan oluşmaktadır. A, B6 ve C vitaminleri, magnezyum ve potasyum mineralleri, folik asit ve posa içeren sebze ve meyveler kalp hastalıkları, inme ve kanser gibi hastalıkların ortaya çıkma riskini azaltabilmektedir. Meyve ve sebzelerin tümü mevsimlerinde günlük olarak minimum 5 porsiyon olacak şekilde bol bol tüketilmelidir (1 adet orta boy elma, portakal ve mandalina, 1 kase salata ve 4-5 yemek kaşığı sebze yemeği 1 porsiyondur) (Ceyhun Sezgin, 2014).
4. Günlük enerji ihtiyacının %70'i tahıllardan karşılanır. Buğday, çavdar, mısır, yulaf, pirinç gibi tahıl taneleri; tahıllardan üretilen bulgur, un, gevrek, yarma ürünleri tahıllar grubunda yer almaktadır. Karbonhidrat, mineral ve vitamin açısından zengin olan tahıllar, vücut ağırlığına bağlı olarak günlük 1-2 porsiyon tüketilmelidir (Erbaş Köse ve Mut, 2018).
5. Beslenme açısından önemli besin gruplarından oluşan yağlar genel olarak hayvansal ve bitkisel kaynaklı yağlar olmak üzere iki gruba ayrılırlar. Ceviz, fındık, badem, fıstık, ayçiçeği, susam gibi yağlı tohumlardan elde edilen yağlar bitkisel kaynaklı yağları oluştururken, tereyağı, iç yağı ve kuyruk yağı ise hayvansal yağları oluşturmaktadır. Günlük yağ tüketimi 1 yemek kaşığı bitkisel sıvı yağ, 2 yemek kaşığı zeytinyağı ve 1 yemek kaşığı katı yağ olmak üzere toplam 4 yemek kaşığını geçmemelidir (Çakmakçı ve Tahmas-Kahyaoğlu, 2012).

Günlük yaşamda tüketilmesi gerekli olan besinlerin türlerine ve miktarlarına ilişkin genel bilgiler besin piramidinde yer almaktadır.



Şekil 2.1. Besin piramidi

Besin piramidi genel olarak incelendiğinde tatlılar ve yağlar grubundaki gıdaların daha az tüketilmesi gerektiği; günlük 2-3 porsiyon süt ve süt ürünleri ile et-yumurta-baklagil, günlük 3-5 porsiyon sebze, günlük 2-4 porsiyon meyve ve günlük 6-11 porsiyon tahıl grubu besinlerin tüketilmesi gerektiği söylenebilir (Aydın vd., 2017).

2.4. Ergenlikte Beslenme

Büyüme ve gelişmenin en hızlı olduğu ve vücutta önemli değişimlerin yaşandığı gelişim dönemi olan ergenlik dönemi, çocukluk döneminin son bulduğu ve erişkinlik dönemine geçildiği yaşam dönemi olarak ifade edilmektedir (Akman vd., 2012). Bedensel ihtiyaçların da değişiklik gösterdiği ergenlik döneminde, bireylerin ihtiyaç duyduğu protein, mineral, vitamin ve enerji ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri açısından iştahları da artmaktadır. Vücut fonksiyonlarının düzenli bir şekilde yerine getirilmesi açısından ergenlik döneminde seçilecek besin içerikleri oldukça önemlidir. Ergenlik döneminde bireylerin günlük yaşamlarındaki aktiviteleri, düşünceleri ve beklentilerinde ortaya çıkan değişimlere bağlı olarak gıda seçimlerinde ve beslenme alışkanlıklarında da değişimler ortaya çıkabilmektedir.

Ergenlik dönemindeki besin seçimleri ve beslenme alışkanlıkları bireyleri günlük yaşantılarından okul başarılarına kadar birçok alanda etkileyebilmektedir. Ergenlik döneminde beslenme alışkanlıklarında ortaya çıkan aksaklıklar günlük yaşamının yanı

sıra aynı zamanda demir eksikliği, obezite, büyüme ve gelişme sorunları ve birtakım sağlık sorunlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Ergenlik dönemiyle birlikte azalan meyve ve sebze tüketimi, yerini fastfood, cips, gazlı içecekler ve hazır yemeklere bırakmaktadır (Akman vd., 2012). Karşı cinsin ilgisini çekmeye odaklanan ergenler için dış görünüş çok önemlidir. Ergenlik döneminde kızlar erkeklere oranla kilolu olma kaygısını daha fazla yaşayabilmektedirler. Arkadaş çevresiyle daha fazla vakit geçirilmesine bağlı olarak evde geçirilen zamanın azalması bireylerin beslenme alışkanlıklarının ve besin tercihlerinin değişmesine ve abur cubur tüketme oranlarının artmasına neden olabilmektedir. Ergenlik döneminde artan kilo kaygıları nedeniyle bireyler tek tür gıdalarla beslenme ya da zayıflama ilaçları kullanmaya yönelebilmektedirler (Vassigh, 2012).

Ergenlik döneminde yeterli ve dengeli beslenme alışkanlıklarını sürdürebilen bireyler sağlıklı bir büyüme ve gelişme süreci geçirerek güçlü bir bağışıklık sistemine sahip olabilirler. Çocuklar okul öncesi döneme kadar rol model olarak ailelerinden birini örnek alırlar ve ailelerinin beslenme alışkanlıklarını taklit ederler. Okul çağına geldiklerinde ise ailelerinin yanı sıra arkadaş veya öğretmenleri rol model olarak aldıklarından beslenme alışkanlıklarında birtakım değişiklikler ortaya çıkabilmektedir. Bu bağlamda ergenlerin düzenli ve dengeli beslenme alışkanlıkları edinmeleri açısından okullara da önemli görevler düştüğü söylenebilir (Karakaş ve Törnük, 2016).

2.4.1. Ergenlik Döneminde Bireylerin İhtiyaç Duydukları Besin Ögesi ve Enerji İhtiyaçları

Bireylerin büyüyüp gelişebilmeleri ve günlük yaşamlarındaki faaliyetlerini yerine getirebilmeleri için enerjiye ihtiyaçları vardır. Ergenlik dönemindeki (11-18 yaş) sağlıklı bir erkeğin günlük ortalama 2500-2800 kalori, bayanın ise ortalama 2200 kaloriye ihtiyacı vardır. Çocukluk dönemine oranla kalori ihtiyacının daha fazla olduğu ergenlik döneminde, spor ve diğer birtakım fiziksel etkinlikler yapılmasıyla birlikte ihtiyaç duyulan günlük kalori miktarı daha da artmaktadır. Bireyler enerji ihtiyaçlarını karşılayabilmek için az yağlı süt ürünleri, protein kaynakları, sebze ve meyve tüketmelidirler (Erkan, 2011).

Ergenlik döneminde kas gelişimi, hücre ve doku onarımları ve yenilenmesi açısından en fazla ihtiyaç duyulan besin içeriklerinin biri proteinlerdir. Ergenlik

döneminin yanı sıra aynı zamanda çocukluk ve gebelik dönemlerinde de gereksinim duyulan besin içeriklerinden biri olan proteinler günlük olarak belli miktarlarda tüketilmelidir. Ergenlik dönemindeki erkek bireylerde ortalama olarak günlük 1 g/kg/gün, bayan bireylerde ise ortalama 0.8 g/kg/gün proteine ihtiyaç duyulmaktadır. Büyüme ve gelişmenin sağlanabilmesi açısından protein ihtiyacı en fazla bayan bireylerde 11-14 yaşları arasında iken erkeklerde 15-18 yaşları arasında görülmektedir. Ergen bireyler et, süt, süt ürünleri, yumurta ve tavuk gibi hayvansal ürünlerden protein gereksinimlerini karşılayabilirler. Hayvansal gıdaların yanı sıra aynı zamanda fındık ve tahıllar gibi bitkisel gıdalar da protein ihtiyacının karşılanmasına yönelik tüketilebilecek besinler arasında yer almaktadır. Proteinin yetersizliğine bağlı olarak fiziksel ve cinsel gelişimde gerilik ve kas kütlesinde azalma durumları gözlenebilmektedir. Karbonhidratların yeterli düzeyde alınmadığı durumlarda vücut enerji ihtiyacını karşılayabilmek için proteinleri enerji kaynağı olarak kullanabilmektedir (Pulluk, 2021).

Enerji kaynakları içerisinde ilk sırada yer alan karbonhidratlar, ergenlerin ihtiyaç duydukları enerji gereksinimlerinin karşılanabilmesi açısından oldukça önemlidir. Günlük kalori ihtiyacının %50-60'ı karbonhidrat bakımından zengin besinlerle sağlanırken, früktoz ve süktroz gibi bileşenleri içeren tatlandırıcılar enerji ihtiyacının maksimum %25'inin karşılanmasında kullanılmalıdır. Büyüme ve gelişme sürecinde ihtiyaç duyulan besin içeriklerinden biri de yağlar ve yağ asitleridir. Günlük kalori ihtiyaçlarının maksimum %30'u yağlardan, %10'u da yağ asitlerinden karşılanabilmelidir. Bu oranlar göz önünde bulundurulduğunda ergenlerin günlük ortalama ihtiyaç duydukları 2200 kaloriyi sağlayabilmeleri için 73 g/gün yağ tüketmeleri gerekmektedir (TÜBER, 2015).

Vücutta gerçekleşen biyokimyasal ve fizyolojik olaylarda önemli roller üstlenen vitaminler, ergen beslenmesi açısından oldukça önemlidir. Yetersiz vitamin alımlarında birtakım hastalıklar ortaya çıkabilmektedir. A vitamini eksikliği sonucunda görme sorunları, K vitamini eksikliğinde pıhtılaşma problemleri ve tiamin eksikliğinde ise berberi hastalıkları gözlenebilmektedir. Kemik sağlığı açısından önem arz eden D vitamini (Darnton-Hill, 2019), ergenlik döneminde kemik gelişimi açısından son derece önemlidir. E ve C vitaminlerinin yeterli alınamaması durumlarında doku ve hücre hasarları ortaya çıkabilmektedir. Dolaşım ve sinir sistemi sağlığı açısından önem arz eden B12 vitamini eksikliğinde nörolojik problemler ve pernisiyöz anemi hastalıkları ortaya

çıkabilmektedir (Green vd., 2017). Ergenlik döneminde doku ve hücre sayısındaki artışa bağlı olarak artan hemoglobin gereksiniminin karşılanabilmesi açısından demir ve çinkoya ihtiyaç duyulmaktadır (Lassi vd., 2017).

Ergenlik döneminde çoğunlukla şekerli ve işlenmiş gıdaların daha fazla tüketildiği, sebze ve meyve tüketiminin oldukça düşük olduğu ve öğünlerin atlanıldığı bir beslenme alışkanlığı ortaya çıkabilmektedir. Bu durum başta obezite olmak üzere aynı zamanda birçok besin öğesinin eksikliğine bağlı olarak birtakım kronik hastalıkların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (do Amaral E Melo vd., 2017). Öğün atlama ve besin öğelerinin eksik alınmasına neden olan beslenme şekilleri ergenlik dönemindeki bireylerin büyüme ve gelişmelerini olumsuz etkileyebilmekte ve bu duruma bağlı olarak bodurluk ortaya çıkabilmektedir (Otuneye vd., 2017). Ergen bireylerin hayvansal ve bitkisel proteinler açısından zengin kahvaltılar yapmaları kas ve vücut gelişimleri açısından oldukça önemlidir. Kemik gelişiminin hızlı olduğu bu dönemde bireylerin yeterli düzeyde sebze ve meyve tüketerek ihtiyaç duydukları vitaminleri, süt ve süt ürünleri tüketimi ile kalsiyum ve çinko ihtiyaçlarını karşılayabilirler (Alavi vd., 2013).

Ergenlik döneminde aile desteği ve yönlendirmesi, akran baskısı ve kitle iletişim araçları beslenme alışkanlıkları üzerinde etkili olan unsurları oluşturmaktadır (Dalky vd., 2017). Ailede sağlıklı ve besleyici yiyeceklerin tüketimi teşvik edilerek ve kalorileri yüksek abur cuburların tüketimi sınırlandırılarak sağlıklı beslenme alışkanlıkları edinebilmeleri sağlanabilir (Agostoni vd., 2011).

2.4.2. Ergenlerde Besin Seçimini Etkileyen Unsurlar

Sosyal çevre, biyolojik ve çevresel unsurlar yaşam sürecinde sürekli değişmektedir (Scaglioni vd., 2018). Yemeklerin cezbediciliği, maliyet, açlık, ruh hali, uygunluk, bulunabilirlik, beslenme özerkliği, mekânsal özellikler ve medya gibi sosyal, kültürel ve çevresel unsurların yanı sıra aynı zamanda akran onayı, ebeveyn kontrolü ve aile yemeklerinin azalması gibi unsurların tümü ergenlerin besin seçimini doğrudan etkileyebilmektedir (Farringdon vd., 2019).

Ergenlik dönemi ile birlikte ev yaşamının ve ebeveynlerin birey üzerindeki etkisi azalırken, arkadaş çevresi tarafından kabul görme beklentisi bireyin davranışları ve düşünceleri üzerinde daha fazla etkili olmaktadır. Ergenlik dönemi ile bireyin özerklik

duygusunu kazanması besin seçimlerini de doğrudan etkilemektedir (Bassett vd., 2008; Ronto vd., 2020). Evde geçirilen zamanın azalmasına bağlı olarak fastfood tarzı beslenmeler de artmaktadır (Pinto vd., 2020). Ergenlerin besin seçimleri üzerinde sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel birçok unsur etkili olabilmektedir. Ergen bireylerin besin seçimlerinde etkili olan unsurlar aşağıdaki gibi açıklanabilir:

Sağlık: Ergen bireylerin diyabet, obezite, intölerans ve alerjiler gibi sağlık kaygıları besin seçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Besin seçiminin sağlık üzerindeki etkilerine yönelik düşünceler bireylerin sağlıklı ve dengeli beslenme tutumlarını doğrudan etkileyebilmektedir (Okoro vd., 2017). Meyve, sebze ve lifli gıdaların sağlık üzerindeki olumlu etkileri literatürde yer alan birçok araştırmada ifade edilmektedir (Okoro vd., 2017; Saraiva vd., 2020). Araştırmalarda gençlerin, erkeklerin ve sosyo-ekonomik düzeyi düşük bireylerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir (Birkenhead ve Slater, 2015). Vaitkeviciute vd., (2015) araştırmalarında gıdaların sağlık üzerindeki etkilerini bilen bireylerin sağlıklı ve dengeli beslenme uygulamalarını takip ettikleri ve farklı besin türlerini tükettiklerini belirlemişlerdir. Hermans vd., (2017) araştırmalarında ergenlerin sivilce oluşumunu önleme ve enerjik hissetme kaygılarıyla sağlıklı beslenmeye dikkat ettiklerini belirlemişlerdir.

Duygu Durum: Bireylerin duygu durumları ile sağlıklı beslenme davranışları arasında karşılıklı bir etkileşim bulunmaktadır. Cabout vd. (2017) araştırmasında sağlıklı ve dengeli beslenen bireylerde depresyon görülme riskinin daha düşük düzeyde olduğunu; depresyondaki bireylerin ise genellikle yağlı, şekerli ve tuzlu besinleri tercih ettiklerini belirlemişlerdir.

Uygunluk: Ergenlik döneminde zaman kaygısına bağlı olarak yüksek enerjili, besin değeri düşük, demir ve kalsiyum içeriği yetersiz olan hazır yiyecekleri tüketmek daha cazip gelmektedir (Jabs ve Devine, 2006). Büyük porsiyon, lezzet, doymuş ve trans yağ içeriği, yüksek enerji ve düşük diyet lifi içeren hazır yiyecekler günümüzde birçok yaş grubu tarafından tüketilmekte ve bu durum obezite oranındaki artışla sonuçlanmaktadır. Kadının çalışma hayatına katılmasıyla birlikte ev yemeklerinin azalması, atıştırmalık tüketiminin artması ve restoranların artması gibi unsurlar günümüzde bireyleri hazır yiyeceklere yönlendirebilmektedir. Günümüzde marketlerde,

okullarda, fastfood restoranlarında ve otomatlarda hazır yiyeceklere kolaylıkla ulaşılması, ergenlerin besin seçimlerinin değişmesinde önemli düzeyde etkili olabilmektedir (Story vd., 2002).

Duyusal Görünüm: Duyusal özellikler besin seçimleri üzerinde etkili olan önemli unsurlardan biridir. Tat, görüntü, koku ve tazelik besin seçimlerini etkileyen en önemli duyusal görünüm faktörleridir (Franchi, 2012).

Doğal İçerik: Organik gıdaların sağlık üzerindeki etkilerine yönelik özellikle Batılı ülkelerde yapılan çalışmalar organik beslenmenin önemini artırmıştır (Von Essen ve Englander, 2013). Medya ve teknolojik gelişmelerle birlikte katkı maddeleri ve doğal gıdalara yönelik bilincin artmasını sağlamıştır (Saraiva vd., 2020).

Fiyat: Bireylerin ekonomik durumları besin seçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir (Maric vd., 2014). Lezzetli ve enerji içeriği yoğun besinlerin daha ucuz, ev yemeklerinin ise maliyetlerinin daha yüksek olduğu algısı, tüketicileri hazır fastfood ürünlerine yönlendirebilmektedir (Leigh vd., 2018). Öğrenciler, genç bireyler ve sosyo-ekonomik düzeyi düşük bireyler açısından fiyat besin seçimini etkileyen en önemli unsurlardan birini oluşturmaktadır (Birkenhead ve Slater, 2015). Besin seçiminde gelir düzeyi yüksek bireylerde duyusal görünüm unsurları daha fazla etkili olurken, gelir düzeyi düşük bireylerde ise fiyat unsuru daha fazla etkili olmaktadır (Roos vd., 2012).

Kilo Alma Kaygısı: Ergen bireylerde bayanlar başta olmak üzere dış görünüş oldukça önemlidir. Ergen bayanların kilo aldıkları düşünceleri, erkek bireyler ise spor ve kas kütlesini artırma düşünceleri beslenme alışkanlıklarını ve besin tercihlerini değiştirmelerini sağlayabilmektedir (Hermans vd., 2017).

Aşinalık: Bireyler genellikle daha önce deneyimledikleri ve tatlarına aşina oldukları besinleri tercih etmektedirler. Bireylerin küçük yaşlardan itibaren farklı lezzetleri tatmaları ve meyve-sebze tüketmeleri ergenlik dönemlerindeki besin tercihlerini etkileyebilmektedir (Scaglioni vd., 2018).

Etik Kaygılar: Teknolojik gelişmelerle birlikte yaşamın birçok alanında etkili olan medya bireylerin besin tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını da etkileyebilmektedir

(Prowse, 2017). Bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve internet teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte firmalar reklam yatırımlarını sosyal medyaya yönelik yapmaya başlamışlardır. Takipçi sayısı yüksek olan bazı sosyal medya kullanıcılarının güvenilirlik düzeyi düşük besinlerin reklamlarını yaparak milyonlarca kişiyi bu konuda yönlendirebilmektedir (Ergin, 2015). Sosyal medya kullanım oranı yüksek olan ergen bireyler, sosyal medyada karşılaştıkları besinlerin içeriklerine ve sağlık üzerindeki etkilerine dikkat etmeksizin reklamları yapılan besinleri tercih edebilmektedirler (Potvin Kent vd., 2019).

2.5. Medya

Medya toplumsal düşüncelerin, davranışların ve değer yargılarının ortaya çıkmasında ve toplumun şekillendirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte büyük kitlelere erişim olanağı sağlayan medya, toplumsal düşünce ve davranışların bireylere aktarılmasını ve benimsetilmesini sağlayabilmektedir (Özbaş ve Özkan, 2010).

İnternet teknolojilerinin yaygınlaşması, GSM ve bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte bireylerin zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın internete erişilebilmesi gibi günümüz internet devrimi bireylerin tüketim biçimlerini, alışkanlıklarını ve gündelik yaşamlarını doğrudan etkilemektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte globalleşen dünyada, bireyler dünyadaki gelişmelerden anında haberdar olabilmektedir (Birsan ve Öztürk, 2011).

Medyanın izleyiciler üzerindeki etkinin şiddeti, türü ve yoğunluğu üzerinde birçok unsur etkili olabilmektedir. İzleyicilerin yaşı, cinsiyeti, mesleği, eğitim düzeyleri, düşünce yapısı, kişiliği, yaşam biçimi ve dini inançları medyadan etkilenme düzeylerini belirlemektedir. Toplumlara ve bireyleri etkileme gücüne sahip olan medya eğitimden sağlığa, güvenlikten ulaşımaya yaşamın birçok alanında bireyleri ve toplumları yönlendirebilmektedir (Tutar, 2012).

2.5.1. Medya ve Sağlık

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlığın yalnızca fiziksel anlamda sakatlık ya da hastalığın bulunamaması olarak tanımlanamayacağını; psikolojik, fiziksel, sosyal ve zihinsel yönden iyi olmanın sağlık olarak tanımlanabileceği ifade edilmiştir. Bireylerin

sağlıklı olması toplumsal sağlık ve düzen açısından da oldukça önemlidir. Bireyleri günlük yaşamdaki gelişmelere ilişkin görsel, işitsel ve yazılı araçlarla bilgilendiren medya, teknolojik gelişmeleri etkilemekte ve bu gelişmelerden etkilenebilmektedir. Kitle iletişim araçları tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de insanların beslenme ile sağlık arasındaki ilişkiyi kavramalarında etkili olmuştur (Aktaş ve Cebirbay, 2011). Toplumların ve bireylerin besin ve beslenmeye yönelik bilgilendirilmesinde en etkili eğitim araçlarından biri olan kitle iletişim araçları, zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın besin ve beslenme ile ilgili bilgilere hızlı bir şekilde ulaşmalarına olanak sağlayabilmektedir (Oran vd., 2017). Kitle iletişim araçlarında ilgiyle takip edilen konulardan biri de sağlıklı beslenme olmuştur. Yazılı, görsel ve işitsel medyada sağlıklı beslenme konusuna yönelik birçok içerik sunulmakta ve bu içerikler bireyler tarafından ilgiyle takip edilmektedir (Kaytaz ve Tütüncü, 2010).

