

**T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**MEDYANIN LİSELİ ÖĞRENCİLERİN BESİN SEÇİMİ VE BESLENME
ALİŞKANLIKLARINA ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Buse Fikriye KAYSERİLİOĞLU

Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı

Beslenme ve Diyetetik Programı

TEMMUZ, 2021

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**MEDYANIN LİSELİ ÖĞRENCİLERİN BESİN SEÇİMİ VE BESLENME
ALİŞKANLIKLARINA ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Buse Fikriye KAYSERİLİOĞLU
(Y1716.050019)**

Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı

Beslenme ve Diyetetik Programı

Tez Danışmanı : Dr. Öğretim Üyesi Serap ANDAÇ ÖZTÜRK

TEMMUZ, 2021

ONAY FORMU

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Medyanın Liseli Öğrencilerin Besin Seçimi ve Beslenme Alışkanlıklarına Etkisi**” adlı tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (05/06/2021)

Buse Fikriye KAYSERİLİOĞLU

ÖNSÖZ

Çalışmamın her aşamasında bilimsel katkıları ve manevi desteğini esirgemeyen, her daim şefkati, samimiyeti, güler yüzü, anlayışı ve sabrı ile yanımda olup bana yol gösteren, çok değerli tez danışmanım, Saygıdeğer hocam Dr. Öğretim Üyesi Serap ANDAÇ ÖZTÜRK'e,

Çalışmamın veri toplama sürecindeki destekleri ve katkılarından dolayı Ordu Anadolu Lisesi müdürü Sayın Birol ERDOĞDU'ya, değerli hocam Erdal PAÇAL'a, tüm Ordu Anadolu Lisesi hocalarına ve çalışanlarına,

Çalışmamın veri analizi sürecindeki yardımları ve destekleri için değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi Yeliz KAŞKO ARICI'ya ve sevgili Berfu PARÇALI'ya,

Çalışmamın yürülmesine destek olup, gönüllü olarak çalışmama katılmayı kabul eden bütün katılımcılara,

Tüm eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği olan bütün hocalarıma,

Her zaman yardımları ile yanımda olan canım arkadaşlarım Enver FURTUN'a, Kübra KARADENİZ'e, Pınar ÇAĞLAYAN URAL'a ve eşi Zeki Yiğit URAL'a, ayrıca desteklerini esirgemeyen bütün arkadaşlarıma,

Hayatımın her döneminde olduğu gibi çalışmam boyunca da her zaman yanımda olan, her koşulda sevgisini, maddi ve manevi desteğini esirgemeyen, bu günlere gelmem için bana her daim güç veren, çok sevdiğim canım ANNEM'e, canım KARDEŞİM'e ve canım BABAM'a,

Sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunuyorum.

Temmuz 2021

Dyt. Buse Fikriye KAYSERİLİOĞLU

İÇİNDEKİLER

Sayfa

YEMİN METNİ	iii
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	ix
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xi
ÖZET.....	xiii
ABSTRACT	xv
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİLER.....	3
2.1 Medya.....	3
2.1.1 Geleneksel medya	3
2.1.2 Sosyal medya	3
2.1.3 Adölesan dönemde medya kullanımı	4
2.2 Adölesan Dönem	6
2.3 Adölesan Dönemde Beslenme	7
2.3.1 Adölesan dönemde enerji ve besin ögesi gereksinimleri	7
2.4 Adölesan Dönemde Beslenme Alışkanlıkları	10
2.5 Adölesan Dönemde Besin Seçimi	11
2.6 Adölesan Dönemde Besin Seçimini Etkileyen Etmenler.....	12
2.6.1 Sağlık	12
2.6.2 Duygu durum	12
2.6.3 Uygunluk.....	13
2.6.4 Duyusal görünüm	14
2.6.5 Doğal içerik.....	14
2.6.6 Fiyat	14
2.6.7 Ağırlık kontrolü.....	14
2.6.8 Aşinalık	15
2.6.9 Etik kaygılar	15
2.7 Medyanın Adölesan Dönemde Beslenme Durumuna Etkileri	15
2.7.1 Medyanın adölesan dönemde beslenme alışkanlıklarına etkileri.....	17
2.7.2 Medyanın adölesan dönemde besin seçimine etkileri.....	18
3. GEREÇ VE YÖNTEMLER.....	21
3.1 Araştırmanın Yeri, Zamanı ve Örneklem Sayısı.....	21
3.2 Araştırmanın Genel Planı ve Verilerin Toplanması.....	21
3.3 Veri Toplama Araçları	22
3.3.1 Kişisel bilgiler formu	22
3.3.2 Adölesan beslenme alışkanlıkları kontrol listesi.....	22
3.3.3 Besin seçim testi.....	23
3.3.4 Medya ve beslenme anketi	23
3.4 Verilerin İstatistiksel Olarak Değerlendirilmesi	24

4. BULGULAR	25
4.1 Öğrencilere Ait Demografik Bulgular.....	25
4.2 Öğrencilerin Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesine İlişkin Bulgular	31
4.3 Öğrencilerin Besin Seçim Testine İlişkin Bulgular.....	33
4.4 Öğrencilerin Medya ve Beslenme Anketine İlişkin Bulgular	42
5. TARTIŞMA	51
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	71
KAYNAKLAR	77
EKLER	97
ÖZGEÇMİŞ	109

KISALTMALAR

ABAKL	:Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi
AFHC	:Adolescent Food Habits Checklist
BKİ	:Beden Kütle İndeksi
BST	:Besin Seçim Anketi
cm	:Santimetre
DHA	:Dokosahekzaenoik Asit
DSÖ	:Dünya Sağlık Örgütü
EPA	:Eikosapentaenoik Asit
FCQ	:Food Choice Questionnaire
g	:Gram
kg	:Kilogram
kcal	:Kilokalori
m²	:Metrekare
mcg	:Mikrogram
mg	:Miligram
Min - Max	:Minimum - Maksimum
mL	:Mililitre
SPSS	:Statistical Package for the Social Sciences
SS	:Standart Sapma
TÜBER	:Türkiye Beslenme Rehberi
\bar{X}	:Ortalama
Z-skor	:Z skor / SD (Standart Sapma Skoru)

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 2.1: 14-18 Yaş Grubu Enerji ve Besin Öğelerinin Yeterli Alım Miktarları ...	9
Çizelge 3.1: Adölesan Beden Kütle İndeksi Sınıflandırması	22
Çizelge 4.1: Öğrencilere Ait Demografik Verilerin Dağılımı	25
Çizelge 4.2: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre BKİ Dağılımları	26
Çizelge 4.3: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı	26
Çizelge 4.4: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı	27
Çizelge 4.5: Öğrencilerin Yaşlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı	28
Çizelge 4.6: Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı	29
Çizelge 4.7: Öğrencilerin BKİ'lerine Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı	30
Çizelge 4.8: Öğrencilerin Cinsiyetlerine, Yaşlarına ve BKİ'lerine Göre ABAKL Puanları	31
Çizelge 4.9: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarına Göre ABAKL Puanları	32
Çizelge 4.10: Öğrencilerin BST Alt Boyut Puanları	33
Çizelge 4.11: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre BST Alt Boyut Puanları	34
Çizelge 4.12: Öğrencilerin Yaşlarına Göre BST Alt Boyut Puanları	35
Çizelge 4.13: Öğrencilerin BKİ'lerine Göre BST Alt Boyut Puanları	36
Çizelge 4.14: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre BST Alt Boyut Puanları	37
Çizelge 4.15: Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süreye Göre BST Alt Boyut Puanları	38
Çizelge 4.16: Öğrencilerin Sosyal Medyada Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Geçirdikleri Süreye Göre BST Alt Boyut Puanları	40
Çizelge 4.17: BST Alt Boyutları ile ABAKL Puanı Arasındaki Korelasyon	41
Çizelge 4.18: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı	43
Çizelge 4.19: Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı	45
Çizelge 4.20: Öğrencilerin BKİ'lerine Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı	47
Çizelge 4.21: Öğrencilerin Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarına Göre ABAKL Puanlarının Dağılımı	49

MEDYANIN LİSELİ ÖĞRENCİLERİN BESİN SEÇİMİ VE BESLENME ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİ

ÖZET

Adölesan dönemdeki bireylerin besin seçimlerine ve beslenme alışkanlıklarına etki eden birçok faktör vardır. Bunlardan biri, özellikle günümüzde teknolojinin ilerlemesi ile birlikte yaşamımızın her alanına dahil olmuş olan medyadır. Bununla birlikte geleneksel medya araçlarının yerini artık son derece popüler olan dijital ve sosyal medya araçları almaya başlamıştır. Bu çalışmanın amacı; medyanın lise çağındaki öğrencilerin besin seçimi ve beslenme alışkanlıklarına olan etkilerinin değerlendirilmesidir. Çalışma, 14-18 yaş arası 306 kız, 201 erkek olmak üzere toplam 507 öğrenci ile yürütülmüştür. Bu kapsamda öğrencilere, Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL), Besin Seçim Testi (BST) ve literatür incelemesi yapılarak oluşturulan Medya ve Beslenme Anketi yüz yüze görüşme metodu ile uygulanmıştır. Öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı $9,156 \pm 4,014$ olarak tespit edilmiştir. Kız öğrenciler ($9,379 \pm 3,959$), erkek öğrencilere ($8,816 \pm 4,084$) kıyasla daha yüksek ABAKL puanı almıştır ancak, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p > 0,05$). Öğrencilerin sosyal medya kullanımına göre aldıkları ortalama ABAKL puanları incelendiğinde; 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı ($9,66 \pm 3,97$), 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanından ($8,71 \pm 4,01$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($p < 0,01$). Ayrıca, sosyal medyada günlük 1-3 saat zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanının ($9,441 \pm 3,908$), sosyal medyada günlük 4 saat ve üzerinde zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına ($7,699 \pm 4,253$) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmüştür ($p < 0,001$). Öğrencilerin besin seçim motivasyonlarına göre, en yüksek puanı alan motivasyon duyusal görünüm ardından duygu durum iken, en düşük puana sahip olan motivasyon ise etik kaygılar olmuştur. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına göre besin seçim motivasyonları incelendiğinde ise; 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin sağlık, aşinalık ve etik kaygılar motivasyon puanlarının, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük olduğu gözlemlenmiştir ($p < 0,05$). Öğrencilerin büyük bir kısmı (%66,2) sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullanmadığını belirtmiş olsa dahi, sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı bu amaçla kullanmayan öğrencilere kıyasla, sağlık, doğal içerik ve ağırlık kontrolü motivasyon puanları ve ortalama ABAKL puanları anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p < 0,001$). Öte yandan, BST motivasyonları ile ABAKL puanı arasındaki korelasyona göre; ABAKL ile uygunluk, duyusal görünüm ve fiyat motivasyonları negatif yönde korelasyon gösterirken; sağlık, doğal içerik, ağırlık kontrolü ve etik kaygılar motivasyonları pozitif yönde korelasyon göstermiştir ($p < 0,001$). Bunların yanı sıra, ortalama ABAKL puanı yüksek olan öğrencilerin, beslenme ile ilgili bilgileri

televizyon, dergi, gazete ve internet gibi medya kaynaklarından öğrendikleri, medyada öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyelerini önemsedikleri, medyada besinlerin insan sağlığına etkileri konusunda yapılan açıklamalarla besin tüketim alışkanlıklarını değiştirdikleri, sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek için kullandıkları ve sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden edinirken bunun yanı sıra popüler - ünlü insanların beslenme önerilerini de takip ettikleri görülmüştür ($p<0,001$). Ayrıca, erkek öğrencilere (%25,4) kıyasla, daha yüksek oranda kız öğrencinin (%30,7) besin tercihlerinin medyadaki reklamlardan etkilendiği gözlemlenmiştir ($p<0,001$). Bu bulgular doğrultusunda, adölesan dönemdeki bireylerin besin seçimleri ve beslenme alışkanlıklarının yanı sıra beslenme bilgilerinin de medyadan etkilendiği görülmüştür. Adölesan bireylerin, medya araçlarından edinebilecekleri olumsuz beslenme alışkanlıklarından ve bilgilerinden korunmaları, ayrıca bu konularda farkındalık kazandırılarak bilinçlendirilmeleri, gençlerin yaşam boyu süren ve sonraki nesilleri de etkileyebilen sağlıklı bir yaşam sürmeleri açısından oldukça önemlidir. Öte yandan, çocukluk dönemine nazaran, bireylerin aileden bağımsızlaşmaya başladığı adölesan dönemde, adölesanların besin seçimlerini ve beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörlerin daha iyi anlaşılabilmesi için, adölesan popülasyonunu kapsayan benzer çalışmalar da bu konuda yol gösterici olabilir.

Anahtar Kelimeler: *Adölesan Besin Seçimi, Besin Seçim Testi (BST), Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL), Medya ve Beslenme*

THE EFFECT OF MEDIA ON FOOD CHOICES AND NUTRITION HABITS OF HIGH SCHOOL STUDENTS

ABSTRACT

There are many factors that affect the food choices and nutritional habits of individuals in adolescence. One of them is the media, which has been involved in all areas of our lives, especially with the advancement of technology today. However, traditional media tools have now started being replaced by extremely popular digital and social media tools. The aim of this study is to evaluate the effects of the media on food choice and nutritional habit of high school age students. The study was conducted with a total of 507 students, 306 girls and 201 boys aged 14-18. In this context, Adolescent Food Habits Checklist (AFHC), Food Choice Questionnaire (FCQ) and Media and Nutrition questionnaire, based on literature review, were applied to the students by a face to face interview method. The average AFHC score of the students has been found as $9,156 \pm 4,014$. Female students ($9,379 \pm 3,959$) compared to male students ($8,816 \pm 4,084$) received a high AFHC score, but no statistically significant differences were found between them ($p > 0,05$). When they were examined according to the use of social media; students who had used social media for 1-4 years had higher AFHC score of ($9,66 \pm 3,97$), as compared to students who had used social media for 5 years ($8,71 \pm 4,01$), and it found significantly higher ($p < 0,01$). Also, the average AFHC scores ($9,441 \pm 3,908$) of students who spent 1-3 hours on social media daily was, significantly higher ($p < 0,001$) than the AFHC scores ($7,699 \pm 4,253$) of students who spent more than 4 hours/day on social media. According to the students' motivation for food choice, the motivation with the highest score was mood followed by sensory appeal, while the motivation with the lowest score was ethical concerns. Health, familiarity and ethical concerns motivation scores of students using social media for 5 years and above were statistically significantly lower compared to students using social media for 1-4 years ($p < 0,05$). The majority of students (66,2%) stated that even though they weren't using social media to get information about nutrition, students who use social media in order to obtain nutrition-related information compared to students who do not use it for this, have higher score of health, natural content and weight control motivations and average score of AFHC, were significantly higher ($p < 0,001$). On the other hand, according to the correlation between FCQ motivations and AFHC score; convenience, sensory appeal and price motivations have negative correlation with AFHC; health, natural content, weight control and ethical concerns motivations have positive correlation ($p < 0,001$). In addition, the students who had higher AFHC scores received their nutrition-related information from television, magazines, newspapers and internet media sources. It was found that they care about the nutritional advice given by dietitians in the media, changed their food consumption habits according to the statements made in the media about the effects of foods on human health, use the social media to get information about healthy nutrition, and in addition to dietitians, they also follow the famous peoples' nutritional advice

($p < 0,001$). It was also observed that the food preferences of a higher proportion of female students (30,7%) were affected by advertising in the media compared to male students (25,4%) ($p < 0,001$). According to these results, food choices and nutritional habits of adolescent individuals, as well as nutritional knowledge, were affected by the media. It is very important for adolescents to be protected from negative nutritional habits and information that they can get from media tools, as well as to raise awareness of these issues, to lead a healthy life that lasts a lifetime and can affect subsequent generations. On the other hand, similar studies covering the adolescent population may also be guided in this regard in order to better understand the factors affecting the nutritional choices and nutritional habits of adolescents in the adolescent period, when individuals begin to become independent from the family as compared to childhood.

Keywords: *Adolescent Food Choice, Food Choice Questionnaire (FCQ), Adolescent Food Habits Checklist (AFHC), Media and Nutrition*

1. GİRİŞ

Beslenme, yaşam kalitesinin artırılması, sağlığın korunması ve iyileştirilmesi, bunların yanı sıra büyüme ve gelişme için, besin öğelerini ve biyoaktif bileşenleri içeren besinlerin tüketilmesi ile bu besinlerin vücutta kullanılma sürecidir (TÜBER, 2015).

Bireylerin besin tercihleri ve beslenme davranışları, çevresel ve genetik faktörler, duygusal durum, medya, sosyo-demografik özellikler, dini inanışlar, iştah gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Karakuş ve diğ., 2016). Adölesan dönem, ömür boyu sürecek sağlıklı bir yaşam için, sağlıklı beslenme alışkanlıklarının benimsenmesi gereken en ideal zamandır (Leary ve diğ., 2019). Adölesanların günümüzdeki beslenme ve davranış kalıpları; öğünlerin atlanması, yağ ve enerji içeriği açısından zengin yiyeceklerin tüketilmesi, düşük meyve ve sebze tüketimi, yetersiz fiziksel aktivite, televizyon ve bilgisayar önünde hareketsiz bir yaşam ile karakterizedir (Cecon ve diğ., 2017). Öte yandan, beslenme alışkanlıklarının oluşmasında, akran ve ebeveyn etkileri, besin tercihleri ve bulunabilirliği, maliyetler, inançlar, beden imaj algısı ve kitle iletişim araçları gibi birçok faktörün etkisi mevcuttur (Das ve diğ., 2017).

Yirmi birinci yüzyıl ile birlikte artan teknolojik gelişmeler, bireylerin bilgiye erişim yollarını genişleterek; dergi, kitap, radyo, televizyon gibi araçların yanı sıra internet kullanımını da artırmıştır (Vukmirovic, 2015). Günümüzde adölesanların ekran önünde zaman geçirmesi artık televizyon ve bilgisayarla sınırlı değildir; video oyunu oynamak, sosyal medya kullanmak, mesajlaşmak ve müzik dinlemek için ekran tabanlı teknolojilerin kullanımı oldukça yaygındır. Akıllı telefonların erişilebilirliği arttıkça, adölesanların %92'si her gün çevrimiçi olurken, %24'ünün neredeyse her zaman çevrimiçi olarak çeşitli platformlarda zaman geçirdiği belirtilmiştir (Carson ve diğ., 2018). Öte yandan, adölesanlarda medya kullanımının, sosyal davranışları, sağlıklı yaşam tarzı seçimlerini ve okul performansını olumsuz yönde etkilediği öne sürülmüştür (Fitzpatrick ve diğ., 2019). Medyada yer alan reklamların, haberlerin ve

makalelerin, bireylerin besin seçimlerini ve beslenme alışkanlıklarını etkileyebileceği bildirilmiştir (Tuna Oran ve diğ., 2017). Türkiye’de, medya araçlarını daha yaygın kullanan grubun özellikle gençlerden oluşması nedeniyle, medyanın bu bireylerin besin tüketimlerine olan etkisi oldukça önemlidir (Mutlu, 2018). Besin tercihlerine ve alışkanlıklarına yön veren medya, göz alıcı birçok alternatif sunarak gençleri tüketime yöneltmektedir (Dilber ve Dilber, 2013). Medyanın besin seçimleri ve beslenme davranışları üzerindeki bu denli etkisi, gençlerde gelişimin kritik aşamalarında ve genel olarak yaşam boyu süren sağlık ve refahta önemli bir role sahiptir (Boylard ve Whalen, 2015).

Bu çalışmanın amacı; medyanın lise çağındaki öğrencilerin besin seçimleri ve beslenme alışkanlıklarına olan etkilerinin araştırılmasıdır. Bu kapsamda öğrencilere, Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL), Besin Seçim Testi (BST) ve literatür taraması sonucu oluşturulan Medya ve Beslenme Anketi uygulanmıştır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1 Medya

Medya, çeşitli teknolojiler ile bağlantılı ortamlar sayesinde bilgi erişiminin ve iletişiminin sağlanmasını tanımlayan bir kavramdır (Gerwin ve diğ., 2018).

Günümüzde çocuk ve gençlerin çevresi dijital (bilgisayar, televizyon, tablet, telefon vb.) ve dijital olmayan (gazete, dergi, kitap vb.) medya araçları ile kuşatılmış durumdadır (Akçay, 2017). Bu nedenle, bireylerin artık geleneksel yazılı ve görsel medya araçlarının yanı sıra, internet ve mobil iletişim ile de bilgiye rahatlıkla erişim sağlayabildikleri belirtilmiştir. Bilgiye kolay ulaşılabilir olmanın yanında, dezavantaj olarak bu bilgilerin güvenilirliği ve doğruluğu konusunda oluşan şüpheler de pek tabii ki mevcuttur (Tuna Oran ve diğ., 2017).

2.1.1 Geleneksel medya

Televizyon, radyo ve gazeteler geleneksel medya aracı olarak sınıflandırılmıştır (Han ve Xu, 2020). Haber almak, eğlenmek ve bir ürün ya da hizmetten haberdar olmak için kullanılan televizyon, gazete ve dergi gibi geleneksel medya araçları yaşamımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bununla birlikte, geleneksel medyanın tek yönlü olması ve bu nedenle izleyici ile etkileşim sağlayamaması, giderek gelişen dünyada yetersiz kalmasına neden olmuştur (Ergin, 2015).

2.1.2 Sosyal medya

Modern dijital yaşamla birlikte, sosyal medya son derece etkili bir iletişim kanalı olarak ön kazanmıştır (Dwivedi ve diğ., 2015). İnternet ortamında iletişimi sağlayan sosyal medya, bilgi, fotoğraf, video, makale, fikir, mesaj gibi içeriklerin çevrimiçi paylaşılmasını sağlayan web siteleri ve uygulamalarından oluşmaktadır (Derenne ve Beresin, 2018). Geleneksel medyanın aksine, bireylerin karşılıklı paylaşımlarda bulunmalarına olanak tanıyan ve bunun yanı

sıra bireyleri hem üretici hem de tüketici durumuna getiren sosyal medya çift yönlü bir iletişim ortamı sağlamaktadır (Tufan Yeniçıktı, 2016).

Sosyal medya araçlarından biri olan sosyal ağlar, internet kullanıcılarının profil oluşturarak paylaşımlarda buldukları ve diğer kullanıcılar ile iletişime geçtikleri platformlardır. Bu sosyal medya platformları, kullanım amaçlarına göre çeşitlenmiştir (Aral, 2019). Örneğin, Facebook gibi arkadaşlık siteleri, Youtube ve Instagram gibi video ve fotoğraf paylaşım sitelerinin yanı sıra içerik üretmek için kullanılan webloglar (bloglar) oldukça popülerdir (Kietzmann ve diğ., 2011). Bununla birlikte, mikro blog denildiğinde ilk akla gelen popüler sosyal medya aracı olan Twitter, kullanıcılarına paylaşımda bulunmayı ve diğer paylaşımlarla da etkileşimde olmayı sağlayan ücretsiz bir platformdur (Dumanlı Kürkçü, 2015). Özellikle, Facebook ve Twitter, diğer sosyal paylaşım ağlarına kıyasla, bilinirliği ve kullanıcı sayısı daha yüksek olan sosyal medya araçlarıdır (Solmaz ve diğ., 2013). Türkiye’de de en çok kullanılan sosyal medya araçlarında ilk sırayı %32 kullanım oranı ile Facebook alırken; bunu, WhatsApp (%24), Facebook Messenger (%20), Twitter (%17) ve Instagram (%16) izlemektedir (İçirgin, 2018).

2.1.3 Adölesan dönemde medya kullanımı

Özellikle son yıllarda, yeni (akıllı telefon, tablet, sosyal medya) ve geleneksel (televizyon) medya, çocukların ve adölesan dönemdeki bireylerin hayatına birçok alanda hakim olmuştur (Dinleyici ve diğ., 2016). Günümüzde adölesanlar, gün içindeki zamanlarının çoğunu kitle iletişim araçları (internet, televizyon, dergi vb.) ile geçirmektedir (Tayyem ve diğ., 2016). Günlük ortalama 9 saatini medya araçları ile geçiren adölesanlar için sosyal medya, sosyal yaşamın bir parçası haline gelmiştir (Nesi ve diğ., 2018). Günümüzde her türlü medya ortamı, taşınabilir akıllı telefonlar ile sürekli kullanılabilir şekilde özellikle gençlerin yaşamına entegre olmuştur. Ayrıca, adölesanlar, medyayı sadece film izlemek ve müzik dinlemek amacı ile değil, aynı zamanda akranlarıyla iletişim kurmak için Instagram, Facebook ve WhatsApp gibi sosyal medya araçlarını kullanmaktadır (Crone ve Konijn, 2018).