Tutar (2012) araştırmasında kitle iletişim araçlarında sunulan sağlık ve beslenme konusuna ilişkin içeriklerin kadınlar tarafından daha fazla takip edildiğini (%43.5), kadınların %34.8'inin sağlıklı beslenmeyi öğrenmek, %16.5'inin sağlık ve beslenmeye ilişkin güncel gelişmeleri takip etmek, %21.0'inin sağlığını korumak ve %16.8'inin de kilo kontrolü sağlamak amacıyla sağlık ve beslenme içeriklerini takip ettiklerini belirlemişlerdir. Son yıllarda sağlıklı beslenme üzerine yapılan araştırmaların artması bireylerin beslenme konusundaki farkındalık düzeylerini artırmış ve bu durum beslenme konusuna ilişkin medya içeriklerinin yakından takip edilmesinde etkili olmuştur (Clifford vd., 2009).

2.6. Ergenlerin Medya Araçlarını Kullanım Durumları

Teknoloji çağı olarak adlandırılan günümüzde bireyler zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın internete erişim olanağına sahiptirler. TÜİK verilerine göre 2022 yılında hanelerin %94.1'inin evlerinde internet erişimine sahip oldukları; 2021 yılında %82.6 düzeyinde olan 16-74yaş grubundaki bireylerin internet kullanımı 2022 yılında %85.0'e yükselmiştir. 2022 yılında erkeklerin %89.1'inin kadınların ise %80.9'unun internet kullandıkları belirlenmiştir (TÜİK, 2022). Günümüzde gençler başta olmak üzere toplumun tüm kesimleri tarafından aktif olarak kullanılan ve yakından takip edilen sosyal medya, internet kullanımının artmasında en önemli etken olmuştur (Kırık, 2014). Bu bağlamda toplumun büyük bir kesimini etkisi altına alan internetin günümüzde insanların

bir araya geldikleri sosyal ortamlar olduğu söylenebilir (Amichai-Hamurber ve Vinitzky, 2010).

İnsanların görüşlerini, düşüncelerini, deneyimlerini ve dünya görüşlerini görüntülü ya da yazılı içerikler yoluyla paylaşımlarına ve sosyal çevrelerindeki bireylerle etkileşim kurmalarına olanak sağlayan sosyal medya, kullanıcıların kişisel profiller oluşturabilmelerini ve tanıdığı ya da tanımadığı diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmelerini sağlayabilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011). Kullanıcıların birbirleriyle etkileşim kurmalarının yanı sıra aynı zamanda bireylerin eğlence, üzüntü ve bilgilerini de paylaşımlarına olanak sağlayabilmektedir (Lewis, 2010). 2020 yılı verilerine göre Türkiye’de sosyal medya kullanıcılarının sayısının yaklaşık olarak 54 milyon olduğu (We Are Social ve Hootsuite, 2020) ve bu sayının her geçen gün arttığı bilinmektedir.

Ergenlik dönemindeki bireyler sosyal medya kullanıcıları içerisindeki en geniş grubu oluşturmaktadır (Van Looy, 2016; Allen vd., 2014). Sosyal medya kullanan ergenlerin sayısı gün geçtikçe daha da artmaktadır (O’Keffe vd., 2011). Derin ve Bilge (2016) araştırmalarında ergenlerin interneti daha çok sosyal medyaya erişim amacıyla kullandıklarını belirlemişlerdir. Ergenler günlük yaşamlarında can sıkıntılarını giderme, iletişim kurma, bilgiye erişme, eğlenme amacıyla sosyal medyayı sıklıkla kullanmaktadırlar. Sosyal medya fenomenleri günümüzde ergen bireyler tarafından rol model olarak alınmakta ve bu bireylerin giyimleri, konuşmaları ve yediklerini takip ederek benzer bir yaşam tarzına sahip olmak için çalışmaktadırlar. Sosyal medya fenomenleri bireylerin gelecek planlamalarını, beslenme şekillerini ve yaşam tarzlarını yönlendirerek geniş kitleler üzerinde etkili olabilmektedirler (Güney ve Taştepe, 2020). Bu bağlamda sosyal medya ve internet teknolojilerinin ergenler başta olmak üzere toplumun tüm kesimini şekillendirilmesinde etkili olduğu söylenebilir.

2.6.1. Medya'nın Ergen Bireylerin Beslenme Alışkanlıklarına ve Besin Seçimlerine Etkisi

Teknolojik gelişmelerle birlikte insanlar bilgiye zaman ve mekan fark etmeksizin hızlı bir şekilde bilgiye erişebilmekte ve öğrendiği bilgileri günlük yaşamlarında kullanabilmektedir. İnsanların günlük yaşantılarında edindikleri öğrenmeler, yaşamın tüm alanında olduğu gibi tüketim davranışlarını da etkilemektedir. Bireylerin arzuladığı ya da gereksinim duydukları ürünleri kullanırken ya da satın alırken sergiledikleri

duygusal, bilişsel ve fiziksel eylemler tüketici davranışı olarak tanımlanmaktadır (Çinpolat, 2006). Zamana, bireysel farklılıklara ve davranışlara göre farklılık gösteren tüketici davranışları aynı zamanda çevresel faktörlerden de doğrudan etkilenebilmektedir. Tüketici davranışlarını etkileyen en önemli çevresel faktörlerden biri de medyadır. Medya'nın bireylerin tüketim davranışlarını etkilediğine ilişkin literatürde birçok araştırma yer almaktadır (Aktaş ve Özdoğan, 2016; Kayserilioğlu, 2021; Velardo, 2015). Beslenme davranışları da birçok unsur tarafından etkilenen kompleks yapıli tüketim davranışlarından birini oluşturmaktadır. Medya, bireylerin beslenme davranışları üzerinde etkili olan unsurların başında gelmektedir (Baydal Küçüközdemir, 2022; Chou vd., 2006; Kervancı, 2013; Kınır ve Kardeş, 2019; Mutlu, 2018).

İnternet ve sosyal medya başta olmak üzere televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi görsel, işitsel ve yazılı medya araçları tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yaygın olarak kullanılmakta ve bireyler yaşamın birçok alanında olduğu gibi beslenme ve sağlık konularındaki önemli bilgilere bu kaynaklar aracılığıyla erişebilmektedirler. Toplumun sağlık ve beslenme konularında bilgilendirilmesi açısından kitle iletişim araçlarının önemli rol oynadığı literatürde yer alan birtakım araştırmalarda ifade edilmektedir (Koch vd., 2010; Kutluay Merdol, 2016). Sağlıklı beslenme ve diyet gibi konulara ilişkin bilgilere kitle iletişim araçları vasıtasıyla hızlı ve kolay bir şekilde erişilebilmektedir (Mckay vd., 2006). Beslenme ve sağlık üzerine kitle iletişim araçlarında sunulan içeriklerin, bireylerin besin tercihlerini doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediği ve beslenme alışkanlıklarının değişmesinde etkili rol oynadığı literatürde yer alan birçok araştırmada belirlenmiştir (Arnas, 2006; Karakaya, 2020; Kayserilioğlu, 2021; Mutlu, 2018). Beslenme ve sağlık üzerine kitle iletişim araçlarında sunulan içeriklerin aynı zamanda bireylerin beslenme davranışları üzerinde olumlu yönde etkili olduğu literatürde yer alan araştırmalarda belirlenmiştir (Clifford vd., 2009; McNaughton, 2011; Murphy vd., 2020; Wilson, 2007).

Geniş kitleleri etkileme gücüne sahip olan medya, bireyleri birçok alanda olduğu gibi besin tercihleri ve beslenme alışkanlıkları konusunda da önemli düzeyde etkilemektedir (Kervancı, 2013). Madanat vd. (2007) araştırmalarında medyada yer alan sağlık ve beslenmeye ilişkin içeriklerin kadınların besin tercihleri ve beslenme alışkanlıkları üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir. Bireylerin beslenme ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla tercih ettikleri besin türlerini,

hazırlanma şeklini ve tüketim zamanını biçimlendiren tutum ve davranışlar beslenme davranışlarını meydana getirmektedir (Tuna Oran vd., 2017). İnsanlarda küçük yaşlarda oluşmaya başlayan beslenme alışkanlıkları, yaşamın tüm dönemlerinde etkisini sürdürebilmektedir. Beslenme eğitimi programları, olumsuz beslenme davranışlarının ortadan kaldırılarak olumlu beslenme alışkanlıklarına dönüştürülmesinde etkili olabilmektedir (Çatak, 2019; Gül ve Gül, 2020; Tuna Oran vd., 2017).

Bireyleri ve toplumları ikna etme ve yönlendirme gücüne sahip olan medya, ailelerin çocuk beslenmesi başta olmak üzere aile bireylerinin besin tercihlerini ve satın alma kararlarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. İnternet teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya ve TV programlarında sunulan gıda reklamları, tüketicilerin beslenme alışkanlıklarını ve besin tercihlerini etkilemeye yönelik birçok mesaj iletmektedir (Kayserilioğlu, 2021). Sosyal medya, internet ve TV karşısında geçirilen zamanın artmasıyla birlikte fast-food, paketlenmiş hazır gıdalar ve hızlı atıştırmalıklar sağlıklı beslenme alışkanlıklarının yerini almıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte fiziksel aktivite düzeyi azalmış, hazır gıda tüketimi ve ara öğün atıştırmalıklarının tüketimi de artmıştır (Mutlu, 2018).

Bireylerin besin seçimi ve beslenme alışkanlıkları ekonomik durumu, yaşam tarzı, sosyal ilişkiler ve medya gibi birtakım unsurlar tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenmektedir (Koku Aksu vd., 2012; Maric vd., 2014). Medya ergenler başta olmak üzere toplumun hemen hemen tüm kesimini doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Ergenlik dönemindeki bireylerin besin seçimlerinde maliyet, kişisel tercihler, uygunluk, açlık, ruh hali ve yiyeceklerin çekiciliği, ev yemeklerine erişme durumu, dışarıda yeme alışkanlığı, beslenme özerkliği ve besin reklamları gibi sosyal, kişisel ve çevresel unsurların yanı sıra aynı zamanda arkadaş grubu tarafından kabul görme, ebeveyn hakimiyetinin azalması ve medya önemli rol oynamaktadır (Basett vd., 2008; Farrington vd., 2019; Fitzgerald vd., 2010).

Arkadaş ortamı ve akran grubunun etkisinin daha fazla olduğu ergenlik döneminde, ev ortamı ve ebeveynlerin etkisi azalmaktadır. Ergenlik döneminde besin seçimi, bu dönemde kazanılan özerklik duygusundan doğrudan etkilenmektedir (Basett vd., 2008; Ronto vd., 2020). Literatürde yer alan araştırmalarda ergen bireylerin sağlıklı besinler tercih etme düzeylerinin düşük olduğu ve arkadaş grubu tarafından kabul görme

isteğinin bu durum üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir (Lassi vd., 2017). Ergenlik döneminde yaştan ilerlemesine bağlı olarak dışarıda yemek yeme davranışlarında artış görüldüğü de ifade edilmektedir (Hallström vd., 2011). Pinto vd. (2020) araştırmalarında ergenlik döneminde dışarıdan yemek yeme ya da hazır beslenme davranışlarının özerklik ilanı olarak nitelendirildiğini, bu durumun fast food tüketimini artırdığını ifade etmişlerdir. Fitzgerald vd. (2010) araştırmalarında ergenlik döneminde yaş artışına bağlı olarak bireysel kontrolün de arttığını ifade etmişlerdir. Ergen bireylerin özerklik algıları düzeyi arttıkça besin seçimleri de olumsuz yönde etkilenmektedir (Ronto vd., 2020).

Obezite, alerjiler, diyabet ve intolerans gibi sağlık sorunları bireylerin beslenme ve besin seçimine ilişkin kaygı düzeylerini artıran önemli unsurlardır. Bireyler ileriki dönemlerde beslenme kaynaklı sağlık sorunlarıyla karşılaşmamak için doğru ve sağlıklı besinler seçmeye dikkat etmektedirler (Saraiva vd., 2020). Sosyal medya başta olmak üzere medya araçlarında besin seçimi ve beslenme alışkanlıklarının sağlıklı yaşam üzerindeki etkisinin yansıtılması, bireylerin sağlıklı beslenmeye yönelik olumlu tutumlar geliştirmelerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Okoro vd., 2017). Sağlıklı bir yaşam açısından sebze, meyve ve lifli gıdaların daha fazla tüketilmesinin önemli olduğu; gençlerin, erkeklerin ve ekonomik düzeyi düşük olan bireylerin sağlıklı beslenmeye yönelik kaygı düzeylerinin daha düşük olduğu literatürde yer alan araştırmalarda ifade edilmiştir (Birkenhead ve Slater, 2015). Vaitkeviciute vd. (2015) araştırmalarında ergen bireylerin sağlıklı beslenmeye yönelik bilinç düzeylerinin yüksek olduğunu ve bu amaçla farklı besin türlerini tükettiklerini belirlemişlerdir. Hermans vd. (2017) araştırmalarında ergen bireylerin meyve ve sebze türü gıdaları sağlıklı besinler, kola ve cips gibi gıdaları ise sağlıksız besinler olarak nitelendirdiklerini; ciltlerinde sivilce çıkmasını engellemek, enerjik hissetmek, kilo almamak ve ilerleyen dönemlerde beslenme kaynaklı hastalıklardan korunmak için sağlıklı beslenmenin önemine ilişkin algı düzeylerinin yüksek olduğunu belirlemişlerdir.

Bireylerin besin tercihleri ve beslenme alışkanlıklarını doğrudan etkileyen önemli unsurlardan biri de duygu durumudur. Doğru beslenme alışkanlığı ve besin tercihlerine sahip olan bireylerin depresyona girme düzeylerinin daha düşük olduğu; depresyona giren bireylerin ise çoğunlukla yağlı, tuzlu ve şekerli gıdaları tercih ettikleri belirlenmiştir (Cabot vd., 2017). Bartkiene vd. (2019) araştırmalarında kalori düzeyi yüksek olan, duygusal açıdan çekici gelen ve geçmiş yaşamını ya da sevdikleri kişileri anımsatan

yiyeceklerin rahatlatıcı besinler olarak nitelendirildiğini belirlemişlerdir. Ergenlik döneminde gıdaların tat, koku, görüntü ve tazelik durumları besin seçimleri üzerinde doğrudan etkili olmaktadır (Franchi, 2012). Son yıllarda yapılan araştırmalarda doğal gıdalarla beslenmenin sağlık üzerindeki olumlu etkilerinin yansıtılması, bireylerin doğal besinleri tercih etmeleri üzerinde doğrudan etkili olmuştur (Von Essen ve Englander, 2013). Medya araçlarında gıdaların raf ömrünü uzatmak ve lezzetlendirmek amacıyla kullanılan katkı maddelerine ilişkin tüketicilerin bilgilendirilmesi, bireylerin doğal besinlere yönelmesinde etkili olmuştur (Saraiva vd., 2020). Besin seçimi ve beslenme alışkanlıkları üzerinde doğrudan etkili olan önemli unsurlardan biri de ekonomik unsurlardır (Maric vd., 2014). Günümüzde lezzetli ve enerji içeriği yüksek gıdalara daha uygun fiyatlarla ulaşılması ve doğal besinlerin daha yüksek fiyatlardan satılması (Leigh vd., 2018), genç bireyler başta olmak üzere sosyo-ekonomik düzeyi düşük bireylerin besin seçimlerini doğrudan etkilemekte ve bu bireylerin işlenmiş gıdaları tercih etmelerine neden olabilmektedir (Birkenhead ve Slater, 2015). Roos vd. (2012) araştırmalarında ekonomik düzeyi düşük bireylerin besin tercihlerinde en fazla fiyat unsurunun etkili olduğunu, ekonomik düzeyi yüksek bireylerin besin tercihlerinde ise en fazla duyuşsal unsurların etkili olduğunu belirlemişlerdir.

Ergenlik döneminde oldukça önemli olan dış görünüm ve akran çevresi tarafından kabul görme de besin tercihleri ve beslenme alışkanlıkları üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Literatürde yer alan bir araştırmada kızlar zayıf ve fit bir görünüme sahip olabilmek, erkekler ise daha yüksek spor performansına sahip olabilmek için besin tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını değiştirebileceklerini ifade etmişlerdir (Hermans vd., 2017). Bireylerin daha önce tadına, görüntüsüne ve diğer duyuşsal özelliklerine aşına olduğu besinleri daha fazla tercih ettikleri literatürde yer alan birçok araştırmada belirlenmiştir (Beckerman vd., 2017; De Cosmi vd., 2017). Küçük yaşlarda bireylerin farklı besinler tatmaya ve sebze-meyve tüketmeye yönlendirilmesinin ilerleyen dönemlerde sağlıklı beslenme alışkanlıklarını olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir (Scaglioni vd., 2018).

Teknolojik gelişmelerle birlikte endüstriyel üretimin hız kazanması ve artan gıda talebinin karşılayabilme çabası, gıdaların nerede ve hangi koşullarda üretildiğinin göz ardı edilmesine neden olabilmektedir (Saraiva vd., 2020). Sürdürülebilir bir çevre ve toplum oluşturulabilmesi açısından çevre dostu üretim yöntemleri ve tekniklerinin

kullanılması oldukça önemlidir. Ghvanidze vd. (2016) araştırmalarında genç bireylerin çevreye yönelik duyarlılık ve çevresel kaygılara sahip olma düzeylerinin daha düşük olduğunu belirlemişlerdir.

Medya gençler başta olmak üzere toplumun birçok kesimini etkileme ve yönlendirme gücüne sahiptir. Medya araçlarıyla sunulan gıda pazarlama teknikleri gençlerin beslenme alışkanlıklarını ve besin tercihlerini doğrudan etkilemektedir (Smith vd., 2019). Medya araçlarında doymuş yağ, sodyum içeriğı yüksek ve şekerli gıdaların sıklıkla tanıtımının yapılması, bu besinlerin genç bireyler tarafından sıklıkla tercih edilmesini sağlamaktadır (Pinto vd., 2020). Vandewater ve Denis (2011) araştırmalarında reklamlarda tanıtımı yapılan besinlerin, reklamı yapılmayan besinlere oranla daha yüksek oranda tüketildiğı ve tercih edildiğini belirlemişlerdir.

Günümüzde yüksek izlenme oranlarına sahip dizi, film ve diğeri medya içeriklerinde yer verilen ürün yerleştirmelerde tanıtılan ürünler, tüketicilerin dikkatini çekmekte ve bu besinleri tercih etme düzeyi artmaktadır (Speers vd., 2011). Günümüzde ergenlerin zaman geçirdikleri önemli platformlardan biri olan dijital oyunlarda da ürün yerleştirme reklamlarına sıklıkla yer verilmesi, ergenlerin besin tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını doğrudan etkilemektedir (Ardıç Çobaner, 2019). Bu durum ergenlik dönemindeki bireylerin ve çocukların oynadıkları oyunlarda tanıtımı yapılan yağ, tuz ve şeker oranı yüksek sağık açısından uygun olmayan besinleri tercih etmelerine neden olabilmektedir (Bağcı Bosi vd., 2018).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada medyanın Elazığ ilinde öğrenim gören lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimi ve tüketimine etkisi araştırılmıştır. Betimsel nitelik taşıyan bu araştırmanın hazırlanmasında nicel araştırma yöntemlerinden olan tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modellerinde mevcut olay, olgu ya da durum gözlenerek, herhangi bir değişiklik ya da yorumlama yapılmaksızın olduğu haliyle yansıtılmaktadır. Tarama modellerinde araştırmacının mevcut olay, olgu ya da duruma ilişkin herhangi bir müdahalesi, verileri kasıtlı olarak değiştirmesi ya da gizlemesi söz konusu değildir (Karasar, 2012). Tarama modelinde belli bir duruma ilişkin gözlem ve kayıtlar sonucunda elde edilen veriler kullanılarak değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve bu ilişkiler çerçevesinde genellemelere ulaşılması söz konusudur. Tarama modelinde temel amaç mevcut durum, olay ya da olgunun mevcut haliyle yansıtılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

3.2. Araştırma Evren ve Örneklemi/Araştırma Materyali

Araştırmanın evrenini Elazığ il merkezindeki liselerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada ölçek formunun uygulanacağı okulların belirlenebilmesi için Elazığ İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden il merkezindeki liselerin listesi temin edilmiştir. Ulaşılan listede “dizgeli rastlantısal örnekleme yöntemi” ile anketin uygulanacağı liseler belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemi ise 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Elazığ ilindeki üç lisede öğrenim ve basit tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 270 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Örneklem grubu belirlenirken Elazığ İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Elazığ il merkezinde bulunan liselerin ve lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin sayıları alınmıştır. Evrenin taşıdığı özelliklerin tümünün örneklem grubuna dahil edilme olasılığının eşit olduğu basit tesadüfi örneklem yönteminde (Baltacı, 2018), örneklem grubunu oluşturan bireylerin tümü araştırma konusu açısından benzer koşullara sahiptirler. Örneklem grubu, evrenin sahip olduğu özelliklerin tümüne sahiptir (Mertens, 2014; Neuman, 2014).

3.3. Veri Toplama Araçları

Lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimi ve tüketimine medyanın etkisinin araştırıldığı bu çalışmada veri toplama aracı olarak 37 soru ve üç bölümden oluşan

“Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimi ve Tüketimi Üzerindeki Etkisini Değerlendirmeye Yönelik Anket Formu” kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından geliştirilen ölçme aracının geliştirilmesi sürecinde besin seçimi ve tüketimi, beslenme alışkanlıkları ve medya araçlarının beslenme davranışları üzerindeki etkisine yönelik literatürde yer alan araştırmalarda kullanılan ölçme araçları incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda 40 soruluk bir ölçme aracı oluşturulmuş ve örneklem grubu dışındaki 50 lise öğrencisine geliştirilen anket formu uygulanmıştır. Anket formu uygulama sonucuna göre yeniden düzenlenerek forma son şekli verilmiştir. Araştırmacı tarafından geliştirilen ölçme aracının birinci bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, sınıf, vücut ağırlığı, boy uzunluğu, kaldığı yer, günlük TV izleme süresi, günlük bilgisayar kullanma süresi ve günlük oyun oynama süresi) belirlemeye yönelik 10 soru yer almaktadır. Ölçme aracının ikinci bölümünde öğrencilerin beslenme ve fiziksel aktivite alışkanlıklarına ilişkin sorular 10 soruya yer verilmiştir. Ölçme aracının üçüncü ve son bölümünde ise katılımcıların medya ve beslenme alışkanlıklarının değerlendirilmesine yönelik olup toplam 17 soruya yer verilmiştir.