Günümüz dijital teknolojileri ve özellikle sosyal medya, adölesan bireylere ulaşma konusunda oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir (Chau ve diğ., 2018).

İnternete erişimin kolaylaşması ve yaygınlaşması, adölesanların internette geçirdikleri zamanın artmasına neden olmuştur. İnternetin pek çok yararı olmasına karşın çeşitli zararları da mevcuttur (Büyükgebiz Koca ve Tunca, 2019). Adölesanlar dijital ortamları gün içinde yaklaşık 2-4 saat kadar kullanarak çeşitli bilişsel ve psikososyal yararlar sağlarken; dijital medyanın hiç kullanılmıyor olması ve aşırı kullanımı ise olumsuz etkiler ile ilişkilendirilmiştir (Vogel, 2019). Dijital ve sosyal medya kullanımının faydaları arasında erken öğrenme, yeni fikir ve bilgiler edinme, sosyal iletişimin yanı sıra sağlık mesajlarına ve bilgilerine erişim fırsatları yer alır. Diğer taraftan, medya kullanımının zararları ya da riskleri ise, uyku ve öğrenme problemleri, yanlış ve güvenli olmayan içeriklere maruz kalmak, mahremiyet ve gizlilik sorunları, depresyon ve obezite gibi faktörlerdir (Reid Chassiakos ve diğ., 2016). Bununla birlikte, yazılı, görsel ve sosyal medyanın, bireylerin besin ve beslenme bilinci üzerine de olumlu ve olumsuz birçok etkisi vardır (Sağlam ve Gümüş, 2019). Adölesanların, yeni teknolojileri kullanmaya yatkın olmaları ve ebeveyn baskısının online ortamlarda daha düşük hissedilmesi nedeniyle, sosyal medyayı oldukça yoğun olarak kullandıkları bildirilmiştir. Dolayısıyla, sosyal medyanın olumsuz etkilerine karşı adölesan dönemdeki bireylerin daha dezavantajlı oldukları öne sürülmüştür (Savcı ve diğ., 2018).

Öte yandan, Beslenme ve Diyetetik Akademisi, sosyal medyadan yararlanarak belirli diyetler ve beslenme alışkanlıkları hakkında bilgi edinilebildiğini ve internetin beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullanılan önemli bir kaynak haline geldiğini belirtmiştir (Vaterlaus ve diğ., 2015). Bununla birlikte, sosyal medyada uzun süre zaman geçiren kullanıcılar adölesan bireylerden oluştuğu için, teknolojilerden yararlanarak geliştirilen beslenme müdahalelerinde adölesan popülasyonu umut verici hedef kitle olarak adlandırılmıştır (Hsu ve diğ., 2018). Günümüzde, sağlık alanında web siteleri, akıllı telefonlar, programlar, uygulamalar ve kısa mesajlar kullanılarak adölesan bireylerde sağlıklı davranış kazanımını teşvik etmek, obezite ile diğer kronik rahatsızlıkları azaltmak ve sağlık programlarını iyileştirmek için çeşitli yenilikçi beslenme müdahaleleri de geliştirilmiştir (do Amaral E Melo ve diğ., 2017).

Sağlık Bakanlığı'nın Türkiye araştırması verilerine göre, öğrencilerin %90,9'unun akıllı telefon/bilgisayar/tablete sahip olduğu görülürken,

öğrencilerin %14'ünün hafta içi olmak üzere her gün günde ortalama 2 saat, %9,1'inin günde ortalama 3 saatini bu cihazlar ile geçirdiği belirlenmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2019). Amerika'da 2019 yılında 13-18 yaş arasındaki adölesanların, 1 saati sosyal medyada olmak üzere, dijital medyada her gün ortalama 7,5 saat zaman geçirdikleri tahmin edilmiştir. Ayrıca, bu sürenin eğitim ve ödev amaçlı medya kullanımını kapsamadığı belirtilmiştir (Oggers ve diğ., 2020). Yapılan bir araştırmada, adölesanların %38'i sosyal medyayı saatte birden çok defa kullandıklarını belirtirken, %16'sı neredeyse sürekli olacak şekilde kullandıklarını ifade etmiştir (Domoff ve diğ., 2020).

Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından, Temmuz-Eylül 2013 tarihleri arasında, 26 ilden 2057 gencin katılımı ile yapılan “Gençlik ve Sosyal Medya Araştırması”, 15-29 yaş arası gençlerin sosyal medya ile ilgili tutum ve davranışlarını anlamak amacıyla online olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma raporuna göre, gençlerin %86'sının sosyal medyayı gün içinde en az 1 kere, %72'sinin ise her gün birkaç defa olacak şekilde kullandığı belirlenmiştir. Ayrıca, her üç gençten birinin gün içinde sosyal medyada en az 3 saat zaman geçirdiği görülürken, 6 saat ve üzeri zaman geçirenlerin oranı ise %13'tür. Öte yandan, 15-17 yaş aralığındaki adölesanların sosyal medyada geçirdikleri zamanının daha yüksek olduğu bildirilmiştir. Bununla birlikte, gençlerin %60'ının sosyal medyayı eğlence, %59'unun ise bilgi alma amacıyla kullandığı belirtilmiştir (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2013). “We Are Social”ın Dijital 2020 Raporu'na göre (Kemp, 2020), internette geçirilen zaman değerlendirildiğinde, Türkiye dünyada 12. sıradadır ve ortalama günlük internet kullanım süresi 7 saat 29 dakikadır. Bunun yanı sıra sosyal medyada geçirilen günlük süre incelendiğinde ise, 2 saat 51 dakika ile 15. sırada yer aldığı görülmüştür. İstatistiksel sonuçlara bakıldığında, Türkiye'de sosyal medyayı kullanan bireylerin %10'u 16-17 yaş aralığında iken, %9'u 13-15 yaş aralığındadır. Amerikan Pediatri Akademisi ise, gün içinde eğlence amacıyla kullanılan toplam medya süresini en yüksek 2 saat olacak şekilde sınırlandırılmasını önermiştir (American Academy of Pediatrics, 2001).

2.2 Adölesan Dönem

Adölesan dönem, psikolojik, fiziksel ve sosyal değişimlerle karakterize olan 10-19 yaş aralığındaki gelişim dönemidir (Tayyem ve diğ., 2016). Ayrıca, adölesan

dönem, metabolik ve hormonal değişimlerin yüksek düzeyde olduğu, vücut kompozisyonunun ve organ sistemlerinin değişmesi ile paralel olan, ilerleyen yaşlarda da sağlığı etkileyebilecek beslenme davranışlarının olduğu önemli bir büyüme evresidir (Desbrow ve diğ., 2019).

2.3 Adölesan Dönemde Beslenme

Adölesan dönemde büyümeyi desteklemek için yeterli enerji alımı önemlidir. Bu gerekli olan enerji düzeyi, fiziksel aktivite, yağsız doku miktarı ve büyüme oranına göre belirlenir (Christian ve Smith, 2018). İşlenmiş besin tüketiminin aşırı olması, adölesan kızlarda menstrüasyon döneminin başlangıcını hızlandırırken, adölesan erkeklerde ise buluş çağını geciktirebildiği belirtilmiştir. Öte yandan, şiddetli yetersiz beslenmenin de adölesan dönemde gelişimi geciktirdiği bildirilmiştir (Soliman ve diğ., 2014). Tüm bunlar göz önüne alındığında; bu dönemde sağlıklı büyüme ve gelişme için yeterli miktarda makro ve mikro besin öğelerini içeren beslenme düzeni oluşturulmalıdır (Lassi ve diğ., 2017b; Ruiz ve diğ., 2019). Öte yandan, gelişmekte olan ülkelerde halen anemi riski ile karşı karşıya kalınırken, bunun yanında hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelere aşırı kilolu olma ve obezite prevalansı oldukça yüksektir (Das ve diğ., 2018).

2.3.1 Adölesan dönemde enerji ve besin ögesi gereksinimleri

Genellikle, adölesan erkeklerde enerji gereksinimi, adölesan kızlara oranla daha yüksektir (Christian ve Smith, 2018). Türkiye'ye Özgü Beslenme Rehberi'ne göre 14-18 yaş aralığında alınan enerjinin, %45-60'ı karbonhidratlardan, %25-35'i ise yağlardan gelmelidir. Ayrıca, 11-14 yaş için protein oranı %8-20, 15-17 yaş için %9-20, 18 yaş için ise %10-20 olmalıdır. Günlük tüketimi önerilen su miktarı, 14-18 yaş arası kızlarda 2000 mL iken, erkeklerde 2500 mL'dir (TÜBER, 2015).

Adölesan dönemde enerji gereksinimi artışının yanı sıra, büyüme ve gelişmeye paralel olarak protein, vitamin A, D, B12, folik asit, demir ve çinko gibi besin öğelerinin gereksinimi de artmaktadır. Ayrıca, demirin vücuttaki kullanımını artıran vitamin C miktarının yeterli düzeyde alınmıyor olması oldukça önemlidir (Aydenk Köseoğlu ve Çelebi Tayfur, 2017). Protein yetersizliğinde, bir süre

sonra metabolik faaliyetler için vücuttaki dokular kullanıldığından, büyüme ve gelişmede duraksamalar, bağışıklık sisteminin zayıflaması ve hastalık risklerinin artışı gibi durumlar söz konusu olur (Ateş Özcan, 2019).

Vitaminler, vücutta birçok fizyolojik ve biyokimyasal reaksiyonda ko-faktör ve ko-enzim olarak etki göstermektedir. Örneğin; vitamin A eksikliğinde görme problemleri, tiamin eksikliğinde beriberi hastalığı, vitamin K eksikliğinde ise kan pıhtılaşma faktörü oluşumunda birtakım sorunlar görülmektedir. Bunları yanı sıra Vitamin D ise, kalsiyum ve fosforun vücuttaki metabolizmasında ve emiliminde rol oynayan steroid vitamindir (Darnton-Hill, 2019). Vitamin D, adölesan dönemde kalsiyum emilimine, kemik büyümesi ve gelişimine katkı sağlamasına ek olarak, çocuklarda raşitizmin, yetişkinlerde ise mineralizasyon bozukluklarının önlenmesinde oldukça önemlidir (Gordon ve diğ., 2004). Vitamin D eksikliğinin, adölesan dönemdeki kızlarda, erkeklere oranla daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Ayrıca obez bireylerde de, güneş ışığının yeterli alınamaması ve deri altındaki yağ dokularında vitamin D'nin tutulması ile biyoyararlanımının düşmesi sonucu, eksikliğinin yaygın olduğu öne sürülmüştür (Andıran ve diğ., 2012).

Vitamin C ve E, reaktif oksijen ve nitrojen türlerinin neden olduğu hücre ve doku hasarına karşı koruma sağlayan antioksidan mikro besin öğeleridir (Stephensen ve diğ., 2006). Ayrıca, vitamin C eksikliğinde skorbüt, diş eti ve kılcal damar kanamaları, bağışıklık düşüşü ve yaraların geç iyileşmesi gibi sorunlar; Vitamin E eksikliğinde, kırmızı kan hücrelerinin parçalanması, kaslarda kramplar ve güçsüzlükler; niasin eksikliğinde ise pellegra hastalığı meydana gelir (TÜBER, 2015).

B12 eksikliğinde, ilk olarak kanda ve sinir sisteminde ortaya çıkan en önemli risk faktörleri pernisiyöz anemi ve şiddetli nörolojik sorunlardır (Green ve diğ., 2017). Adölesanlarda bilişsel gelişimde diğer mikro besin öğeleri de oldukça önemlidir; çinko yetersizliğinde, dikkat eksikliği ve nöropsikolojik hastalıklar görülmektedir. Demir ise, nörotransmitter üretimi için gereklidir ve yetersiz alınması durumunda motor gelişimi ve hafıza olumsuz etkilenmektedir (Lassi ve diğ., 2017a).

Adölesan dönemde, kan hacmindeki genişleme ve büyüme ile birlikte artan hemoglobin talebinin karşılanması için demir ihtiyacı da artmaktadır. Demirin

vücuda yeterli miktarda alınması ve dokulardaki kullanımını artıran besinler ile birlikte tüketilmesi, oluşabilecek ferropenik anemi ve bilişsel bozuklukların önüne geçilmesine olanak sağlamaktadır (Mesías ve diğ., 2013). Demir eksikliği anemisi özellikle ergenlik dönemindeki kızlar için endişe vericidir. Erkeklerle oranla, kızların demir gereksinimleri, büyüme artışına ve menstrüel kayıplara bağlı olarak nispeten daha yüksektir (Salam ve diğ., 2016). Özellikle büyüme ve gelişme dönemindeki adölesan kızların iyi besleniyor olması oldukça önemlidir. Çünkü, bu dönemde oluşan yetersiz besin ögesi alımının, yaşam döngüsünde hem bireyin kendi sağlığını hem de kuşaklar arası aktarılan beslenme durumu ile gelecek nesilleri etkileyebildiği belirtilmiştir (Das ve diğ., 2018). Bu dönemde artan büyüme ve kemik gelişimi için, kalsiyum miktarını da yüksek oranda iyileştirebilen ve bol miktarda taze sebze ve meyve, tahıl, orta düzeyde hayvansal protein ve az miktarda doymuş yağ içeren Akdeniz diyeti sağlıklı bir diyet modeli olarak kabul görmüştür (Mesías ve diğ., 2011). 14-18 yaş grubu adölesan için, günlük enerji ve besin öğelerinin yeterli alım düzeyleri **Çizelge 2.1**'de gösterilmiştir (TÜBER, 2015).

Çizelge 2.1: 14-18 Yaş Grubu Enerji ve Besin Öğelerinin Yeterli Alım Miktarları (TÜBER, 2015)

Enerji ve Besin Öğeleri	Yaş grupları (14-18 yaş)									
	KIZ					ERKEK				
	14	15	16	17	18	14	15	16	17	18
Enerji (kkal/gün)	2139	2189	2220	2237	2252	2446	2619	2755	2852	2919
Karbonhidrat (g/gün)	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
Protein (g/gün)	54,4	56,1	57,4	57,8	59,3	56,3	62,2	66,6	69,6	66,4
Yağ (EPA+DHA) (mg)	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Posa (g/gün)	21	21	21	21	25	21	21	21	21	25
Vitamin A (mcg/gün)	600	650	650	650	650	600	750	750	750	750
Vitamin D (mcg/gün)	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Vitamin E (mg/gün)	11	11	11	11	11	13	13	13	13	13
Vitamin K (mcg/gün)	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Tiamin (mg/gün)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Riboflavin (mg/gün)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Niasin (mg/1000 kkal)	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7
Vitamin B6 (mg/gün)	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Vitamin B12 (mcg/gün)	3,5	4	4	4	4	3,5	4	4	4	4
Pantotenik asit (mg/gün)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Vitamin C (mg/gün)	70	90	90	90	95	70	100	100	100	110
Demir (mg/gün)	13	13	13	13	16	11	11	11	11	11
Çinko (mg/gün)	10,7	11,9	11,9	11,9	7,5-12,7**	10,7	14,2	14,2	14,2	9,4-16,3***
Folat (mcg)	270	330	330	330	330	270	330	330	330	330
Kalsiyum (mg/gün)	1150	1150	1150	1150	1000	1150	1150	1150	1150	1000
Fosfor (mg/gün)	640	640	640	640	550	640	640	640	640	550
İyot (mcg/gün)	120	130	130	130	150	120	130	130	130	150
Magnezyum (mg/gün)	250	250	250	250	300	300	300	300	300	350
Sodyum (g/gün)	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Potasyum (g/gün)	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7

** Kızlarda 300, 600, 900 ve 1200 mg fitat alımı için sırasıyla; 7,5 - 9,3 - 11 - 12,7 mg

*** Erkeklerde 300, 600, 900 ve 1200 mg fitat alımı için sırasıyla; 9,4 - 11,7 - 14 - 16,3 mg

EPA: Eikosapentaenoik asit, DHA: Dokosaheksaenoik asit

2.4 Adölesan Dönemde Beslenme Alışkanlıkları

Adölesan dönemde oluşan kötü beslenme alışkanlıkları, olası besin ögesi yetersizlikleri için etkili bir faktör olabilir (Ribeiro-Silva ve diğ., 2014). Adölesan dönem, bireylerin beslenme konusunda çocukluk dönemine nazaran özgürlüğe kavuştuğu, bunun yanında yeme bozuklukları ve obezite gibi bir takım sorunlar ile karşılaşabildikleri bir dönemdir (Hsu ve Raposa, 2021).

Adölesan dönemde görülen beslenme alışkanlıkları, genellikle işlenmiş ve şekerli yiyeceklerin daha fazla tüketilmesi, öğün atlanması, sebze ve meyve tüketiminin düşük olması ile paraleldir. Bu beslenme alışkanlıkları, obezitenin yanı sıra yetişkinlik dönemi için de mikro ve makro besin ögesi eksiklikleri ile birlikte birçok kronik rahatsızlık için temel oluşturmaktadır (do Amaral E Melo ve diğ., 2017). Öğün atlayan, meyve ve sebze tüketimi düşük olan, sağlıksız beslenme alışkanlıklarına sahip adölesan bireylerde bodurluk ve besin ögesi yetersizlikleri görülmektedir (Otuneye ve diğ., 2017). Adölesan dönemdeki bireyler için en önemli öğünlerden biri olan kahvaltıda, hayvansal ve bitkisel proteinin mutlaka yeterli oranda alınması gerekmektedir. Sebze ve meyve tüketilerek vitamin gereksinimi, ayrıca süt ve süt ürünleri ile de kalsiyum ihtiyacı karşılanmalıdır. Ne yazık ki, günümüzde halen bazı ülkelerde adölesan beslenmesine yeterli önemin verilmediği ve bunun sonucu olarak da bireylerde yetersiz veya aşırı beslenme sorunlarının ortaya çıktığı belirtilmiştir (Alavi ve diğ., 2013).

Adölesanlarda beslenme alışkanlıklarını etkileyen başlıca faktörler, ebeveyn teşviki ve desteği, kitle iletişim araçlarının etkileri ve akran baskısı olarak bildirilmiştir (Dalky ve diğ., 2017). Düzenli aile yemekleri, besleyici ve sağlıklı besin tüketimi sağlarken; yüksek kalorili ve abur cubur tarzı ürünlerin tüketiminin sınırlandırılmasında rol model olma olanağına sahiptir (Agostoni ve diğ., 2011). Kanadalı adölesanlarda yapılan araştırmada, “abur cubur” tüketimi arkadaşlarla zaman geçirme, satın alınabilirlik, keyif alma, bağımsızlık ve vücut ağırlığı kazanımı ile ilişkilendirilirken; “sağlıklı yiyecekler” ise, aile ile birlikte olma, evde zaman geçirme ve evde yemek yeme gibi durumlarla ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle adölesanlar için, abur cubur yemekten vazgeçme birçok sosyal aktiviteyi bırakmak anlamına gelmektedir (Story ve diğ., 2002).

2.5 Adölesan Dönemde Besin Seçimi

Besin seçimleri ve dolayısıyla diyet kalitesinin belirleyicileri, biyolojik, sosyal ve çevresel etkenler ile yaşam boyunca değişim içerisindedir (Scaglioni ve diğ., 2018). Açlık, uygunluk, maliyet, yiyeceklerin çekiciliği, tercihler ve ruh hali (Bassett ve diğ., 2008), beslenme özerkliği, evde yemek bulunabilirliği ve dışarıda yemek yeme, yiyecek – içecek reklamları gibi birçok bireysel, sosyal ve çevresel etkenlerin yanı sıra (Fitzgerald ve diğ., 2010), akran kabulüne duyulan ihtiyaç (Story ve diğ., 2002), medya, ebeveyn kontrolünün ve aile yemeklerinin azalması gibi birçok faktör adölesanların besin seçimlerini etkilemektedir (Farringdon ve diğ., 2019).

Adölesan dönemde, ebeveyn ve ev ortamı etkisi azalırken, akran baskısı ve kabul edilme ihtiyacı artmaktadır. Ayrıca, bu dönemde kazanılan özerklik ve bağımsızlık besin seçimini etkileyen en önemli faktörlerdendir (Bassett ve diğ., 2008; Fitzgerald ve diğ., 2010; Ronto ve diğ., 2020). Adölesan dönemdeki bireylerin besin seçimi konusunda daha bağımsız hareket ettikleri, sağlıklı besin seçimlerinin düşük olmasının yanı sıra besin seçiminde özellikle akranlardan etkilenme olasılıklarının oldukça yüksek olduğu bildirilmiştir (Lassi ve diğ., 2017a). Ayrıca, adölesanların yaşları büyüdükçe ev dışında tükettikleri yiyeceklerin de arttığı belirtilmiştir (Hallström ve diğ., 2011). Bunun yanı sıra, adölesanlar için fast food satın almanın, “ailelerinin beslenme kimliklerinden ayrı olarak kendilerini ve özerkliklerini ilan etmeye çalıştıkları bir ifade biçimi” anlamına geldiği öne sürülmüştür (Pinto ve diğ., 2020). Öte yandan, adölesanlar ile gerçekleştirilen bir çalışmada, yaş faktörü artıkça, besin seçimleri üzerine bireylerin kendi uyguladıkları kontrolün de arttığı belirtilmiştir (Fitzgerald ve diğ., 2010). Adölesanların yaşamları üzerindeki kontrolleri arttıkça, besin seçimlerinin daha kötü olma olasılığı da artmaktadır (Ronto ve diğ., 2020). Örneğin, Yunan bireyler ile yapılan bir çalışmada, adölesanların çocuklara kıyasla daha fazla miktarda fast food tükettiği belirlenmiştir (Tambalis ve diğ., 2018).

Adölesanlar, sağlıklı ve yeterli besin tüketimi yerine, besin seçiminde öncelikle duyuşal özelliklere ve fiyata önem vermektedir (Ronto ve diğ., 2020). Besin seçimi yaparken, zaman ve kolaylık faktörleri de adölesanlar için oldukça önemlidir (French ve diğ., 2001). Yapılan bir araştırma sonucuna göre, 11-18

yaş aralığındaki adölesan bireylerin tükettikleri ürünler genellikle, enerji ve yağ içeriği yoğun olan sürülebilir ürünler, tatlı ezmeler, bisküviler, çikolatalı şekerlemeler, tuzlu atıştırmalıklar ve cips gibi yiyeceklerdir (Toumpakari ve diğ., 2016). Öte yandan, bu dönemde meyve, sebze ve süt ürünleri tüketiminin düştüğü görülmüştür (Rodrigues ve diğ., 2017).

2.6 Adölesan Dönemde Besin Seçimini Etkileyen Etmenler

2.6.1 Sağlık

Tüketicilerin sağlık ile ilgili kaygıları, beslenme ve yaşam tarzına bağlı olarak ortaya çıkan obezite, diyabet, alerjiler ve intölerans gibi çeşitli sorunlar ile birlikte artmaktadır. Bu sorunlar tüketicileri, ileri yaşlarda meydana gelebilecek hastalıkların riskini azaltan ve sağlıklı yaşamı destekleyen besin seçimine teşvik etmektedir (Saraiva ve diğ., 2020). Sağlıklı besinlerin hastalıkları önleyebileceğine dair oluşan düşüncelerin, sağlıklı beslenme tutumu üzerinde etkili olabileceği iddia edilmiştir (Okoro ve diğ., 2017). Sağlığı önemseyen bireylerin sebze, meyve ve lif tüketimlerinin daha yüksek olduğu bildirilmiştir. Diğer taraftan, erkek bireylerin, gençlerin ve düşük gelire sahip olan kişilerin sağlığa yeteri kadar önem vermedikleri belirtilmiştir (Birkenhead ve Slater, 2015). Yapılan bir çalışmaya göre, besinlerle ilgili bilgilere daha fazla hakim olan adölesanların, sağlıklı beslenme uygulamalarını takip ettikleri ve birçok farklı çeşit besin tükettikleri görülmüştür (Vaitkeviciute ve diğ., 2015). Yapılan başka bir çalışmada ise adölesan bireyler, taze meyve ve sebzeleri “sağlıklı besin”, cips, çikolata ve sosis gibi lezzetli olanları ise “sağlıksız besin” olarak sınıflandırmıştır. Ayrıca zinde hissetme, sivilcesiz bir cilde sahip olma, ağırlık kazanımının olmaması ve ileri yaşlarda da hastalanmamak gibi nedenlerden dolayı sağlıklı beslenmenin önemli olduğunu dile getirmişlerdir (Hermans ve diğ., 2017).