3.4. Veri Toplama Süreci

Veri toplama sürecinin başında Elazığ İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nden araştırma uygulama izni alınmıştır (Ek-3). Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, uygulamanın gerçekleştirildiği okullarda öğrenim gören 270 öğrenciye uygulanmıştır. Veri toplama sürecinde öncelikle öğrenciler araştırmacı tarafından araştırma hakkında ve “Bilgilendirilmiş Olur Formu” dağıtılarak öğrencilerin araştırmanın amacı, yöntemi ve çalışmaya katılımın gönüllülük esasına dayalı olduğu konularında bilgilendirilmiştir. Bilgilendirme süreci sonrasında araştırmaya gönüllü olarak katılım sağlayan öğrencilere anket formları dağıtılarak doldurmaları sağlanmıştır.

3.5. Deneysel Kurgu

Kesitsel ve tanımlayıcı araştırma türünde olan bu çalışmada, uygulamanın gerçekleştirilmesi için ilgili kurumlardan gerekli izinler alınmıştır. İzin alma sürecinin ardından iki aylık bir süreçte veriler toplanmıştır. Veri toplama süreci sonucunda ulaşılan verilerin analizi sonucunda bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan bulgular, literatürde yer alan diğer araştırmalarda ulaşılan bulgularla karşılaştırılarak tartışılmış ve süreç sonunda araştırmaya ilişkin bir sonuca ulaşılmıştır. Araştırma

kapsamında ulaşılan sonuçların hem diyetisyenler, hem ergen çocukları bulunan ebeveynler hem de ortaöğretim kurumları açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.

3.6. İstatistiksel Analiz

Medyanın lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimi ve tüketimi üzerine etkisini belirlemek amacıyla geliştirilen anket formu, araştırmaya katılan 270 lise öğrencisinin cevaplarına göre değerlendirilmiştir. Anket formunda yer alan soruların değerlendirilmesinde frekans, yüzde değerleri ve aritmetik ortalama gibi tanımlayıcı istatistiksel analiz kullanılmıştır.

3.7. Etik Onay

Bu çalışma için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Tıp ve Sağlık Bilimleri Etik Kurulu'ndan Karar No: 8 sayılı ve 05/11/2021 tarihli onay alınmıştır (Ek-1).

3.8. Araştırmanın Sınırlılıkları

Medyanın lise dönemindeki çocukların sağlıklı besin seçimleri üzerindeki etkisinin araştırıldığı bu çalışmanın sınırlılıkları dört maddede toplanmıştır.

1. Araştırma kapsamında Elazığ il merkezindeki liselerde öğrenim gören 270 öğrencinin görüşleri alınmıştır. Bu kapsamda ulaşılan verilerin evrene genellenmesi sınırlı olabilir.
2. Araştırmada ulaşılan veriler ankete katılan öğrencilerin yanıtlarıyla sınırlı olduğundan, cevapların doğruluk düzeyi gerçeği yansıtmayabilir. Bu bağlamda araştırma kapsamında öğrencilerin görüşlerinin gerçeğe yakın bir şekilde belirlenebilmesi için farklı veri toplama ve ölçme yöntemlerinin belirlenmesinin daha gerçekçi verilere ulaşılmasında etkili olacağı düşünülmektedir.
3. Araştırma kapsamında veriler kısıtlı bir zaman aralığında toplanmıştır. Bu bağlamda zaman kısıtlılığına bağlı olarak bazı faktörlerin gözden kaçırılabilceği göz önünde bulundurulmalıdır.

4. Araştırmada lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimleri üzerinde sadece medyanın etkisi araştırılmış, besin seçimleri üzerinde etkili olabilecek diğer unsurlar göz ardı edilmiştir. Lise öğrencilerinin besin tercihlerine ilişkin daha doğru ve gerçekçi verilere ulaşabilmek için, araştırma kapsamının genişletilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.



4. BULGULAR

Medyanın Elazığ il merkezindeki liselerde öğrenim gören öğrencilerin besin tercihleri ve beslenme alışkanlıkları üzerine etkisinin araştırıldığı bu çalışma 270 lise öğrencisinin gönüllü katılımlarıyla gerçekleştirilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet, yaş, öğrenim gördükleri lise, sınıf düzey, ağırlık, boy, kaldıkları yer, günlük TV izleme süresi, günlük bilgisayar kullanma süresi ve günlük oyun oynama süresi gibi demografik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine ilişkin bulgular Tablo 4.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1. Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin bulgular

Cinsiyetiniz	Gruplar	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	117	43.3
	Kadın	153	56.7
	TOPLAM	270	100.0

Tablo 4.1 katılımcıların %56.7’sinin kadın, %43.3’ünün de erkek öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarına ilişkin bulgular Tablo 4.2’de verilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların yaşlarına ilişkin bulgular

Yaşınız	Gruplar	Frekans	Yüzde	$\bar{X}$	ss
Yaş	14	33	12.2	15.25	.66
	15	135	50.0		
	16	102	37.8		
	TOPLAM	270	100.0		

Tablo 4.2 incelendiğinde öğrencilerin yaş ortalamalarının $15.25 \pm .66$ olduğu, katılımcıların %50.0’sinin 15. %37.8’nin 16 ve %12.2’sinin ise 14 yaşında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri okullara ilişkin bulgular Tablo 4.3’te verilmiştir.

Tablo 4.3. Katılımcıların öğrenim gördükleri liseye ilişkin bulgular

Hangi lisede okuyorsunuz?	Gruplar	Frekans	Yüzde
Lise	Kaya Karakaya Fen Lisesi	90	33.3
	Kaya Karakaya Anadolu Lisesi	90	33.3
	Cemil Meriç Fen Lisesi	90	33.3
	TOPLAM	270	100.0

Tablo 4.3 incelendiğinde katılımcıların %33.3'ünün Kaya Karakaya Fen Lisesi, %33.3'ünün Kaya Karakaya Anadolu Lisesi ve %33.3'ünün de Cemil Meriç Fen Lisesi'nde öğrenim gören öğrenciler olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıf düzeyine ilişkin bulgular Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4.4. Katılımcıların sınıf düzeylerine ilişkin bulgular

Kaçıncı sınıftasınız?	Gruplar	Frekans	Yüzde
Sınıf	9. sınıf	126	46.7
	10. sınıf	164	53.3
	TOPLAM	270	100.0

Tablo 4.4 incelendiğinde katılımcıların %53.3'ünün 10. sınıf, %46.7'sinin de 9. sınıfta öğrenim gören öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin ağırlıklarına ilişkin bulgular Tablo 4.5'te verilmiştir.

Tablo 4.5. Katılımcıların ağırlıklarına ilişkin bulgular

Ağırlık (kg)	Erkek				Kadın				TOPLAM			
	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss
40-55 kg	24	20.5			77	50.3			101	37.4		
56-70 kg	45	38.5			59	38.6			104	38.5		
71-85 kg	34	29.1			11	7.2			45	16.7		
86-100 kg	12	10.3	69.68	1.45	6	3.9	57.49	1.21	18	6.7	62.77	1.45
101 kg ve üzeri	2	1.7			0	0.0			2	0.7		
TOPLAM	117	100.0			153	100.0			270	100.0		
Ağırlık persentil değerleri												
Cinsiyet	3p	10p	25p	50p	75p	90p	97p					
Erkek	42.2	47.05	52.4	59.15	66.8	74.5	83					
Kadın	42.8	46.15	48.85	54.3	59.2	64	69.15					

Tablo 4.5 incelendiğinde erkek katılımcıların ortalama vücut ağırlıklarının 69.68 ± 1.45 kg olduğu, erkek öğrencilerin %38.5'inin 56-70 kg, %29.1'inin 71-85 kg,

%20.5'inin 40-55 kg, %10.3'ünün 86-100 kg ve %1.7'sinin de 101 kg ve üzeri vücut ağırlığına sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan erkek katılımcıların vücut ağırlıkları ortalamasının 75 persentil değerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5 incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama vücut ağırlıklarının 57.49 ± 1.21 kg olduğu, kadın öğrencilerin %50.3'inin 40-55 kg, %38.6'sının 56-70 kg, %7.2'sinin 71-85 kg ve %3.9'unun da 86-100 kg vücut ağırlığına sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan kadın katılımcıların vücut ağırlıkları ortalamasının 75 persentil değerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5 incelendiğinde katılımcıların ortalama vücut ağırlıklarının 62.77 ± 1.45 kg olduğu, öğrencilerin %38.5'inin 56-70 kg, %37.4'ünün 40-55 kg, %16.7'sinin 71-85 kg, %6.7'sinin 86-100 kg ve %0.7'sinin de 101 kg ve üzeri vücut ağırlığına sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin boy uzunluklarına ilişkin bulgular Tablo 4.6'da verilmiştir.

Tablo 4.6. Katılımcıların boy uzunluklarına ilişkin bulgular

Boy (cm)	Erkek				Kadın				TOPLAM			
	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss
150-160 cm	0	0.0			36	23.5			36	13.3		
161-170 cm	17	14.5			101	66.0			118	43.7		
171-180 cm	73	62.4			8	5.2			81	30.0		
181-190 cm	23	19.7			8	5.2			31	11.5		
191 cm ve üzeri	4	3.4			0	0.0			4	1.5		
TOPLAM	117	100.0			153	100.0			270	100.0		
Boy persentil değerleri												
Cinsiyet	3p	10p	25p	50p	75p	90p	97p					
Erkek	153.6	158.1	162.6	167.6	172.6	177.1	181.6					
Kadın	150	153.5	157.1	161.05	165	168.6	172.1					

Tablo 4.6 incelendiğinde erkek katılımcıların ortalama boy uzunluklarının 176.68 ± 7.22 cm olduğu, öğrencilerin %62.4'ünün 171-180 cm, %19.7'sinin 181-190 cm, %14.5'inin 161-170 cm ve %3.4'ünün de 191 cm ve üzeri boy uzunluğuna sahip oldukları

görülmektedir. Araştırmaya katılan erkeklerin boy ortalamaları incelendiğinde 90 persentil değerine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 4.6 incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama boy uzunluklarının 165.49 ± 6.67 cm olduğu, öğrencilerin %66.0'sının 161-170 cm, %23.5'inin 150-160 cm, %5.2'sinin 171-180 cm ve %5.2'sinin de 181-190 cm boy uzunluğuna sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan kadınların boy ortalamaları incelendiğinde 75 persentil değerine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 4.6 incelendiğinde katılımcıların ortalama boy uzunluklarının 170.29 ± 8.86 cm olduğu, öğrencilerin %43.7'sinin 161-170 cm, %30.0'unun 171-180 cm, %13.3'ünün 150-160 cm, %11.5'inin 181-190 cm ve %1.5'inin de 191 cm ve üzeri boy uzunluğuna sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin kaldıkları yere ilişkin bulgular Tablo 4.7'de verilmiştir.

Tablo 4.7. Katılımcıların kaldıkları yerlere ilişkin bulgular

Nerede kalıyorsunuz?	Gruplar	Frekans	Yüzde
Kalınan yer	Ailemle birlikte evde	243	90.0
	Öğrenci evinde, arkadaşlarımla	4	1.5
	Yurtta	23	8.5
	TOPLAM	270	100.0

Tablo 4.7 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %90.0'ının ailesiyle birlikte evde kaldığı, %8.5'inin yurtlarda kaldığı ve %1.5'inin de öğrenci evinde, arkadaşlarıyla kaldığı görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük televizyon izleme süresine ilişkin bulgular Tablo 4.8'de verilmiştir.

Tablo 4.8. Katılımcıların günlük televizyon izleme sürelerine ilişkin bulgular

TV İzleme (saat)	Erkek				Kadın				TOPLAM			
	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss
Hiç izlemiyorum	48	41.0			70	45.8			118	43.7		
1 saat	41	35.0			63	41.2			104	38.5		
2 saat	20	17.1	1.10	1.58	17	11.1	0.69	0.74	37	13.7	0.87	1.19
3 saat	2	1.7			3	2.0			5	1.9		
4 saat ve üzeri	6	5.1			0	0.0			6	2.2		
TOPLAM	117	100.0			153	100.0			270	100.0		

Tablo 4.8 incelendiğinde erkek katılımcıların ortalama günlük televizyon izleme sürelerinin 1.10 ± 1.58 saat olduğu, öğrencilerin %41.0'inin hiç televizyon izlemediği, %35.0'inin günlük 1 saat, %17.1'inin günlük 2 saat, %5.1'sinin 4 saat ve üzeri ve %1.7'sinin de günlük 3 saat televizyon izledikleri görülmektedir.

Tablo 4.8 incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama günlük televizyon izleme sürelerinin 0.69 ± 0.74 saat olduğu, öğrencilerin %45.8'inin hiç televizyon izlemediği, %41.2'sinin günlük 1 saat, %11.1'inin günlük 2 saat ve %2.0'sinin de günlük 3 saat televizyon izledikleri görülmektedir.

Tablo 4.8 incelendiğinde katılımcıların ortalama günlük televizyon izleme sürelerinin 0.87 ± 1.19 saat olduğu, öğrencilerin %43.7'sinin hiç televizyon izlemediği, %38.5'inin günlük 1 saat, %13.7'sinin günlük 2 saat, %2.2'sinin 4 saat ve üzeri ve %1.9'unun da günlük 3 saat televizyon izledikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük bilgisayar kullanma sürelerine ilişkin bulgular Tablo 4.9'da verilmiştir.

Tablo 4.9. Katılımcıların günlük bilgisayar kullanma sürelerine ilişkin bulgular

Bilgisayar kullanma (saat)	Erkek				Kadın				TOPLAM			
	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss
Hiç kullanmıyorum	37	31.6			68	44.4			105	38.9		
1 saat	23	19.7			39	25.5			62	23.0		
2 saat	13	11.1	2.16	2.40	18	11.8	1.13	1.37	31	11.5	1.58	1.95
3 saat	16	13.7			15	9.8			31	11.5		
4 saat ve üzeri	28	23.9			13	8.5			41	15.1		
TOPLAM	117	100.0			153	100.0			270	100.0		

Tablo 4.9 incelendiğinde erkek katılımcıların ortalama günlük bilgisayar kullanma 2.16 ± 2.40 saat olduğu, öğrencilerin %31.6'sının hiç bilgisayar kullanmadığı, %23.9'unun günlük 4 saat ve üzeri, %19.7'sinin günlük 1 saat, %13.7'sinin günlük 3 saat ve %11.1'inin de günlük 2 saat bilgisayar kullandıkları görülmektedir.

Tablo 4.9 incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama günlük bilgisayar kullanma 1.13 ± 1.37 saat olduğu, öğrencilerin %44.4'ünün hiç bilgisayar kullanmadığı,

%25.5'inin günlük 1 saat, %11.8'inin günlük 2 saat, %9.8'inin günlük 3 saat ve %8.5'inin de günlük 4 saat ve üzeri bilgisayar kullandıkları görülmektedir.

Tablo 4.9 incelendiğinde katılımcıların ortalama günlük bilgisayar kullanma sürelerinin 1.58 ± 1.95 saat olduğu, öğrencilerin %38.9'unun hiç bilgisayar kullanmadığı, %23.0'ünün günlük 1 saat, %15.1'inin günlük 4 saat ve üzeri, %11.5'inin günlük 2 saat ve %11.5'inin de günlük 3 saat bilgisayar kullandıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük oyun oynama sürelerine ilişkin bulgular Tablo 4.10'da verilmiştir.

Tablo 4.10. Katılımcıların günlük oyun oynama/vakit geçirme/sosyal medya/beslenme araştırması ile internette zaman geçirme süresine ilişkin bulgular

İnternet Süre (saat)	Erkek				Kadın				TOPLAM			
	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss	n	%	$\bar{X}$	ss
Hiç geçirmem	12	10.3			0	0.0			12	4.4		
1 saat	20	17.1			11	7.2			31	11.5		
2 saat	7	6.0	3.70	2.65	31	20.3	4.02	2.06	38	14.1	3.88	2.33
3 saat	18	15.4			29	19.0			47	17.4		
4 saat ve üzeri	60	51.3			82	53.6			142	52.6		
TOPLAM	117	100.0			153	100.0			270	100.0		

Tablo 4.10 incelendiğinde erkek katılımcıların ortalama günlük internette geçirdikleri süre ortalamasının 3.70 ± 2.65 saat olduğu, öğrencilerin %51.3'ünün günlük 4 saat ve üzeri, %17.1'inin günlük 1 saat, %15.4'ünün günlük 3 saat ve %6.0'sının günlük 2 saat oyun oynama/vakit geçirme/sosyal medya/beslenme araştırması ile internette vakit geçirdikleri görülmektedir.

Tablo 4.10 incelendiğinde kadın katılımcıların ortalama günlük internette geçirdikleri süre ortalamasının 4.02 ± 2.06 saat olduğu, öğrencilerin %53.6'sının günlük 4 saat ve üzeri, %20.3'unun günlük 2 saat, %19.0'unun günlük 3 saat ve %7.2'sinin günlük 1 saat oyun oynama/vakit geçirme/sosyal medya/beslenme araştırması ile internette vakit geçirdikleri görülmektedir.

Tablo 4.10 incelendiğinde katılımcıların ortalama günlük internette geçirdikleri süre ortalamasının 3.88 ± 2.33 saat olduğu, öğrencilerin %52.6'sının günlük 4 saat ve üzeri, %17.4'ünün günlük 3 saat, %14.1'inin günlük 2 saat ve %11.5'inin günlük 1 saat

oyun oynama/vakit geçirme/sosyal medya/beslenme araştırması ile internette vakit geçirdikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin günlük fiziksel aktivite yapma sürelerine ilişkin bulgular Tablo 4.11’de verilmiştir.

4.2. Katılımcıların Beslenme Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin fiziksel aktivite yapma, hedefledikleri vücut ağırlıkları, bugüne kadar en fazla kaç kilo oldukları, diyet yapma durumları, diyetleri belirleme biçimleri, öğün sayısı, besin gruplarına ilişkin tüketim oranları, balık ve yumurta tüketim oranlarına ilişkin bulgular bu bölümde tablolştırılmış ve yorumlanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin düzenli fiziksel aktivite yapma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.11’de verilmiştir.

Tablo 4.11. Katılımcıların düzenli fiziksel aktivite yapma durumlarına ilişkin bulgular

Düzenli olarak fiziksel aktivite yapıyor musunuz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	68	58.1	42	27.5	110	40.7
Hayır	49	41.9	111	72.5	160	59.3
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.11 incelendiğinde erkek katılımcıların %58.1’inin düzenli olarak fiziksel aktivite yaptıkları, %41.9’unun de düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadıkları görülmektedir.

Tablo 4.11 incelendiğinde kadın katılımcıların %72.5’inin düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadıkları, %27.5’inin de düzenli olarak fiziksel aktivite yaptıkları görülmektedir.

Tablo 4.11 incelendiğinde katılımcıların %59.3’ünün düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadıkları, %40.7’sinin de düzenli olarak fiziksel aktivite yaptıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin vücut ağırlığı hedeflerine ilişkin bulgular Tablo 4.12’de verilmiştir.

Tablo 4.12. Katılımcıların vücut ağırlığı hedeflerine ilişkin bulgular

Vücut ağırlığınız ile ilgili bir hedefiniz var mı?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Hayır, mevcut kilomdan memnunum	58	49.6	58	37.9	116	42.9
Kilo vermek istiyorum	33	28.2	76	49.7	109	40.4
Kilo almak istiyorum	26	22.2	19	12.4	45	16.7
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.12 incelendiğinde erkek katılımcıların %49.6'sının mevcut kilolarından memnun olduklarını, %28.2'sinin kilo vermek istediklerini ve %22.2'sinin de kilo almak istediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.12 incelendiğinde kadın katılımcıların %37.9'unun mevcut kilolarından memnun olduklarını, %49.7'sinin kilo vermek istediklerini ve %12.4'ünün de kilo almak istediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.12 incelendiğinde katılımcıların %42.9'unun mevcut kilolarından memnun olduklarını, %40.4'ünün kilo vermek istediklerini ve %16.7'sinin de kilo almak istediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin en fazla ulaştıkları vücut ağırlığına ilişkin bulgular Tablo 4.13'de verilmiştir.

Tablo 4.13. Katılımcıların en fazla ulaştıkları vücut ağırlığına ilişkin bulgular

Bugüne kadar en çok kaç kilo oldunuz?	Frekans	Yüzde
40-55 kg	78	29.5
56-70 kg	106	40.2
71-85 kg	40	15.2
86-100 kg	34	12.9
101 kg ve üzeri	6	2.2
TOPLAM	264	100.0

Tablo 4.13 incelendiğinde bugüne kadar katılımcıların %40.2'sinin 56-70 kg, %29.5'inin 40-55 kg, %15.2'sinin 71-85 kg, %12.9'unun 86-100 kg ve %2.2'sinin de 101

kg ve üzeri ağırlığa ulaştıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin diyet yapma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.14’de verilmiştir.

Tablo 4.14. Katılımcıların diyet yapma durumlarına ilişkin bulgular

Bugüne kadar hiç kilo vermek amacıyla diyet yaptınız mı?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	22	18.8	46	30.1	68	25.2
Hayır	95	81.2	107	69.9	202	74.8
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.14 incelendiğinde erkek katılımcıların %81.2’sinin bugüne kadar hiç diyet yapmadıklarını, %18.8’inin de diyet yaptıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.14 incelendiğinde kadın katılımcıların %69.9’unun bugüne kadar hiç diyet yapmadıklarını, %30.1’inin de diyet yaptıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.14 incelendiğinde katılımcıların %74.8’inin bugüne kadar hiç diyet yapmadıklarını, %25.2’sinin de diyet yaptıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin uyguladıkları diyetleri belirleme kriterlerine ilişkin bulgular Tablo 4.15’de verilmiştir.

Tablo 4.15. Katılımcıların uyguladıkları diyetleri belirleme kriterlerine ilişkin bulgular

Uyguladığınız diyet/diyetleri nasıl belirlediniz?	Frekans	Yüzde
Doktorum verdi	15	9.5
Danışmanlık aldığım diyetisyen önerdi	40	25.2
Arkadaşlarım/tanıdıklarım önerdi	24	15.1
Sosyal medya/internet sitesi üzerinden paylaşılmıştı, ben de uygulamaya karar verdim.	28	17.6
Aktüalite dergisi/gazete okudum, ben de uygulamaya karar verdim	18	11.3
Bir TV programında duydum	13	8.2
Moda dergilerinde okudum	21	13.2
TOPLAM	159	100.0

Tablo 4.15 incelendiğinde katılımcıların %25.2’sinin uyguladıkları diyeti/diyetleri danışmanlık aldığı diyetisyen tarafından önerildiğini, %17.6’sının sosyal medya/internet sitesi üzerinden paylaşılan diyeti uyguladığını, %15.1’inin

arkadaşları/tanıdıkları tarafından önerildiğini, %13.2'sinin moda dergilerinde okuduğunu, %11.3'ünün aktüalite dergisi/gazetesinde okuduğunu, %9.5'inin doktoru tarafından verildiğini ve %8.2'sinin de TV programından duyduğunu ifade ettikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin uyguladıkları haftalık besin öğünlerini tüketme oranlarına ilişkin bulgular Tablo 4.16'da verilmiştir.

Tablo 4.16. Katılımcıların besin öğünlerini haftalık tüketme oranına ilişkin bulgular

		Her gün (%)	Haftada 5-6 kez (%)	Haftada 3-4 kez (%)	Haftada 1-2 kez (%)	Hiç tüketmem (%)	$\bar{X}$	ss
Erkek	Kahvaltı	53.8	17.1	13.7	14.5	0.9	4.08	1.15
	Kuşluk ara öğünü	13.7	23.9	12.8	3.4	46.2	2.55	1.57
	Öğlen yemeği	59.0	5.1	5.1	24.8	6.0	3.86	1.47
	İkinci ara öğünü	23.1	25.6	17.1	6.0	28.2	3.09	1.54
	Akşam yemeği	85.2	1.7	4.3	7.8	0.9	4.62	0.95
	Gece ara öğünü	27.4	23.1	21.4	2.6	25.6	3.23	1.52
Kadın	Kahvaltı	46.4	27.5	9.8	9.2	7.2	3.96	1.25
	Kuşluk ara öğünü	20.9	29.4	10.5	2.6	36.6	2.95	1.62
	Öğlen yemeği	49.0	5.2	13.7	28.8	3.3	3.67	1.40
	İkinci ara öğünü	16.3	31.4	14.4	5.2	32.7	2.93	1.52
	Akşam yemeği	85.0	3.3	2.0	9.8	0.0	4.63	0.93
	Gece ara öğünü	12.9	29.3	15.0	8.2	34.7	2.77	1.49
TOPLAM	Kahvaltı	49.6	23.0	11.5	11.5	4.4	4.01	1.21
	Kuşluk ara öğünü	17.8	27.0	11.5	3.0	40.7	2.78	1.61
	Öğlen yemeği	53.3	5.2	10.0	27.0	4.4	3.75	1.43
	İkinci ara öğünü	19.3	28.9	15.6	5.6	30.7	3.00	1.53
	Akşam yemeği	85.1	2.6	3.0	9.0	0.4	4.63	.93
	Gece ara öğünü	19.3	26.5	17.8	5.7	30.7	2.98	1.52

Tablo 4.16 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %85.2'sinin akşam yemeğini, %59.0'unun öğlen yemeğini ve %53.8'inin kahvaltıyı her gün tükettiğini; erkek katılımcıların %46.2'sinin kuşluk ara öğünü, %28.2'sinin ikinci ara öğünü ve %25.6'sının da gece ara öğünü hiç tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Erkek katılımcıların akşam yemeğini “her gün” ($\bar{X} = 4.62$), kahvaltıyı “her gün”e yakın olmakla birlikte “haftada 5-6 kez” ($\bar{X} = 4.08$), öğlen yemeğini “her gün”e yakın olmakla beraber “haftada 5-6 kez” ($\bar{X} = 3.86$) düzeyinde tükettiklerini ifade ettikleri görülürken; kuşluk ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 2.55$), ikinci ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 3.09$) ve gece ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 3.23$) düzeyinde tükettiklerini ifade ettikleri belirlenmiştir.

Tablo 4.16 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %85.0'inin akşam yemeğini, %49.0'unun öğlen yemeğini ve %46.4'ünün kahvaltısı her gün tükettiğini; kadın katılımcıların %36.6'sının kuşluk ara öğünü, %34.7'sinin gece ara öğünü ve %32.7'sinin de ikindi ara öğünü hiç tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Kadın katılımcıların akşam yemeğini “her gün” ($\bar{X} = 4.63$), kahvaltısı “her gün”e yakın olmakla birlikte “haftada 5-6 kez” ($\bar{X} = 3.96$), öğlen yemeğini “her gün” ($\bar{X} = 3.67$) düzeyinde tükettiklerini ifade ettikleri görülürken; kuşluk ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 2.95$), ikindi ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 2.93$) ve gece ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 2.77$) düzeyinde tükettiklerini ifade ettikleri belirlenmiştir.

Tablo 4.16 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %85.1'inin akşam yemeğini, %53.3'ünün öğlen yemeğini ve %49.6'sının kahvaltısı her gün tükettiğini; katılımcıların %40.7'sinin kuşluk ara öğünü, %30.7'sinin ikindi ara öğünü ve %30.7'sinin de gece ara öğünü hiç tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların akşam yemeğini “her gün” ($\bar{X} = 4.63$), kahvaltısı “her gün”e yakın olmakla birlikte “haftada 5-6 kez” ($\bar{X} = 4.01$), öğlen yemeğini “her gün”e yakın olmakla beraber “haftada 5-6 kez” ($\bar{X} = 3.75$) düzeyinde tükettiklerini ifade ettikleri görülürken; kuşluk ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 2.78$), ikindi ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 3.00$) ve gece ara öğünü “haftada 3-4 kez” ($\bar{X} = 2.98$) düzeyinde tükettiklerini ifade ettikleri belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin uyguladıkları günlük besin gruplarını tüketme oranlarına ilişkin bulgular Tablo 4.17’de verilmiştir.

Tablo 4.17. Katılımcıların besin gruplarını günlük tüketme miktarlarına ilişkin bulgular

Aşağıda belirtilen besin gruplarını günde ortalama kaç porsiyon tüketirsiniz?	1	2	3	4	5	6	7	8	$\bar{X}$	ss
Süt ve süt ürünleri (Bir orta boy kupa süt 240 mL veya yoğurt 200-240 mL ya da iki kibrit kutusu büyüklüğünde (ortalama 40-60 g) peynir bir porsiyondur)	4.5	51.7	25.5	9.7	4.9	.4	1.1	2.2	2.75	1.30
Sebze (4-5 yemek kaşığı sebze 1 porsiyon kabul edilir)	8.3	41.7	27.8	10.5	7.9	2.3	1.1	.4	2.81	1.27
Meyve (1 elma, 1 portakal, 1 muz vb/ veya bir küçük kâse üzüm, 1 küçük kâse kiraz vb 1 porsiyondur)	10.5	40.1	18.7	12.4	7.1	7.1	2.6	1.5	3.04	1.63
Ekmek ve Tahıl (2 ince dilim ekmek, 4-5 yemek kaşığı bulgur, 1 kupa kadar kahvaltılık tahıl gevreği 1 porsiyon kabul edilir)	3.4	27.2	26.4	17.4	10.9	4.9	3.4	6.4	3.65	1.78
Et (Pişmiş kırmızı et ve tavuğun 80 gramı (3-4 ızgara köfte veya 1 el ayası kadar), pişmiş balığın 150 gramı bir porsiyondur)	6.0	49.4	20.6	8.2	7.1	4.5	1.1	3.0	2.94	1.56
Kuru baklagiller (8-10 yemek kaşığı pişmiş kurubaklagil 1 porsiyondur)	20.5	44.7	15.5	10.2	4.2	4.2	.4	.4	2.48	1.34
Sert kabuklu yemiş/ yağlı tohumlar (30 gram veya 1 avuç 1 porsiyondur)	31.5	33.7	20.6	6.7	3.4	2.2	.7	1.1	2.32	1.39

Tablo 4.17 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin en fazla ekmek ve tahıl ($\bar{X} = 3.65$), meyve ($\bar{X} = 3.04$), et ($\bar{X} = 2.94$), sebze ($\bar{X} = 2.81$) ve süt ve süt ürünleri ($\bar{X}=2.75$) gibi besin gruplarını tükettikleri görülürken, kuru baklagiller ($\bar{X} = 2.48$) ve sert kabuklu yemiş/yağlı tohumlar ($\bar{X} = 2.32$) besin gruplarını daha az tükettikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin uyguladıkları haftalık balık tüketme sayılarına ilişkin bulgular Tablo 4.18’de verilmiştir.

Tablo 4.18. Katılımcıların haftalık balık tüketme oranına ilişkin bulgular

Haftada kaç kez balık tüketirsiniz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Hiç tüketmem	41	35.0	53	34.6	94	34.8
Haftada 2’den az	68	58.1	90	58.8	158	58.5
Haftada 2 kez	8	6.8	10	6.6	18	6.7
Haftada 2’den fazla	0	0.0	0.0	0.0	0	0.0
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.18 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %58.1’inin haftada 2’den az ve %6.8’inin de haftada 2 kez balık tükettiklerini ifade ettikleri görülürken, %35.0’inin hiç balık tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.18 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %58.8’inin haftada 2’den az ve %6.6’sının da haftada 2 kez balık tükettiklerini ifade ettikleri görülürken, %34.6’sının hiç balık tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.18 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %58.5’inin haftada 2’den az ve %6.7’sinin de haftada 2 kez balık tükettiklerini ifade ettikleri görülürken, %34.8’inin hiç balık tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin uyguladıkları haftalık yumurta tüketme sayılarına ilişkin bulgular Tablo 4.19’da verilmiştir.

Tablo 4.19. Katılımcıların haftalık yumurta tüketme oranına ilişkin bulgular

Haftada kaç kez yumurta tüketirsiniz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Hiç tüketmem	11	9.4	48	31.4	59	21.9
Haftada 3'ten az	29	24.8	61	39.8	90	33.3
Haftada 3-4 kez	42	35.9	22	14.4	64	23.7
Haftada 4'ten fazla	35	29.9	22	14.4	57	21.1
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.19 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %35.9'unun haftada 3-4 kez, %29.9'unun haftada 4'den fazla, %24.8'inin de haftada 3'den az yumurta tükettiklerini ifade ettikleri görülürken, %9.4'ünün de hiç yumurta tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.19 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %39.8'inin haftada 3'ten az, %14.4'ünün haftada 3-4 kez, %14.4'ünün de haftada 4'ten fazla yumurta tükettiklerini ifade ettikleri görülürken, %31.4'ünün de hiç yumurta tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.19 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %33.3'ünün haftada 3'ten az, %23.7'sinin haftada 3-4 kez ve %21.1'inin de haftada 4'ten fazla yumurta tükettiklerini ifade ettikleri görülürken, %21.9'unun da hiç yumurta tüketmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

4.3. Medyanın Beslenme Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde öğrencilerin medya araçlarını takip etme durumları ve medyanın beslenme alışkanlıklarını etkileme durumlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Katılımcıların medyayı takip etme durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.20'da verilmiştir.

Tablo 4.20. Katılımcıların medyayı takip etme durumlarına ilişkin bulgular

Medya araçlarını takip eder misiniz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
Evet	109	93.2	148	96.7	257	95.2
Hayır	8	6.8	5	3.3	13	4.8
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.20 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %93.2'sinin medya araçlarını takip ettikleri, %6.8'inin de medya araçlarını takip etmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.20 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %96.7'sinin medya araçlarını takip ettikleri, %3.3'ünün de medya araçlarını takip etmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.20 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %95.2'sinin medya araçlarını takip ettikleri, %4.8'inin de medya araçlarını takip etmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların takip ettikleri medya araçlarına ilişkin bulgular Tablo 4.21'de verilmiştir.

Tablo 4.21. Katılımcıların takip ettikleri medya araçlarına ilişkin bulgular

Hangi medya araçlarını takip ediyorsunuz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Hiçbir medya aracını takip etmiyorum.	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Televizyon	60	51.3	62	40.5	122	45.2
Gazete	4	3.4	4	2.6	8	3.0
Radyo	4	3.4	4	2.6	8	3.0
İnternet	99	84.6	147	96.1	246	91.1
Arkadaşlarımla sosyal medya hesapları	92	78.6	88	57.5	180	66.7
Kendi konularında uzman bazı kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları	67	57.3	72	47.1	139	51.5
Ünlülerin sosyal medya hesapları	54	46.2	50	32.7	104	38.5
Sağlık/spor dergileri	21	17.9	13	8.5	34	12.6
Aktüalite dergileri	11	9.4	13	8.5	24	8.9

Tablo 4.21 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %84.6'sının internet, %78.6'sının arkadaşlarının sosyal medya hesapları, %57.3'ünün kendi konularında uzman bazı kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları, %51.3'ünün televizyon, %46.2'sinin ünlülerin sosyal medya hesapları, %17.9'unun sağlık/spor dergileri, %9.4'ünün aktüalite dergileri, %3.4'ünün gazete ve %3.4'ünün de radyoyu takip ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.21 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %96.1'inin internet, %57.5'inin arkadaşlarının sosyal medya hesapları, %47.1'inin kendi konularında uzman bazı kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları, %40.5'inin televizyon, %32.7'sinin ünlülerin sosyal medya hesapları, %8.5'inin sağlık/spor dergileri, %8.5'inin aktüalite dergileri, %2.6'sının gazete ve %2.6'sının da radyoyu takip ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.21 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %91.1'inin internet, %66.7'sinin arkadaşlarının sosyal medya hesapları, %51.5'inin kendi konularında uzman bazı kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları, %45.2'sinin televizyon, %38.5'inin ünlülerin sosyal medya hesapları, %12.6'sının sağlık/spor dergileri, %8.9'unun aktüalite dergileri, %3.0'ünün gazete ve %3.0'ünün de radyoyu takip ettikleri görülmektedir. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duyma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.22'de verilmiştir.

Tablo 4.22. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duyma durumlarına ilişkin bulgular

Beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duyuyor musunuz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	70	59.8	81	52.9	151	55.9
Hayır	47	40.2	72	47.1	119	44.1
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.22 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %59.8'inin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duydukları, %40.2'sinin de beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duymadıkları görülmektedir.

Tablo 4.22 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %52.9'unun beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duydukları, %47.1'inin de beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duymadıkları görülmektedir.

Tablo 4.22 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %55.9'unun beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duydukları, %44.1'inin de beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duymadıkları görülmektedir. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip etme durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.23'de verilmiştir.

Tablo 4.23. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip etme durumlarına ilişkin bulgular

Beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip eder misiniz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	19	16.2	12	7.8	31	11.5
Hayır	35	29.9	67	43.8	102	37.8
Rastlarsam okurum/izlerim	53	45.3	65	42.5	118	43.7
Gerek duyduğumda izlerim	10	8.6	9	5.9	19	7.0
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.23 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %45.3'ünün beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını rastlamaları halinde okuduklarını/izlediklerini, %29.9'unun beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip etmediklerini, %16.2'sinin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip ettiklerini ve %8.6'sının da gerek duymaları halinde izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.23 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %43.8'inin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip etmediklerini, %42.5'inin rastlamaları halinde okuduklarını/izlediklerini, %7.8'inin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip ettiklerini ve %5.9'unun da gerek duymaları halinde izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.23 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %43.7'sinin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını rastlamaları halinde okuduklarını/izlediklerini, %37.8'inin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip etmediklerini, %11.5'inin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip ettiklerini ve %7.0'sinin de gerek duymaları halinde izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların medya araçlarından takip ettikleri beslenmeye ilişkin konulara yönelik bulgular Tablo 4.24'te verilmiştir.

Tablo 4.24. Katılımcıların medya araçlarından takip ettikleri beslenmeye ilişkin konulara yönelik bulgular

Medya araçlarından takip ettiğiniz beslenmeye ilişkin konular hangileridir?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Bu konularla ilgilenmiyorum	46	39.3	48	31.4	94	34.8
Sağlıklı beslenme	54	46.2	57	37.3	111	41.1
Zayıflama	30	25.6	30	19.6	60	22.2
Yemek tarifleri	47	40.2	52	34.0	99	36.7

Tablo 4.24 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %46.2'sinin sağlıklı beslenme, %40.2'sinin yemek tarifleri ve %25.6'sının da zayıflama konularını medyadan takip ettiklerini; katılımcıların %39.3'ünün de bu konularla ilgilenmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.24 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %37.3'ünün sağlıklı beslenme, %34.0'ünün yemek tarifleri ve %19.6'sının da zayıflama konularını medyadan takip ettiklerini; katılımcıların %31.4'ünün de bu konularla ilgilenmediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.24 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %41.1'inin sağlıklı beslenme, %36.7'sinin yemek tarifleri ve %22.2'sinin de zayıflama konularını medyadan takip ettiklerini; katılımcıların %34.8'inin de bu konularla ilgilenmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını takip ettikleri medya araçlarına ilişkin bulgular Tablo 4.25'te verilmiştir.

Tablo 4.25. Katılımcıların beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını takip ettikleri medya araçlarına ilişkin bulgular

Bu konuları hangi medya araçlarından takip ediyorsunuz?	Frekans	Yüzde
Bu konularla ilgilenmiyorum/takip etmiyorum	84	31.1
Televizyon	57	21.1
Gazete	2	0.7
Radyo	2	0.7
Dergi	2	0.7
İnternet	186	68.9
Bu konularda uzman kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları	81	30.0
Bazı ünlülerin sosyal medya hesapları	36	13.3

Tablo 4.25 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %68.9'unun internet, %30.0'unun bu konularda uzman kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları, %21.1'inin televizyon, %13.3'ünün bazı ünlülerin sosyal medya hesapları, %0.7'sinin radyo ve %0.7'sinin gazetelerden beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını takip ettikleri; katılımcıların %31.1'inin de bu konularla ilgilenmediklerini/takip etmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların beslenme/diyet konularında medya araçlarından en çok izlediği kişilere ilişkin bulgular Tablo 4.26'da verilmiştir.

Tablo 4.26. Katılımcıların beslenme/diyet konularında medya araçlarından en çok izlediği kişilere ilişkin bulgular

Beslenme/diyet konularında medya araçlarından en çok izlediğiniz kişiler kimlerdir?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Bu konuları takip etmiyorum	68	58.1	74	48.4	142	52.6
Bu konuda uzman doktorlar	24	20.5	30	19.6	54	20.0
Bu konuda uzman beslenme ve diyetetik uzmanları	39	33.3	35	22.9	74	27.4
Magazin figürleri	5	4.3	10	6.5	15	5.6
Ünlüler (sanatçı, şarkıcı, model... vb.)	8	6.8	15	9.8	23	8.5
Sosyal medya ünlüleri	12	10.3	10	6.5	22	8.1

Tablo 4.26 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %58.1'inin bu konuları takip etmediklerini ifade ettikleri görülürken, %33.3'ünün beslenme/diyet konusunda uzman beslenme ve diyetetik uzmanlarını, %20.5'inin beslenme/diyet konusunda uzman doktorları, %6.8'inin ünlüleri (sanatçı, şarkıcı, model... vb.) ve %4.3'ünün de sosyal medya ünlülerini en fazla izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.26 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %48.4'ünün bu konuları takip etmediklerini ifade ettikleri görülürken, %22.9'ünün beslenme/diyet konusunda uzman beslenme ve diyetetik uzmanlarını, %19.6'sının beslenme/diyet konusunda uzman doktorları, %9.8'inin ünlüleri (sanatçı, şarkıcı, model... vb.) ve %6.5'inin de sosyal medya ünlülerini en fazla izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.26 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %52.6'sının bu konuları takip etmediklerini ifade ettikleri görülürken, %27.4'ünün beslenme/diyet konusunda uzman beslenme ve diyetetik uzmanlarını, %20.0'sinin beslenme/diyet konusunda uzman doktorları, %8.5'inin ünlüleri (sanatçı, şarkıcı, model... vb.) ve %8.1'inin de sosyal medya ünlülerini en fazla izlediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların izledikleri/dinledikleri/okudukları beslenme/diyet/fiziksel aktivite önerilerini uygulama durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.27'de verilmiştir.

Tablo 4.27. Katılımcıların medyadan takip ettikleri beslenme/diyet önerilerini uygulama durumlarına ilişkin bulgular

Takip ettiğiniz, izlediğiniz araçlardan izlediğiniz, dinlediğiniz okuduğunuz beslenme /diyet / fizik aktivite önerilerini kendiniz uyguluyor musunuz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Bu konularla ilgilenmiyorum/takip etmiyorum.	51	43.6	70	45.8	121	44.8
Hayır	34	29.1	33	21.6	67	24.8
Evet, sağlıklı beslenme önerilerini uyguluyorum.	10	8.5	12	7.8	22	8.1
Evet, kilo vermeye yönelik diyet önerilerini uyguluyorum.	5	4.3	11	7.2	16	5.9
Evet, kilo verme, kalori yakmaya yönelik egzersizleri uyguluyorum.	14	11.9	22	14.4	36	13.3
Sağlık için gerekli egzersiz önerilerini uyguluyorum.	3	2.6	5	3.3	8	3.0

Tablo 4.27 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %43.6'sının bu konularla ilgilenmediklerini/takip etmediklerini ifade ettikleri görülürken, %29.1'inin medya araçlarından gördükleri/duydukları/okudukları beslenme/diyet/fiziksel aktivite önerilerini uygulamadıklarını, %11.9'unun kilo verme, kalori yakmaya yönelik egzersizleri uyguladıklarını, %8.5'inin sağlıklı beslenme önerilerini uyguladıklarını, %4.3'ünün kilo vermeye yönelik diyet önerilerini uyguladıkları ve %2.6'sının da sağlık için egzersiz önerilerini uyguladıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.27 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %45.8'inin bu konularla ilgilenmediklerini/takip etmediklerini ifade ettikleri görülürken, %21.6'sının

medya araçlarından gördükleri/duydıkları/okudukları beslenme/diyet/fiziksel aktivite önerilerini uygulamadıklarını, %14.4'ünün kilo verme, kalori yakmaya yönelik egzersizleri uyguladıklarını, %7.8'inin sağlıklı beslenme önerilerini uyguladıklarını, %7.2'sinin kilo vermeye yönelik diyet önerilerini uyguladıkları ve %3.3'ünün de sağlık için egzersiz önerilerini uyguladıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.27 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %44.8'inin bu konularla ilgilenmediklerini/takip etmediklerini ifade ettikleri görülürken, %24.8'inin medya araçlarından gördükleri/duydıkları/okudukları beslenme/diyet/fiziksel aktivite önerilerini uygulamadıklarını, %13.3'ünün kilo verme, kalori yakmaya yönelik egzersizleri uyguladıklarını, %8.1'inin sağlıklı beslenme önerilerini uyguladıklarını, %5.9'unun kilo vermeye yönelik diyet önerilerini uyguladıklarını ve %3.0'ünün de sağlık için egzersiz önerilerini uyguladıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından etkilenme durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.28'de verilmiştir.