2.6.2 Duygu durum

Sağlıklı beslenme ve psikolojik durum arasında çift yönlü etkileşim olduğu öne sürülmüştür. Sağlıklı beslenen bireylerin depresyona girme olasılıklarının daha düşük olduğu; aynı zamanda depresyonda olan bireylerin ise daha yüksek düzeyde şekerli, tuzlu ve yağlı besin tükettikleri görülmüştür (Cabout ve diğ.,

2017). Yapılan bir çalışmada, besin-ruh hali ilişkisi incelenmiştir; “rahatlatıcı besinler” genellikle yüksek kalori içeriğine sahip, duyusal çekiciliği yüksek olan ve ayrıca çocukluk dönemini, evimizi, ailemizi ve arkadaşlarımızı anımsatan besinler ile ilişkilendirilmiştir (Bartkiene ve diğ., 2019). Adölesan dönemdeki beyin gelişiminin önemi ve depresyonun özellikle bu dönemde baş göstermesi gibi faktörler göz önüne alındığında; yaşamın ilerleyen dönemlerine oranla adölesan dönemde, bireylerin beslenme davranışlarının duygu duruma etkisinin oldukça önemli olduğu belirtilmiştir (Khalid ve diğ., 2016).

2.6.3 Uygunluk

Adölesan dönemde, ev ve aile yemekleri dışında daha çok yiyecek tüketmek, genellikle daha kolay hazırlanan ve hızlı tüketilebilen, besin değeri düşük ve enerjisi yoğun, diyet lifi, kalsiyum ve demir açısından yetersiz olan hazır gıdaları tercih etmek, artan zaman kıtlığı ve yetersiz süre hissi ile ilişkilendirilmiştir (Jabs ve Devine, 2006). Hızlı yiyecekler; lezzet ve büyük porsiyon boyutu, yüksek enerji, doymuş yağ ve trans yağ içeriği, glisemik yük yoğunluğu ve düşük diyet lifi ile karakterize olan yiyecek grubudur (Agostoni ve diğ., 2011).

Son yıllarda, hem yetişkinlerde hem de çocuklarda obezite oranı hızla artış göstermiştir. Çünkü, enerji içeriği yüksek ve besleyici değeri düşük besinler; restoranların çoğalması, atıştırmalıkların artması ve aile yemeklerinin azalması gibi nedenlerden dolayı rahatlıkla bulunabilir olmuştur (Roberto ve Khandpur, 2014). Bu nedenle günümüzde, besin seçimlerini etkileyen çevresel faktörler giderek önem kazanmıştır. Örneğin, evlerde sebze ve meyve gibi seçeneklerin bulunabilir olması, çocuk ve adölesanlarda sağlıklı besin tüketimini destekleyen önemli belirteçler arasında gösterilmiştir (Di Noia ve Contento, 2010). Yapılan bir çalışmada ise, şeker ve cips gibi ürünlerin kolay bulunabilir olması, bu tür yiyeceklerin tüketimine neden olan bir faktör olarak nitelendirilmiştir (Mulasi-Pokhriyal ve Smith, 2011). Adölesan dönemde besin seçimini etkileyen, yiyeceklerin erişilebilirliğini ve bulunabilirliğini kolaylaştıran fiziksel çevre etkenleri arasında okullar, marketler, otomatlar ve fast-food restoranları yer almaktadır (Story ve diğ., 2002).

2.6.4 Duyusal görünüm

Tüketiciler, duyuusal özelliklerin besin seçimlerine etki eden önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Bu faktörlerden en önemlisi tat iken, bunu doğal görünüm, tazelik ve koku etkenleri takip etmiştir (Franchi, 2012). Öte yandan, bireylerin genellikle acılığı sevmeme veya tatlı besinleri tercih etmeme durumlarının doğuştan itibaren gelen bir özellik olduğu belirtilmiştir (Donini, 2017).

2.6.5 Doğal içerik

Batılı toplumlarda, organik beslenmeye dayalı yaşam tarzı, giderek büyüyen bir akım olarak ön plana çıkmıştır (Von Essen ve Englander, 2013). Yapılan araştırmalarda, günümüzde tüketicilerin gıda katkı maddeleri hakkında daha bilinçli olmaları nedeniyle, doğal besinlere yönelik tercihlerinin arttığı belirtilmiştir (Saraiva ve diğ., 2020).

2.6.6 Fiyat

Besin seçimi, bireylerin gelir durumlarından etkilenmektedir (Maric ve diğ., 2014). Bu nedenle, besin seçiminde diğ er önemli bir faktör besinlerin fiyatıdır. Enerji içeriği yoğun ve lezzetli yiyeceklerin daha ucuz olduğu, bunu yanı sıra minimal işlenmiş besinlerin ise maliyetli olduğu algısı mevcuttur (Leigh ve diğ., 2018). Özellikle genç bireyler, öğrenciler ve düşük gelirli kesim için fiyat, besin seçiminde en önemli unsurlardan biridir. (Birkenhead ve Slater, 2015). Düşük gelirli bireyler için besin seçiminde fiyat faktörü önemli iken, yüksek gelire sahip bireyler için besinin duyuusal görünümünün daha önemli olduğu belirtilmiştir (Roos ve diğ., 2012).

2.6.7 Ağırlık kontrolü

Adölesan popülasyonunda yapılan bir çalışmaya göre, kızların ancak gözle görünür şekilde ağırlık kazanımları olduğunda; erkeklerin ise, spor yaparken daha düşük performans sergilemelerine neden olabilecek bir beden değişikliğinin meydana gelmesi sonucu beslenme durumlarını değiştirebilecekleri belirtilmiştir (Hermans ve diğ., 2017). Adölesan kızlar ile yapılan bir çalışmada, ağırlık kontrolü için ailenin etkisi koruyucu bir faktör iken, arkadaş ile birlikte yiyecek tüketimi ve medya duyarlılığı risk faktörleri

olarak belirlenmiştir (Balantekin ve diğ., 2018). Öte yandan, adölesan dönemde yiyeceklerin lezzeti, içerdiği besin değerlerinden daha öncelikli dikkat edilen bir faktördür. Adölesan bireyler genellikle, yeterli besin alarak okulda başarılı olmanın yanı sıra vücut ağırlıklarını ve fiziksel görüntülerini de korumayı isterken, bunların sağlıklı beslenme ile ilişkili olduğunu göz ardı etmektedir. (Kabaran ve Mercanlıgil, 2013).

2.6.8 Aşinalık

Sağlıklı beslenme alışkanlığının oluşumu için kritik dönem, gebelikte kordondan beslenme ile başlayan, anne sütüyle beslenmeyle devam eden ve tamamlayıcı beslenme ile desteklenen süreç ile karakterizedir (De Cosmi ve diğ., 2017). Genellikle anne sütüyle beslenmiş bebekler, formül ile beslenen bebeklere kıyasla birçok farklı tat ile tanışmaktadır. Bu durum ise, anne sütü ile beslenmiş bebeklerin, ilerleyen dönemlerde neden daha çeşitli besin tercihlerine sahip olduklarını açıklar niteliktedir (Beckerman ve diğ., 2017). Farklı tatlara sahip besinlerin erken yaşlarda deneyimlenmesi, meyve ve sebze tüketiminin yanı sıra diğer sağlıklı beslenme faktörlerini desteklemeye olanak tanımaktadır (Scaglioni ve diğ., 2018). Adölesan popülasyonunda ise daha önce denenmemiş yiyecekler, genellikle daha düşük oranda tercih edilme ve beğenilme ile paralellik göstermektedir (Dinnella ve diğ., 2016).

2.6.9 Etik kaygılar

Günümüzdeki modern toplumlarda, küreselleşme ile artan yüksek miktarlarda üretim çabası, besinlerin nerede ve hangi şartlarda üretildiğine dair bilgi boşluklarının oluşmasına neden olmuştur (Saraiva ve diğ., 2020). Tüketiciler tarafından, sağlıklı olduğu kadar çevre ile dost ve etik standartlara uygun olarak üretilen besinlerin tercih edilmesi, sürdürülebilir toplum açısından birçok fayda sağlamaktadır. Öte yandan, genç yaştaki bireyler çevreye ve besin içeriğine karşı daha duyarsız ve endişesizdir (Ghvanidze ve diğ., 2016).

2.7 Medyanın Adölesan Dönemde Beslenme Durumuna Etkileri

Pazarlama reklamlarının, bireylerin besin bilgileri ve tercihlerinin yanı sıra beslenme alışkanlıkları üzerine pek çok etkisi vardır (Prowse, 2017). Sosyal

medyanın popülaritesinin artmasıyla birlikte, pazarlamacılarda bütçelerinin büyük bir kısmını televizyon gibi geleneksel medya reklamları yerine, sosyal medya reklamlarına ayırmaya başlamışlardır (Qutteina ve diğ., 2019b). Öte yandan, sosyal medya, geleneksel medyaya kıyasla, özgür olduğu kadar daha kontrolsüz bir ortamdır. Günümüzde reklamlar sosyal medya platformları üzerinden yapılmaktadır. Özellikle, takipçi sayısı ve güvenilirliği yüksek olan Instagram kullanıcılarının çeşitli ürün ve hizmetlerin reklamlarını yaparak, takipçilerini satın almaya yönlendirdikleri belirtilmiştir (Ergin, 2015). İnternet çağında popüler olan sosyal medyanın, bireyler arasında iletişim kurmayı sağlamanın yanı sıra (Brennan ve diğ., 2020), günümüzde çocuk ve adölesanların, eğlence içerikleri ve özellikle sosyal medya platformlarında ünlüler ve diğer kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler ile sağlıksız yiyecek - içecek pazarlamalarına maruz kaldıkları bildirilmiştir (Potvin Kent ve diğ., 2019).

Çocuklara kıyasla adölesan bireyler, kendi paralarına erişim ve paralarını harcama konusunda doğrudan satın alma güçleri olan tüketicilerdir (Powell ve diğ., 2007a; Czoli ve diğ., 2020). Öte yandan, satın alma gücü hızla artış gösteren gençlik; üreticiler, pazarlamacılar ve reklamcılar için önemli bir pazar olarak nitelendirilmiştir. Özellikle Türkiye’de genç nüfusun fazla olması, pazarlama stratejilerinde bu grubu daha da öncelikli hale getirmiştir (Balıkçioğlu ve Volkan, 2016). Birçok yiyecek ve içecek markaları sosyal ağlarda, çevrimiçi video ve oyunlarda, mobil hizmetler ve anlık mesajlaşma platformlarında özellikle gençler için dijital pazarlama yöntemi olarak etkileşimli reklam kampanyaları oluşturmaktadır (Montgomery ve Chester, 2009). Bununla birlikte, reklam için ayrılan bütçelerin çok büyük bir kısmı televizyon, internet, radyo ve dergiler gibi birçok medya aracı ile, ürün yerleştirme ve ünlülerin sponsorluğu gibi yöntemlerle bu kitleye ulaşmak için kullanılmaktadır (Bugge, 2016).

Çocuklar ve adölesan bireyler kitle iletişim araçları ile iletilen mesajlara ve görüntülere karşı savunmasız olan popülasyonlardır (Morris ve Katzman, 2003). Pazarlamalara karşı şüphecilik ve pazarlama stratejileri bilgisi gibi becerileri gerektiren reklam okuryazarlığı, bu yaş gruplarında yetişkinlere kıyasla daha düşüktür (Qutteina ve diğ., 2019b). Bununla birlikte, dijital pazarlamanın ilgi

çekici, sürükleyici ve etkileşimli ortamlar yaratma gibi benzersiz özellikleri vardır. Bu nedenlerden dolayı, uygulamalarla desteklenen ticari amaçlı reklamların özellikle çocuklar ve adölesanlar tarafından fark edilmesi oldukça güçtür (Boelsen-Robinson ve diğ., 2016).

2.7.1 Medyanın adölesan dönemde beslenme alışkanlıklarına etkileri

Besin pazarlama reklamlarının çocuklar ve gençler üzerindeki etkilerine dair endişeler mevcuttur (Cowburn ve Boxer, 2007). Pazarlama reklamlarının, çocuk ve adölesanları olumsuz yönde etkileyerek sağlıksız beslenme alışkanlıkları edinmelerine neden olduğu belirtilmiştir (Nuerkaosaier, 2013).

Televizyon, adölesan dönemdeki bireyler için besin pazarlamasında kullanılan en önemli medya araçlarından biridir (Beaudoin, 2014). Sağlıksız ürünler hem gece hem de gündüz televizyon programlarında en çok reklamı yapılan ürünlerdir (Fiates ve diğ., 2008). Televizyon seyretmek ve yiyecek reklamlarına maruz kalmak daha yüksek enerji alımı ve yağ tüketimi ile ilişkilendirilmiştir (French ve diğ., 2001; Boyland ve Halford, 2013). Ayrıca, televizyon izleyerek geçirilen hareketsiz sürenin de sağlıksız beslenmeye ve ağırlık kazanımına katkı sağladığı bildirilmiştir (Liang ve diğ., 2009; Kerkadi ve diğ., 2019).

Televizyon uzun zamandır pazarlama reklamları için kullanılan bir araç olsa da, son yıllarda dijital medya pazarlaması artış göstermiştir. Enerji içeriği yoğun ve besin değeri açısından fakir olan yiyecek ve içecek reklamları dijital medyada oldukça yaygındır (Baldwin ve diğ., 2018). Adölesan popülasyonunu hedefleyen reklamların büyük bir kısmının, özellikle fast food (Pinto ve diğ., 2020) ve şekerli içecek tanıtımlarından oluştuğu belirtilmiştir (Czoli ve diğ., 2020). Bunun yanı sıra, *abur cubur* üreticilerinin de, sosyal medyanın adölesanlar arasında artan popüleritesi nedeniyle bu platformlarda pazarlama tekniklerini yoğunlaştırdıkları görülmüştür (Sampasa-Kanyinga ve diğ., 2015). Amerika Birleşik Devletleri'nde 13-17 yaş aralığındaki adölesanlar ile yapılan bir çalışmaya göre, adölesanların %54'ünün sosyal medyada fast food, %50'sinin şekerli içecek, %46'sının şeker ve %45'inin ise atıştırmalık markaları ile etkileşimde bulunduğu belirlenmiştir (Sacks ve Looi, 2020). Yapılan bir başka çalışmada, adölesanların sosyal medyada karşılaştıkları sağlıklı besinleri içeren reklamlara kıyasla, sağlıksız besin içeriğine sahip olan reklamlara verdikleri

yanıtların önemli ölçüde daha yüksek olduğu görülmüştür (Murphy ve diğ., 2020). Çeşitli sosyal medya platformlarında bu tarz gönderilere maruz kalmanın, beslenme normları üzerine oluşan algıları ve buna bağlı olarak da beslenme davranışlarını etkileyebileceği bildirilmiştir (Hawkins ve diğ., 2020).

2.7.2 Medyanın adölesan dönemde besin seçimine etkileri

Çocuk ve adölesanların medyadaki sağlıksız yiyecek ve içecek pazarlamalarına maruz kalmaları, obezite ve diğer bulaşıcı olmayan hastalıklar için bir risk faktörüdür. Bu pazarlama tekniklerinin özellikle adölesanlarda besin seçimlerini ve tüketimlerini etkilediği bildirilmiştir (Smith ve diğ., 2019). Adölesan bireylerin doymuş yağ, şeker ve sodyum içeriği yüksek olan besinleri tercih etmelerine neden olan başlıca faktörlerden biri, yiyecek ve içecek endüstrilerinin çeşitli medya ortamlarında pazarlama uygulamalarıdır (Pinto ve diğ., 2020). Çocukların besin tercihlerini belirlemeyi amaçlayan çalışmalarda, reklamlara maruz kalan çocukların, maruz kalmayanlara kıyasla, reklamı yapılan yiyecekleri yüksek oranlarda tercih ettikleri görülmüştür (Coon ve Tucker, 2002; Vandewater ve Denis, 2011).

Reklamların yanı sıra, televizyon programlarında yapılan ürün yerleştirmelerine maruz kalmak da tanıtılan ürünlerin tercih edilme oranlarını artırmaktadır. Yapılan bir çalışmada, masa üzerinde bir şişe Pepsi bulunan film sahnesini izleyen çocukların, aynı film sahnesini Pepsi şişesi yokken izleyen çocuklara kıyasla, Coca-Cola markası yerine Pepsi markasını tercih etme olasılıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra, çalışmaya katılan çocukların film sahnesinde Pepsi şişenini gördüklerini hatırlamadıkları belirtilmiştir (Speers ve diğ., 2011). Öte yandan, dijital ortamdaki internet oyunlarında ürün yerleştirme tekniği ile yapılan yiyecek pazarlamalarının da adölesanlar üzerinde derin bir etkiye sahip olabileceği bildirilmiştir (Potvin Kent ve diğ., 2019). Son dönemde, yiyecek ve içecek sektörünün web sayfalarında pazarlama için hazırlanmış video oyunlarını oynayan çocukların, aynı zamanda besin değeri düşük olan ve yüksek kalorili fast food tarzı ürün reklamları ile sık sık karşılaştıkları tespit edilmiştir (Ardıç Çobaner, 2019). Bu nedenlerden dolayı Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), dijital ve diğer tüm ortamlarda yüksek şeker, tuz ve yağ içeriğine sahip besinlerin pazarlanmasına yönelik, kapsamlı şekilde düzenleme ve kısıtlamaların uygulanacağı çalışmaların yapılmasını istemiştir (Bağcı Bosi ve diğ., 2018).

Bu çalışmanın amacı; medyanın lise çağındaki öğrencilerin besin seçimleri ve beslenme alışkanlıklarına olan etkilerinin araştırılmasıdır. Bu kapsamda ğrencilere, Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL), Besin Seçim Testi (BST) ve literatür taraması sonucu oluşturulan Medya ve Beslenme Anketi uygulanmıştır.

3. GEREÇ VE YÖNTEMLER

3.1 Araştırmanın Yeri, Zamanı ve Örneklem Sayısı

Bu çalışma, 2019-2020 eğitim öğretim yılında, Ocak-Mart 2020 tarihleri arasında Ordu ilinin Altınordu ilçesinde bulunan Ordu Anadolu Lisesi'nde eğitim gören, 14-18 yaş aralığındaki öğrenciler üzerinde yürütülmüştür. Çalışma öncesi yapılan güç analizi sonucuna göre araştırmanın en az 415 öğrenci ile yürütülmesi gerektiği belirlenmiştir. Çalışma; araştırmaya katılmaya gönüllü ve veli onayı olan 14-18 yaş arası 306'sı kız, 201'i erkek toplam 507 lise öğrencisi ile yürütülmüştür. Bu çalışma için İstanbul Aydın Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 22.10.2019 tarih ve 2019/168 karar sayılı "Etik Kurul Onayı" (EK A) alınmıştır. Çalışmanın yapılabilmesi için kurum izni, Ordu İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden alınmıştır. Çalışma öncesinde, çalışmaya katılmayı kabul eden öğrenci ve ailelerine çalışmanın amacını ve içeriğini açıklayan "Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Ebeveyn Rıza Formu ve Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Öğrenci Rıza Formu" (EK B) gönüllülük esası çerçevesinde imzalatılmıştır.

3.2 Araştırmanın Genel Planı ve Verilerin Toplanması

Araştırmada "Kişisel Bilgi Formu", "Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL)", "Besin Seçim Testi (BST)" ve araştırmacılar tarafından konu ile ilgili literatürlerden yararlanarak hazırlanmış olan 23 sorudan oluşan "Medya ve Beslenme Anketi" olmak üzere, toplam dört bölüm ve 86 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formları (EK C), araştırmacı tarafından öğrenciler ile yüz yüze görüşme metodu ile uygulanmıştır.

3.3 Veri Toplama Araçları

3.3.1 Kişisel bilgiler formu

Bu bölümde, öğrencilerin kişisel bilgilerine ve sosyal medya kullanımlarına dair toplam 8 soru mevcuttur. Bu sorular ile yaş, cinsiyet, vücut ağırlığı, boy uzunluğu, sınıf düzeyi, sosyal medya kullanım yılı, gün içinde sosyal medyada geçirilen süre ve sosyal medyada geçirilen sürenin ne kadarının beslenme ile ilgili bilgileri öğrenmek amacıyla kullanıldığı gibi faktörler belirlenmiştir. Öğrencilerin boy uzunluğu ve vücut ağırlıklarında kendi beyanları esas alınmış olup, öğrencilerin BKİ'leri, DSÖ'nün 2007 yılında çocuk ve adölesanların BKİ değerlerinin hesaplanması için önerdiği WHO AnthroPlus programı (WHO, 2007a) kullanılarak **Çizelge 3.1**'de gösterilmiş olan BKİ Z-skoru sınıflandırılmasına göre değerlendirilmiştir (WHO, 2007b; Karacaören, 2019).

Çizelge 3.1: Adölesan Beden Kütle İndeksi Sınıflandırması

DSÖ'nün 5-19 yaş için BKİ Z-skoru sınıflandırması	
BKİ Z-Skoru	Değerlendirmesi
< -3 SD	Çok zayıf
< -2 SD	Zayıf
> -2 SD – < +1 SD	Normal
> + 1 SD	Hafif şişman
> + 2 SD	Obez

3.3.2 Adölesan beslenme alışkanlıkları kontrol listesi

Adölesanlarda sağlıklı beslenme davranışlarını belirlemek amacıyla Johnson ve diğ., (2002) tarafından geliştirilen “Adolescent Food Habits Checklist (AFHC)” isimli aracın, Türkçe uyarlaması olan “Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL)”nin Arıkan ve diğ., (2012) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılmıştır. Ölçeğin Türk adölesanlarda beslenme alışkanlıklarını değerlendirirken kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu beyan edilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılığı (Cronbach alfa) 0,718 olarak belirlenmiştir. Test – tekrar test puan sonuçlarında çok yüksek korelasyon (r: 0,854) tespit edilmiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması; meyve-sebze tüketimi (6 madde), şeker tüketimi (4 madde), karbonhidrat ve fast food

tüketimi (2 madde), yağ alımı (6 madde), genel diyet durumu (1 madde) ile ilgili toplam 19 sorudan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan sorular “Doğru”, “Yanlış” şeklinde yanıtlanmakta ve her sağlıklı beslenme davranışına 1 puan verilmektedir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 19’dur.

3.3.3 Besin seçim testi

Besin seçiminde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla, Steptoe ve diğ., (1995)’nin geliştirdiği “Food Choice Questionnaire (FCQ)”ölçeği, toplam 9 alt boyut ve 36 sorudan oluşmuştur. Bu alt boyutlar; *sağlık, duygudurum, uygunluk, duyuşal görünüm, doğal içerik, fiyat, ağırlık kontrolü, aşinalık ve etik kaygılardır*. Alt boyutların değerlendirilmesinde kesim noktası kullanılmamakta ve her alt boyut için toplam puanın ortalaması üzerinden değerlendirme yapılmaktadır. Dikmen ve diğ., (2016)’nin yaptığı çalışmada, bu ölçeğin Türkçe uyarlaması olan “Besin Seçim Testi (BST)”nin Türk yetişkin toplumu için besin seçimine etki eden faktörlerin belirlenmesinde geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu saptanmıştır; ölçeğin iç tutarlılığı (Cronbach alfa) 0,90 ve ayrıca test – tekrar test güvenilirlik düzeyi 0,89 ile 0,95 arasında bulunmuştur. Cevahir ve diğ., (2018)’nin yaptığı çalışmada ise, BST’nin Türk adölesan toplumunda besin seçimine etki eden faktörlerin belirlenebilmesi için geçerlilik ve güvenilirliği doğrulanmıştır; ölçeğin iç tutarlılığı (Cronbach alfa) 0,91 ve ayrıca test – tekrar test güvenilirlik düzeyi de 0,97 olarak belirlenmiştir. Ölçekteki sorular için puanlama, 4 puanlı likert tip ölçek (1 = çok önemli değil, 2 = biraz önemli, 3 = orta derecede önemli, 4 = çok önemli) kullanılarak yapılmıştır.