Tablo 4.28. Katılımcıların beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından etkilenme durumlarına ilişkin bulgular

Beslenme alışkanlıklarınız medyadaki yayınlardan etkilenir mi?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	15	12.8	20	13.1	35	13.0
Hayır	46	39.3	48	31.4	94	34.8
Bazen	56	47.9	85	55.6	141	52.2
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.28 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %47.9'unun beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından bazen etkilendiğini, %12.8'inin de etkilendiğini ifade ettikleri görülürken, %39.3'ünün ise beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından etkilenmediğini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.28 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %55.6'sının beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından bazen etkilendiğini, %13.1'inin de etkilendiğini ifade ettikleri görülürken, %31.4'ünün ise beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından etkilenmediğini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.28 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %52.2'sinin beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından bazen etkilendiğini, %13.0'ünün de etkilendiğini ifade ettikleri görülürken, %34.8'inin ise beslenme alışkanlıklarının medya araçlarından etkilendiğini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirme durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.29'da verilmiştir.

Tablo 4.29. Katılımcıların medya araçlarından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirme durumlarına ilişkin bulgular

Medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme alışkanlıklarınızı değiştirmeye çalıştığınız oldu mu?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	38	32.5	54	35.3	92	34.1
Hayır	79	67.5	99	64.7	178	65.9
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.29 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %67.5'inin medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmadıklarını, %32.5'inin ise medya araçlarından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalıştıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.29 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %64.7'sinin medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmadıklarını, %35.3'ünün ise medya araçlarından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalıştıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.29 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %65.9'unun medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmadıklarını, %34.1'inin ise medya araçlarından etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalıştıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme davranışlarında meydana gelen değişikliklere ilişkin bulgular Tablo 4.30'da verilmiştir.

Tablo 4.30. Katılımcıların medyadaki beslenme konularından etkilenecek beslenme davranışlarında meydana gelen değişikliklere ilişkin bulgular

Medya araçlarında beslenme ile ilgili yayınlardan etkilenecek gerçekleştirdiğiniz beslenme davranışlarınız hangileridir?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Böyle bir davranış değişikliğim hiç olmadı	57	50.4	61	39.9	118	43.7
Su tüketiminde artış	48	41.0	71	46.4	119	44.1
Meyve sebze tüketiminde artma	29	24.8	33	21.6	62	23.0
Meyve tüketiminde azalma	3	2.6	3	2.0	6	2.2
Zeytinyağı tüketiminde artma	2	1.7	0	0.0	2	0.7
Hazır gıda tüketiminde azalma	29	24.8	33	21.6	62	23.0
Akşam yemeği miktarında azalma	11	9.4	15	9.8	26	9.6
Yağ tüketiminde azalma	24	20.5	28	18.3	52	19.3
Yağ tüketiminde artma	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Karbonhidrat tüketiminde azalma	10	8.5	13	8.5	23	8.5
Karbonhidrat tüketiminde artma	5	4.3	5	3.3	10	3.7
Öğün atlamamaya özen gösterme	8	6.8	9	5.9	17	6.3
Protein tüketiminde artma	13	11.1	17	11.1	30	11.1
Protein tüketiminde azalma	2	1.7	5	3.3	7	2.6
Öğün sayısını azaltma	9	7.7	11	7.2	20	7.4
Hazır gıda tüketiminde artma	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Margarin tüketiminde artma	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Glutensiz beslenme	3	2.6	3	2.0	6	2.2

Tablo 4.30 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %41.0'inin medya araçlarından etkilenecek su tüketimini artırdığı, %24.8'inin meyve sebze tüketimini artırdığı, %24.8'inin hazır gıda tüketimini azalttığı, %20.5'inin yağ tüketimini azalttığı, %11.1'inin protein tüketimini artırdığı, %9.4'ünün akşam yemeği miktarını azalttığı, %8.5'inin karbonhidrat tüketimini azalttığı, %7.7'sinin öğün sayısını azalttığı, %6.8'inin öğün atlamamaya özen gösterdiği, %4.3'ünün karbonhidrat tüketimini artırdığı, %2.6'sının meyve tüketimini azalttığı, %2.6'sının glutensiz beslendiği, %1.7'sinin zeytinyağı tüketimini artırdığı ve %1.7'sinin de protein tüketimini azalttığı görülürken, %50.4'ünün de beslenme davranışlarında herhangi bir değişikliğin görülmediğini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.30 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %46.4'ünün medya araçlarından etkilenecek su tüketimini artırdığı, %21.6'sının meyve sebze

tüketimini artırdığı, %21.6'sının hazır gıda tüketimini azalttığı, %18.3'ünün yağ tüketimini azalttığı, %11.1'inin protein tüketimini artırdığı, %9.8'inin akşam yemeği miktarını azalttığı, %8.5'inin karbonhidrat tüketimini azalttığı, %7.2'sinin öğün sayısını azalttığı, %5.9'unun öğün atlamamaya özen gösterdiği, %3.3'ünün karbonhidrat tüketimini artırdığı, %3.3'ünün protein tüketiminde azalma, %2.0'sinin meyve tüketimini azalttığı ve %2.0'sinin de glutensiz beslendiği, %39.9'unun da beslenme davranışlarında herhangi bir değişiklik meydana gelmediğini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.30 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %44.1'inin medya araçlarından etkilenerek su tüketimini artırdığı, %23.0'ünün meyve sebze tüketimini artırdığı, %23.0'ünün hazır gıda tüketimini azalttığı, %19.3'ünün yağ tüketimini azalttığı, %11.1'inin protein tüketimini artırdığı, %9.6'sının akşam yemeği miktarını azalttığı, %8.5'inin karbonhidrat tüketimini azalttığı, %7.4'ünün öğün sayısını azalttığı, %3.7'sinin karbonhidrat tüketimini artırdığı, %2.6'sının protein tüketimini azalttığı, %2.2'sinin meyve tüketimini azalttığı, %2.2'sinin glutensiz beslendiği ve %0.7'sinin de zeytinyağı tüketimini artırdığını ifade ettiği görülürken, %43.7'sinin de beslenme alışkanlıklarında herhangi bir değişikliğin olmadığını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların beslenme alışkanlıklarının medya araçlarının etkisiyle denedikleri gıdalara ilişkin bulgular Tablo 4.31'de verilmiştir.

Tablo 4.31. Katılımcıların medya araçlarından etkilenerek gıda ürünü deneme durumlarına ilişkin bulgular

Medya araçlarında yayımlanan programların etkisiyle denediğiniz gıda ürünü var mıdır?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Hayır	69	59.0	79	51.6	148	54.8
Probiyotik Yoğurt	15	12.8	20	13.1	35	13.0
Kefir	31	26.5	47	30.7	78	28.9
Ayran	14	11.9	29	19.0	43	15.9
Chia Tohumu	14	11.9	26	17.0	40	14.8
Kinoa	15	12.8	20	13.1	35	13.0
Tam Buğdaylı Ürünler	9	7.7	14	9.2	23	8.5
Zerdeçal	9	7.7	13	8.5	22	8.1
Hindistan Cevizi Yağı	14	11.9	23	15.0	37	13.7
Yeşilçay	23	19.7	35	22.9	58	21.5
Krill Yağı	4	3.4	7	4.6	11	4.1
Aspir Yağı	4	3.4	6	3.9	10	3.7
Bazı Besin Destekleri (Omega-3)	10	8.5	15	9.8	25	9.3

Tablo 4.31 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %26.5'inin medya araçlarından etkilenecek kefir, %19.7'sinin yeşilçay, %12.8'inin probiyotik yoğurt, %12.8'inin kinoa, %11.9'unun ayran, %11.9'unun chia tohumu, %11.9'unun Hindistan cevizi yağı, %8.5'inin bazı besin destekleri (omega-3), %7.7'sinin tam buğdaylı ürünler, %7.7'sinin zerdeçal, %3.4'ünün krill yağı ve %3.4'ünün aspir yağı tükettiğini ifade ettiği görülürken, %59.0'unun da medya araçlarında yayımlanan programların etkisiyle denedikleri herhangi bir gıda ürününün olmadığını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.31 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %30.7'sinin medya araçlarından etkilenecek kefir, %22.9'unun yeşilçay, %19.0'unun ayran, %17.0'sinin chia tohumu, %15.0'inin Hindistan cevizi yağı, %13.1'inin probiyotik yoğurt, %13.1'inin kinoa, %9.8'inin bazı besin destekleri (omega-3), %9.2'sinin tam buğdaylı ürünler, %8.5'inin zerdeçal, %4.6'sının krill yağı ve %3.9'unun da aspir yağı tükettiğini ifade ettiği görülürken, %51.6'sının da medya araçlarında yayımlanan programların etkisiyle denedikleri herhangi bir gıda ürününün olmadığını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.31 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %28.9'unun medya araçlarından etkilenecek kefir, %21.5'inin yeşilçay, %15.9'unun ayran, %14.8'inin chia tohumu, %13.7'sinin Hindistan cevizi yağı, %13.0'ünün probiyotik yoğurt, %13.0'ünün kinoa, %9.3'ünün bazı besin destekleri (omega-3), %8.5'inin tam buğdaylı ürünler, %8.1'inin zerdeçal, %4.1'inin krill yağı ve %3.7'sinin de aspir yağı tükettiğini ifade ettiği görülürken, %54.8'inin de medya araçlarında yayımlanan programların etkisiyle denedikleri herhangi bir gıda ürününün olmadığını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkındaki düşüncelerine yönelik bulgular Tablo 4.32'de verilmiştir.

Tablo 4.32. Katılımcıların medyada araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkındaki düşüncelerine ilişkin bulgular

Medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkında genel düşünceniz nedir?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Hiçbir fayda veya zararının olmadığını düşünüyorum	63	53.8	76	49.7	139	51.5
Bilgi kirliliğine neden olduğunu düşünüyorum	21	17.9	21	13.7	42	15.6
Halkı yanlış yönlendirdiğini düşünüyorum	11	9.4	16	10.5	27	10.0
Halkın bu konularda bilgi düzeyini artırdığını düşünüyorum	26	22.2	37	24.2	63	23.3
Halkın bu konularda farkındalığını artırdığını düşünüyorum	9	7.7	7	4.6	16	5.9
Bu yayınların aslında satışı desteklemeyi amaçladığını düşünüyorum	18	15.4	25	16.3	43	15.9

Tablo 4.32 incelendiğinde medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesine ilişkin araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %53.8'inin hiçbir fayda ve zararının olmadığını düşündüğünü, %22.2'sinin halkın bu konularda bilgi düzeyini artırdığını düşündüğünü, %17.9'unun bilgi kirliliğine neden olduğunu düşündüğünü, %15.4'ünün bu yayınların aslında satışı desteklemeyi amaçladığını düşündüğünü, %9.4'ünün halkı yanlış yönlendirdiğini düşündüğünü ve %7.7'sinin de halkın bu konularda farkındalığını artırdığını düşündüğünü ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.32 incelendiğinde medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesine ilişkin araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %49.7'sinin hiçbir fayda ve zararının olmadığını düşündüğünü, %24.2'sinin halkın bu konularda bilgi düzeyini artırdığını düşündüğünü, %16.3'ünün bu yayınların aslında satışı desteklemeyi amaçladığını düşündüğünü, %13.7'sinin bilgi kirliliğine neden olduğunu düşündüğünü, %10.5'inin halkı yanlış yönlendirdiğini düşündüğünü ve %4.6'sının da halkın bu konularda farkındalığını artırdığını düşündüğünü ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.32 incelendiğinde medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesine ilişkin araştırmaya katılan öğrencilerin %51.5'inin hiçbir fayda ve zararının olmadığını düşündüğünü, %23.3'ünün halkın bu konularda bilgi düzeyini artırdığını düşündüğünü, %15.9'unun bu yayınların aslında satışı desteklemeyi amaçladığını

düşündüğünü, %15.6'sının bilgi kirliliğine neden olduğunu düşündüğünü, %10'unun halkı yanlış yönlendirdiğini düşündüğünü ve %5.9'unun da halkın bu konularda farkındalığını artırdığını düşündüğünü ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarını izleme durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.33'de verilmiştir.

Tablo 4.33. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarını izleme durumlarına ilişkin bulgular

Yiyecek-içecek reklamlarını izler misiniz?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	73	62.4	103	67.3	176	65.2
Hayır	44	37.6	50	32.7	94	34.8
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.33 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %62.4'ünün yiyecek-içecek reklamlarını izlediklerini, %37.6'sının da yiyecek-içecek reklamlarını izlemediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.33 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %67.3'ünün yiyecek-içecek reklamlarını izlediklerini, %32.7'sinin de yiyecek-içecek reklamlarını izlemediklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.33 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %65.2'sinin yiyecek-içecek reklamlarını izlediklerini, %34.8'inin de yiyecek-içecek reklamlarını izlemediklerini ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek alma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.34'de verilmiştir.

Tablo 4.34. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek alma durumlarına ilişkin bulgular

Reklamından etkilenecek gıda/içecek alır mısınız?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	61	52.1	86	56.2	147	54.4
Hayır	56	47.9	67	43.8	123	45.6
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.34 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %52.1'inin yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek aldıklarını, %47.9'unun da yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek almadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.34 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %56.2'sinin yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek aldıklarını, %43.8'inin de yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek almadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.34 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %54.4'ünün yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek aldıklarını, %45.6'sının da yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek gıda/içecek almadıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri alma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 4.35'de verilmiştir.

Tablo 4.35. Katılımcıların yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri alma durumlarına ilişkin bulgular

Reklamından etkilenecek aldığınız besin destekleri oldu mu?	Erkek		Kadın		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	21	17.9	28	18.3	49	18.1
Hayır	96	82.1	125	81.7	221	81.9
TOPLAM	117	100.0	153	100.0	270	100.0

Tablo 4.35 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %17.9'unun yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri aldıklarını, %82.1'inin de yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri almadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.35 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %18.3'ünün yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri aldıklarını, %81.7'sinin de yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri almadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.35 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %18.1'inin yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri aldıklarını, %81.9'unun da yiyecek-içecek reklamlarından etkilenecek besin destekleri almadıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların gıda ürünleri satın alma kararlarını etkileyen unsurlara yönelik düşüncelerine ilişkin bulgular Tablo 4.36'da verilmiştir.

Tablo 4.36. Katılımcıların gıda ürünleri satın alma kararlarını etkileyen unsurlara yönelik düşüncelerine ilişkin bulgular

Gıda maddelerinin aşağıda yer alan özellikleri satın alma kararınızı etkiler mi?	Erkek				Kadın				TOPLAM			
	Evet		Hayır		Evet		Hayır		Evet		Hayır	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Besleyicilik özelliği	84	71.8	21	17.9	99	64.7	40	26.1	201	74.4	69	25.6
Fiyatının uygun olması	94	80.3	12	10.3	120	78.4	20	13.1	234	86.7	36	13.3
Sağlıklı olması	68	58.1	37	31.6	82	53.6	57	37.3	161	59.6	109	40.4
Medyada yer alması	22	18.8	83	70.9	25	16.3	114	74.5	49	18.1	221	81.9
Hazırlama/pişirme kolaylığı	85	72.6	21	17.9	117	76.5	23	15.0	220	81.5	50	18.5
Son kullanım tarihi	103	88.0	3	2.6	130	85.0	10	6.5	255	94.4	15	5.6
Kullananların tavsiyesi	83	70.9	23	19.7	107	69.9	33	21.6	205	75.9	65	24.1
Yazılı ve görsel basında yer alan reklamların hoşuma gitmesi	39	33.3	66	56.4	46	30.1	93	60.8	92	31.1	178	64.9
Sosyal medyada sıkça bu üründen iyi yönde bahsedilmesi	74	63.2	32	27.4	84	54.9	56	36.6	172	63.7	98	36.3
Sosyal medyada sıkça bu üründen kötü yönde bahsedilmesi	51	43.6	54	46.2	46	30.1	93	60.8	139	51.5	131	48.5

Tablo 4.36 incelendiğinde araştırmaya katılan erkek öğrencilerin %88.0'inin gıda satın alırken son kullanma tarihine, %80.3'ünün fiyatının uygun olmasına, %72.6'sının hazırlanması/pişirmesinin kolay olmasına, %71.8'inin besleyicilik özelliğine, %70.9'unun kullananların tavsiyesine, %63.2'sinin sosyal medyada sıklıkla ürünün iyi yönlerinden bahsedilmesine, %58.1'inin sağlıklı olmasına, %43.6'sının sosyal medyada sıkça bu üründen kötü yönde bahsedilmesine, %33.3'ünün yazılı ve görsel basında yer

alan reklamların hoşuma gitmesine ve %18.8'inin de medyada yer almasına dikkat ettiklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.36 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %85'inin gıda satın alırken son kullanma tarihine, %78.4'ünün fiyatının uygun olmasına, %76.5'inin hazırlanması/pişirmesinin kolay olmasına, %69.9'unun kullananların tavsiyesine, %64.7'sinin besleyicilik özelliğine, %54.9'unun sosyal medyada sıkça bu üründen iyi yönde bahsedilmesine, %53.6'sının sağlıklı olmasına, %30.1'inin yazılı ve görsel basında yer alan reklamların hoşuma gitmesine, %30.1'inin sosyal medyada sıkça bu üründen kötü yönde bahsedilmesine ve %16.3'ünün de medyada yer almasına dikkat ettiklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.36 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %94.4'ünün gıda satın alırken son kullanma tarihine, %86.7'sinin fiyatının uygun olmasına, %81.5'inin hazırlanması/pişirmesinin kolay olmasına, %75.9'unun kullananların tavsiyesine, %74.4'ünün besleyicilik özelliğine, %63.7'sinin sosyal medyada sıklıkla ürünün iyi yönlerinden bahsedilmesine, %59.6'sının sağlıklı olmasına, %51.5'inin sosyal medyada sıklıkla ürünün kötü yönlerinden bahsedilmesine, %31.1'nin yazılı ve görsel basında yer alan reklamların hoşuna gitmesine ve %18.1'inin de medyada yer almasına dikkat ettiklerini ifade ettikleri görülmektedir.

5. TARTIŞMA

Teknolojik gelişmelerle birlikte yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internet ve medya bireylerin tüm yaşamında olduğu gibi beslenme alışkanlıkları ve besin tercihleri üzerinde de etkili olmaktadır. Çocukluktan ergenliğe geçiş dönemi olan ergenlik dönemi bireylerin fiziksel, bilişsel ve duyuşsal değişimlerin yaşandığı gelişim dönemidir (Haddad ve Sarti, 2020). Ergen bireylerin beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri üzerinde kişisel zevkler, açlık, bilgi düzeyi, lezzet, sağlık, erişilebilirlik, fiyat ve kolaylık gibi kişisel faktörler (Ronto vd., 2020; Lai Yeung, 2010; Macchi vd., 2017) ve kültürel değerler, aile yapısı, dışarıda yemek yeme, sosyal çevre ve medya gibi çevresel faktörler (Andrade vd., 2019) etkili olmaktadır. Ergenlik döneminde edinilen beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri bireyin tüm yaşamı boyunca devam eder ve birey sağlığını etkiler (Naigaga vd., 2018). Bu bağlamda ergenlik döneminde bireylerin beslenme alışkanlıkları ve besin seçimlerini etkileyen unsurların belirlenmesi, bu dönemde ortaya çıkan beslenme olumsuzluklarının ortadan kaldırılmasında önemli rol oynayabilmektedir (McNaughton, 2011). Bu çalışmada Elazığ il merkezindeki liselerde öğrenim gören öğrencilerin beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri üzerinde medyanın etkisi araştırılmıştır.

Elazığ ilindeki üç farklı lisede öğrenim gören 117 (%43.3) erkek ve 153 (%56.7) kadın olmak üzere toplam 270 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen bu çalışmada öğrencilerin yaş ortalamasının 15.25 ± 0.66 olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin TV izleme süresi ortalamasının 0.87 ± 1.19 saat; bilgisayar kullanma süresi ortalamasının 1.58 ± 1.95 saat ve oyun oynama/vakit geçirme/sosyal medya/beslenme araştırması ile internette zaman geçirme süresi ortalamasının 3.88 ± 2.33 saat olduğu belirlenmiştir. Araştırmada öğrencilerin çok büyük bir bölümünün (%95.2) medya araçlarını takip ettikleri, internetin (%91.1) en fazla kullanılan medya aracı olduğu belirlenmiştir. Bilgisayar ve GSM teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte internet teknolojilerinin yaygınlaşması ve ucuzlaması, bireylerin zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın medya araçlarına ulaşım olanağı tanımaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile birlikte TV, radyo, gazete gibi geleneksel medya araçlarına olan ilginin azalmasının internette geçirilen süre ortalamasının yüksek çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Acar (2020) 14.31 ± 2.02 yaş ortalamasına

sahip olan 1384 ergen bireyin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmasında sosyal medya ve internette geçirdikleri süre ortalamasını 4.62 ± 2.33 olarak belirlemiştir. Mutlu (2018) Başkent Üniversitesi öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmasında katılımcıların öğrencilerin günlük ortalama TV izleme süresini 1.2 ± 1.1 saat, bilgisayar kullanma sürelerini 1.4 ± 1.6 saat ve internet kullanma sürelerini ise 4.5 ± 3.2 saat olarak belirlemiştir. Uzun vd. (2016) ergenlerin sosyal medya kullanma alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı düzeylerini araştırdıkları araştırmalarında katılımcıların internet kullanım sürelerinin günlük ortalama 2 saatin üzerinde olduğunu belirlemişlerdir. 11-20 yaş aralığındaki bireylerin sosyal medya kullanımlarının araştırıldığı başka bir çalışmada ise katılımcıların %73.4'ünün günlük internet ve sosyal medya kullanım sürelerinin ortalama 1 saatin üzerinde olduğunu belirlemişlerdir. Tiggemann ve Slater (2014) araştırmalarında katılımcıların sosyal medya platformlarında günlük ortalama 1.5 saatin üzerinde zaman geçirdiklerini tespit etmişlerdir. Taylan (2015) ortaokul ve lise öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarda katılımcıların günlük internet kullanım sürelerini 2 saat 45 dakika olarak belirlemiştir. İlğaz (2018) lise ve üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmalarında katılımcıların büyük bir bölümünün günlük internet kullanım sürelerini 0-3 saat olarak belirlemiştir. Pantic vd., (2012) lise öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmalarında katılımcıların internet ve sosyal medya kullanım sürelerini ortalama 1.86 ± 2.08 saat olarak belirlemişlerdir. Ergen bireylerin katılımlarıyla gerçekleştirilen araştırmalarda katılımcıların ortalama internet ve sosyal medya kullanım sürelerinin günlük 1-3 saat arasında olduğu belirlenmiştir (Şimşek, 2019; Tosun, 2016; Balıkcıoğlu ve Volkan, 2016; İli, 2013; Gökçearslan ve Günbatar, 2012).

Araştırmaya katılan öğrencilerin %59.3'ünün düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadıkları belirlenmiştir. Ergen bireylerin internet ve sosyal medyada uzun süreler geçirmelerinin araştırmada ulaşılan bu bulgu üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Ottevaere vd. (2011), 12-17 yaş arasındaki ergenlerin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmada katılımcıların düzenli olarak fiziksel aktivite yapma düzeylerinin düşük olduğunu belirlemişlerdir. Ermiş vd. (2015) Ondokuz Mayıs üniversitesi öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarında öğrencilerin %46.5'inin düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadıklarını belirlemişlerdir. Mutlu (2018) üniversite öğrencileriyle yaptığı araştırmasında katılımcıların %62.1'inin düzenli olarak fiziksel aktivite yapmadıklarını belirlemiştir. Ergen ve genç bireylerin düzenli fiziksel aktivite yapma

oranlarının düşük düzeyde olduğu literatürde yer alan birçok araştırmada belirlenmiştir (Kadioğlu ve Ergün, 2015; Günlü ve Derin, 2012; Akyol vd., 2008).

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir bölümünün mevcut kilolarından memnun oldukları ve bugüne kadar hiç diyet yapmadıkları, kız öğrencilerin diyet yapma oranlarının erkek bireylere oranla daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Mutlu (2018) araştırmasında öğrencilerin %48.9'unun günümüze kadar hiç diyet yapmadığını belirlemiştir. Kayserilioğlu (2021) medyanın liseli öğrencilerin besin seçimi ve beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında katılımcıların büyük bir bölümünün diyet yaptıklarını belirlemiştir. Ergen bireylerin ve genç yetişkinlerin ağırlık kontrolünü önemsedikleri, özellikle kadınların erkeklere oranla diyet yapma oranlarının daha yüksek düzeyde olduğu literatürde yer alan araştırmalarda belirlenmiştir (Carillo vd., 2012; Januszewska vd., 2011; Sushma vd., 2014; Türk vd., 2007).

Araştırmada katılımcıların en fazla tükettikleri öğünlerin sırasıyla akşam yemeği, öğlen yemeği ve kahvaltı olduğu belirlenirken, en az tükettikleri öğünlerin ise sırasıyla kuşluk ara öğünü, ikindi ara öğünü ve gece ara öğünü olduğu belirlenmiştir. Mutlu (2018) üniversite öğrencileriyle yaptığı araştırmasında öğrencilerin %73'ünün akşam yemeğini, %60.4'ünü öğlen yemeğini ve 58.2'sinin de kahvaltıyı her gün tükettiklerini belirlemiştir. Ermiş vd. (2015) Samsun'daki üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdikleri araştırmalarında öğrencilerin %58.1'inin kahvaltı, %27.0'sinin akşam yemeği ve %14.9'unun ise öğle yemeğinin kendileri için önemli olduğunu ifade ettiklerini belirlemiştir. Vançelik (2007) üniversite öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmasında katılımcıların %40.5'inin kahvaltıyı, %3.1'inin akşam yemeğini atladıklarını belirlemiştir.

Araştırmada öğrencilerin haftalık süt ve süt ürünleri tüketim ortalamalarının 2.75 ± 1.30 porsiyon, sebze tüketim ortalamalarının 2.81 ± 1.27 porsiyon, meyve tüketim ortalamalarının 3.04 ± 1.63 porsiyon, ekmek ve tahıl tüketim ortalamalarının 3.65 ± 1.78 porsiyon, et tüketim ortalamalarının 2.94 ± 1.56 porsiyon, kuru baklagil tüketim ortalamalarının 2.48 ± 1.34 porsiyon ve sert kabuklu yemiş/yağlı tohumlar tüketim ortalamalarının ise 2.32 ± 1.39 porsiyon olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun haftada 2'den az yumurta (%33.3) ve balık (%58.5) tükettikleri belirlenmiştir. Mutlu (2018) araştırmasında üniversite öğrencilerinin süt ve

süt ürünleri tüketimi ortalamalarının 2.0 ± 1.4 . sebze meyve tüketim ortalamalarının 1.7 ± 1.4 ekmek ve tahıl tüketim ortalamalarının 2.2 ± 1.6 ve et tüketim ortalamalarının 2.3 ± 1.5 porsiyon olduğunu belirlemiştir. Yılmaz ve Özkan (2007) üniversite öğrencileriyle yaptıkları araştırmalarında öğrencilerin %24'ünün haftada 1-2 defa, %16.6'sının da hiç süt ve süt ürünleri tüketmediğini; katılımcıların %76'sının peyniri her gün, %32'sinin de yoğurdu haftada 3-5 kez tükettiklerini, %30.9'unun haftada 3-5 defa sebze, %34.3'ünün her gün meyve, %38.3'ünün her gün ekmek; %35.4'ünün et, %32.6'sının tavuk, %44'ünün balığı, %27'ünün ise kuruyemişi ayda bir kez tükettiklerini belirlemişlerdir. Işkın (2017) araştırmasında katılımcıların %72.1'inin balık etini nadiren tükettiklerini belirlemiştir. Gül (2011) üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarını belirlemeyi amaçladığı araştırmasında katılımcıların %23'ünün kahvaltıda genellikle tost, poğaça ve simit, %20.7'sinin çay, %18.1'inin peynir ve %11.5'inin yumurta tükettiklerini belirlemiştir. Özdoğan vd. (2010) üniversite öğrencilerinin kahvaltı davranışlarını belirlemeyi amaçladıkları araştırmalarında katılımcıların kahvaltıda genellikle tost, poğaça ve simit gibi karbonhidrat bakımından zengin, besleyicilik düzeyi düşük gıdalar tükettiklerini belirlemişlerdir.

Araştırmada öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%55.9) beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duydukları, konuya ilişkin medya içeriklerine rastlamaları halinde okuyup/izledikleri; sağlıklı beslenme ile ilişkili konuları takip ettikleri ve öğrencilerin büyük bir bölümünün internet aracılığıyla konuya ilişkin gelişmeleri takip ettikleri belirlenmiştir. Mutlu (2018) araştırmasında öğrencilerin %23.1'inin beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duyduğunu, %43.2'sinin rastlamaları halinde okuyup/izlediklerini belirlemiştir. Gül (2011) araştırmasında üniversite öğrencilerinin %51.1'inin beslenmeyle ilgili medya içeriklerini takip ettiklerini belirlemiştir. Aksoydan vd. (2010) araştırmalarında Ankara'da yaşayan genç bireylerin %92.1'inin medya araçları vasıtasıyla sağlık ve beslenme konusundaki içerikleri takip ettiklerini belirlemişlerdir. İçer (2017) üniversite öğrencilerinin beslenmeye ilişkin bilgi düzeylerini ve yayın organlarını takip etme sıklıklarını araştırdığı çalışmasında katılımcıların %62'sinin beslenme konusuna ilişkin medya araçlarını takip ettiklerini ve sağlıklı beslenmeyle ilgili içeriklerle ilgilendiklerini ifade ettiklerini belirlemiştir. Kastamonu'da gerçekleştirilen bir araştırmada katılımcıların %24.8'inin beslenmeye ilişkin bilgilere bilimsel yayınlar, %17.9'unun internet ve %17.5'inin de kitaplar aracılığıyla ulaştıklarını ifade ettikleri belirlenmiştir (Tütüncü ve Karaismailoğlu, 2013).

Araştırmada öğrencilerin büyük bir bölümünün beslenme ve diyet konularında en fazla uzman beslenme ve diyetetik uzmanları ile uzman doktorların katıldığı içerikleri takip ettikleri; bu içeriklerden en fazla kilo verme, kalori yakmaya yönelik egzersizleri ve sağlıklı beslenme önerilerini uyguladıkları ve beslenme alışkanlıklarının medya yayınlarından bazen etkilendiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Mutlu (2018) araştırmasında katılımcıların %45.3'ünün beslenme ve diyet konusunda uzman beslenme ve diyetetik uzmanlarını takip ettiklerini belirlemiştir. Mankan ve İçyer (2017) İstanbul'da yaptığı araştırmasında üniversite öğrencilerinin %30.8'inin beslenme ile ilgili medya içeriklerinden bazen etkilenecek beslenme alışkanlıklarını değiştirdiklerini belirlemiştir. Araştırmada ayrıca öğrencilerin medya araçlarından etkilenecek en fazla su, meyve ve sebze tüketimini artırdıklarını ve hazır gıda tüketimini azalttıklarını ifade ettikleri belirlenmiştir. Mutlu (2018) araştırmasında katılımcıların büyük bir bölümünün medyadan etkilenecek su, meyve ve sebze tüketimini artırdığını, öğün atlamamaya dikkat ettiklerini ve hazır gıda tüketimini azalttıklarını belirlemiştir. Kayserilioğlu (2021) araştırmasında lise öğrencilerinin medya araçlarından etkilenecek su tüketimini artırdıklarını ve hazır gıdalar tüketmekten kaçındıklarını belirlemiştir.

Araştırmada öğrencilerin büyük bir bölümünün yiyecek içecek reklamlarını izledikleri, bu reklamlardan etkilenecek gıda/içecek satın aldıkları ancak besin desteği alma düzeyinin oldukça düşük düzeyde olduğu ve besin maddelerini seçerken en fazla son kullanma tarihine (%94.4), fiyatına (%86.7), hazırlanmasının/pişirmesinin kolay olmasına (%81.5) ve besleyici olmasına (%74.4) dikkat ettikleri belirlenmiştir. Mutlu (2018) araştırmasında katılımcıların %73.5'inin yiyecek/içecek reklamları izledikleri, %59.2'sinin izledikleri reklamlardan etkilenecek gıda ve içecek satın aldıklarını ancak besin desteği alma oranlarının daha düşük düzeyde olduğunu belirlemişlerdir. Dilber ve Dilber (2013) araştırmalarında katılımcıların %39.3'ünün satın aldıkları ürünleri tercih etmelerinde reklamların etkili olduğunu düşündüklerini, reklamların sağlığa zararlı maddeler alınabilmesine neden olduğunu ifade ettiklerini belirlemişlerdir. Araştırmada ayrıca üniversite öğrencilerinin satın aldıkları ürün tercihlerinde marka ve medya değerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmada ulaşılan bu bulguların literatürde yer alan araştırmalarda ulaşılan bulgularla benzerlik gösterdiği söylenebilir.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar

Medyanın ergenlerin beslenme alışkanlıkları ve besin tercihleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada ulaşılan sonuçlar şunlardır:

- Araştırmaya katılan öğrencilerin TV izleme, bilgisayar kullanma ve internette vakit geçirme sürelerinin ortalama 4 saat olduğu belirlenmiştir. İnternet ve medya araçlarıyla geçiren bu süre göz önünde bulundurulduğunda bu sürenin uzun olduğu ve bu duruma bağlı olarak öğrencilerin fiziksel ve ruhsal sağlığı açısından olumsuz durumlar ortaya çıkarabileceği söylenebilir.
- Öğrencilerin düzenli olarak fiziksel aktivite yapma oranlarının oldukça düşük düzeyde olduğu görülmektedir. İnternet ve GSM teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte sosyal medya başta olmak üzere medya araçlarıyla uzun süreler geçirilmesi gençlerin odalara kapanarak hareketsiz bir yaşam sürmelerine neden olabilmektedir.
- Öğrencilerin genellikle sosyal medya/internet üzerinde rastladıkları ve arkadaşları tarafından tavsiye edilen diyet programlarını uyguladıkları, genellikle kilo vermek amacıyla diyet yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Beslenme uzmanları, uzman doktorlar ve diyetetik uzmanlarına danışarak yapılan diyetlerin öneminin anlatılması, bu kişilerin okullarda çeşitli seminerler düzenleyerek ergen bireyleri bu konular hakkında bilgilendirmeleri ve akran eğitimlerinin uygulanmasının ergenlerin beslenme ve diyet konularına ilişkin bilgi ve farkındalık düzeylerini artıracakı düşünülmektedir.
- Araştırmada öğrencilerin büyük bir bölümünün mevcut kilolarından memnun oldukları görülse de azımsanmayacak bir bölümü de kilo vermeyi amaçladıklarını ifade ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Teknoloji ve internet bağımlılığının son dönemlerde gençler başta olmak üzere toplumu etkisi altına almasının araştırmada ulaşılan bu sonuç üzerinde etkili olduğu

düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte genç bireylerin büyük çoğunluğu sosyal ilişkilerini büyük oranda sanal ortamlarda kurmakta, bu durum bireylerin dışarıda geçirecekleri zamanı ve fiziksel aktiviteleri baskılayabilmekte ve hareketsiz yaşam sonucunda obezite başta olmak üzere birçok sağlık sorunu ortaya çıkabilmektedir.

- Araştırmada en fazla takip edilen medya aracının internet olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaşması internete olan ilgiyi her geçen gün daha da artırmaktadır. İnternet sosyal medyanın yanı sıra genç bireylerin ilgi duydukları beslenme/fiziksel aktivite/diyet ve sağlıklı beslenme konularına ilişkin merak ettikleri konulara ilişkin bilgilere de ulaşabilmelerine olanak sağlamakta ve bu durum internet kullanımının artmasında etkili olabilmektedir.
- Araştırmada öğrencilerin en fazla akşam yemeği, öğle yemeği ve kahvaltı öğünlerini tükettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun aileleriyle birlikte evde kalmalarının araştırmada ulaşılan bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir.
- Araştırmada sonuç olarak öğrencilerin genellikle teknolojiyi ve medyayı yakından takip ettikleri, beslenme alışkanlıklarının ve besin seçimlerinin medyadan etkilendiği, medya içeriklerinin öğrencilerin besin tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını değiştirmede etkili olduğu ve medyada karşılaştıkları programlarda gördükleri bazı gıda ürünlerini denemelerinde etkili görülmüştür.

6.2. Öneriler

Araştırmada ulaşılan sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur:

- Araştırmaya katılan öğrencilerin medya araçlarıyla uzun süreler geçirdikleri ve düzenli olarak fiziksel aktivite yapma oranlarının düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Okullar ve yerel yönetimler tarafından öğrencilerin fiziksel aktivite yapabilecekleri ve sosyal etkinlikler gerçekleştirebilecekleri programlar gerçekleştirilmesinin, genç bireylerin medya araçlarıyla

geçirdikleri sürenin azalmasında ve düzenli olarak fiziksel aktivite etkili olacağı düşünülmektedir.

- Araştırmada öğrencilerin genellikle sosyal medya/internet üzerinde rastladıkları ve arkadaşları tarafından tavsiye edilen diyet programlarını uyguladıkları, genellikle kilo vermek amacıyla diyet yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda beslenme ve diyetetik uzmanlarının okul ziyaretleri yapmalarının ve okul rehberlik servislerinin öğrencileri bu konuda beslenme ve diyet uzmanlarına yönlendirmelerinin gençlerin beslenme ve diyet konularına ilişkin daha sağlıklı bilgiler edinmelerini sağlayacağı düşünülmektedir.
- Araştırmada öğrencilerin büyük bir bölümünün mevcut kilolarından memnun oldukları görülse de azımsanmayacak bir bölümü de kilo vermeyi amaçladıklarını ifade ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda beden eğitimi derslerinde öğrencilerin boy-kilo endekslerinin hesaplanması ve öğrencilerin bu konuda bilgilendirilmesinin öğrencilerin kilo kontrolünü sağlamaları ve bu konuda farkındalık oluşturulması açısından yararlı olabileceği düşünülmektedir.
- Araştırmada öğrencilerin medya araçları içerisinde en fazla interneti takip ettikleri ve beslenme/diyet/fiziksel aktivite konularını araştırmada yaygın olarak kullandıkları, beslenme alışkanlıklarının ve besin seçimlerinin medyadan etkilendiği, medya içeriklerinin öğrencilerin besin tercihlerini ve beslenme alışkanlıklarını değiştirmede etkili olduğu ve medyada karşılaştıkları programlarda gördükleri bazı gıda ürünlerini denemelerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda EBA ve okulların resmi sayfalarında beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilişkin ilgi çekici içerikler hazırlanmasının öğrencilerin bu konuda doğru bilgiye erişmelerini sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Acar M (2020). *Adölesanların Sosyal Medyada ve Günlük Yaşamda Fiziksel Görünüm Karşılaştırmalarının Yeme Tutum Bozukluğu ile İlişkisi*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Agostoni C, Braegger C, Decsi T, Kolacek S, Koletzko B, Mihatsch W (2011). Role of dietary factors and food habits in the development of childhood obesity: A commentary by the espghan committee on nutrition. *Journal of Pediatric Gastroenterology and Nutrition*, 52(6), 662–669. DOI: 10.1097/MPG.0b013e3182169253
- Akın G, Özkoçak V ve Gültekin T (2015). Geçmişten günümüze geleneksel Anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Antropoloji*, (30), 33-52. DOI: 10.1501/antro_0000000319
- Akman M, Tüzün S ve Ünal PC (2012). Adolesanlarda sağlıklı beslenme ve fiziksel aktivite durumu, *Nobel Medicus Journal*, 8(1), 24-29. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/197938>
- Aksoydan E, Kartal B ve Yılmaz K (2010). Medya kadınları beslenme konusunda nasıl etkiliyor? *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 19(1), 1-6. DOI:10.12739/NWSA.2017.12.1.4B0008.
- Akşit MA (1991). *Beslenmeye Giriş*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Aktaş N ve Cebirbay AM (2011). Tüketicilerin beslenme bilgilerine erişmede kullandıkları kitle iletişim araçları üzerine bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 11. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kdeniz/issue/16864/175553>
- Aktaş N ve Özdoğan Y (2016). Gıda ve beslenme okuryazarlığı. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 20(2), 146-153. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/225581>
- Aksoy M, Nişancı F, Kızıl M, Çakır B ve Çarkçı M (2016). “Besin Öğeleri ve Besin Grupları”. G. Pekcan, N. Şanlıer, M. Baş (Ed.) *Türkiye Beslenme Rehberi 2015 (TÜBER)* içinde (ss. 29-49). T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, Obezite, Diyabet ve Metabolik Hastalıklar Daire Başkanlığı, Ankara.
- Akyol P ve İmamoğlu O (2019). Üniversite öğrencilerinde cinsiyete göre beslenme alışkanlıkları. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(3), 67-77. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/763216>

- Akyol A, Bilgiç P ve Ersoy G (2008). *Fiziksel Aktivite, Beslenme ve Sağlıklı Yaşam*, (1.Baskı), T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme ve Fiziksel Aktiviteler Daire Başkanlığı, Ankara.
- Alavi M, Eftekhari MB, Noot R, Rafinejad J ve Chinekeh A (2013). Dietary habits among adolescent girls and their association with parental educational levels. *Global Journal of Health Science*, 5(5), 202–206. DOI: 10.5539/gjhs.v5n5p202
- Allen KA, Ryan T, Gray DL, McInerney DM ve Waters L (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31. DOI:10.1017/edp.2014.2
- Amichai-Hamburger Y ve Vinitzky G (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Andrade VMB, de Santana MLP, Fukutani KF, Queiroz ATL, Arriaga MB, Conceição-Machado MEP (2019). Multidimensional analysis of food consumption reveals a unique dietary profile associated with overweight and obesity in adolescents. *Nutrients*, 11(8), 1946. Erişim Adresi: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/35866>
- Applegate L (2011). *Sağlık Yaşam ve Yüksek Performans için Beslenme ve Diyet Temel İlkeleri*. (Çev.: Özpınar, H.), İstanbul Tıp Kitabevi, İstanbul.
- Ardıç Çobaner A (2019). Dijital Medyada Çocuklara Yönelik Yiyecek ve İçecek Pazarlaması: Facebook Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 287–306. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kusbd/issue/49218/498950>
- Arnas YA (2006). The effects of television food advertisements on childrens food purchasing food requirements, *Pediatrics International*, 48, 138-145. DOI: 10.1111/j.1442-200X.2006.02180.x
- Atalay M, Lappalainen J ve Sen CK, (2006). Dietary antioxidants for the athlete. *Current Sports Medicine Reports*, 5 (4), 183-190. DOI: 10.1097/01.csmr.0000306504.71105.6e
- Aydın MÇ (2012). Küresel bir kültür olarak fast food, televizyon izleyiciliği, reklamlar ve obezite sorunu. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (16), 101-119. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48079/607893>
- Aydın G, Akay D ve İbiş E (2017). 3-7 yaş çocuğa sahip annelerin beslenmeyle ilgili davranışlarının incelenmesi, *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 683-700. DOI: 10.24315/trkefd.307013
- Bağcı Bosi T, Ergüder T, Breda J ve Jewell J (2018). *Türkiye’de Çocuklara Yönelik Gıda Pazarlamasının İzlenmesi Raporu*. Dünya Sağlık Örgütü Türkiye Ofisi. Ankara.