3.3.4 Medya ve beslenme anketi

Öğrencilerin medya kullanımının; beslenme bilgisi, besin tüketimi ve besin tercihlerine olan etkisinin incelenmesi amacıyla araştırmacılar tarafından literatür taraması (Sağlam ve Gümüş, 2019; Dilber ve Dilber, 2013; Mutlu, 2018) yapılarak oluşturulan 23 soru, çalışmanın bu bölümünde öğrencilere yöneltilmiştir.

3.4 Verilerin İstatistiksel Olarak Değerlendirilmesi

Verinin normal dağılıma uygunluğu historam, q-q grafikleri Shapiro-Wilk testi ile yapılmıştır. Grup varyanslarının homojenlik kontrolü Levene testi ile yapılmıştır. İkili gruplar arası karşılaştırılmada nicel değişkenler için Mann-Whitney U testi ve bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. İki'den fazla grup karşılaştırılması Kruskal Wallis (k-independent) ve tek-yönlü varyans analizi (One-way ANOVA) ile yapılmıştır. Çoklu karşılaştırmalar için gruplar arasındaki farklılık Tukey çoklu karşılaştırma testi ve Dunn-Bonferonni testi ile belirlenmiştir. Kategorik değişkenlerin analizinde ki-kare testi (Chi-square test) kullanılmıştır. Tüm hesaplamalarda ve yorumlamalarda istatistik anlamlılık düzeyi $\alpha=0,05$ olarak dikkate alınmıştır. Verinin istatistiksel analizi SPSS v26 (IBM Inc., Chicago, IL, USA) istatistik paket programında yapılmıştır.

4. BULGULAR

4.1 Öğrencilere Ait Demografik Bulgular

Çalışmaya 306'sı kız (%60,4), 201'i erkek (%39,6) olmak üzere toplam 507 lise öğrencisi katılmıştır (**Çizelge 4.1**). Çalışmaya katılan öğrenciler 14-18 yaş aralığında olup, yaş ortalaması $15,96 \pm 1,17$ yıl olarak hesaplanmıştır. Kız öğrencilerin BKİ ortalaması $20,71 \pm 2,71$ kg/m² iken, erkek öğrencilerin BKİ ortalaması $21,77 \pm 3,36$ kg/m²'dir.

Çizelge 4.1: Öğrencilere Ait Demografik Verilerin Dağılımı

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kız	306	60,4
	Erkek	201	39,6
	Toplam	507	100,0
Yaş (yıl)	14	63	12,4
	15	132	26,1
	16	109	21,5
	17	169	33,3
	18	34	6,7
	14-17	473	93,3
	18	34	6,7
Sınıf düzeyi	9	110	21,7
	10	113	22,3
	11	141	27,8
	12	143	28,2
BKİ (kg/m ²)	Zayıf	11	2,1
	Normal	422	83,3
	Hafif kilolu	65	12,8
	Obez	9	1,8

BKİ: Beden Kütle İndeksi

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre BKİ'leri değerlendirildiğinde; BKİ Z-skoruna göre “<-3 SD (çok zayıf)” kategorisinde öğrenci olmadığı belirlenmiştir. Kız öğrencilerin %8,8'i ve erkek öğrencilerin %18,9'u “>+1 SD (hafif kilolu)”, yine kız öğrencilerin %0,7'si ve erkek öğrencilerin %3,5'i “>+ 2 SD (obez)” BKİ Z-skoruna sahiptir (**Çizelge 4.2**).

Çizelge 4.2: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre BKİ Dağılımları

	BKİ Z-Skoru										Toplam	
	< -3 SD (Çok zayıf)		< -2 SD (Zayıf)		> -2 SD – < +1 SD (Normal)		> + 1 SD (Hafif kilolu)		> + 2 SD (Obez)			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Kız	0	0	6	1,9	271	88,6	27	8,8	2	0,7	306	100,0
Erkek	0	0	5	2,5	151	75,1	38	18,9	7	3,5	201	100,0
Toplam	0	0	11	2,2	422	83,2	65	12,8	9	1,8	507	100,0

Öğrencilerin %46,7'si 1-4 yıldır, %53,3'ü 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Öğrencilerin %83,6'sı gün içinde sosyal medyada 1-3 saat, %16,4'ü ise 4 ve üzeri saat vakit geçirdiklerini beyan etmiştir. Bunun yanı sıra beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla, öğrencilerin %33,8'i 1 saat ve üzeri sosyal medya kullandığını, %66,2'si ise sosyal medyayı bu amaçla hiç kullanmadığını belirtmiştir (**Çizelge 4.3**).

Çizelge 4.3: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı

Değişkenler	n	%	
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	1 yıl	21	4,1
	2 yıl	36	7,1
	3 yıl	79	15,6
	4 yıl	101	19,9
	5 yıl ve üzeri	270	53,3
	<i>1-4 yıl</i>	237	46,7
	<i>5 yıl ve üzeri</i>	270	53,3
Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	1 saat	121	23,9
	2 saat	169	33,3
	3 saat	134	26,4
	4 saat	63	12,5
	5 saat ve üzeri	20	3,9
	<i>1-3 saat</i>	424	83,6
	<i>4 saat ve üzeri</i>	83	16,4
Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	0 saat	336	66,2
	1 saat	157	31,0
	2 saat	8	1,6
	3 saat	5	1,0
	4 saat ve üzeri	1	0,2
	<i>Hiç kullanmıyor</i>	336	66,2
<i>1 saat ve üzeri</i>	171	33,8	

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre, sosyal medya kullanım yılları ve sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullanma süreleri arasında anlamlı farklılık vardır ($p < 0,01$) (**Çizelge 4.4**). Kız öğrencilerin %53,6'sı 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını, erkek öğrencilerin %63,7'si ise 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanmakta olduğunu belirtmiştir. Kız öğrencilerin %63,1'i ve erkek öğrencilerin %71,1'i beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla sosyal medyayı kullanmadığını ifade etmiştir. Bununla birlikte, erkek öğrencilere (%24,9) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%35) beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla sosyal medyayı 1 saat kullandığını belirtmiştir.

Çizelge 4.4: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı

Değişkenler	Cinsiyet				χ^2	p			
	Kız		Erkek						
	n	%	n	%					
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	1 yıl	17	5,6	4	2,0	16,294	0,003***		
	2 yıl	24	7,8	12	6,0				
	3 yıl	56	18,3	23	11,4				
	4 yıl	67	21,9	34	16,9				
	5 yıl ve üzeri	142	46,4	128	63,7				
	<i>1-4 yıl</i>	<i>164</i>	<i>53,6</i>	<i>73</i>	<i>36,3</i>			<i>14,545</i>	<i><0,001****</i>
	<i>5 yıl ve üzeri</i>	<i>142</i>	<i>46,4</i>	<i>128</i>	<i>63,7</i>				
Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	1 saat	64	20,9	57	28,4	7,203	0,126 ^a		
	2 saat	105	34,3	64	31,8				
	3 saat	82	26,8	52	25,9				
	4 saat	45	14,7	18	9,0				
	5 saat ve üzeri	10	3,3	10	5,0				
	<i>1-3 saat</i>	<i>251</i>	<i>82,0</i>	<i>173</i>	<i>86,0</i>			<i>1,449</i>	<i>0,140^a</i>
	<i>4 saat ve üzeri</i>	<i>55</i>	<i>18,0</i>	<i>28</i>	<i>14,0</i>				
Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	Hiç kullanmıyor	193	63,1	143	71,1	15,562	0,004***		
	1 saat	107	35,0	50	24,9				
	2 saat	5	1,6	3	1,5				
	3 saat	0	0,0	5	2,5				
	4 saat ve üzeri	1	0,3	0	0,0				
	<i>Hiç kullanmıyor</i>	<i>193</i>	<i>63,1</i>	<i>143</i>	<i>71,1</i>			<i>3,537</i>	<i>0,068^a</i>
	<i>1 saat ve üzeri</i>	<i>113</i>	<i>36,9</i>	<i>58</i>	<i>28,9</i>				

a: Ki-kare testi

: $p < 0,01$, *: $p < 0,001$

Öğrencilerin yaşlarına göre sosyal medya kullanım yılları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,001$). Öğrencilerin sosyal medya kullanım yılları 1-4 yıl ile 5 yıl ve üzeri olacak şekilde iki grupta incelendiğinde; 14 yaşındaki öğrencilerin %77,8'i ve 15 yaşındaki öğrencilerin ise %63,6'sı 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını, 16 yaşındaki öğrencilerin %58,7'si, 17 yaşındaki öğrencilerin %73,4'ü ve 18 yaşındaki öğrencilerin ise %58,8'i 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını ifade etmiştir (**Çizelge 4.5**).

Çizelge 4.5: Öğrencilerin Yaşlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı

Değişkenler		Yaş										χ^2	p		
		14 yaş		15 yaş		16 yaş		17 yaş		18 yaş					
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	1 yıl	11	17,5	6	4,5	2	1,8	1	0,6	1	2,9	97,847	<0,001****		
	2 yıl	8	12,7	20	15,2	4	3,7	3	1,8	1	2,9				
	3 yıl	15	23,8	29	22,0	18	16,5	12	7,1	5	14,7				
	4 yıl	15	23,8	29	22,0	21	19,3	29	17,2	7	20,6				
	5 yıl ve üzeri	14	22,2	48	36,4	64	58,7	124	73,4	20	58,8				
	1-4 yıl	49	77,8	84	63,6	45	41,3	45	26,6	14	41,2			70,494	<0,001****
	5 yıl ve üzeri	14	22,2	48	36,4	64	58,7	124	73,4	20	58,8				
Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	1 saat	17	27,0	32	24,2	20	18,3	35	20,7	17	50,0	36,470	0,002***		
	2 saat	28	44,4	48	36,4	34	31,2	56	33,1	3	8,8				
	3 saat	9	14,3	30	22,7	29	26,6	53	31,4	13	38,2				
	4 saat	6	9,5	16	12,1	20	18,3	20	11,8	1	2,9				
	5 saat ve üzeri	3	4,8	6	4,5	6	5,5	5	3,0	0	0,0				
	1-3 saat	54	85,7	110	83,3	83	76,1	144	85,2	33	97,1			9,678	0,046**
	4 saat ve üzeri	9	14,3	22	16,7	26	23,9	25	14,8	1	2,9				
Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	Hiç kullanmıyor	43	68,3	81	61,4	68	62,4	119	70,4	25	73,5	12,378	0,740 ^a		
	1 saat	17	27,0	46	34,8	37	33,9	48	28,4	9	26,5				
	2 saat	2	3,2	3	2,3	2	1,8	1	0,6	0	0,0				
	3 saat	1	1,6	1	0,8	2	1,8	1	0,6	0	0,0				
	4 saat ve üzeri	0	0,0	1	0,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0				
	Hiç kullanmıyor	43	68,3	81	61,4	68	62,4	119	70,4	25	73,5			4,298	0,366 ^a
	1 saat ve üzeri	20	31,7	51	38,6	41	37,6	50	29,6	9	26,5				

a: Ki-kare testi

*:p<0,05, **:p<0,01, ***:p<0,001

Öğrencilerin yaş gruplarına göre sosyal medyada günlük geçirdikleri süre arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,001$). **Çizelge 4.6**'da öğrencilerin oransal çoğunluğu dikkate alınarak incelendiğinde; 14-17 yaş grubunda bulunan öğrencilerin %35,1'i sosyal medyayı gün içinde 2 saat kullanırken, 18 yaşındaki öğrencilerin %50'si ise sosyal medyayı günde 1 saat kullandığını belirtmiştir.

Çizelge 4.6: Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı

Değişkenler	Yaş				χ^2	p	
	14-17 yaş		18 yaş				
	n	%	n	%			
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	1 yıl	20	4,2	1	2,9	1,497	0,827 ^a
	2 yıl	35	7,4	1	2,9		
	3 yıl	74	15,6	5	14,7		
	4 yıl	94	19,9	7	20,6		
	5 yıl ve üzeri	250	52,9	20	58,8		
	<i>1-4 yıl</i>	223	47,1	14	41,2	0,454	0,594 ^a
	<i>5 yıl ve üzeri</i>	250	52,9	20	58,8		
Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	1 saat	104	22,0	17	50,0	25,439	0,000^{a***}
	2 saat	166	35,1	3	8,8		
	3 saat	121	25,6	13	38,2		
	4 saat	62	13,1	1	2,9		
	5 saat ve üzeri	20	4,2	0	0,0		
	<i>1-3 saat</i>	391	82,7	33	97,1	4,801	0,028^{a*}
	<i>4 saat ve üzeri</i>	82	17,3	1	2,9		
Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	Hiç kullanmıyor	311	65,8	25	73,5	2,473	0,649 ^a
	1 saat	148	31,3	9	26,5		
	2 saat	8	1,7	0	0,0		
	3 saat	5	1,1	0	0,0		
	4 saat ve üzeri	1	0,2	0	0,0		
	<i>Hiç kullanmıyor</i>	311	65,8	25	73,5	0,589	0,453 ^a
	<i>1 saat ve üzeri</i>	162	34,2	9	26,5		

a: Ki-kare testi

*: $p<0,05$, ***: $p<0,001$

Öğrencilerin BKİ'lerine göre sosyal medya kullanım yılları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($p<0,05$). Buna göre, hafif kilolu öğrencilerin %67,7'si 5 ve üzeri yıldır, %32,3'ü ise 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını belirtmiştir (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7: Öğrencilerin BKİ'lerine Göre Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Dağılımı

Değişkenler	BKİ								χ^2	p			
	Zayıf		Normal		Hafif Kilolu		Obez						
	n	%	n	%	n	%	n	%					
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	1 yıl	0	0,0	20	4,7	1	1,5	0	0,0	16,667	0,155 ^a		
	2 yıl	1	9,1	29	6,9	4	6,2	2	22,2				
	3 yıl	1	9,1	68	16,1	7	10,8	3	33,3				
	4 yıl	1	9,1	91	21,6	9	13,8	0	0,0				
	5 yıl ve üzeri	8	72,7	214	50,7	44	67,7	4	44,4				
	<i>1-4 yıl</i>	3	27,3	208	49,3	21	32,3	5	55,6			8,489	0,032 ^{a*}
	<i>5 yıl ve üzeri</i>	8	72,7	214	50,7	44	67,7	4	44,4				
Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	1 saat	2	18,2	107	25,4	9	13,8	3	33,3	14,435	0,269 ^a		
	2 saat	5	45,5	135	32,0	25	38,5	4	44,4				
	3 saat	1	9,1	111	26,3	20	30,8	2	22,2				
	4 saat	1	9,1	53	12,6	9	13,8	0	0,0				
	5 saat ve üzeri	2	18,2	16	3,8	2	3,1	0	0,0				
	<i>1-3 saat</i>	8	72,7	353	83,6	54	83,1	9	100,0			2,487	0,449 ^a
	<i>4 saat ve üzeri</i>	3	27,3	69	16,4	11	16,9	0	0,0				
Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	Hiç kullanmıyor	8	72,7	277	65,6	45	69,2	6	66,7	10,636	0,410 ^a		
	1 saat	2	18,2	133	31,5	19	29,2	3	33,3				
	2 saat	0	0,0	8	1,9	0	0,0	0	0,0				
	3 saat	1	9,1	3	0,7	1	1,5	0	0,0				
	4 saat ve üzeri	0	0,0	1	0,2	0	0,0	0	0,0				
	<i>Hiç kullanmıyor</i>	8	72,7	277	65,6	45	69,2	6	66,7			0,518	0,950 ^a
	<i>1 saat ve üzeri</i>	3	27,3	145	34,4	20	30,8	3	33,3				

a: Ki-kare testi

*: $p<0,05$

4.2 Öğrencilerin Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesine İlişkin Bulgular

Öğrencilerin cinsiyetlerine, yaşlarına ve BKİ'lerine göre aldıkları ortalama ABAKL puanları **Çizelge 4.8**'de özetlenmiştir. Öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı $9,156\pm 4,014$ olarak bulunmuştur. Kız öğrenciler ($9,379\pm 3,959$), erkek öğrencilere kıyasla ($8,816\pm 4,084$) daha yüksek ortalama ABAKL puanına sahiptir ancak aralarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur ($p>0,05$).

Çizelge 4.8: Öğrencilerin Cinsiyetlerine, Yaşlarına ve BKİ'lerine Göre ABAKL Puanları

		ABAKL puanı			p	
		n	$\bar{X}\pm SS$	Ortanca (Min-Max)		
Değişken		507	$9,156\pm 4,014$	9,00 (0,00-19,00)		
Cinsiyet	Kız	306	$9,379\pm 3,959$	9,00 (0,00-19,00)	0,889 ^b	
	Erkek	201	$8,816\pm 4,084$	9,00 (0,00-19,00)		
Yaş (yıl)	14	63	$8,984\pm 3,457$	8,00 (1,00-18,00)	0,357 ^a	
	15	132	$9,538\pm 3,926$	10,00 (0,00-19,00)		
	16	109	$8,826\pm 4,405$	9,00 (1,00-19,00)		
	17	169	$9,059\pm 4,066$	9,00 (0,00-18,00)		
	18	34	$9,529\pm 3,824$	10,00 (2,00-18,00)		
	14-17	473	$9,129\pm 4,030$	9,00 (0,00-19,00)		0,104 ^b
	18	34	$9,529\pm 3,824$	10,00 (2,00-18,00)		
BKİ (kg/m²)	Zayıf	11	$10,000\pm 5,020$	9,00 (4,00-19,00)	0,107 ^a	
	Normal	422	$8,955\pm 4,012$	9,00 (0,00-19,00)		
	Hafif Kilolu	65	$10,046\pm 3,818$	10,00 (2,00-19,00)		
	Obez	9	$11,111\pm 3,219$	11,00 (7,00-17,00)		

BKİ: Beden Kütle İndeksi

a: Kruskal Wallis, b: Mann-Whitney U

Öğrencilerin sosyal medya kullanım durumlarına göre aldıkları ortalama ABAKL puanlarının dağılımı **Çizelge 4.9**'da verilmiştir. 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı ($9,66\pm 3,97$), 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanından ($8,71\pm 4,01$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($p<0,01$). Sosyal medyada günlük 1-3 saat zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanının ($9,441\pm 3,908$), sosyal medyada günlük 4 saat ve üzerinde zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına ($7,699\pm 4,253$) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek

olduğu görülmüştür ($p<0,001$). Sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat ve üzerinde kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı ($11,123\pm3,642$), sosyal medyayı bu amaçla kullanmayan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına ($8,155\pm3,825$) oranla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<0,001$).

Çizelge 4.9: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Durumlarına Göre ABAKL Puanları

		ABAKL puanı			p
		n	$\bar{X}\pm SS$	Ortanca (Min-Max)	
Değişken		507	9,156±4,014	9,00 (0,00-19,00)	
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	1 yıl	21	9,667±3,665	9,00 (4,00-18,00)	0,055 ^a
	2 yıl	36	10,556±4,437	10,00 (3,00-17,00)	
	3 yıl	79	9,456±3,612	8,00 (1,00-19,00)	
	4 yıl	101	9,505±4,132	9,00 (0,00-19,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	8,711±4,009	9,00 (0,00-19,00)	
	<i>1-4 yıl</i>	237	9,66±3,97	9,00 (0,00-19,00)	0,008 ^{b***}
	<i>5 yıl ve üzeri</i>	270	8,71±4,01	9,00 (0,00-19,00)	
Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	1 saat	121	9,736±3,723	10,00 (1,00-18,00) ^x	0,004 ^{a***}
	2 saat	169	9,538±3,745	9,00 (0,00-19,00) ^y	
	3 saat	134	9,052±4,256	9,00 (0,00-18,00) ^{xy}	
	4 saat	63	7,825±4,086	9,00 (0,00-17,00) ^y	
	5 saat ve üzeri	20	7,300±4,835	10,00 (2,00-16,00) ^y	
	<i>1-3 saat</i>	424	9,441±3,908	9,00 (0,00-19,00)	0,000 ^{b***}
	<i>4 saat ve üzeri</i>	83	7,699±4,253	9,00 (0,00-17,00)	
Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	0 saat	336	8,155±3,825	9,00 (0,00-18,00) ^y	0,000 ^{a***}
	1 saat	157	11,032±3,511	9,00 (0,00-19,00) ^x	
	2 saat	8	11,750±3,991	11,00 (1,00-14,00) ^x	
	3 saat	5	11,400±6,189	11,00 (5,00-15,00) ^x	
	4 saat ve üzeri	1	19,000±-	10,00 (10,00-10,00) ^x	
	<i>Hiç kullanmıyor</i>	336	8,155±3,825	9,00 (0,00-18,00)	0,000 ^{b***}
	<i>1 saat ve üzeri</i>	171	11,123±3,642	9,00 (0,00-19,00)	

a: Kruskal Wallis, b: Mann-Whitney U

x,y: Aynı satırda yer alan aynı harfler gruplar arası benzerliği, farklı harfler ise gruplar arası farklılığı göstermektedir.

: $p<0,01$, *: $p<0,001$

4.3 Öğrencilerin Besin Seçim Testine İlişkin Bulgular

Öğrencilerin BST alt boyutlarından almış oldukları puanlar, duyuşal görünüm ($3,05\pm0,030$), duyuş durum ($2,89\pm0,032$), fiyat ($2,82\pm0,784$), sağılık ($2,74\pm0,648$), aşınalık ($2,64\pm0,64$), uygunluk ($2,61\pm0,718$), doğıal içerik ($2,56\pm0,812$), ağırlık kontrolü ($2,39\pm0,818$), etik kaygılar ($2,32\pm0,812$) **izelge 4.10**'da sunulmuştur. Buna göre, en yüksek puan alan alt boyut duyuşal görünüm ardından duyuş durum iken, en düşük puana sahip olan alt boyut ise etik kaygılar olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.10: Öğrencilerin BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	$\bar{X} \pm SS$	Maddeler	$\bar{X} \pm SS$
Sağılık	2,74±0,648	Yüksek posalı olmasıdır	2,01±0,867
		Besin değerinin yüksek olmasıdır	2,80±0,902
		Vitamin ve mineralce zengin olmasıdır	2,85±0,897
		Yüksek protein içermesidir	2,71±0,919
		Beni sağılıklı tutmasıdır	3,23±0,809
		Deri/diş/saç/tırnak vb iyi gelmesidir	2,86±0,994
Duyuş Durum	2,89±0,032	Beni neşelendirmesidir	3,34±0,934
		Stresle baş etmeme yardımcı olmasıdır	2,53±1,121
		Beni uyanık ve alert durumda tutmasıdır	2,77±0,991
		Rahatlamama yardımcı olmasıdır	2,89±1,025
		İyi hissetmemi sağılamasıdır	3,25±0,833
		Hayatla başa ıkıama yardımcı olmasıdır	2,55±1,088
Uygunluk	2,61±0,718	Kolay hazırlanmasıdır	2,48±0,935
		Süpermarketlerden ve dükkanlardan kolayca ulaşılabilir olmasıdır	2,62±0,980
		çok kolay pişirilebiliyor olmasıdır	2,52±1,002
		Hazırlamak için zaman almamasıdır	2,62±0,967
		Yaşadığım veya çalıştığım yere yakın yerlerden kolaylıkla alınmasıdır	2,81±0,961
Duyuşal Görünüm	3,05±0,030	Tadının iyi olmasıdır	3,70±0,629
		Güzel kokmasıdır	3,04±0,998
		Memnun edici dokusunun olmasıdır	2,60±1,033
		Güzel gözükmesidir	2,86±1,022
Doğıal İçerik	2,56±0,812	Katkı maddesi içermemesidir	2,49±1,003
		Doğıal bileşenler içermesidir	2,62±0,955
		Yapay bileşen içermemiş olmasıdır	2,59±0,963
Fiyat	2,82±0,784	Pahalı olmamasıdır	2,62±0,973
		Parasına değmesidir	3,33±0,889
		Ucuz olmasıdır	2,50±1,034
Ağırlık Kontrolü	2,39±0,818	Kalorisinin düşük olmasıdır	2,15±0,977
		Yağ içeriğinin düşük olmasıdır	2,37±0,911
		Vücut ağırlığımı korumaya yardımcı olmasıdır	2,64±1,094
Aşınalık	2,64±0,64	Bildiğim bir besin olmasıdır	3,23±0,887
		çocukken yediğim besinlere benziyor olmasıdır	1,77±0,905
		Genellikle yediğim besin olmasıdır	2,91±0,877
Etik Kaygılar	2,32±0,812	evre dostu bir şekilde paketlenmiş olmasıdır	2,65±1,034
		Politik olarak onayladığım ülkelerden gelmiş olmasıdır	2,11±1,053
		Orijin ülkesinin açık bir biçimde belirtilmiş olmasıdır	2,20±0,998

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre, BST alt boyut puanları **Çizelge 4.11**'de verilmiştir. Cinsiyet karşılaştırmasına göre, erkek öğrencilere kıyasla kız öğrencilerde, duygu durum ($p<0,001$), uygunluk ($p=0,025$), duygusal görünüm ($p=0,007$), ağırlık kontrolü ($p<0,001$), aşinalık ($p=0,004$) ve etik kaygılar ($p=0,002$) alt boyut puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek bulunmuştur ($p<0,05$).

Çizelge 4.11: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Cinsiyet	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	p
Sağlık	Kız	306	2,79±0,643	2,83 (1,00-4,00)	0,100 ^a
	Erkek	201	2,68±0,650	2,67 (1,00-4,00)	
Duygu Durum	Kız	306	2,99±0,691	3,00 (1,00-4,00)	<0,001 ^{****}
	Erkek	201	2,73±0,737	2,83 (1,00-4,00)	
Uygunluk	Kız	306	2,67±0,730	2,60 (1,00-4,00)	0,025 ^{**}
	Erkek	201	2,51±0,689	2,60 (1,00-4,00)	
Duyusal Görünüm	Kız	306	3,11±0,672	3,00 (1,00-4,00)	0,007 ^{**}
	Erkek	201	2,95±0,686	3,00 (1,00-4,00)	
Doğal İçerik	Kız	306	2,61±0,818	2,67 (1,00-4,00)	0,110 ^a
	Erkek	201	2,49±0,798	2,33 (1,00-4,00)	
Fiyat	Kız	306	2,78±0,774	2,67 (1,00-4,00)	0,358 ^a
	Erkek	201	2,86±0,799	3,00 (1,00-4,00)	
Ağırlık Kontrolü	Kız	306	2,50±0,779	2,33 (1,00-4,00)	<0,001 ^{****}
	Erkek	201	2,22±0,849	2,33 (1,66/3,00)	
Aşinalık	Kız	306	2,70±0,642	2,67 (1,00-4,00)	0,004 ^{***}
	Erkek	201	2,54±0,632	2,67 (1,00-4,00)	
Etik Kaygılar	Kız	306	2,41±0,795	2,33 (1,91/3,00)	0,002 ^{***}
	Erkek	201	2,18±0,820	2,00 (1,66/3,00)	

a: Mann-Whitney U

*:p<0,05, **:p<0,01, ***:p<0,001

Öğrencilerin yaşlarına göre, BST alt boyutu etik kaygılar puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır ($p<0,05$). 15 yaşındaki öğrencilerin etik kaygılar alt boyut puanınının ($2,46\pm0,834$), 17 yaşındaki öğrencilerin puanına ($2,17\pm0,766$) kıyasla anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir (**Çizelge 4.12**).

Çizelge 4.12: Öğrencilerin Yaşlarına Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Yaş	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	p
Sağlık	14	63	2,87±0,693	2,83 (1,17-4,00)	0,418 ^a
	15	132	2,75±0,609	2,83 (1,00-4,00)	
	16	109	2,75±0,644	2,83 (1,00-4,00)	
	17	169	2,68±0,658	2,67 (1,00-4,00)	
	18	34	2,77±0,670	3,00 (1,33-3,83)	
	14-17 yaş	473	2,74±0,647	2,83 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,76±0,671	3,00 (1,33-3,83)	
Duygu Durum	14	63	2,97±0,738	3,00 (1,33-4,00)	0,692 ^a
	15	132	2,83±0,648	2,83 (1,17-4,00)	
	16	109	2,89±0,700	2,83 (1,33-4,00)	
	17	169	2,90±0,766	3,00 (1,00-4,00)	
	18	34	2,82±0,820	3,00 (1,00-4,00)	
	14-17 yaş	473	2,89±0,714	3,00 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,82±0,820	3,00 (1,00-4,00)	
Uygunluk	14	63	2,52±0,703	2,60 (1,20-3,80)	0,420 ^a
	15	132	2,59±0,687	2,60 (1,20-4,00)	
	16	109	2,64±0,734	2,60 (1,00-4,00)	
	17	169	2,67±0,743	2,60 (1,00-4,00)	
	18	34	2,43±0,671	2,40 (1,00-3,60)	
	14-17 yaş	473	2,62±0,720	2,60 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,43±0,672	2,40 (1,00-3,60)	
Duyusal Görünüm	14	63	3,06±0,697	3,25 (1,50-4,00)	0,159 ^a
	15	132	3,01±0,647	3,00 (1,25-4,00)	
	16	109	3,05±0,702	3,25 (1,50-4,00)	
	17	169	3,12±0,683	3,25 (1,00-4,00)	
	18	34	2,83±0,699	2,75 (1,00-3,75)	
	14-17 yaş	473	3,06±0,679	3,00 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,83±0,698	2,75 (1,00-3,75)	
Doğal içerik	14	63	2,60±0,856	2,67 (1,00-4,00)	0,695 ^a
	15	132	2,62±0,880	2,67 (1,00-4,00)	
	16	109	2,54±0,786	2,67 (1,00-4,00)	
	17	169	2,50±0,767	2,33 (1,00-4,00)	
	18	34	2,66±0,777	2,67 (1,00-4,00)	
	14-17 yaş	473	2,56±0,815	2,67 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,66±0,776	2,67 (1,00-4,00)	
Fiyat	14	63	2,78±0,842	3,00 (1,00-4,00)	0,168 ^a
	15	132	2,73±0,780	2,67 (1,00-4,00)	
	16	109	2,78±0,742	2,67 (1,00-4,00)	
	17	169	2,95±0,761	3,00 (1,00-4,00)	
	18	34	2,69±0,891	2,67 (1,00-4,00)	
	14-17 yaş	473	2,83±0,815	3,00 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,69±0,891	2,67 (1,00-4,00)	
Ağırlık Kontrolü	14	63	2,37±0,838	2,33 (1,00-4,00)	0,975 ^a
	15	132	2,41±0,814	2,33 (1,00-4,00)	
	16	109	2,41±0,829	2,33 (1,00-4,00)	
	17	169	2,36±0,827	2,33 (1,00-4,00)	
	18	34	2,41±0,766	2,33 (1,00-4,00)	
	14-17 yaş	473	2,39±0,823	2,33 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,41±0,766	2,33 (1,00-4,00)	
Aşınalık	14	63	2,58±0,646	2,67 (1,00-4,00)	0,356 ^a
	15	132	2,69±0,610	2,67 (1,00-4,00)	
	16	109	2,70±0,671	2,67 (1,00-4,00)	
	17	169	2,60±0,627	2,67 (1,00-4,00)	
	18	34	2,51±0,730	2,33 (1,00-3,67)	
	14-17 yaş	473	2,65±0,635	2,67 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,51±0,730	2,33 (1,00-3,67)	
Etik Kaygılar	14	63	2,39±0,811	2,33 (1,00-4,00) ^{xy}	0,043 ^{**}
	15	132	2,46±0,834	2,33 (1,00-4,00) ^y	
	16	109	2,34±0,779	2,33 (1,00-4,00) ^{xy}	
	17	169	2,17±0,766	2,00 (1,00-4,00) ^x	
	18	34	2,36±0,976	2,33 (1,00-3,67) ^{xy}	
	14-17 yaş	473	2,64±0,800	2,33 (1,00-4,00)	
	18 yaş	34	2,36±0,976	2,33 (1,00-3,67)	

a: Kruskal Wallis, b: Mann-Whitney U, *:p<0,05

x,y: Aynı satırda yer alan aynı harfler gruplar arası benzerliği, farklı harfler ise gruplar arası farklılığı göstermektedir.

Öğrencilerin BKİ'lerine göre BST alt boyut puanları **Çizelge 4.13**'de özetlenmiştir; obez öğrencilerin duyusal görünüm alt boyut puanı ($2,64\pm 0,792$), diğer gruplardaki öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük bulunmuştur ($p<0,05$).

Çizelge 4.13: Öğrencilerin BKİ'lerine Göre BST Alt Boyut Puanları

BSTAlt Boyutları	BKİ	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	p
Sağlık	Zayıf	11	2,75 \pm 0,625	2,67 (1,67-3,50)	0,614 ^a
	Normal	422	2,74 \pm 0,634	2,83 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,72 \pm 0,744	2,67 (1,00-4,00)	
	Obez	9	3,04 \pm 0,599	3,00 (2,00-3,83)	
Duygu Durum	Zayıf	11	2,62 \pm 0,785	2,83 (1,17-3,67)	0,337 ^a
	Normal	422	2,92 \pm 0,694	3,00 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,76 \pm 0,820	2,83 (1,00-4,00)	
	Obez	9	2,67 \pm 1,031	2,67 (1,17-4,00)	
Uygunluk	Zayıf	11	2,44 \pm 0,686	2,60 (1,40-3,40)	0,205 ^a
	Normal	422	2,63 \pm 0,715	2,60 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,54 \pm 0,752	2,40 (1,00-1,40)	
	Obez	9	2,27 \pm 0,600	2,20 (1,60-3,60)	
Duyusal Görünüm	Zayıf	11	2,93 \pm 0,845	3,25 (1,50-4,00)	0,042^{a*}
	Normal	422	3,08 \pm 0,666	3,25 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,87 \pm 0,709	3,00 (1,00-4,00)	
	Obez	9	2,64 \pm 0,792	2,50 (1,50-3,75)	
Doğal İçerik	Zayıf	11	2,73 \pm 0,728	2,67 (1,67-4,00)	0,793 ^a
	Normal	422	2,55 \pm 0,805	2,67 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,64 \pm 0,913	2,67 (1,00-4,00)	
	Obez	9	2,52 \pm 0,338	2,33 (2,00-3,00)	
Fiyat	Zayıf	11	3,03 \pm 1,027	3,00 (1,33-4,00)	0,541 ^a
	Normal	422	2,80 \pm 0,784	2,67 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,83 \pm 0,766	3,00 (1,00-4,00)	
	Obez	9	3,11 \pm 0,624	3,00 (2,33-4,00)	
Ağırlık Kontrolü	Zayıf	11	2,42 \pm 0,967	2,33 (1,00-4,00)	0,292 ^a
	Normal	422	2,36 \pm 0,818	2,33 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,51 \pm 0,789	2,67 (1,00-4,00)	
	Obez	9	2,78 \pm 0,817	3,00 (1,33-3,67)	
Aşinalık	Zayıf	11	2,45 \pm 0,501	2,33 (1,67-3,33)	0,629 ^a
	Normal	422	2,65 \pm 0,646	2,67 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,63 \pm 0,632	2,67 (1,00-4,00)	
	Obez	9	2,52 \pm 0,747	2,33 (1,67-3,67)	
Etik Kaygılar	Zayıf	11	2,24 \pm 0,616	2,33 (1,00-3,33)	0,109 ^a
	Normal	422	2,31 \pm 0,804	2,33 (1,00-4,00)	
	Hafif Kilolu	65	2,30 \pm 0,860	2,00 (1,00-4,00)	
	Obez	9	3,00 \pm 0,913	3,33 (1,00-4,00)	

a: Kruskal Wallis

*:p<0,05

Öğrencilerin sosyal medya kullanım yıllarına göre BST alt boyut puanları **Çizelge 4.14**'te verilmiştir. Buna göre, 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin sağlık, aşinalık ve etik kaygılar alt boyut puanlarının, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük olduğu görülmüştür (sırasıyla $p=0,017$, $p=0,025$, $p=0,009$).

Çizelge 4.14: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	P
Sağlık	1 yıl	21	2,97±0,647	3,33 (1,67-3,83)	0,033^{a*}
	2 yıl	36	3,03±0,542	3,00 (1,67-4,00)	
	3 yıl	79	2,77±0,642	2,83 (1,17-4,00)	
	4 yıl	101	2,75±0,630	2,83 (1,00-3,83)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,68±0,659	2,67 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	2,81±0,629	2,83 (1,00-4,00)	0,017^{b*}
	5 yıl ve üzeri	270	2,68±0,659	2,67 (1,00-4,00)	
Duygu Durum	1 yıl	21	3,05±0,820	3,33 (1,50-4,00)	0,770 ^a
	2 yıl	36	2,83±0,816	3,00 (1,00-4,00)	
	3 yıl	79	2,93±0,621	3,00 (1,33-4,00)	
	4 yıl	101	2,87±0,718	3,00 (1,00-4,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,87±0,731	2,83 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	2,90±0,710	3,00 (1,00-4,00)	0,625 ^b
	5 yıl ve üzeri	270	2,87±0,731	2,83 (1,00-4,00)	
Uygunluk	1 yıl	21	2,63±0,690	2,80 (1,00-3,80) ^{xy}	0,043^{a*}
	2 yıl	36	2,46±0,750	2,50 (1,20-4,00) ^{xy}	
	3 yıl	79	2,67±0,686	2,60 (1,20-3,80) ^{xy}	
	4 yıl	101	2,60±0,712	2,60 (1,00-4,00) ^x	
	5 yıl ve üzeri	270	2,62±0,729	2,60 (1,00-4,00) ^y	
	1-4 yıl	237	2,60±0,706	2,60 (1,00-4,00)	0,795 ^b
	5 yıl ve üzeri	270	2,62±0,729	2,60 (1,00-4,00)	
Duyusal Görünüm	1 yıl	21	3,06±0,753	3,00 (1,50-4,00)	0,155 ^a
	2 yıl	36	3,00±0,731	3,00 (1,50-4,00)	
	3 yıl	79	3,07±0,667	3,25 (1,50-4,00)	
	4 yıl	101	3,07±0,633	3,00 (1,50-4,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	3,04±0,696	3,25 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	3,06±0,667	3,00 (1,50-4,00)	0,933 ^b
	5 yıl ve üzeri	270	3,04±0,696	3,25 (1,00-4,00)	
Doğal İçerik	1 yıl	21	2,54±0,792	2,33 (1,33-4,00)	0,057 ^a
	2 yıl	36	2,91±0,827	3,00 (1,33-4,00)	
	3 yıl	79	2,44±0,859	2,33 (1,00-4,00)	
	4 yıl	101	2,58±0,810	2,67 (1,00-4,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,56±0,790	2,67 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	2,58±0,837	2,67 (1,00-4,00)	0,684 ^b
	5 yıl ve üzeri	270	2,56±0,790	2,67 (1,00-4,00)	
Fiyat	1 yıl	21	2,81±0,848	2,67 (1,00-4,00)	0,405 ^a
	2 yıl	36	2,55±0,862	2,50 (1,00-4,00)	
	3 yıl	79	2,83±0,750	3,00 (1,00-4,00)	
	4 yıl	101	2,75±0,832	3,00 (1,00-4,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,88±0,756	3,00 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	2,75±0,812	3,00 (1,00-4,00)	0,158 ^b
	5 yıl ve üzeri	270	2,88±0,756	3,00 (1,00-4,00)	
Ağırlık Kontrolü	1 yıl	21	2,37±0,842	2,33 (1,00-4,00)	0,274 ^a
	2 yıl	36	2,40±0,893	2,50 (1,00-4,00)	
	3 yıl	79	2,50±0,846	2,33 (1,00-4,00)	
	4 yıl	101	2,38±0,737	2,33 (1,00-4,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,36±0,830	2,33 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	2,42±0,805	2,33 (1,00-4,00)	0,338 ^b
	5 yıl ve üzeri	270	2,36±0,830	2,33 (1,00-4,00)	
Aşınalık	1 yıl	21	2,75±0,547	2,67 (1,67-3,67)	0,047^{a*}
	2 yıl	36	2,84±0,737	2,83 (1,00-4,00)	
	3 yıl	79	2,62±0,626	2,67 (1,00-4,00)	
	4 yıl	101	2,68±0,650	2,67 (1,00-3,67)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,59±0,635	2,67 (1,00-4,00)	
	1-4 yıl	237	2,69±0,648	2,67 (1,00-4,00)	0,025^{b*}
	5 yıl ve üzeri	270	2,59±0,635	2,67 (1,00-4,00)	

Çizelge 4.14: (Devamı) Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Yılına Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Süreleri	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	p
Etik Kaygılar	1 yıl	21	2,32±0,687	2,33 (1,00-3,33) ^{xy}	0,001 ^{***}
	2 yıl	36	2,54±0,863	2,67 (1,00-4,00) ^y	
	3 yıl	79	2,40±0,829	2,33 (1,00-4,00) ^{xy}	
	4 yıl	101	2,42±0,820	2,33 (1,00-4,00) ^y	0,009 ^{b**}
	5 yıl ve üzeri	270	2,23±0,800	2,00 (1,00-4,00) ^y	
	1-4 yıl	237	2,42±0,816	2,33 (1,00-4,00)	
	5 yıl ve üzeri	270	2,23±0,800	2,00 (1,00-4,00)	

a: Kruskal Wallis, b: Mann-Whitney U

x,y: Aynı satırda yer alan aynı harfler gruplar arası benzerliği, farklı harfler ise gruplar arası farklılığı göstermektedir.

*:p<0,05, **:p<0,01

Öğrencilerin sosyal medyada günlük geçirdikleri süreye göre BST alt boyut puanları incelendiğinde, sosyal medyada gün içinde 5 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrencilerin, sağlık (p=0,006) ve doğal içerik (p=0,001) alt boyut puanları, 1 saat vakit geçiren öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur (p<0,01) (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15: Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süreye Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	p
Sağlık	1 saat	121	2,84±0,661	2,83 (1,00-4,00) ^x	0,006 ^{***}
	2 saat	169	2,72±0,610	2,67 (1,17-4,00) ^x	
	3 saat	134	2,66±0,662	2,67 (1,00-4,00) ^{xy}	
	4 saat	63	2,77±0,590	2,83 (1,50-3,83) ^{xy}	0,053 ^b
	5 saat ve üzeri	20	2,86±0,884	3,00 (1,00-4,00) ^y	
	1-3 saat	424	2,73±0,644	2,83 (1,00-4,00)	
	4 saat ve üzeri	83	2,79±0,668	2,83 (1,00-4,00)	
Duygu Durum	1 saat	121	2,99±0,740	3,00 (1,00-4,00) ^x	0,007 ^{***}
	2 saat	169	2,91±0,696	3,00 (1,00-4,00) ^y	
	3 saat	134	2,85±0,704	3,00 (1,00-4,00) ^{xy}	
	4 saat	63	2,75±0,731	2,83 (1,50-3,83) ^y	0,688 ^b
	5 saat ve üzeri	20	2,73±0,834	3,00 (1,00-4,00) ^{xy}	
	1-3 saat	424	2,91±0,712	3,00 (1,00-4,00)	
	4 saat ve üzeri	83	2,74±0,752	2,67 (1,17-4,00)	
Uygunluk	1 saat	121	2,57±0,664	2,60 (1,00-4,00)	0,368 ^a
	2 saat	169	2,72±0,690	2,80 (1,00-4,00)	
	3 saat	134	2,57±0,780	2,40 (1,00-4,00)	
	4 saat	63	2,52±0,746	2,40 (1,20-4,00)	0,513 ^b
	5 saat ve üzeri	20	2,46±0,683	2,50 (1,40-4,00)	
	1-3 saat	424	2,63±0,715	2,60 (1,00-4,00)	
	4 saat ve üzeri	83	2,51±0,729	2,40 (1,20-4,00)	

Çizelge 4.15: (Devamı) Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süreye Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Öğrencilerin Sosyal Medyada Günlük Geçirdikleri Süre	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	P
Duyusal Görünüm	1 saat	121	3,06±0,703	3,25 (1,00-4,00)	0,407 ^a
	2 saat	169	3,09±0,703	3,25 (1,00-4,00)	
	3 saat	134	3,04±0,679	3,00 (1,50-4,00)	
	4 saat	63	2,95±0,652	3,25 (1,50-4,00)	
	5 saat ve üzeri	20	3,01±0,456	3,00 (2,25-4,00)	
	1-3 saat	424	3,07±0,694	3,00 (1,00-4,00)	0,640 ^b
	4 saat ve üzeri	83	2,96±0,609	3,00 (1,50-4,00)	
Doğal İçerik	1 saat	121	2,64±0,798	2,67 (1,00-4,00) ^x	0,001 ^{***}
	2 saat	169	2,55±0,791	2,67 (1,00-4,00) ^{xy}	
	3 saat	134	2,52±0,834	2,67 (1,00-4,00) ^{xy}	
	4 saat	63	2,51±0,810	2,67 (1,00-4,00) ^y	
	5 saat ve üzeri	20	2,67±0,961	2,67 (1,00-4,00) ^y	
	1-3 saat	424	2,57±0,807	2,67 (1,00-4,00)	0,605 ^b
	4 saat ve üzeri	83	2,55±0,844	2,67 (1,00-4,00)	
Fiyat	1 saat	121	2,83±0,747	2,67 (1,00-4,00)	0,789 ^a
	2 saat	169	2,85±0,793	3,00 (1,00-4,00)	
	3 saat	134	2,80±0,831	3,00 (1,00-4,00)	
	4 saat	63	2,76±0,813	2,67 (1,00-4,00)	
	5 saat ve üzeri	20	2,73±0,514	2,67 (1,67-4,00)	
	1-3 saat	424	2,83±0,791	3,00 (1,00-4,00)	0,780 ^b
	4 saat ve üzeri	83	2,76±0,750	2,67 (1,00-4,00)	
Ağırlık Kontrolü	1 saat	121	2,44±0,829	2,33 (1,00-4,00)	0,147 ^a
	2 saat	169	2,35±0,858	2,33 (1,00-4,00)	
	3 saat	134	2,38±0,740	2,33 (1,00-4,00)	
	4 saat	63	2,40±0,852	2,33 (1,00-4,00)	
	5 saat ve üzeri	20	2,40±0,870	2,33 (1,00-4,00)	
	1-3 saat	424	2,39±0,812	2,33 (1,00-4,00)	0,330 ^b
	4 saat ve üzeri	83	2,40±0,851	2,33 (1,00-4,00)	
Aşinalık	1 saat	121	2,73±0,658	2,67 (1,00-4,00)	0,514 ^a
	2 saat	169	2,64±0,639	2,67 (1,00-4,00)	
	3 saat	134	2,51±0,670	2,67 (1,00-4,00)	
	4 saat	63	2,67±0,570	2,67 (1,33-4,00)	
	5 saat ve üzeri	20	2,75±0,529	2,67 (1,67-3,67)	
	1-3 saat	424	2,63±0,658	2,67 (1,00-4,00)	0,474 ^b
	4 saat ve üzeri	83	2,69±0,558	2,67 (1,33-4,00)	
Etik Kaygılar	1 saat	121	2,37±0,808	2,33 (1,00-4,00)	0,098 ^a
	2 saat	169	2,34±0,841	2,33 (1,00-4,00)	
	3 saat	134	2,21±0,769	2,00 (1,00-4,00)	
	4 saat	63	2,33±0,812	2,33 (1,00-4,00)	
	5 saat ve üzeri	20	2,58±0,858	2,67 (1,00-4,00)	
	1-3 saat	424	2,31±0,810	2,33 (1,00-4,00)	0,173 ^b
	4 saat ve üzeri	83	2,39±0,824	2,33 (1,00-4,00)	

a: Kruskall Wallis, b: Mann-Whitney U

x,y: Aynı satırda yer alan aynı harfler gruplar arası benzerliği, farklı harfler ise gruplar arası farklılığı göstermektedir.