- Balıkçioğlu B ve Volkan P (2016). Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(35), 299–319. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkusbed/issue/24546/259998>
- Baltacı A (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bitlissos/issue/38061/399955>
- Bartkiene E, Lele V, Sakiene V ve Zavistanaviciute P (2019). Improvement of the antimicrobial activity of lactic acid bacteria in combination with berries/fruits and dairy industry by-products. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 99(8), 1-10. DOI: 10.1002/jsfa.9625
- Bassett R, Chapman GE ve Beagan BL (2008). Autonomy and control: The co-construction of adolescent food choice. *Appetite*, 50(2–3), 325–332. DOI: 10.1016/j.appet.2007.08.009
- Baydal Küçüközdemiş H (2022). *Diyetetik Öğrencileri ve Akademisyenlerinde Medyanın Beslenme Alışkanlıkları, Besin Seçimi ve Tüketimi Üzerine Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Bayhan P, Demir E ve Öz S (2021). Çocukların yeme davranışlarında ebeveynlerinin etkisini ele alan lisansüstü çalışmaların incelenmesi. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*, 4(8), 74-87. DOI: 10.36731/cg.1027789
- Baysal A (1993). Gençliğin beslenme sorunları. *Aile ve Toplum Dergisi*; 3(1), 97-108. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/198210>
- Baysal A (2010). *Genel Beslenme*. 14. Baskı, Hatiboğlu Yayınevi, Ankara.
- Baysal A (2011). *Beslenme*. 12. Baskı, Hatiboğlu Yayınevi, Ankara.
- Baysal A (2012). Besin fiyatında değişme ve satın alma davranışı. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 40(2), 111-112. Erişim Adresi: <https://beslenmevediyetdergisi.org/index.php/bdd/article/view/255>
- Beckerman JP, Alike Q, Lovin E, Tamez M ve Mattei J (2017). The development and public health implications of food preferences in children. *Frontiers in Nutrition*, 4, 1-9. DOI: 10.3389/fnut.2017.00066
- Birkenhead KL ve Slater G (2015). A Review of Factors Influencing Athletes' Food Choices. *Sports Medicine*, 45(11), 1511–1522. DOI: 10.1007/s40279-015-0372-1

- Birsen Ö ve Öztürk ŞY (2011). Tüketim kültürü çerçevesinden sağlık haberleri. *Akademik Bakış Dergisi*, 26. 1-21. Erişim Adresi: <http://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868109.pdf>
- Cabout M, Brouwer IA ve Visser M (2017). The MoodFOOD project: Prevention of depression through nutritional strategies. *Nutrition Bulletin*, 42(1), 94–103. DOI: <https://doi.org/10.1111/nbu.12254>
- Carlsson L, Callaghan E ve Broman G (2019). How can dietitians leverage change for sustainable food systems in Canada?, *Can J Diet Pract Res*. 80(4), 164-171. DOI: 10.3148/cjdpr-2019-005
- Carrillo E, Prado-Gascó V, Fiszman S ve Varela P (2012). How personality traits and intrinsic personal characteristics influence the consumer's choice of reduced-calorie food. *Food Research International*, 49(2), 792–797. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2012.09.006>
- Cecon RS, Do Carmo Castro Franceschini S, Do Carmo Gouveia Peluzio M, Hermsdorff HHM ve Priore SE (2017). Overweight and body image perception in adolescents with triage of eating disorders. *Scientific World Journal*, 8257329. 1-6. DOI: <https://doi.org/10.1155/2017/8257329>
- Ceyhun Sezgin A (2014). Meyve, sebze ve sağlığımız, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 46-51. Erişim Adresi: <https://search.trdizin.gov.tr/tr/yayin/detay/191710/meyve-sebze-ve-saglimiz>
- Chou SY, Rashad I ve Grossman M (2006). Fast-Food Restaurant Advertising on Television and Its Influence on Childhood Obesity, *National Bureau of Economic Research*, 1(1), 1-45. DOI: <https://doi.org/10.1086/590132>
- Clifford C, Anderson J Auld G ve Champ J (2009). Good Grubbin: Impact Of TV Cooking Show For Collage Students Living Off Campus, *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 41(3), 194- 200. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2008.01.006>
- Clifford J ve Maloney K (2015). *Nutrition For The Athlete*. Colorado State: University Extension, 1-5.
- Çakmakçı S ve Tahmas Kahyaoğlu D (2012). Yağ asitlerinin sağlık ve beslenme üzerine etkilerine genel bir bakış. *Akademik Gıda*, 10(1), 103-113. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1189276>
- Çatak Ş (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları ve Probiyotik Süt Ürünleri Tüketim Sıklıklarının Anksiyete Bozukluğuna Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

- Çınar V, Bostancı Ö, Şahan H ve Aytaç K (2010). Karbonhidratlar ve sporcularda kullanımı. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 45-50. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/297213>
- Çinpolat C (2006). *Tüketicilerin Besin Etiketleri Üzerindeki Bilgilere İlişkin Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Dalky HF, Al Momani MH, Al-Drabaah TK ve Jarrah S (2017). Eating Habits and Associated Factors Among Adolescent Students in Jordan. *Clinical Nursing Research*, 26(4), 538–552. DOI:10.1177/1054773816646308
- Darnton-Hill I (2019). Public health aspects in the prevention and control of vitamin deficiency. *Curr Dev Nutr*, 3, 1-14. DOI: 10.1093/cdn/nzz075
- De Cosmi V, Scaglioni S ve Agostoni C (2017). Early taste experiences and later food choices. *Nutrients*, 9(2), 107. DOI: 10.3390/nu9020107
- Derin S ve Bilge F (2016). Ergenlerde internet bağımlılığı ve öznel iyi oluş düzeyi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 6(46), 35-51. Erişim Adresi: <https://avesis.erciyes.edu.tr/yayin/9f6a233d-2d44-4666-b0ad-bce3aa6f65c4/ergenlerde-internet-bagimlilik-ve-oznel-iyi-olus-duzeyi>
- Dilber F ve Dilber A (2013). Üniversite öğrencilerinin gıda ürünleri tüketiminde medyanın etkisi: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1), 65–83. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-gifder/issue/7470/98364>
- Di Renzo L, Gualtieri P, Pivari F, Soldati L, Attina A, Cinelli G (2020). Eating habits and lifestyle changes during COVID-19 lockdown: an Italian survey. *J Transl Med.*, 18(1), 1-15. DOI: 10.1186/s12967-020-02399-5
- do Amaral E, Melo GR, de Carvalho Silva Vargas F, Dos Santos Chagas CM ve Toral N (2017). Nutritional interventions for adolescents using information and communication technologies (ICTs): A systematic review. *PLoS ONE*, 12(9), 1–12. DOI: 10.1371/journal.pone.0184509
- Erbaş Köse ÖD ve Mut Z (2018). Tahıl ve Tahıl Ürünlerinin İnsan Beslenmesindeki ve Sağlık Açısından Önemi, Yozgat'ta Tahılların Durumu, III. *Uluslararası Bozok Sempozyumu: Bölgesel Kalkınma ve Sosyo-Kültürel Yapı*, 03-05 Mayıs 2018. Yozgat.
- Ergin EE (2015). *Sosyal Medyada Reklam Kullanımı Örneği Olarak Yerli Reklamların İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

- Erkan T (2011). Ergenlerde beslenme, *Türk Ped. Arş.* 46(Özel Sayı), 40-53. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpedar/issue/13181/159179>
- Ermiş E, Doğan E, Erilli NA ve Satıcı A (2015). Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının incelenmesi: Ondokuz Mayıs Üniversitesi örneği. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 30-40. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/omuspd/issue/20459/217881>
- Ersoy G ve Hasbay A (2006). *Sporcu Beslenmesi*. Sinem Matbaacılık, Ankara.
- Farrington F, Farrington S ve Chivers P (2019). Food for thought: Exploring associations between knowledge of the Healthy Living Pyramid, the Australian Guide to Healthy Eating and food group intake among Western Australian adolescents. *Health Promotion Journal of Australia*, 30(sup1), 95–103. DOI: 10.1002/hpja.232
- Fitzgerald A, Heary C, Nixon E ve Kelly C (2010). Factors influencing the food choices of Irish children and adolescents: A qualitative investigation. *Health Promotion International*, 25(3), 289–298. DOI: <https://doi.org/10.1093/heapro/daq021>
- Franchi M (2012). Food choice: beyond the chemical content. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 63(sup1), 17–28. DOI: 10.3109/09637486.2011.632403
- Ghvanidze S, Velikova N, Dodd TH ve Oldewage-Theron W (2016). Consumers' environmental and ethical consciousness and the use of the related food products information: The role of perceived consumer effectiveness. *Appetite*, 107, 311–322. DOI: 10.1016/j.appet.2016.08.097
- Gökçearslan Ş ve Günbatır MS (2012). Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(2), 10–24. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/etku/issue/6271/84223>
- Green R, Allen LH, Björke-Monsen AL, Brito A, Guéant JL, Miller JW (2017). Vitamin B12 deficiency. *Nature Reviews Disease Primers*, 3(1), 1–20. Erişim Adresi: <https://www.nature.com/articles/nrdp201740>
- Grout A, McClave SA, Jampolis MB, Krueger K, Hurt RT, Landes S (2016). Basic principles of sports nutrition. *Current Nutrition Reports*, 5(3), 213-222. DOI:10.1007/s13668-016-0177-3
- Gül T (2011). *Sağlıklı beslenme kavramı ve üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarına yönelik tutum ve davranışları: Çukurova Üniversitesi örneği*, Yüksek lisans tezi, Türkiye Cumhuriyeti Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Gül M ve Gül K (2020). Üniversite öğrencilerinin yiyecek seçimi ve beslenme alışkanlıkları: Balıkesir Üniversitesi örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 551-574. DOI: <https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.77>
- Güney M ve Taştepe T (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, 1, 183-190. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1168108>
- Günlü Z ve Derin DÖ (2012). Televizyon reklamlarının okul çağı çocuklarının besin seçimi üzerine etkilerinin bir incelemesi, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(3), 62-77. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19025/200562>
- Haddad MR ve Sarti FM (2020). Sociodemographic determinants of health behaviors among Brazilian adolescents: Trends in physical activity and food consumption, 2009–2015. *Appetite*, 144, 104454. DOI: 10.1016/j.appet.2019.104454
- Hallström L, Vereecken CA, Ruiz JR, Patterson E, Gilbert CC, Catasta G (2011). Breakfast habits and factors influencing food choices at breakfast in relation to sociodemographic and family factors among European adolescents. The HELENA Study. *Appetite*, 56(3), 649–657. DOI: 10.1016/j.appet.2011.02.019
- Hermans RCJ, de Bruin H, Larsen JK, Mensink F ve Hoek AC (2017). Adolescents' Responses to a School-Based Prevention Program Promoting Healthy Eating at School. *Frontiers in Public Health*, 5, 309. DOI: 10.3389/fpubh.2017.00309
- Hollick MF (2007). Vitamin D deficiency. *N Engl J Med*. 357(3), 266-281. Erişim Adresi: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK532266/>
- İlğaz M (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Lise ve Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Journal Of Marketing*, 3(3), 238–257. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/570665>
- Işkın M ve Sarıışık M (2017). Öğrencilerin besin tüketim alışkanlıkları üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 33-42. Erişim Adresi: <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/5>
- İçer D (2017). Üniversite öğrencilerinin yayın organlarını takip etme sıklığının beslenme bilgi düzeyine etkisi, *Journal Of Social And Humanities Sciences Research*, 4(14), 1578-1584. Erişim Adresi: <http://genclikbirikimi.org/kunye-36288-universite-ogrencilerinin-yayin-organlarini-takip-etme-sikliginin-beslenme-bilgi-duzeyine-etkisi-makale>
- İli K (2013). *Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrencilerin Davranışlarına Etkisi (GaziÇiftliği Anadolu Lisesi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

- Jabs J ve Devine CM (2006). Time scarcity and food choices: An overview. *Appetite*, 47(2), 196–204. DOI: 10.1016/j.appet.2006.02.014
- Januszezwska R, Pieniak Z ve Verbeke W (2011). Food choice questionnaire revisited in four countries. Does it still measure the same? *Appetite*, 57(1), 94–98. DOI: 10.1016/j.appet.2011.03.014
- Kadioğlu M ve Ergün A (2015). Üniversite öğrencilerinin yeme tutumu, öz-etkililik ve etkileyen faktörler, *Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 1-9. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/165484>
- Karakaş H ve Törnük F (2016). Geleneksel gıdaların okul çağı çocuklarının beslenmesindeki rolü üzerine bir araştırma. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Fen Bilimleri Dergisi*, 292-302. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/390233>
- Karakaya N (2020). *Çalışan Bireylerde Sosyal Medya Kullanımının Paketlenmiş Gıda Tüketimine, İrrasyonel Besin İnançlarına ve Sağlıklı Beslenmeye Etkisinin İncelenmesi*. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karakuş SŞ, Yıldırım H ve Büyükoztürk Ş (2016). Üç faktörlü yeme ölçeğinin türk kültürüne uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 15(3), 229–237. DOI: 10.5455/pmb.1-1446540396
- Karasar N (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (23. baskı), Nobel Yayınları, Ankara.
- Kayserilioğlu BF (2021). *Medyanın Liseli Öğrencilerin Besin Seçimi ve Beslenme Alışkanlıklarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kaymaz K ve Tütüncü F (2010). Yazılı basında çıkan sağlık haberlerinin incelenmesi. *Marmara Medical Journal*, 23, 369-372. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/marumj/issue/410/2942>
- Kazkondur İ (2020). *Türkiye’de Yeme İçme Alışkanlıklarının Kuşaklara Göre Değişimi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kerksick CM, Wilborn CD, Roberts MD, Smith-Ryan A, Kleiner SM, Jager R (2018). ISSN exercise & sports nutrition review update: research & recommendations. *J Int Soc Sports Nutr.* 15(38), 1-57. Erişim Adresi: <https://jissn.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12970-018-0242-y>
- Kervancı S (2013). *Yazılı ve Görsel Basında Yer Alan Sağlıklı Beslenme ile İlgili Gıda Reklamlarının ve Yayınlarının Kadınların Beslenme Alışkanlıkları ve Besin Seçimi*

Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Kılıç E ve Şanlıer N (2007). Üç kuşak kadınının beslenme alışkanlıklarının karşılaştırılması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 31-44. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kefdergi/issue/49108/626694>

Kıngır S ve Kardeş N (2019). Medyanın sağlıklı beslenme davranışı üzerindeki etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 163-176. Erişim Adresi: <http://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/797018>

Kırık AM (2014). Aile ve çocuk ilişkisinde internetin yeri: Nitel bir araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 337-347. Erişim Adresi: <http://jret.org/FileUpload/ks281142/File/32.kirik.pdf>

Koch P, Contento I ve Barton C (2010). *Choice, Control& change. Using Science To Make Food and Activity Decisions Teachers College*, Columbia University and the National Gardening Associations, USA.

Koku Aksu AE, Metintas S, Saracoglu ZN, Gurel G, Sabuncu I, Arıkan I (2012). Acne: Prevalence and relationship with dietary habits in Eskisehir, Turkey. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*, 26(12), 1503–1509. DOI: 10.1111/j.1468-3083.2011.04329.x

Köksal G ve Gökmen H (2016). *Çocuk Hastalıklarında Beslenme Tedavisi*. Hatipoğlu Yayınları, İstanbul.

Kuss DJ ve Griffiths MD (2011). Online social networking and addiction - A review of the psychological literature. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 8(9), 3528-3552. DOI: 10.3390/ijerph8093528

Kutluay Merdol T (2016). Beslenme ve diyetetik biliminin dünü, bugünü ve geleceği. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-5. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/236819>

Lai Yeung WLT (2010). Gender perspectives on adolescent eating behaviors: A study on the eating attitudes and behaviors of junior secondary students in Hong Kong. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 42(4), 250–258. DOI: 10.1016/j.jneb.2009.05.008

Lassi Z, Moin A ve Bhutta Z (2017a). “Nutrition in Middle Childhood and Adolescence”. In *Disease Control Priorities*. Third Edition, 8, Child and Adolescent Health and Development, 133–146. DOI: 10.1596/978-1-4648-0423-6_ch11

- Leigh SJ, Lee F ve Morris MJ (2018). Hyperpalatability and the Generation of Obesity: Roles of Environment, Stress Exposure and Individual Difference. *Current Obesity Reports*, 7(1), 6–18. DOI: 10.1007/s13679-018-0292-0
- Lewis BK (2010). Social media and strategic communication: Attitudes and perceptions among college students. *Public Relations Journal*, 4(3), 1-23. Erişim Adresi: <http://www.dl.edi-info.ir/Social%20Media%20and%20Strategic,Communication%20Attitudes%20and%20Perceptions%20Among%20College%20Students.pdf>
- Macchi R, MacKew L ve Davis C (2017). Is decision-making ability related to food choice and facets of eating behaviour in adolescents? *Appetite*, 116, 442–455. DOI: 10.1016/j.appet.2017.05.031
- Madanat H, Ralph B ve Steven RH (2007). The impact of body mass index and western advertising and media on eating style body image and nutrition among jordanian women. *Public Health Nutrition*, 10(10), 1039-1046. DOI: 10.1017/S1368980007666713
- Mankan E ve İçyer D (2017). Beslenme-gastronomi ile ilgili haberlerin ve köşe yazılarının üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarına etkisi, *Social Sciences Studies Journal*, 3(8), 558-566. Erişim Adresi: https://sssjournal.com/?mod=makale_tr_ozet&makale_id=58375
- Maric M, Urh M, Ferjan M ve Jereb E (2014). Food choice questionnaire factors' invariance over the student population. *HealthMED*, 8(9), 1088–1096. DOI:10.1016/j.foodqual.2005.03.016
- Mckay D, Houser R, Blumberg J ve Goldberg J (2006). Nutrition information sources vary with education level in a population of older adults, *Journal of the American Dietetic Association*, 106, 1108-1111. DOI: 10.1016/j.jada.2006.04.021
- McNaughton SA (2011). Understanding the eating behaviors of adolescents: application of dietary patterns methodology to behavioral nutrition research. *Journal of the American Dietetic Association*, 111(2), 226–229. DOI: 10.1016/j.jada.2010.10.041
- Mertens DM (2014). *Research And Evaluation in Education And Psychology: Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative, And Mixed Methods*. Sage, New York.
- Murphy G, Corcoran C, Tatlow-Golden M, Boyland E ve Rooney B (2020). See, like, share, remember: Adolescents' responses to unhealthy-, healthy- and non-food advertising in social media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 1-25. DOI: 10.3390/ijerph17072181
- Mutlu E (2018). *Medya Araçlarının Başkent Üniversitesi Öğrencilerinin Beslenme Davranışları ve Gıda Ürünlerinin Seçiminde Karar vermedeki Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Naigaga DA, Pettersen KS, Henjum S ve Guttersrud Ø (2018). Assessing adolescents' perceived proficiency in critically evaluating nutrition information. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15(1), 61. DOI: 10.1186/s12966-018-0690-4
- Neuman LW (2014). *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches (Seventh Ed.)*. Pearson Education Limited, Essex.
- O'Keeffe GS, Clarke-Pearson K ve Council on Communications and Media (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. DOI: 10.1542/peds.2011-0054
- Okoro CS, Musonda I ve Agumba J (2017). Evaluating the Influence of Nutrition Determinants on Construction Workers' Food Choices. *American Journal of Men's Health*, 11(6), 1713–1727. DOI: 10.1177/1557988315625775
- Oran NT, Toz H, Küçük T ve Uçar V (2017). Medyanın kadınların beslenme alışkanlıkları besin seçimi ve tüketimi üzerindeki etkileri. *Life Sciences (NWSALS)*, 12(1), 1-13. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nwsals/issue/27298/284910>
- Ottevaere C, Huybrechts I, Bourdeaudhuij ID, Sjöström M, Ruiz JR, Ortega FB (2011). Comparison of the IPAQ-A and Actigraph in Relation to VO2 max Among European Adolescents: The HELENA Study, *Journal of Science and Medicine in Sport*, 14, 317-324. DOI: 10.1016/j.jsams.2011.02.008
- Otuneye A, Ahmed P, Abdulkarim A, Aluko O ve Shatima D (2017). Relationship between dietary habits and nutritional status among adolescents in Abuja municipal area council of Nigeria. *Nigerian Journal of Paediatrics*, 44(3), 128–135. DOI:10.4314/njp.v44i3.1
- Örmeci Kart MÇ ve Demircan V (2014). Dünyada ve Türkiye’de süt ve süt ürünleri üretimi, tüketimi ve ticaretindeki gelişmeler, *Akademik Gıda*, 12(1), 78-96. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1186525>
- Özbaş S ve Özkan S (2010). Kadın sağlığını geliştirmede medyanın kullanımı ve etkisi. *TAF Prev Med Bull*, 9(5), 41-46. Erişim Adresi: <https://www.acarindex.com/pdfler/acarindex-329c8462-bafa.pdf>
- Özdemir G (2010). Spor dallarına göre beslenme. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1-6. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/602529>
- Özdoğan Y, Özçelik AÖ ve Surucuoglu MS (2010). The breakfast habits of female university students. *Pakistan Journal of Nutrition*, 9, 882-886. DOI:10.3923/pjn.2010.882.886

- Öztürk E ve Tekeli S (2021). Tüketicilerin besin seçim güdülleri: Y ve Z kuşaklarının karşılaştırılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 147-182. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1552905>
- Pantic I, Damjanovic A, Todorovic J, Topalovic D, Bojovic-Jovic D, Ristic S (2012). Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina*, 24(1), 90-93. Erişim Adresi: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22447092/>
- Pinto A, Pauzé E, Mutata R, Roy-Gagnon MH ve Kent MP (2020). Food and beverage advertising to children and adolescents on television: A baseline study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 1999. DOI: 10.3390/ijerph17061999
- Polikandrioti M ve Tsami A (2007). Nutrition For Exercise And Health: A Brief Review. *Health Science Journal*, 1(1), 1-7. Erişim Adresi: <https://www.itmedicalteam.pl/articles/nutrition-for-exercise-and-health-a-brief-review.pdf>
- Potvin Kent M, Pauzé E, Roy EA, de Billy N ve Czoli C (2019). Children and adolescents' exposure to food and beverage marketing in social media apps. *Pediatric Obesity*, 14(6), 1-9. DOI: 10.1111/ijpo.12508
- Prowse R (2017). Food marketing to children in Canada: A settings-based scoping review on exposure, power and impact. *Health Promotion and Chronic Disease Prevention in Canada*, 37(9), 274-292. DOI: 10.24095/hpcdp.37.9.03
- Pulluk E (2021). Beslenmede Alternatif Protein Kaynakları, *Gastronomi Araştırmaları* içinde, s. 92-102. Çizgi Kitapevi, İstanbul.
- Purcell L (2013). Sport nutrition for young athletes, *Paediatrics & Child Health*, 18(4), 200-202. DOI: 10.1093/pch/18.4.200
- Rodriguez NR, DiMarco NM, Langley S ve American Dietetic Association, Dietitians of Canada, American College of Sports Medicine (2009). Position of the american dietetic association, dietitians of Canada, and the American college of sports medicine: nutrition and athletic performance. *Journal of the American Dietetic Association*, 109 (3), 509-527. DOI: 10.1016/j.jada.2009.01.005
- Ronto R, Carins J, Ball L, Pendergast D ve Harris N (2020). Adolescents' views on high school food environments. *Health Promotion Journal of Australia*, 32(3), 1-9. DOI: 10.1002/hpja.384
- Roos E, Lehto R ve Ray C (2012). Parental family food choice motives and children's food intake. *Food Quality and Preference*, 24(1), 85-91. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.09.006>