***:p<0,01

Öğrencilerin sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla geçirdikleri süreye göre BST alt boyut puanları **Çizelge 4.16**'da verilmiştir. Sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat kullanan öğrencilerin sağlık, doğal içerik ve ağırlık kontrolü alt boyut puanları, sosyal medyayı bu amaçla kullanmayan öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (p<0,001).

Çizelge 4.16: Öğrencilerin Sosyal Medyada Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Geçirdikleri Süreye Göre BST Alt Boyut Puanları

BST Alt Boyutları	Öğrencilerin Sosyal Medyayı Beslenme ile İlgili Bilgi Edinmek Amacıyla Kullanma Süreleri	n	$\bar{X} \pm SS$	Ortanca (Min-Max)	p	
Sağlık	Hiç kullanmıyor	336	2,72±0,663	2,67 (1,00-4,00) ^x	<0,001 ^{****}	
	1 saat	157	2,77±0,628	2,83 (1,00-4,00) ^y		
	2 saat	8	2,85±0,382	2,91 (2,33-3,50) ^{xy}		
	3 saat	5	3,10±0,534	3,17 (2,50-3,83) ^{xy}		
	4 saat ve üzeri	1	3,17±-	3,17 (3,17-3,17) ^{xy}		
	Hiç kullanmıyor	336	2,72±0,663	2,67 (1,00-4,00)		0,274 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,79±0,616	2,83 (1,00-4,00)		
Duygu durum	Hiç kullanmıyor	336	2,88±0,721	3,00 (1,00-4,00)	0,371 ^a	
	1 saat	157	2,88±0,711	3,00 (1,00-4,00)		
	2 saat	8	2,92±0,963	3,25 (1,33-4,00)		
	3 saat	5	3,43±0,521	3,67 (2,67-4,00)		
	4 saat ve üzeri	1	3,50±-	3,50 (3,50-3,50)		
	Hiç kullanmıyor	336	2,88±0,721	3,00 (1,00-4,00)		0,595 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,90±0,721	3,00 (1,00-4,00)		
Uygunluk	Hiç kullanmıyor	336	2,61±0,730	2,60 (1,00-4,00)	0,377 ^a	
	1 saat	157	2,58±0,693	2,40 (1,20-4,00)		
	2 saat	8	2,53±0,748	2,70 (1,20-3,40)		
	3 saat	5	3,37±0,384	3,20 (3,00-4,00)		
	4 saat ve üzeri	1	2,60±-	2,60 (2,60-2,60)		
	Hiç kullanmıyor	336	2,61±0,730	2,60 (1,00-4,00)		0,827 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,60±0,697	2,60 (1,20-4,00)		
Duyusal Görünüm	Hiç kullanmıyor	336	3,05±0,688	3,00 (1,00-4,00)	0,514 ^a	
	1 saat	157	3,02±0,681	3,00 (1,00-4,00)		
	2 saat	8	3,06±0,547	3,25 (2,00-3,75)		
	3 saat	5	3,40±0,628	3,50 (2,75-4,00)		
	4 saat ve üzeri	1	3,25±-	3,25 (3,25-3,25)		
	Hiç kullanmıyor	336	3,05±0,688	3,00 (1,00-4,00)		0,771 ^b
	1 saat ve üzeri	171	3,04±0,672	3,00 (1,00-4,00)		
Doğal İçerik	Hiç kullanmıyor	336	2,56±0,822	2,67 (1,00-4,00) ^x	<0,001 ^{****}	
	1 saat	157	2,58±0,802	2,67 (1,00-4,00) ^y		
	2 saat	8	2,54±0,561	2,50 (1,67-3,33) ^{xy}		
	3 saat	5	2,33±0,623	2,00 (1,67-3,00) ^{xy}		
	4 saat ve üzeri	1	4,00±-	4,00 (4,00-4,00) ^{xy}		
	Hiç kullanmıyor	336	2,56±0,822	2,67 (1,00-4,00)		0,831 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,58±0,792	2,67 (1,00-4,00)		
Fiyat	Hiç kullanmıyor	336	2,84±0,767	3,00 (1,00-4,00)	0,039 ^{**}	
	1 saat	157	2,81±0,813	2,67 (1,00-4,00)		
	2 saat	8	2,17±0,756	2,17 (1,00-3,67)		
	3 saat	5	2,87±0,870	2,67 (1,67-4,00)		
	4 saat ve üzeri	1	2,00±-	2,00 (2,00-2,00)		
	Hiç kullanmıyor	336	2,84±0,767	3,00 (1,00-4,00)		0,420 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,78±0,819	2,67 (1,00-4,00)		
Ağırlık Kontrolü	Hiç kullanmıyor	336	2,37±0,816	2,33 (1,00-4,00) ^x	<0,001 ^{****}	
	1 saat	157	2,41±0,829	2,33 (1,00-4,00) ^y		
	2 saat	8	2,42±0,971	2,33 (1,00-3,67) ^y		
	3 saat	5	2,67±0,667	3,00 (1,67-3,33) ^{xy}		
	4 saat ve üzeri	1	2,67±-	2,67 (2,67-2,67) ^{xy}		
	Hiç kullanmıyor	336	2,37±0,816	2,33 (1,00-4,00)		0,532 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,42±0,826	2,33 (1,00-4,00)		
Aşinalık	Hiç kullanmıyor	336	2,64±0,653	2,67 (1,00-4,00)	0,297 ^a	
	1 saat	157	2,58±0,603	2,67 (1,00-4,00)		
	2 saat	8	3,13±0,640	3,33 (2,00-3,67)		
	3 saat	5	3,20±0,558	3,33 (2,33-3,67)		
	4 saat ve üzeri	1	3,33±-	3,33 (3,33-3,33)		
	Hiç kullanmıyor	336	2,64±0,653	2,67 (1,00-4,00)		0,609 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,62±0,620	2,67 (1,00-4,00)		
Etik Kaygılar	Hiç kullanmıyor	336	2,31±0,824	2,33 (1,00-4,00) ^x	0,001 ^{****}	
	1 saat	157	2,30±0,789	2,33 (1,00-4,00) ^y		
	2 saat	8	2,83±0,437	2,83 (2,33-3,67) ^{xy}		
	3 saat	5	2,67±0,781	3,00 (1,67-3,33) ^{xy}		
	4 saat ve üzeri	1	4,00±-	4,00 (4,00-4,00) ^{xy}		
	Hiç kullanmıyor	336	2,31±0,824	2,33 (1,00-4,00)		0,573 ^b
	1 saat ve üzeri	171	2,35±0,790	2,33 (1,00-4,00)		

a: Kruskal Wallis, b: Mann-Whitney U, *:p<0,05, **:p<0,01, ***:p<0,001, x,y: Aynı satırda yer alan aynı harfler gruplar arası benzerliği, farklı harfler ise gruplar arası farklılığı göstermektedir.

BST alt boyutları ile ABAKL puanı arasındaki korelasyon **Çizelge 4.17**'de verilmiştir. Buna göre, ABAKL puanı ile BST uygunluk ($r=-0,191$, $p<0,001$), duyuşal görünüml ($r=-0,322$, $p<0,001$) ve fiyat ($r=-0,196$, $p<0,001$) alt boyutları arasında negatif yönde düşük düzeyde korelasyon bulunmuştur; etik kaygılar ($r=0,280$, $p<0,001$), doğal içerik ($r=0,511$, $p<0,001$) pozitif yönde düşük düzeyde, sağlık ($r=0,554$, $p<0,001$) pozitif yönde orta düzeyde ve ağırlık kontrolü ($r=0,625$ $p<0,001$) arasında pozitif yönde güçlü düzeyde korelasyon bulunmuştur.

Çizelge 4.17: BST Alt Boyutları ile ABAKL Puanı Arasındaki Korelasyon

Değişkenler	ABAKL	BST Sağlık	BST Duygu Durum	BST Uygunluk	BST Duyusal Görünüml	BST Doğal İçerik	BST Fiyat	BST Ağırlık Kontrolü	BST Aşınalık	BST Etik Kaygılar
ABAKL	1,000									
BST Sağlık	0,554 ^a	1,000								
BST Duygu Durum	-0,079 ^a	0,253 ^a	1,000							
BST Uygunluk	-0,191 ^a	-0,014 ^a	0,423 ^a	1,000						
BST Duyusal Görünüml	-0,322 ^a	-0,056 ^a	0,550 ^a	0,429 ^a	1,000					
BST Doğal İçerik	0,511 ^a	0,685 ^a	0,081 ^a	-0,137 ^a	-0,128 ^a	1,000				
BST Fiyat	-0,196 ^a	-0,107 ^a	0,276 ^a	0,440 ^a	0,356 ^a	0,143 ^a	1,000			
BST Ağırlık Kontrolü	0,625 ^a	0,586 ^a	0,087 ^a	-0,019 ^a	-0,132 ^a	0,521 ^a	-0,116 ^a	1,000		
BST Aşınalık	0,039 ^a	0,275 ^a	0,262 ^a	0,246 ^a	0,289 ^a	0,213 ^a	0,086 ^a	0,104 ^a	1,000	
BST Etik Kaygılar	0,280 ^a	0,485 ^a	0,268 ^a	-0,023 ^a	0,077 ^a	0,490 ^a	-0,106 ^a	0,315 ^a	0,365 ^a	1,000

a: Pearson Korelasyon

4.4 Öğrencilerin Medya ve Beslenme Anketine İlişkin Bulgular

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre medya ve beslenme anketi yanıtları **Çizelge 4.18**'de verilmiştir. Buna göre; “3. *Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.*” sorusunun yanıtları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiyor olsa da ($p>0,05$), bu soru için kız (%45,8) ve erkek öğrencilerin (%35,8) büyük bir kısmı “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir. “5. *Medyadaki besin ile ilgili reklamlar besin tercihimizi etkiler.*” sorusuna erkek öğrencilere (%25,4) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%30,7) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir ($p<0,001$). “11. *Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.*” sorusuna kız öğrencilerin %41,2’si ve erkek öğrencilerin %32,8’i “*katılıyorum*” şeklinde cevap vermiştir ve yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir ($p<0,001$). “17. *Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.*” sorusuna kız öğrencilerin %32,4’ünün “*katılmıyorum*”, erkek öğrencilerin ise %38,3’ünün “*kesinlikle katılmıyorum*” yanıtı verdiği görülmüştür ($p<0,01$). “18. *Sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ederim.*” sorusuna erkek öğrencilere (%10) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%30,7) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir ($p<0,001$). “19. *İnternette karşıma yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.*” sorusuna kız öğrencilerin %37,6’sı ile erkek öğrencilerin %29,9’unun “*kesinlikle katılıyorum*” yanıtı verdiği belirlenmiştir ($p<0,01$). “20. *Medyadan etkilenerek aldığım ürünler genellikle cips, çikolata, şeker, içecek, dondurma ve fast food yiyeceklerdir.*” sorusuna erkek öğrencilere kıyasla (%20,4) daha yüksek oranda kız öğrenci (%26,5) “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir ancak, istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).

Çizelge 4.18: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		Cinsiyet				χ^2	p
		Kız		Erkek			
		n	%	n	%		
1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	18	5,9	27	13,4	14,768	0,005 ^{a**}
	Katılmıyorum	59	19,3	52	25,9		
	Kararsızım	88	28,8	54	26,9		
	Katılıyorum	108	35,3	52	25,9		
	Kesinlikle katılıyorum	33	10,8	16	8,0		
2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim.	Kesinlikle katılmıyorum	21	6,9	35	17,4	14,641	0,006 ^{a**}
	Katılmıyorum	101	33,0	62	30,8		
	Kararsızım	101	33,0	52	25,9		
	Katılıyorum	70	22,9	45	22,4		
	Kesinlikle katılıyorum	13	4,2	7	3,5		
3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.	Kesinlikle katılmıyorum	19	6,2	21	10,4	8,962	0,062 ^a
	Katılmıyorum	51	16,7	46	22,9		
	Kararsızım	50	16,3	37	18,4		
	Katılıyorum	140	45,8	72	35,8		
	Kesinlikle katılıyorum	46	15,0	25	12,4		
4. Televizyon programının içeriği besin tüketimimi etkiler.	Kesinlikle katılmıyorum	45	14,7	57	28,4	14,506	0,006 ^{a**}
	Katılmıyorum	96	31,4	50	24,9		
	Kararsızım	59	19,3	31	15,4		
	Katılıyorum	77	25,2	47	23,4		
	Kesinlikle katılıyorum	29	9,5	16	8,0		
5. Medyadaki besin ile ilgili reklamlar besin tercihimizi etkiler.	Kesinlikle katılmıyorum	41	13,4	62	30,8	23,101	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	85	27,8	42	20,9		
	Kararsızım	59	19,3	30	14,9		
	Katılıyorum	94	30,7	51	25,4		
	Kesinlikle katılıyorum	27	8,8	16	8,0		
6. Televizyondaki yemek programlarını izlemeye çalışırım.	Kesinlikle katılmıyorum	80	26,1	83	41,3	13,692	0,008 ^{a**}
	Katılmıyorum	79	25,8	41	20,4		
	Kararsızım	41	13,4	26	12,9		
	Katılıyorum	78	25,5	36	17,9		
	Kesinlikle katılıyorum	28	9,2	15	7,5		
7. Televizyonda yemek programlarındaki sağlıklı tarifleri bende yapmaya çalışırım.	Kesinlikle katılmıyorum	64	20,9	96	47,8	48,344	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	90	29,4	57	28,4		
	Kararsızım	52	17,0	18	9,0		
	Katılıyorum	73	23,9	22	10,9		
	Kesinlikle katılıyorum	27	8,8	8	4,0		
8. Televizyondaki yemek programlarını izlemek iştahımı artırır.	Kesinlikle katılmıyorum	31	10,1	45	22,4	15,350	0,004 ^{a**}
	Katılmıyorum	39	12,7	28	13,9		
	Kararsızım	29	9,5	16	8,0		
	Katılıyorum	86	28,1	47	23,4		
	Kesinlikle katılıyorum	121	39,5	65	32,3		
9. Sağlıklı beslenme ile ilgili programları mutlaka izlerim.	Kesinlikle katılmıyorum	44	14,4	65	32,3	37,132	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	95	31,0	76	37,8		
	Kararsızım	102	33,3	38	18,9		
	Katılıyorum	58	19,0	18	9,0		
	Kesinlikle katılıyorum	7	2,3	4	2,0		
10. Medyada beslenme ile ilgili açıklama yapan kişilerin mesleği benim için önemlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	17	5,6	40	19,9	28,603	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	28	9,2	24	11,9		
	Kararsızım	47	15,4	24	11,9		
	Katılıyorum	136	44,4	78	38,8		
	Kesinlikle katılıyorum	78	25,5	35	17,4		
11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	19	6,2	38	18,9	37,723	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	34	11,1	40	19,9		
	Kararsızım	52	17,0	35	17,4		
	Katılıyorum	126	41,2	66	32,8		
	Kesinlikle katılıyorum	75	24,5	22	10,9		
12. Medyada bahsedilen popüler diyetleri takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	79	25,8	102	50,7	44,217	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	104	34,0	62	30,8		
	Kararsızım	70	22,9	22	10,9		
	Katılıyorum	42	13,7	7	3,5		
	Kesinlikle katılıyorum	11	3,6	8	4,0		
13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir.	Kesinlikle katılmıyorum	30	9,8	40	19,9	20,705	0,000 ^{a***}
	Katılmıyorum	65	21,2	61	30,3		
	Kararsızım	90	29,4	45	22,4		
	Katılıyorum	97	31,7	46	22,9		
	Kesinlikle katılıyorum	24	7,8	9	4,5		

Çizelge 4.18: (Devamı) Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		Cinsiyet				χ^2	p
		Kız		Erkek			
		n	%	n	%		
14. Reklamlardaki kişiler besin tercihimi etkiler.	Kesinlikle katılmıyorum	96	31,4	88	43,8	8,596	0,072 ^a
	Katılmıyorum	111	36,3	56	27,9		
	Kararsızım	44	14,4	27	13,4		
	Katılıyorum	42	13,7	22	10,9		
	Kesinlikle katılıyorum	13	4,2	8	4,0		
15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	35	11,4	79	39,3	67,648	0,000 ^{***}
	Katılmıyorum	91	29,7	62	30,8		
	Kararsızım	63	20,6	31	15,4		
	Katılıyorum	85	27,8	22	10,9		
	Kesinlikle katılıyorum	32	10,5	7	3,5		
16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	76	24,8	104	51,7	42,844	0,000 ^{***}
	Katılmıyorum	100	32,7	54	26,9		
	Kararsızım	67	21,9	18	9,0		
	Katılıyorum	53	17,3	21	10,4		
	Kesinlikle katılıyorum	10	3,3	4	2,0		
17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.	Kesinlikle katılmıyorum	65	21,2	77	38,3	19,723	0,001 ^{**}
	Katılmıyorum	99	32,4	60	29,9		
	Kararsızım	79	25,8	37	18,4		
	Katılıyorum	55	18,0	22	10,9		
	Kesinlikle katılıyorum	8	2,6	5	2,5		
18. Sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	42	13,7	72	35,8	50,952	0,000 ^{***}
	Katılmıyorum	77	25,2	57	28,4		
	Kararsızım	72	23,5	40	19,9		
	Katılıyorum	94	30,7	20	10,0		
	Kesinlikle katılıyorum	21	6,9	12	6,0		
19. İnternette karşıma yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.	Kesinlikle katılmıyorum	34	11,1	42	20,9	13,827	0,008 ^{**}
	Katılmıyorum	36	11,8	32	15,9		
	Kararsızım	34	11,1	24	11,9		
	Katılıyorum	87	28,4	43	21,4		
	Kesinlikle katılıyorum	115	37,6	60	29,9		
20. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle çips, çikolata, şeker, içecek, dondurma ve fast food yiyeceklerdir.	Kesinlikle katılmıyorum	63	20,6	61	30,3	8,877	0,064 ^a
	Katılmıyorum	73	23,9	36	17,9		
	Kararsızım	43	14,1	32	15,9		
	Katılıyorum	81	26,5	41	20,4		
	Kesinlikle katılıyorum	46	15,0	31	15,4		
21. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle; süt ve ürünleri, baklagiller, et ve ürünleri, yağ, dondurulmuş besinler ve konserve ürünlerdir.	Kesinlikle katılmıyorum	46	15,0	48	23,9	19,997	0,001 ^{**}
	Katılmıyorum	111	36,3	44	21,9		
	Kararsızım	97	31,7	57	28,4		
	Katılıyorum	44	14,4	39	19,4		
	Kesinlikle katılıyorum	8	2,6	13	6,5		
22. İnsan sağlığını tehdit eden markaların isimlerine internette bakarak ürünlerini satın almamaya dikkat ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	12	3,9	29	14,4	24,930	0,000 ^{***}
	Katılmıyorum	48	15,7	30	14,9		
	Kararsızım	66	21,6	38	18,9		
	Katılıyorum	122	39,9	54	26,9		
	Kesinlikle katılıyorum	58	19,0	50	24,9		
23. Medyadaki bilgilerin kaynağını mutlaka araştırırım.	Kesinlikle katılmıyorum	26	8,5	29	14,4	11,127	0,025 ^{a*}
	Katılmıyorum	57	18,6	27	13,4		
	Kararsızım	91	29,7	44	21,9		
	Katılıyorum	83	27,1	70	34,8		
	Kesinlikle katılıyorum	49	16,0	31	15,4		

a: Ki-kare testi, *: p<0,05, **: p<0,01, ***: p<0,001

Öğrencilerin yaş gruplarına göre medya ve beslenme anketi yanıtları **Çizelge 4.19**'da verilmiştir. Buna göre, “22. İnsan sağlığını tehdit eden markaların isimlerine internette bakarak ürünlerini satın almamaya dikkat ederim.” sorusuna istatistiksel olarak anlamlı düzeyde, 14-17 yaş grubundaki öğrencilerin %36,2’si “katılıyorum” yanıtı verirken, 18 yaşındaki öğrencilerin %41,2’sinin “kararsızım” yanıtı verdiği görülmüştür (p<0,05).

Çizelge 4.19: Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		Yaş grupları				χ^2	p
		14-17 yaş		18 yaş			
		n	%	n	%		
1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	42	8,9	3	8,8	20,493	0,646 ^a
	Katılmıyorum	103	21,8	8	23,5		
	Kararsızım	130	27,5	12	35,3		
	Katılıyorum	150	31,7	10	29,4		
	Kesinlikle katılıyorum	48	10,1	1	2,9		
2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim.	Kesinlikle katılmıyorum	51	10,8	5	14,7	20,714	0,607 ^a
	Katılmıyorum	150	31,7	13	38,2		
	Kararsızım	143	30,2	10	29,4		
	Katılıyorum	109	23,0	6	17,6		
	Kesinlikle katılıyorum	20	4,2	0	0,0		
3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.	Kesinlikle katılmıyorum	38	8,0	2	5,9	60,788	0,148 ^a
	Katılmıyorum	93	19,7	4	11,8		
	Kararsızım	85	18,0	2	5,9		
	Katılıyorum	192	40,6	20	58,8		
	Kesinlikle katılıyorum	65	13,7	6	17,6		
4. Televizyon programının içeriği besin tüketimimi etkiler.	Kesinlikle katılmıyorum	92	19,5	10	29,4	70,226	0,124 ^a
	Katılmıyorum	139	29,4	7	20,6		
	Kararsızım	81	17,1	9	26,5		
	Katılıyorum	116	24,5	8	23,5		
	Kesinlikle katılıyorum	45	9,5	0	0,0		
5. Medyadaki besin ile ilgili reklamlar besin tercihimizi etkiler.	Kesinlikle katılmıyorum	95	20,1	8	23,5	60,565	0,161 ^a
	Katılmıyorum	115	24,3	12	35,3		
	Kararsızım	86	18,2	3	8,8		
	Katılıyorum	134	28,3	11	32,4		
	Kesinlikle katılıyorum	43	9,1	0	0,0		
6. Televizyondaki yemek programlarını izlemeye çalışırım.	Kesinlikle katılmıyorum	150	31,7	13	38,2	10,558	0,816 ^a
	Katılmıyorum	114	24,1	6	17,6		
	Kararsızım	63	13,3	4	11,8		
	Katılıyorum	107	22,6	7	20,6		
	Kesinlikle katılıyorum	39	8,2	4	11,8		
7. Televizyonda yemek programlarındaki sağlıklı tarifleri bende yapmaya çalışırım.	Kesinlikle katılmıyorum	146	30,9	14	41,2	30,312	0,507 ^a
	Katılmıyorum	138	29,2	9	26,5		
	Kararsızım	64	13,5	6	17,6		
	Katılıyorum	91	19,2	4	11,8		
	Kesinlikle katılıyorum	34	7,2	1	2,9		
8. Televizyondaki yemek programlarını izlemek iştahımı artırır.	Kesinlikle katılmıyorum	69	14,6	7	20,6	50,692	0,223 ^a
	Katılmıyorum	65	13,7	2	5,9		
	Kararsızım	39	8,2	6	17,6		
	Katılıyorum	125	26,4	8	23,5		
	Kesinlikle katılıyorum	175	37,0	11	32,4		
9. Sağlıklı beslenme ile ilgili programları mutlaka izlerim.	Kesinlikle katılmıyorum	97	20,5	12	35,3	40,941	0,293 ^a
	Katılmıyorum	160	33,8	11	32,4		
	Kararsızım	133	28,1	7	20,6		
	Katılıyorum	72	15,2	4	11,8		
	Kesinlikle katılıyorum	11	2,3	0	0,0		
10. Medyada beslenme ile ilgili açıklama yapan kişilerin mesleği benim için önemlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	50	10,6	7	20,6	70,854	0,097 ^a
	Katılmıyorum	49	10,4	3	8,8		
	Kararsızım	65	13,7	6	17,6		
	Katılıyorum	198	41,9	16	47,1		
	Kesinlikle katılıyorum	111	23,5	2	5,9		
11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	50	10,6	7	20,6	60,576	0,160 ^a
	Katılmıyorum	66	14,0	8	23,5		
	Kararsızım	82	17,3	5	14,7		
	Katılıyorum	183	38,7	9	26,5		
	Kesinlikle katılıyorum	92	19,5	5	14,7		
12. Medyada bahsedilen popüler diyetleri takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	166	35,1	15	44,1	40,073	0,396 ^a
	Katılmıyorum	154	32,6	12	35,3		
	Kararsızım	89	18,8	3	8,8		
	Katılıyorum	45	9,5	4	11,8		
	Kesinlikle katılıyorum	19	4,0	0	0,0		
13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir.	Kesinlikle katılmıyorum	64	13,5	6	17,6	30,609	0,462 ^a
	Katılmıyorum	117	24,7	9	26,5		
	Kararsızım	123	26,0	12	35,3		
	Katılıyorum	137	29,0	6	17,6		
	Kesinlikle katılıyorum	32	6,8	1	2,9		

Çizelge 4.19: (Devamı) Öğrencilerin Yaş Gruplarına Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		Yaş grupları				χ^2	p
		14-17 yaş		18 yaş			
		n	%	n	%		
14. Reklamlardaki kişiler besin tercihimizi etkiler.	Kesinlikle katılmıyorum	169	35,7	15	44,1	20,581	0,630 ^a
	Katılmıyorum	159	33,6	8	23,5		
	Kararsızım	67	14,2	4	11,8		
	Katılıyorum	58	12,3	6	17,6		
	Kesinlikle katılıyorum	20	4,2	1	2,9		
15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	104	22,0	10	29,4	30,779	0,437 ^a
	Katılmıyorum	140	29,6	13	38,2		
	Kararsızım	91	19,2	3	8,8		
	Katılıyorum	101	21,4	6	17,6		
	Kesinlikle katılıyorum	37	7,8	2	5,9		
16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	164	34,7	16	47,1	40,870	0,301 ^a
	Katılmıyorum	142	30,0	12	35,3		
	Kararsızım	82	17,3	3	8,8		
	Katılıyorum	71	15,0	3	8,8		
	Kesinlikle katılıyorum	14	3,0	0	0,0		
17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.	Kesinlikle katılmıyorum	129	27,3	13	38,2	60,954	0,138 ^a
	Katılmıyorum	154	32,6	5	14,7		
	Kararsızım	105	22,2	11	32,4		
	Katılıyorum	72	15,2	5	14,7		
	Kesinlikle katılıyorum	13	2,7	0	0,0		
18. Sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	106	22,4	8	23,5	10,558	0,816 ^a
	Katılmıyorum	123	26,0	11	32,4		
	Kararsızım	106	22,4	6	17,6		
	Katılıyorum	106	22,4	8	23,5		
	Kesinlikle katılıyorum	32	6,8	1	2,9		
19. İnternette karşıma yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.	Kesinlikle katılmıyorum	70	14,8	6	17,6	50,626	0,229 ^a
	Katılmıyorum	63	13,3	5	14,7		
	Kararsızım	51	10,8	7	20,6		
	Katılıyorum	126	26,6	4	11,8		
	Kesinlikle katılıyorum	163	34,5	12	35,3		
20. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle çips, çikolata, şeker, içecek, dondurma ve fast food yiyeceklerdir.	Kesinlikle katılmıyorum	116	24,5	8	23,5	50,535	0,237 ^a
	Katılmıyorum	97	20,5	12	35,3		
	Kararsızım	70	14,8	5	14,7		
	Katılıyorum	118	24,9	4	11,8		
	Kesinlikle katılıyorum	72	15,2	5	14,7		
21. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle; süt ve ürünleri, baklagiller, et ve ürünleri, yağ, dondurulmuş besinler ve konserve ürünlerdir.	Kesinlikle katılmıyorum	85	18,0	9	26,5	50,160	0,271 ^a
	Katılmıyorum	145	30,7	10	29,4		
	Kararsızım	148	31,3	6	17,6		
	Katılıyorum	77	16,3	6	17,6		
	Kesinlikle katılıyorum	18	3,8	3	8,8		
22. İnsan sağlığını tehdit eden markaların isimlerine internette bakarak ürünlerini satın almamaya dikkat ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	38	8,0	3	8,8	120,163	0,016 ^{a*}
	Katılmıyorum	72	15,2	6	17,6		
	Kararsızım	90	19,0	14	41,2		
	Katılıyorum	171	36,2	5	14,7		
	Kesinlikle katılıyorum	102	21,6	6	17,6		
23. Medyadaki bilgilerin kaynağını mutlaka araştırırım.	Kesinlikle katılmıyorum	53	11,2	2	5,9	20,261	0,688 ^a
	Katılmıyorum	78	16,5	6	17,6		
	Kararsızım	123	26,0	12	35,3		
	Katılıyorum	143	30,2	10	29,4		
	Kesinlikle katılıyorum	76	16,1	4	11,8		

a: Ki-kare testi, *:p<0,05

Öğrencilerin BKİ'lerine göre, medya ve beslenme anketi yanıtları incelendiğinde (Çizelge 4.20), “11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.” sorusuna normal vücut ağırlığına sahip olan öğrencilerin %39,8'i ile obez öğrencilerin %57,1'i “katılıyorum” yanıtı verirken, hafif kilolu öğrencilerin %24,6'sının “katılmıyorum” şeklinde yanıt verdiği görülmüştür ve sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<0,01). “19. İnternette karşıma yemek

videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.” sorusuna istatistiksel olarak anlamlı düzeyde, zayıf öğrencilerin %45,5’i ve hafif kilolu öğrencilerin %35,4’ü “*katılıyorum*”, normal vücut ağırlığına sahip olan öğrencilerin %36,7’si “*kesinlikle katılıyorum*” şeklinde yanıt verirken, obez öğrencilerin ise %44,4’ü “*kesinlikle katılmıyorum*” şeklinde yanıt vermiştir (p<0,01).

Çizelge 4.20: Öğrencilerin BKİ’lerine Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		BKİ								χ^2	p
		Zayıf		Normal		Hafif Kilolu		Obez			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim.	K. katılmıyorum	1	9,1	38	9,0	5	7,7	1	11,1	10,247	0,518 ^a
	Katılmıyorum	4	36,4	94	22,3	13	20,0	0	0,0		
	Kararsızım	2	18,2	111	26,3	25	38,5	4	44,4		
	Katılıyorum	4	36,4	136	32,2	16	24,6	4	44,4		
2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim.	K. katılmıyorum	0	0,0	43	10,2	6	9,2	0	0,0	14,687	0,174 ^a
	Katılmıyorum	5	45,5	130	30,8	27	41,5	1	11,1		
	Kararsızım	3	27,3	134	31,8	12	18,5	4	44,4		
	Katılıyorum	2	18,2	98	23,2	12	18,5	3	33,3		
3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.	K. katılmıyorum	1	9,1	17	4,0	2	3,1	0	0,0	9,269	0,614 ^a
	Katılmıyorum	3	27,3	77	18,2	15	23,1	2	22,2		
	Kararsızım	4	36,4	70	16,6	10	15,4	3	33,3		
	Katılıyorum	3	27,3	181	42,9	26	40,0	2	22,2		
4. Televizyon programının içeriği besin tüketimimi etkiler.	K. katılmıyorum	1	9,1	61	14,5	7	10,8	2	22,2	12,011	0,371 ^a
	Katılmıyorum	2	18,2	78	18,5	21	32,3	1	11,1		
	Kararsızım	3	27,3	71	16,8	13	20,0	3	33,3		
	Katılıyorum	4	36,4	106	25,1	12	18,5	2	22,2		
5. Medyadaki besin ile ilgili reklamlar besin tercihimizi etkiler.	K. katılmıyorum	0	0,0	40	9,5	5	7,7	0	0,0	13,454	0,261 ^a
	Katılmıyorum	3	27,3	76	18,0	22	33,8	2	22,2		
	Kararsızım	2	18,2	78	18,5	8	12,3	1	11,1		
	Katılıyorum	1	9,1	125	29,6	16	24,6	3	33,3		
6. Televizyondaki yemek programlarını izlemeye çalışırım.	K. katılmıyorum	0	0,0	37	8,8	5	7,7	1	11,1	13,978	0,221 ^a
	Katılmıyorum	4	36,4	130	30,8	26	40,0	3	33,3		
	Kararsızım	2	18,2	107	25,4	11	16,9	0	0		
	Katılıyorum	3	27,3	49	11,6	12	18,5	3	33,3		
7. Televizyonda yemek programlarındaki sağlıklı tarifleri bende yapmaya çalışırım.	K. katılmıyorum	2	18,2	99	23,5	11	16,9	2	22,2	7,995	0,758 ^a
	Katılmıyorum	4	36,4	127	30,1	27	41,5	2	22,2		
	Kararsızım	0	0,0	61	14,5	7	10,8	2	22,2		
	Katılıyorum	2	18,2	79	18,7	12	18,5	2	22,2		
8. Televizyondaki yemek programlarını izlemek iştahımı artırır.	K. katılmıyorum	0	0,0	30	7,1	4	6,2	1	11,1	16,059	0,120 ^a
	Katılmıyorum	1	9,1	61	14,5	12	18,5	2	22,2		
	Kararsızım	3	27,3	50	11,8	12	18,5	2	22,2		
	Katılıyorum	4	36,4	109	25,8	17	26,2	3	33,3		
9. Sağlıklı beslenme ile ilgili programları mutlaka izlerim.	K. katılmıyorum	3	27,3	167	39,6	15	23,1	1	11,1	17,944	0,071 ^a
	Katılmıyorum	1	9,1	85	20,1	21	32,3	2	22,2		
	Kararsızım	7	63,6	136	32,2	26	40,0	2	22,2		
	Katılıyorum	2	18,2	122	28,9	14	21,5	2	22,2		
10. Medyada beslenme ile ilgili açıklama yapan kişilerin mesleği benim için önemlidir.	K. katılmıyorum	1	9,1	69	16,4	3	4,6	3	33,3	14,920	0,163 ^a
	Katılmıyorum	0	0,0	10	2,4	1	1,5	0	0,0		
	Kararsızım	0	0,0	44	5,8	11	10,0	2	11,8		
	Katılıyorum	2	10,0	41	5,4	8	7,3	1	5,9		
11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.	K. katılmıyorum	1	5,0	66	8,8	4	3,6	0	0,0	25,593	0,008 ^{**}
	Katılmıyorum	6	30,0	181	24,0	22	20,0	5	29,4		
	Kararsızım	1	5,0	66	8,8	4	3,6	0	0,0		
	Katılıyorum	11	55,0	422	56,0	65	59,1	9	52,9		
	K. katılmıyorum	0	0,0	47	11,1	9	13,8	1	14,3	25,593	0,008 ^{**}
	Katılmıyorum	0	0,0	57	13,5	16	24,6	1	14,3		
	Kararsızım	6	54,5	67	15,9	11	16,9	1	14,3		
	Katılıyorum	5	45,5	168	39,8	15	23,1	4	57,1		
	K. katılmıyorum	0	0,0	83	19,7	14	21,5	0	0,0		

Çizelge 4.20: (Devamı) Öğrencilerin BKİ'lerine Göre Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		BKİ								χ^2	P
		Zayıf		Normal		Hafif Kilolu		Obez			
		n	%	n	%	n	%	n	%		
12. Medyada bahsedilen popüler diyetleri takip ederim.	K. katılmıyorum	5	45,5	148	35,1	23	35,4	5	55,6	4,080	0,982 ^a
	Katılmıyorum	5	45,5	138	32,7	21	32,3	2	22,2		
	Kararsızım	1	9,1	76	18,0	14	21,5	1	11,1		
	Katılıyorum	0	0,0	43	10,2	5	7,7	1	11,1		
	K. katılıyorum	0	0,0	17	4,0	2	3,1	0	0,0		
13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir.	K. katılmıyorum	3	27,3	51	12,1	15	23,1	1	11,1	11,966	0,361 ^a
	Katılmıyorum	4	36,4	109	25,8	12	18,5	1	11,1		
	Kararsızım	2	18,2	111	26,3	19	29,2	3	33,3		
	Katılıyorum	2	18,2	123	29,1	14	21,5	4	44,4		
	K. katılıyorum	0	0,0	28	6,6	5	7,7	0	0,0		
14. Reklamlardaki kişiler besin tercihi etkiler.	K. katılmıyorum	4	36,4	145	34,4	31	47,7	4	44,4	7,452	0,783 ^a
	Katılmıyorum	5	45,5	137	32,5	21	32,3	4	44,4		
	Kararsızım	1	9,1	63	14,9	6	9,2	1	11,1		
	Katılıyorum	1	9,1	58	13,7	5	7,7	0	0,0		
	K. katılıyorum	0	0,0	19	4,5	2	3,1	0	0,0		
15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim.	K. katılmıyorum	4	36,4	93	22,0	17	26,2	0	0,0	15,596	0,138 ^a
	Katılmıyorum	6	54,5	124	29,4	20	30,8	3	33,3		
	Kararsızım	0	0,0	86	20,4	7	10,8	1	11,1		
	Katılıyorum	1	9,1	86	20,4	15	23,1	5	55,6		
	K. katılıyorum	0	0,0	33	7,8	6	9,2	0	0,0		
16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim.	K. katılmıyorum	7	63,6	137	32,5	33	50,8	3	33,3	18,287	0,065 ^a
	Katılmıyorum	3	27,3	130	30,8	18	27,7	3	33,3		
	Kararsızım	0	0,0	75	17,8	8	12,3	2	22,2		
	Katılıyorum	0	0,0	69	16,4	4	6,2	1	11,1		
	K. katılıyorum	1	9,1	11	2,6	2	3,1	0	0,0		
17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.	K. katılmıyorum	7	63,6	108	25,6	24	36,9	3	33,3	11,925	0,380 ^a
	Katılmıyorum	3	27,3	136	32,2	18	27,7	2	22,2		
	Kararsızım	0	0,0	101	23,9	13	20,0	2	22,2		
	Katılıyorum	1	9,1	66	15,6	8	12,3	2	22,2		
	K. katılıyorum	0	0,0	11	2,6	2	3,1	0	0,0		
18. Sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ederim.	K. katılmıyorum	3	27,3	90	21,3	19	29,2	2	22,2	7,972	0,752 ^a
	Katılmıyorum	3	27,3	114	27,0	15	23,1	2	22,2		
	Kararsızım	2	18,2	94	22,3	14	21,5	2	22,2		
	Katılıyorum	2	18,2	100	23,7	10	15,4	2	22,2		
	K. katılıyorum	1	9,1	24	5,7	7	10,8	1	11,1		
19. İnternette karşına yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.	K. katılmıyorum	2	18,2	56	13,3	14	21,5	4	44,4	23,761	0,008***
	Katılmıyorum	2	18,2	60	14,2	4	6,2	2	22,2		
	Kararsızım	0	0,0	52	12,3	6	9,2	0	0,0		
	Katılıyorum	5	45,5	99	23,5	23	35,4	3	33,3		
	K. katılıyorum	2	18,2	155	36,7	18	27,7	0	0,0		
20. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle çips, çikolata, şeker, içecek, dondurma ve fast food yiyeceklerdir.	K. katılmıyorum	2	18,2	97	23,0	20	30,8	5	55,6	16,600	0,105 ^a
	Katılmıyorum	4	36,4	96	22,7	9	13,8	0	0,0		
	Kararsızım	0	0,0	68	16,1	6	9,2	1	11,1		
	Katılıyorum	2	18,2	100	23,7	17	26,2	3	33,3		
	K. katılıyorum	3	27,3	61	14,5	13	20,0	0	0,0		
21. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle; süt ve ürünleri, baklagiller, et ve ürünleri, yağ, dondurulmuş besinler ve konserve ürünlerdir.	K. katılmıyorum	1	5,0	75	9,1	16	12,6	2	11,1	12,674	0,311 ^a
	Katılmıyorum	6	30,0	131	15,8	17	13,4	1	5,6		
	Kararsızım	1	5,0	129	15,6	20	15,7	4	22,2		
	Katılıyorum	1	5,0	71	8,6	9	7,1	2	11,1		
	K. katılıyorum	11	55,0	422	51,0	65	51,2	9	50,0		
22. İnsan sağlığını tehdit eden markaların isimlerine internette bakarak ürünlerini satın almamaya dikkat ederim.	K. katılmıyorum	0	0,0	29	6,9	9	13,8	3	33,3	23,498	0,008***
	Katılmıyorum	3	27,3	62	14,7	9	13,8	4	44,4		
	Kararsızım	1	9,1	86	20,4	16	24,6	1	11,1		
	Katılıyorum	5	45,5	156	37,0	14	21,5	1	11,1		
	K. katılıyorum	2	18,2	89	21,1	17	26,2	0	0,0		
23. Medyadaki bilgilerin kaynağını mutlaka araştırırım.	K. katılmıyorum	1	9,1	45	10,7	9	13,8	0	0,0	11,030	0,472 ^a
	Katılmıyorum	3	27,3	71	16,8	10	15,4	0	0,0		
	Kararsızım	4	36,4	110	26,1	17	26,2	4	44,4		
	Katılıyorum	3	27,3	132	31,3	14	21,5	4	44,4		
	K. katılıyorum	0	0,0	64	15,2	15	23,1	1	11,1		

K.: Kesinlikle

a: Ki-kare testi

***:p<0,01

Öğrencilerin medya ve beslenme anketi yanıtlarına göre ortalama ABAKL puanlarının dağılımı **Çizelge 4.21**'de sunulmuştur. Ortalama ABAKL puanı yüksek olan öğrencilerin, “1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim., 2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim., 3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim., 11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir., 13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir., 15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim., 16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim., 17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.” sorularına istatistiksel olarak anlamlı düzeyde “katılıyorum” veya “kesinlikle katılıyorum” yanıtlarını verdikleri görülmüştür (p<0,001).

Çizelge 4.21: Öğrencilerin Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarına Göre ABAKL Puanlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		n	$\bar{X} \pm SS$	p
1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	45	6,000±3,631 ^y	0,000****
	Katılmıyorum	111	7,766±3,819 ^{zy}	
	Kararsızım	142	8,796±3,617 ^z	
	Katılıyorum	160	10,413±3,771 ^y	
	Kesinlikle katılıyorum	49	12,143±3,208 ^x	
2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim.	Kesinlikle katılmıyorum	56	7,196±4,474 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	163	8,865±3,811 ^y	
	Kararsızım	153	9,111±3,918 ^{xy}	
	Katılıyorum	115	10,270±3,712 ^x	
	Kesinlikle katılıyorum	20	10,950±4,359 ^x	
3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.	Kesinlikle katılmıyorum	40	6,325±3,859 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	97	8,526±3,301 ^y	
	Kararsızım	87	8,529±3,848 ^y	
	Katılıyorum	212	9,467±4,030 ^y	
	Kesinlikle katılıyorum	71	11,451±3,854 ^x	
9. Sağlıklı beslenme ile ilgili programları mutlaka izlerim.	Kesinlikle katılmıyorum	109	7,486±4,136 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	171	8,509±3,656 ^z	
	Kararsızım	140	9,700±3,600 ^y	
	Katılıyorum	76	11,645±3,996 ^x	
	Kesinlikle katılıyorum	11	11,636±2,838 ^x	
11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	57	6,772±3,775 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	74	8,324±4,014 ^{yz}	
	Kararsızım	87	9,011±3,946 ^y	
	Katılıyorum	192	9,281±3,957 ^y	
	Kesinlikle katılıyorum	97	11,072±3,407 ^x	
12. Medyada bahsedilen popüler diyetleri takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	181	8,287±4,160 ^y	0,004***
	Katılmıyorum	166	9,434±3,775 ^{xy}	
	Kararsızım	92	9,728±3,826 ^x	
	Katılıyorum	49	9,694±4,229 ^{xy}	
	Kesinlikle katılıyorum	19	10,842±3,731 ^x	

Çizelge 4.21: (Devamı) Öğrencilerin Medya ve Beslenme Anketi Yanıtlarına Göre ABAKL Puanlarının Dağılımı

Medya ve Beslenme		n	$\bar{X} \pm SS$	p
13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir.	Kesinlikle katılmıyorum	70	7,314±4,123 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	126	8,048±3,988 ^{yz}	
	Kararsızım	135	9,207±3,772 ^y	
	Katılıyorum	143	10,832±3,642 ^x	
	Kesinlikle katılıyorum	33	9,818±3,513 ^{xy}	
15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	114	7,526±4,272 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	153	8,601±3,834 ^{yz}	
	Kararsızım	94	9,255±3,550 ^y	
	Katılıyorum	107	10,757±3,507 ^x	
16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim.	Kesinlikle katılmıyorum	180	8,233±4,235 ^z	0,000****
	Katılmıyorum	154	8,584±3,667 ^{yz}	
	Kararsızım	85	10,306±3,419 ^{xy}	
	Katılıyorum	74	10,865±3,939 ^x	
	Kesinlikle katılıyorum	14	11,286±3,688 ^x	
17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.	Kesinlikle katılmıyorum	142	7,085±4,080 ^v	0,000****
	Katılmıyorum	159	8,818±3,803 ^z	
	Kararsızım	116	10,095±3,045 ^y	
	Katılıyorum	77	11,610±3,544 ^x	
	Kesinlikle katılıyorum	13	13,000±3,109 ^x	

a: One-way Anova: Post-hoc Test (Tukey)

Aynı satırda yer alan aynı harfler gruplar arası benzerliği, farklı harfler ise gruplar arası farklılığı göstermektedir.

** : p<0,01, *** : p<0,001

5. TARTIŞMA

Adölesan dönem, fiziksel, psikolojik ve duygusal değişimlerle karakterize, çocukluktan yetişkinliğe geçiş dönemi olarak adlandırılır (Haddad ve Sarti, 2020). Adölesanların besin seçimlerini etkileyen birçok bireysel ve çevresel faktör vardır. Bunlar; açlık, bilgi, zevk, tutumlar (Ronto ve diğ., 2020), tat, besinlerin sağlıklı olup olmaması ve enerji yoğunluğu (Lai Yeung, 2010), fiyat, kolaylık, bulunabilirlik, erişilebilirlik gibi faktörlerdir (Macchi ve diğ., 2017). Öte yandan, aile, kültürel değerler, ev dışında tüketilen yemekler, sosyal ilişkiler ve medya gibi etkenler de adölesan dönemde beslenme alışkanlıklarının oluşmasında etkilidir (Andrade ve diğ., 2019). Adölesan dönemde oluşan beslenme alışkanlıkları, genellikle yaşam boyu sürer ve ilerleyen dönemlerde de bireylerin sağlığını önemli ölçüde etkiler (Naigaga ve diğ., 2018). Bu dönemdeki beslenme davranışlarının ve bunları etkileyen faktörlerin anlaşılması, adölesan bireylerde yaşa uygun sağlık iyileştirmeleri için etkili müdahalelerin geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir (McNaughton, 2011). Adölesanların besin seçimi ve beslenme alışkanlıkları ile medya arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan bu çalışmada, 14-18 yaş aralığındaki lise öğrencilerinin demografik özellikleri, ABAKL ve BST alt motivasyon puanlarının yanı sıra, medya ve beslenme anketine dair bulgular değerlendirilmiştir.