- Rozin P (1996). *The Socio-cultural Context of Eating and Food Choice*. Meiselman, H., MacFie, H.J.H. (Der): Food Choice, Acceptance and Consumption. London: Blackie: 83-104.
- Samur G (2008). *Vitaminler, Mineraller ve Sağlığımız*. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 727. Klasmat Matbaacılık, Ankara.
- Saraiva A, Carrascosa C, Raheem D, Ramos F ve Raposo A (2020). Natural sweeteners: The relevance of food naturalness for consumers, food security aspects, sustainability and health impacts. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 1–22. DOI: 10.3390/ijerph17176285
- Sarioğlu G ve Velioğlu YS (2018). Baklagillerin bileşimi, *Akademik Gıda*, 16(4), 483-496. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/613644>
- Scaglioni S, De Cosmi V, Ciappolino V, Parazzini F, Brambilla P, Agostoni C (2018). Factors influencing children's eating behaviours. *Nutrients*, 10(6), 706. DOI: 10.3390/nu10060706
- Schewe CD ve Meredith G (2004). Segmenting global markets by generational cohorts: determining motivations by age. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 51-63. DOI:10.1002/cb.157
- Sencer E (1991). *Beslenme ve Diyet*, Güven Matbaası, İstanbul.
- Sine Nazlı R ve Bağ SM (2020). Yeni medya ve sağlık ilişkisi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 82-95. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader/issue/54040/722332>.
- Smith R, Kelly B, Yeatman H ve Boyland E (2019). Food marketing influences children's attitudes, preferences and consumption: a systematic critical review. *Nutrients*, 11(4), 1-14. DOI: 10.3390/nu11040875
- Speers SE, Harris JL ve Schwartz MB (2011). Child and adolescent exposure to food and beverage brand appearances during prime-time television programming. *American Journal of Preventive Medicine*, 41(3), 291– 296. DOI: 10.1016/j.amepre.2011.04.018
- Story M, Neumark-Sztainer D ve French S (2002). Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(3), S40–S51. DOI: 10.1016/s0002-8223(02)90421-9
- Sushma R, Vanamala N, Nagabhushana D, Maurya M, Sunitha S, Reddy C (2014). Food choice motives among the students of a dental institution in Mysore city, India. *Annals of Medical and Health Sciences Research*, 4(5), 802–805. DOI: 10.4103/2141-9248.141555

- Szypowska A, Jeziorek M ve Regulska-Ilow B (2020). Assessment of eating and lifestyle habits among polish cosmetology and physiotherapy students. *Roczniki Państwowego Zakładu Higieny*, 71(2), 157-163. DOI: 10.32394/rpzh.2020.0111
- Şimşek T (2019). Sosyal medyada mahremiyetin ifşası “Instagram örneği”. *Sosyolojik Düşün*, 4(1), 10–24. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosdus/issue/46613/537823>
- Taylan HH (2015). Sakarya’da Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Journal of Turkish Studies*, 10(6), 855–874. DOI:10.7827/TurkishStudies.8286
- Tiggemann M ve Slater A (2014). NetTweens: The Internet and Body Image Concerns in Preteenage Girls. *Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606– 620. DOI:10.1177/0272431613501083
- Tosun N (2016). Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal ağ kullanma alışkanlıkları ve sosyal ağ kullanımına ilişkin görüşleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 114–149. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/auad/issue/34017/376907>
- Tuna Oran N, Toz H, Küçük T ve Uçar V (2017). Medyanın kadınların beslenme alışkanlıkları, besin seçimi ve tüketimi üzerindeki etkileri. *EJournal of New World Sciences Academy*, 12(1), 1–13. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nwsals/issue/27298/284910>
- Tutar S (2012). *Kadınların Besin Satın Alma ve Besin Tüketimlerine Basın ve Reklamların Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- TÜBER (2015). *Türkiye Beslenme Rehberi TÜBER 2015*. T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031. Ankara.
- Türk M, Gürsoy ŞT ve Ergin I (2007). Kentsel bölgede lise birinci sınıf öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları. *Genel Tıp Derg*, 17(2), 81–87. Erişim Adresi: <https://search.trdizin.gov.tr/yayin/detay/76069/>
- Türker A ve Yüksel O (2019). *Beslenmede Vitaminlerin Önemi*. Ç. Yaman (Ed.), Beslenme ve obezite (ss. 7-22). Güven Grup Danışmanlık Yayıncılık, İstanbul.
- Tütüncü İ ve Karaismailoğlu E (2013). Üniversite öğrencilerinin beslenme bilgi düzeylerinin belirlenmesi, *Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık Ve Tıp Bilimleri Dergisi*, 6(3), 29-42. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/igusabder/issue/64748/903478>
- Uğur U (2018). Gençlerin fast food tüketimlerinin sembolik tüketim kapsamında değerlendirilmesi: Sivas ilinde bir araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 67, 1-9. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abuhssbd/issue/39323/463431>

- Uzun Ö, Yıldırım V ve Uzun E (2016). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3), 142–147. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tjfmipc/issue/24142/256222>
- Ünal RN ve Besler T (2008). *Beslenmede Sütün Önemi*, Klasmat Matbaacılık, Ankara.
- Ünsal A (2019). Beslenmenin önemi ve temel besin öğeleri. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(3), 1-10. Erişim Adresi: https://sbdergi.ahievran.edu.tr/makaleler/dnj946_tammetin.pdf
- Vaitkeviciute R, Ball LE ve Harris N (2015). The relationship between food literacy and dietary intake in adolescents: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 18(4), 649–658. DOI: 10.1017/S1368980014000962
- Vançelik S, Önal SM, Güraksın A ve Beyhun E (2007). Üniversite öğrencilerinin beslenme bilgi ve alışkanlıkları ile ilişkili faktörler, *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 242-248. Erişim Adresi: https://ejmcr.com/fulltext/khb_006_04-242.pdf
- Van Looy A (2016). *Social media management: Technologies and strategies for creating business value*. Springer, Switzerland.
- Vandewater EA ve Denis LM (2011). Media, social networking, and pediatric obesity. *Pediatric Clinics of North America*, 58(6), 1509–1519. Erişim Adresi: DOI: 10.1016/j.pcl.2011.09.012
- Vassigh G (2012). *Üniversite Öğrencilerinin Fiziksel Aktivite Durumları İle Sağlıklı Beslenme İndekslerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Velardo S (2015). The nuances of health literacy, nutrition literacy, and food literacy. *Journal of Nutrition Education Behavior*, 47, 385-389. DOI: 10.1016/j.jneb.2015.04.328
- Von Essen E ve Englander M (2013). Organic food as a healthy lifestyle: A phenomenological psychological analysis. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 8(1), 20559. DOI: 10.3402/qhw.v8i0.20559
- We Are Social Hootsuite (2020). Digital 2020 Turkey. Erişim Adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>
- Williams MH (2005). Dietary supplements and sports performance: minerals. *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, 2 (1), 43-49. DOI: 10.1186/1550-2783-2-1-43

Wilson B (2007). Designing Media Messages About Health And Nutrition: What Strategies Are Most Effective?, *Journal of Nutrition Education Behavior*, 39. 13-19. DOI: 10.1016/j.jneb.2006.09.001

Yıldırım A ve Şimşek H (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yılmaz E ve Özkan S (2007). Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının incelenmesi, *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(6), 87-104. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/190543>



EKLER

Ek 1: ETİK KURUL ONAYI

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
TIP VE SAĞLIK BİLİMLERİ ETİK KURULU - 2 (SPOR,SAĞLIK) KARARI

Protokol No : 210008

Karar No : 8

Araştırma Yürütücüsü	Yüksek Lisans Öğrencisi Beyza ÖZDEMİR
Kurumu / Birimi	MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ / BESLENME VE DİYETETİK
Araştırmanın Başlığı	Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimleri ve Tüketimleri Üzerindeki Etkisi
Başvuru Formunun Etik Kurula Geldiği Tarih	06.10.2021
Başvuru Formunun Etik Kurulda İncelendiği Tarih	İlk İnceleme Tarihi : 08.10.2021 1. Düzeltme Tarihi : 14.10.2021
Karar Tarihi	05.11.2021

KARAR : UYGUNDUR

AÇIKLAMA :Beyan edilen veri formlarının dışına çıkılmaması şartıyla araştırmanın uygulanabilirliği konusunda bilimsel araştırmalar etiği açısından bir sakınca yoktur.

Prof.Dr. MEDİA SUBAŞI BAYBUĞA
BaşkanDoç. Dr. Ayşe KACAROĞLU VİCDAN
ÜyeProf.Dr. Baki Umut TUĞAY
ÜyeProf.Dr. Süleyman Murat YILDIZ
ÜyeDoç.Dr. Gönül BABAYİĞİT İREZ
ÜyeDoç.Dr. Şeyda KIVRAK
Üye
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulları Yönergesinin Madde-8/6-b bendine göre değerlendirilmede yer almamıştır.Doç. Dr. Halil Evren ŞENTÜRK
Üye

Ek 2: KURUM İZİN ONAYI



T.C.
ELAZIĞ VALİLİĞİ
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-79137285-605.01-70901506
Konu : Araştırma İzni

23/02/2023

VALİLİK MAKAMINA

İlgi: a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 21/01/2020 tarih ve 81576613-10.06.02-E.1563890 (2020/2) sayılı genelgesi,
b) Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Rektörlüğü Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 17/01/2023 tarih ve 565972 sayılı yazısı.

Danışmalığımı Doç. Dr. Şeyda KIVRAK'ın yaptığı Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi Beyza ÖZDEMİR'in "Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimleri ve Tüketimleri Üzerinde Etkisi" Müdürlüğümüze bağlı bulunan Kaya Karakaya Fen Lisesi, Kaya Karakaya Anadolu Lisesi, ve Cemil Meriç Fen Lisesinde öğrenim gören öğrencilere uygulanmasına yönelik tez çalışmasına veri toplamak için izin isteği ilgi (b) yazı ile Müdürlüğümüze bildirilmiştir.

Konu ile ilgili olarak ilgi (a) genelge çerçevesinde Müdürlüğümüz bünyesinde oluşturulmuş Bilimsel Araştırma İzni Değerlendirme Komisyonu 26/01/2023 tarihinde Müdürlüğümüz Strateji Geliştirme Şubesi Ar-Ge Biriminde toplanarak başvuru hakkında gerekli incelemeyi yapmıştır. Söz konusu uygulamanın Müdürlüğümüze bağlı bulunan Kaya Karakaya Fen Lisesi, Kaya Karakaya Anadolu Lisesi, ve Cemil Meriç Fen Lisesinde **ders saatleri dışında** gerekli verilerin temin edilmesine yönelik gönüllülük esasına dayalı olarak, okul idaresinin de izni doğrultusunda çalışmaların, eğitim öğretimi aksatmayacak şekilde **06 Şubat 2023- 05 Mayıs 2023** tarihleri arasında uygulamaya dahil edilen konularla sınırlı kalma şartıyla gerçekleştirilmesi Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

Mehmet YİĞİT
Milli Eğitim Müdürü

OLUR
İdil ÖZDEMİR DOĞAN
Vali a.
Vali Yardımcısı

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Adres : Cumhuriyet Mah.Lokman Hekim Sok.No: 8/2 23100 ELAZIĞ Belge Doğrulama Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys>
Telefon No : 0 (424) 238 50 24 Bilgi için: İ.TALİ VHKİ
E-Posta: elazigmem@meb.gov.tr Unvan : Memur
Kep Adresi : meb@hs01.kep.tr İnternet Adresi: elazig.meb.gov.tr Faks:4242333670
Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 3175-398d-3f06-ba65-524d kodu ile teyit edilebilir.



Ek 3: FORMLAR**AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU**

Sayın katılımcı, Medyanın lise öğrencilerinin sağlıklı besin seçimleri ve tüketimleri üzerine etkisini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmaya katılımınız tamamen gönüllük esasına dayanmaktadır. Anket formunda yer alan sorular genel beslenme alışkanlık ve tercihlerinizi değerlendirmeye yöneliktir. Anket formunda hiçbir şekilde, kimlik ve iletişim bilgileriniz istenilmemektedir. Soruları eksiksiz olarak doldurmanız sonuçların güvenilirliği ve ileride gerçekleştirilebilecek müdahale çalışmalarına yol göstericilik açısından son derece önemlidir. Anketi doldururken herhangi bir sorunuz olursa, lütfen hiç çekinmeden araştırmacıya danışınız.

Katkınız için teşekkür ederiz.

Beyza ÖZDEMİR

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Beslenme ve Diyetetik Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

ANKET FORMU

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BESLENME VE DİYETETİK ANA BİLİM DALI

Medyanın Lise Öğrencilerinin Sağlıklı Besin Seçimi ve Tüketimi Üzerindeki Etkisinin
Değerlendirilmesi

Anket No:

Tarih:

1.BÖLÜM GENEL BİLGİLER

1.	Doğum Tarihiniz (Yıl)
2.	Cinsiyetiniz: Erkek Kadın
3.	Okuduğunuz Lise:
4.	Kaçıncı Sınıftasınız: 1)9. Sınıf 2)10. Sınıf 3)11. Sınıf 4)12. Sınıf
5.	Vücut Ağırlığınız(kg):
6.	Boy Uzunluğunuz(cm)
7.	Nerede Kalıyorsunuz? 1. Ailemle birlikte evde 2. Öğrenci evinde, arkadaşlarımla 3. Yurtta 4. Akrabalarımın yanında 5. Diğer.....
8.	Günde kaç saat televizyon izlersiniz? 1) 1-2 saat 2) 2-3 saat 3) 4-5 saat 4) 6-7 saat 5) 8 saatten fazla 6) Hiç
9.	Günde kaç saatinizi bilgisayarda geçirirsiniz? 1) 1-2 saat 2) 2-3 saat 3) 4-5 saat 4) 6-7 saat 5) 8 saatten fazla 6) Hiç
10.	Günde kaç saatinizi oyun oynamak/ vakit geçirmek/ sosyal amaçlı internet erişimi/beslenme araştırması ile geçirirsiniz? (PC, Cep telefonu, tablet vb'nin tamamı dahil) 1) 1-2 saat 2) 2-3 saat 3) 4-5 saat 4) 6-7 saat 5) 8 saatten fazla 6) Hiç

19.	Haftada kaç kez balık tüketirsiniz? 0. Hiç tüketmem 1. Haftada 2'den az 2. Haftada 2 kez 3. Haftada 2'den fazla
20.	Haftada kaç kez yumurta tüketirsiniz? 0. Hiç tüketmem 1. Haftada 3'den az 2. Haftada 3-4 kez 3. Haftada 4'den fazla

3. BÖLÜM: MEDYA VE BESLENME

2	Medya araçlarını takip eder misiniz?
1.	1. Evet 2. Hayır
2	Hangi medya araçlarını takip ediyorsunuz? (Birden çok seçenek işaretlenebilir)
2.	0. Hiçbir medya aracını takip etmiyorum 1. Televizyon 2. Gazete 3. Radyo 4. İnternet 5. Arkadaşlarımın sosyal medya hesapları 6. Kendi konularında uzman bazı kişilerin web sayfaları/ sosyal medya hesapları 7. Ünlülerin sosyal medya hesapları 8. Sağlık/ spor dergileri 9. Aktüalite dergileri
2	Beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularına ilgi duyuyor musunuz?
3.	1. Evet 2. Hayır
2	Beslenme/fiziksel aktivite/diyet konularını medyadan takip eder misiniz?
4.	1. Evet 2. Hayır 3. Rastlarsam okurum/izlerim 4. Gerek duyduğumda izlerim
2	Medya araçlarından takip ettiğiniz beslenmeye ilişkin konular hangileridir? (birden çok seçenek işaretlenebilir)
5.	0. Bu konularla ilgilenmiyorum 1. Sağlıklı beslenme 2. Zayıflama 3. Yemek tarifleri
2	Bu konuları hangi medya araçlarından takip ediyorsunuz? (birden çok seçenek işaretlenebilir)
6.	0. Bu konularla ilgilenmiyorum/takip etmiyorum 1. Televizyon 2. Gazete 3. Radyo 4. Dergi 5. İnternet 6. Bu konularda uzman kişilerin web sayfaları/sosyal medya hesapları 7. Bazı ünlülerin sosyal medya hesapları
2	Beslenme/diyet konularında medya araçlarından en çok izlediğiniz kişiler kimlerdir?
7.	0. Bu konuları takip etmiyorum 1. Bu konuda uzman doktorlar 2. Bu konuda uzman beslenme ve diyetetik uzmanları 3. Magazin figürleri 4. Ünlüler (Sanatçı, şarkıcı, model,..vb) 5. Sosyal medya ünlüleri
2	Takip ettiğiniz, izlediğiniz araçlardan izlediğiniz, dinlediğiniz okuduğunuz beslenme /diyet / fizik aktivite önerilerini kendiniz uyguluyor musunuz? (Birden çok seçenek işaretlenilir)
8.	0. Bu konularla ilgilenmiyorum/takip etmiyorum 1. Hayır 2. Evet, sağlıklı beslenme önerilerini uyguluyorum 3. Evet kilo vermeye yönelik diyet önerilerini uyguluyorum 4. Evet kilo verme, kalori yakmaya yönelik egzersizleri uyguluyorum 5. Sağlık için gerekli egzersiz önerilerini uyguluyorum

2 9.	Beslenme alışkanlıklarınız medyadaki yayınlardan etkilenir mi? 1.Evet 2.Hayır 3.Bazen	
3 0.	Medyadaki beslenme konularında etkilenecek beslenme alışkanlıklarınızı değiştirmeye çalıştığınız oldu mu? 1.Evet 2.Hayır (Cevabınız hayır ise 31. Soruya geçiniz)	
3 1.	Medya araçlarında beslenme ile ilgili yayınlardan etkilenecek gerçekleştirdiğiniz beslenme davranışlarınız hangileridir? (Birden çok seçenek işaretlenebilir) 0. Böyle bir davranış değişikliğim hiç olmadı 1.Su tüketiminde artış 2.Meyve sebze tüketiminde artma 3. Meyve tüketiminde azalma 4.Zeytinyağı tüketiminde artma 5.Hazır gıda tüketiminde azalma 6.Akşam yemeği miktarında azalma 7.Yağ tüketiminde azalma 8. Yağ tüketiminde artma 9. Karbonhidrat tüketiminde azalma 10. Karbonhidrat tüketiminde artma 11. Öğün atlamamaya özen gösterme 12. Protein tüketiminde artma 13. Protein tüketiminde azalma 14. Öğün sayısını azaltma 15. Hazır gıda tüketiminde artma 16.Margarin tüketiminde artma 17. Glutensiz beslenme	
3 2.	Medya araçlarında yayımlanan programların etkisiyle denediğiniz gıda ürünü var mıdır? (Birden çok seçenek işaretlenebilir) 0. Hayır 1. Probiyotik yoğurt 2. Kefir 3. Ayran 4. Chia tohumu 5. Kinoa 6. Tam buğdaylı ürünler 7. Zerdeçal 8. Hindistan cevizi yağı 9. Yeşil çay 10. Krill yağı 11. Aspir yağı 12. Bazı besin destekleri (omega-3)	
3 3.	Medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkında genel düşünceniz nedir? (Birden çok seçenek işaretlenebilir) 0. Hiçbir fayda veya zararının olmadığını düşünüyorum 1. Bilgi kirliliğine neden olduğunu düşünüyorum 2. Halkı yanlış yönlendirdiğini düşünüyorum 3. Halkın bu konularda bilgi düzeyini artırdığını düşünüyorum 4. Halkın bu konularda farkındalığını artırdığını düşünüyorum 5. Bu yayınların aslında satışı desteklemeyi amaçladığını düşünüyorum	
3 4.	Yiyecek-içecek reklamlarını izler misiniz? 1. Evet 2. Hayır	
3 5.	Reklamından etkilenecek aldığınız gıda/içecek olur mu? 1. Evet 2. Hayır	
3 6.	Reklamlarından etkilenecek aldığınız besin destekleri oldu mu? 1. Evet 2. Hayır	
3 7.	Gıda maddelerinin aşağıda yer alan özellikleri satın alma kararınızı etkiler mi?	
	1.Besleyici özelliği	1. Evet 2. Hayır
	2.Fiyat uygunluğu	1. Evet 2. Hayır
	3.Sağlıklı olması	1. Evet 2. Hayır
	4.Medyada yer alması	1. Evet 2. Hayır
	5.Hazırlama/pişirme kolaylığı	1. Evet 2. Hayır
	6.Son kullanım tarihi	1. Evet 2. Hayır
	7. Kullananların tavsiyesi	1. Evet 2. Hayır
	8.Yazılı ve görsel basında yer alan reklamların hoşuma gitmesi	1. Evet 2. Hayır
	9.Sosyal medyada sıkça bu üründen iyi yönde bahsedilmesi	1. Evet 2. Hayır
	10. Sosyal medyada sıkça bu üründen kötü yönde bahsedilmesi	1. Evet 2. Hayır
	11.Bunların dışında satın alma kararınız etkileyen faktörler varsa yazınız.	

Ek 4: ÖZ GEÇMİŞ

Adı Soyadı : Beyza ÖZDEMİR
Yabancı Dili : İngilizce
Eğitim Durumu (Kurum ve Yıl) :
Lise : Elâzığ Kaya Karakaya Anadolu Lisesi (2011-2015)
Lisans : Fırat Üniversitesi- Beslenme ve Diyetetik (2016-2020)
Yüksek Lisans : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi- Beslenme ve Diyetetik Yüksek Lisans (2020-*)
Çalıştığı Kurum / Kurumlar ve Yıl : Malatya Eğitim ve Araştırma Hastanesi (05.2023-*)
Yayınları (SCI ve diğer) : YOK
Diğer Konular :