Bu çalışmaya, Ordu ili Altınordu ilçesinde bulunan Ordu Anadolu Lisesi'nde eğitim gören, 306'sı kız (%60,4), 201'i erkek (%39,6) olmak üzere toplam 507 lise öğrencisi katılmıştır (**Çizelge 4.1**). Adölesan dönemdeki bireyler üzerinde oldukça etkili ve yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olan çevresel faktörlerden biri dijital ve sosyal medyadır (Qutteina ve diğ., 2019a). Adölesan bireylerin, dijital medyada giderek daha çok zaman geçirdikleri belirtilmiştir (Slater ve diğ., 2012; Zhang ve diğ., 2019). Adölesanlar ile yapılan bir çalışmada, katılımcıların %68,1'i en sevdikleri sosyal medya platformlarından en az birini aktif veya pasif şekilde kullandığını belirtmiştir (Beyens ve diğ.,

2020). Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım yıllarının araştırıldığı çalışmalarda; Korkut (2016) öğrencilerin %36,8'inin 4 yıl ve üzeri; Tosun (2016) ise öğrencilerin %72,9'unun 3 yıl ve üzeri süredir sosyal medya kullandığını bildirmiştir. Kamiloğlu ve Yurttaş (2014) öğrencilerin %81'inin 2 yıldan daha uzun süredir; Balcı ve Tiryaki (2014) öğrencilerin %44,3'ünün 5 yıldan daha uzun süredir Facebook kullandığını belirtmişlerdir. Balıkçioğlu ve Volkan (2016) yaptıkları çalışmada, lise öğrencilerinin %47,3'ü 5 yıldan daha uzun süredir sosyal medya kullandığını ifade etmiştir ve bu sonuca göre yazarlar, öğrencilerin 15-19 yaş aralığında olmalarına rağmen büyük bir kısmının 5 yıldan daha uzun süredir sosyal medya kullanıyor olmalarını, sosyal medyanın gençler arasında oldukça popüler olduğu şeklinde yorumlamışlardır. Çalışmamızda, öğrencilerin %46,7'sinin 1-4 yıl, %53,3'ünün ise 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığı görülmüştür (**Çizelge 4.3**). Bunun yanı sıra, 14 yaş (%77,8) ve 15 yaşındaki (%63,6) öğrencilerin büyük bir kısmı 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını, 16 yaş (%58,7), 17 yaş (%73,4) ve 18 yaşındaki (%58,8'i) öğrencilerin ise çoğunluğu 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını ifade etmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kullanım yıllarının yaşla birlikte arttığı görülmüştür (**Çizelge 4.5**). Sonuçlarımız, literatürle benzerlik göstermiştir.

Yapılan bir çalışmada, Türk toplumundaki erkek bireylerin, kadın bireylere kıyasla daha serbest hareket edebildikleri, çeşitli amaçlarla sosyal medyayı ve interneti kullanabilmek için evde internet olmasa dahi internet salonlarına rahatlıkla giderek uzun vakit geçirebildikleri ve ayrıca sosyal ağlarda da daha rahat davranışlarda bulunabildikleri ifade edilmiştir (Hançer ve Mişe, 2019). Acar (2020) yaş ortalaması $14,31 \pm 2,02$ yıl olan 1384 adölesan ile gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, adölesan erkeklerin ($4,89 \pm 2,54$ yıl), adölesan kızlara ($4,16 \pm 2,22$ yıl) kıyasla, sosyal medya kullanım yıllarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Çalışmamızda da benzer şekilde erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla daha uzun yıllardır sosyal medya kullandıkları görülmüştür; kız öğrencilerin yarısından fazlası (%53,6) 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını belirtirken, erkek öğrencilerin büyük çoğunluğu (%63,7) 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını ifade etmiştir (**Çizelge 4.4**).

Adölesan popölasyonunda sosyal medya kullanım süresini inceleyen çalışmalarda; Uzun ve diğ., (2016) adölesanların %37'sinin günlük 2 saat üzerinde; Sampasa-Kanyinga ve diğ., (2018) ise öğrencilerin %73,4'ünün günlük en az 1 saat sosyal medya kullandığını bildirmişlerdir. Tiggemann ve Slater (2014) yaptıkları çalışmada kız öğrencilerin gün içinde Facebook'ta 1,5 saat üzerinde zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım süresini inceleyen çalışmalarda; Taylan (2015), ortaokul ve lise öğrencilerinin günlük 2 saat 45 dakika; İlğaz (2018), lise ve üniversite öğrencilerinin %47,5'inin 0-3 saat; Kale (2019), lise öğrencilerinin %80'inin 30 dakika ile 3 saat arasında; Pantic ve diğ., (2012), lise öğrencilerinin tamamının günlük ortalama $1,86 \pm 2,08$ saat; Tanrıverdi ve Sağır (2014), lise öğrencilerinin %26'sının yaklaşık yarım saat, %27'sinin yaklaşık 1 saat ve %24,2 'sinin 1-3 saat; İnce ve Yılmaz (2020), lise öğrencilerinin %61,4'ünün günlük 2 saat üzerinde; Yorulmaz ve Yorulmaz (2020) ise lise öğrencilerinin %32'sinin 3-5 saat günlük sosyal medya kullanımına sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan, yapılan diğer çalışmalarda, adölesan bireylerin genellikle sosyal medyada gün içinde 1-3 saat zaman geçirdikleri belirtilmiştir (Kelly ve diğ., 2018; Gökçearsan ve Günbatar, 2012; Balıkçioğlu ve Volkan, 2016; Tosun, 2016; Demir, 2016; İli, 2013; Şimşek, 2019; Akıncı Vural ve Bat, 2010). Çalışmamıza katılan öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri literatür ile benzerlik göstermiştir, çalışmamızda öğrencilerin %83,6'sının sosyal medyada gün içinde 1-3 saat, %16,4'ünün ise 4 ve üzeri saat zaman geçirdikleri görölmüştür (**Çizelge 4.3**). Lise öğrencileri ile yürütölen bir diğer çalışmada ise, üniversite giriş sınav zamanı yaklaştıkça öğrencilerin internet kullanım sürelerinin düştüğü belirtilmiştir (Doğusoy ve İmer, 2019). Mevcut çalışmada da elde edilen sonuç bu görüşle benzerdir; çalışmamızda 18 yaşındaki öğrencilerin yarısının, günlük sosyal medya kullanım sürelerinin diğer yaşlardaki öğrencilerden daha düşük olduğu görölmüştür; 14-17 yaş grubunda bulunan öğrencilerin %35,1'i sosyal medyayı gün içinde 2 saat kullanırken, 18 yaşındaki öğrencilerin ise %50'si sosyal medyayı günde 1 saat kullandığını belirtmiştir (**Çizelge 4.6**).

Adölesanlar için beslenme eğitimini ve danışmanlığını kolaylaştırmak amacıyla, bu bireyler arasında popüler olan sosyal medya platformlarının kullanımının,

beslenme ile ilgili bilgileri iletmede oldukça etkili bir yol olabileceği bildirilmiştir (Stang ve Stotmeister, 2017). Ayrıca, sosyal medyadaki diyetetik uygulamalarında kullanıcı popülasyonunun genellikle kadın bireylerden oluştuğu görülmüştür (Dumas ve diğ., 2018). Araştırmamızda, öğrencilerin sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullandıkları süreler incelendiğinde, öğrencilerin yarısından fazlası (%66,2) sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullanmadıklarını belirtmişlerdir (**Çizelge 4.3**). Öte yandan, erkek öğrencilere (%24,9) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%35), sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat kullandığını belirtmiştir ($p<0,01$) (**Çizelge 4.4**).

Adölesan dönemdeki bireylerin çoğunda, yüksek doymuş yağ ve şeker içeren ürünler yönünden zengin beslenme görülürken, bu bireylerde sebze, meyve, süt ürünleri ve tam tahıl tüketimi oldukça düşüktür. Ayrıca, özellikle kahvaltı olmak üzere öğünleri atlama ve sık sık sağlıksız besinlerle atıştırma yapmak gibi alışkanlıkları mevcuttur (Lawless ve diğ., 2020; Andrade ve diğ., 2019; Rathi ve diğ., 2017; Moreno ve diğ., 2005; Samuelson, 2000). Adölesan dönemde oluşan yetersiz ve sağlıksız beslenme alışkanlıkları, büyüme ve gelişmenin yanı sıra uzun vadeli sağlığı da olumsuz yönde etkiler (Jenkins ve Horner, 2005). Özellikle, sağlıksız beslenme alışkanlıklarının yetişkinlik döneminde de devam edebileceği göz önüne alındığında, tip 2 diyabet, metabolik sendrom ve kanser gibi birçok hastalık için risk faktörü oluşturduğu belirtilmiştir (Voráčová ve diğ., 2018). Günümüzün adölesan bireyleri, geleceğin ebeveynleri olduğu için, adölesan dönem sağlıklı beslenme konusunda hedeflenmesi gereken en önemli yaşam dönemidir. Bu dönemde oluşturulan sağlıklı besin tüketimi, sonraki nesillere de aktarılır (Evans, 2020). Öte yandan, adölesan dönemden yetişkinliğe kadar uzanan süreçte besin alımlarında farklılıklar olabileceğini de bildirilmiştir (Cruz ve diğ., 2018). Çalışmamızda öğrencilerin beslenme alışkanlıklarını kontrol etmek amacıyla, öğrencilere Adölesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi (ABAKL) uygulanmıştır. ABAKL, adölesan bireylerde sağlıklı beslenme alışkanlıklarını ölçmek için, diyetisyenler ve psikologlar tarafından geliştirilmiş olan bir araçtır. Özellikle adölesan bireyler için endişe verici olan, düşük meyve ve sebze tüketiminin yanı

sıra, enerji içeriği yoğun olan besinlerin tüketimi gibi faktörleri içeren beslenme alışkanlıklarına odaklanır (Al Behandy ve diğ., 2015).

Yaş ortalaması $15,36 \pm 1,13$ yıl olan 13 ile 18 yaş aralığındaki 101 adölesan ile yürütülen bir çalışmada öğrencilerin sağlıklı beslenme bilgilerini artırmak için *Diyabet Önleme Programları* uygulanmıştır, ön test ($8,44 \pm 4,41$) ve son test ($11,57 \pm 4,54$) ortalama ABAKL puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p < 0,001$) (Geria ve Beitz, 2018). Adölesan dönemdeki 1639 birey ile yapılan bir diğer çalışmada ise, öğrencilerin yarısından fazlasının aldığı ortalama ABAKL puanı $10,8 \pm 4,3$ olarak bulunmuştur (Al Behandy ve diğ., 2015). Öte yandan genellikle, genç kadın bireylerin genç erkek bireylere kıyasla, sağlıklı beslenme ile daha yakından ilgilendikleri ve bu nedenle de daha yüksek ortalama ABAKL puanı alacakları öngörülmüştür. Yapılan çalışmada adölesanların aldığı toplam ortalama ABAKL puanı $11,0 \pm 4,9$ olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte, çalışmada öngörüldüğü gibi adölesan kızların ortalama ABAKL puanı ($11,7 \pm 4,7$) adölesan erkeklere ($9,4 \pm 5,0$) kıyasla daha yüksek bulunmuştur (Johnson ve diğ., 2002). Yaş ortalamasının $15,1 \pm 1,2$ yıl olarak saptandığı adölesan bireyler ile yapılan çalışmada, alınan ortalama ABAKL puanı $11,7 \pm 4,8$ olarak bulunmuştur. Ayrıca, kadın katılımcılar, erkek katılımcılara oranla daha yüksek sağlıklı beslenme alışkanlığı bildirmişlerdir (Williams ve Mummery, 2012). Kalkan ve diğ., (2016)'nin yaş ortalaması $15,18 \pm 0,57$ yıl olan 643 adölesan ile yaptıkları çalışmada, öğrencilerin aldıkları ortalama ABAKL puanı $9,17 \pm 3,70$ iken; kız öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı ($9,97 \pm 3,67$), erkek öğrencilerin aldığı ortalama puana ($8,74 \pm 3,64$) oranla anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p < 0,01$). Proserpio ve diğ., (2019)'nin, 13-18 yaş arasında (ortalama yaş: 16,1 yıl) 200 lise öğrencisi ile yürüttükleri çalışmada, bulunan ortalama ABAKL puanı $11,9 \pm 0,3$ 'dür. Ayrıca kız öğrenciler ($12,7 \pm 0,4$), erkek öğrencilere ($11,3 \pm 0,3$) kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek sağlıklı beslenme alışkanlığı puanı göstermiştir ($p < 0,05$). Arıkan ve diğ., (2012)'nin 13, 14 ve 15 yaşındaki öğrenciler ile gerçekleştirdikleri çalışmada, öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı $10,21 \pm 3,57$ iken; kız öğrencilerin ($11,18 \pm 3,42$), erkek öğrencilere ($9,22 \pm 3,46$) kıyasla, daha yüksek ortalama ABAKL puanına sahip oldukları belirlenmiştir. Koku Aksu ve diğ., (2012)'nin yapmış oldukları çalışmada, yaşları 13-18 yaş

arasında değişen katılımcıların aldığı ortalama ABAKL puanları incelendiğinde, kız katılımcıların (12,48±4,33), erkek katılımcılara (11,16±4,21) oranla daha yüksek ortalama ABAKL puanı aldıkları yani daha sağlıklı beslenme alışkanlıklarına sahip oldukları görülmüştür. Kalkan (2019), ortalama yaşı 20,01±1,6 yıl olan bireyler ile yürütmüş olduğu çalışmada, yine kadın katılımcıların elde ettiği ortalama ABAKL puanının (10,37±3,40), erkek katılımcılara (9,26±4,18) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğunu bildirmiştir (p=0,007). Çalışmamızda, öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı 9,156±4,014 olarak bulunmuştur. Bunun yanı sıra, çalışmamızda kız öğrencilerin (9,379±3,959), erkek öğrencilere (8,816±4,084) kıyasla daha yüksek ortalama ABAKL puanına sahip oldukları ancak aralarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür (p>0,05) (**Çizelge 4.8**). Çalışmamızdan elde ettiğimiz sonuç, adölesan kızların adölesan erkeklere kıyasla daha yüksek ortalama ABAKL puanı aldıkları görüşünü desteklemiştir.

Medyanın, besin tüketimini harekete geçirmesi, yeme süresini uzatması veya tokluk hissini engellemesi gibi nedenlerle günlük alınan enerjiyi artırdığı öne sürülmüştür (Robinson ve diğ., 2017). Bununla birlikte, televizyon reklamcılığında olduğu gibi, dijital medyada da tanıtılan çoğu yiyecek ve içeceğin, yüksek oranda yağ, şeker ve sodyum içeren ürünler olduğu ve bu reklamların yalnızca %3'lük bir kısmının sağlık ve beslenme ile ilgili bilgi içerdiği görülmüştür (Harris ve diğ., 2012). Sosyal medya, besin seçimini ve beslenme alışkanlıklarını etkileme eğilimindedir (Dalky ve diğ., 2017). Sosyal medya reklamları ile enerji içeriği yoğun ve besin değeri düşük olan yiyecek ve içeceklere maruz kalmanın, bu sağlıksız ürünlerin daha yüksek oranda tüketilmesi ile ilişkili olduğu belirtilmiştir (Baldwin ve diğ., 2018). Öte yandan, sosyal medya etkileyicilerinin (influencer), çeşitli sosyal medya platformlarında genç kitleleri hedefleyerek, genellikle sağlıksız yiyecek ve içecek markalarının ürünlerini tanıttıkları belirtilmiştir (Smit ve diğ., 2020). Yapılan bir çalışmada, sosyal medya influencer'ının sağlıksız besinleri pazarlamaları sonucu, çocukların besin tüketimlerinin bu sağlıksız besinler yönünde hemen artış gösterdiği belirtilmiştir (Coates ve diğ., 2019). Bunların yanı sıra, adölesan dönemde medya araçlarının ve internetin uzun süre kullanımı, daha düşük meyve ve daha yüksek şeker oranına sahip içecek tüketimi ile ilişkilendirilmiştir

(Santaliestra-Pasías ve diğ., 2012). Yaş ortalaması 15,86±1,12 yıl olan lise öğrencileri ile yapılan çalışmada, adölesanların internette uzun zaman geçirmeleri nedeniyle, kolay ve hızlı tüketilebilen sağlıksız atıştırmalıkları ve fast food tarzı yiyecekleri tercih ettikleri ayrıca öğünlerini atladıkları bildirilmiştir (Yılmaz, 2017). Yaş ortalaması 15,2±1,9 yıl olan 9858 öğrenciyle yapılan bir başka çalışmada ise, sağlıksız beslenme alışkanlıklarına sahip olan öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının daha yüksek olabileceği belirtilmiştir (Sampasa-Kanyinga ve diğ., 2015). Çalışmamızda, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı (9,66±3,97), 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanından (8,71±4,01) daha yüksek bulunmuştur ($p<0,01$) (**Çizelge 4.9**).

Amerikalı ve 13-17 yaş aralığındaki 1564 adölesan birey ile yapılan çalışmada, günde 2 saatten daha uzun süre dijital medya kullanımının, fast food ve atıştırmalık markaları ile etkileşimi artırabileceği belirtilmiştir (Fleming-Milici ve Harris, 2020). Bunun yanı sıra yapılan bir başka çalışmada, günde 2 saatten daha kısa süre medya araçlarını kullananlara kıyasla, 4 saatten daha uzun süre medya araçlarını kullanan adölesan kızların, şekerli içecek ve tuzlu atıştırmalık tüketme oranları daha yüksek iken, erkek adölesanların meyve tüketme olasılıklarının daha düşük olduğu bildirilmiştir (Santaliestra-Pasías ve diğ., 2012). Çalışmamızda, sosyal medyada günlük 1-3 saat zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanının (9,441±3,908), sosyal medyada günlük 4 saat ve üzeri zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına (7,699±4,253) kıyasla yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,001$) (**Çizelge 4.9**). Çalışmamız, diğer çalışmalarda da olduğu gibi, adölesan bireylerin sosyal medya kullanım sürelerinin artmasıyla beslenme alışkanlıklarının olumsuz yönde etkilendiği görüşüyle paralellik göstermiştir.

Adölesan bireylerin, sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirebilmeleri için, diyet kuralları ve yeterli porsiyon miktarları gibi doğru beslenme bilgilerine de sahip olmaları oldukça önemlidir (Ronto ve diğ., 2016; Yahia ve diğ., 2016). İtalya'da 4-16 yaş aralığındaki 445 öğrenci ile yapılan bir çalışmada, öğrencilerin beslenme bilgi düzeyi, meyve ve sebze, balık, makarna, piriç tüketimi ile pozitif yönde ilişkili iken; atıştırmalık, tatlı, kızarmış yiyecek ve şekerli içecek tüketimi ile negatif yönde ilişkilendirilmiştir (Grosso ve diğ.,

2013). Yapılan bir başka çalışma sonucuna göre, beslenme bilgisi içeren internetin, makalelerin ve kitapçıkların, adölesanların günlük tükettiği sebze ve meyve ile pozitif yönde ilişkili olduğu görülmüştür (Freisling ve diğ., 2010). Çalışmamızda, sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat ve üzerinde kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı (11,123±3,642), sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullanmayan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına (8,155±3,825) kıyasla yüksek bulunmuştur (p<0,001) (**Çizelge 4.9**). Ayrıca, daha önce bulduğumuz sonuçlar da bu görüşü destekler niteliktedir; çalışmamıza katılan erkek öğrencilere (%24,9) kıyasla, daha yüksek oranda kız öğrencinin (%35) günlük sosyal medyada geçirdikleri sürenin 1 saatini beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullandıkları (**Çizelge 4.4**) ve daha yüksek ortalama ABAKL puanına sahip oldukları görülmüştür (**Çizelge 4.8**).

Besin tercihlerinin yaşamın erken dönemlerinde şekillendiği düşünüldüğünde, sağlıklı besin seçimlerinin erken yaşlarda bireylere kazandırılması ile sağlıksız besin tüketiminin en aza indirilebileceği varsayılmıştır (Hofmann ve diğ., 2016). Bununla birlikte, kadın bireyler erkek bireylere kıyasla genellikle beslenme ve sağlık sorunları hakkında daha kaygılı olup, sağlıklı besin seçimi yapma olasılıkları daha yüksektir (Lai Yeung, 2010; Wardle ve diğ., 2004). Besin seçimindeki bu cinsiyet farklılığı adölesan popülasyonunda da mevcuttur (Vågstrand, 2010; Fulkerson ve diğ., 2004). Yapılan çalışmalar doğrultusunda, adölesan kızların, adölesan erkeklere kıyasla daha sağlıklı besin seçimleri yaptıkları belirtilmiştir (Davison ve diğ., 2021; Bargiota ve diğ., 2013). Çalışmamızda, öğrencilerin besin seçimlerine etki eden faktörlerin belirlenebilmesi için BST kullanılmıştır.

Polonyalı, 15- 20 yaş arası 2448 adölesan birey ile yapılan çalışmada, adölesanlar tarafından en yüksek puan alan besin seçim motivasyonlarının *duyusal görünüm* ve *fiyat* olduğu tespit edilmiştir (Głabska ve diğ., 2020). Lise öğrencileri ile yapılan bir çalışmada, en yüksek puana sahip olan besin seçim motivasyonunun *fiyat* olduğu görülürken, bunu *duyusal görünüm*, *sağlık* ve *doğal içerik* takip etmiş ve ayrıca bu sonucun katılımcıların öğrenci olmaları nedeniyle beklenen bir durum olduğu belirtilmiştir (Lindeman ve Väänänen, 2000). İspanyol lise öğrencileri ile yürütülen bir başka çalışmada, adölesanların

besin seçimlerini etkileyen öncelikli motivasyonların *duyusal görünüm* ve *fiyat* olduğu, *etik kaygıların* ise düşük puana sahip olan motivasyon olduğu belirtilmiştir. Ek olarak, erkek öğrencilere kıyasla kız öğrenciler, besin seçiminde *sağlık* ve *ağırlık kontrolünün* daha önemli olduğunu ifade etmişlerdir (Canales ve Hernández, 2016). Çalışmamızda, öğrencilerin BST motivasyonlarının puan sıralaması: *duyusal görünüm* (3,05±0,030), *duygu durum* (2,89±0,032), *fiyat* (2,82±0,784), *sağlık* (2,74±0,648), *aşinalık* (2,64±0,64), *uygunluk* (2,61±0,718), *doğal içerik* (2,56±0,812), *ağırlık kontrolü* (2,39±0,818), *etik kaygılar* (2,32±0,812) olarak bulunmuştur. Özetle, çalışmamızda diğer çalışmalar ile benzer olarak en yüksek puan alan motivasyonun *duyusal görünüm* ardından *duygu durum* olduğu görülmüştür. En düşük puana sahip olan motivasyon ise *etik kaygılar* olarak belirlenmiştir (**Çizelge 4.10**).

Diş hekimliği öğrencilerinin besin seçim motivasyonlarını inceleyen bir çalışmada tüm BST motivasyonlara bir de *ağız sağlığı* motivasyonu eklenmiştir. Cinsiyet karşılaştırılması sonucunda, erkek öğrencilere kıyasla kız öğrencilerin, *sağlık*, *duygu durum*, *uygunluk*, *duyusal görünüm*, *ağırlık kontrolü* ve *ağız sağlığı* motivasyonlarından yüksek puan aldığı görülmüştür (Sushma ve diğ., 2014). Amerikalı ve Çinli üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen bir çalışmada, kadın katılımcıların erkek katılımcılara kıyasla, daha yüksek oranda *duyusal görünüm* ve *ağırlık kontrolü* ile motive edildikleri belirtilmiştir (Pearcey ve Zhan, 2018). Endonezya’da, 13-14 yaşlarında olan 681 öğrenci ile yapılan çalışmada, kız öğrencilere kıyasla erkek öğrencilerin *sağlık* motivasyonu puanlarının daha yüksek olduğu bildirilmiştir (Maulida ve diğ., 2016). Çalışmamızda ise, kız öğrencilerin *duygu durum*, *uygunluk*, *duyusal görünüm*, *ağırlık kontrolü*, *aşinalık* ve *etik kaygılar* motivasyon puanlarının, erkek öğrencilere kıyasla yüksek olduğu görülmüştür (p<0,05) (**Çizelge 4.11**).

Aşırı kilolu adölesanların, besin tüketimi konusunda çevresel uyaranlara karşı yüksek duyarlılığa sahip oldukları öne sürülmüştür (Watts ve diğ., 2015). Tatlı ve yağlı besinleri tercih eden bireylerin aşırı kilolu veya obez olma olasılıklarının daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Qiu ve Hou, 2020). Yapılan bir çalışma sonucuna göre, adölesan katılımcılar için yüksek kalori içeren besinler tüketim açısından daha motive edici olsa da, bu adölesan bireyler yüksek

kalorili besinleri daha cazip olarak değerlendirmemişlerdir. Bu durum, adölesanların sağlıklı besin seçimi yapıyor gibi görünmeye çalışmaları ile ilişkilendirilmiştir (Watson ve diğ., 2016). Öte yandan, yapılan bir başka çalışmada, yüksek vücut ağırlığına sahip olan adölesanların, normal vücut ağırlığına sahip olan akranlarına kıyasla, atıştırmalık tüketimlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak ise, yüksek vücut ağırlığına sahip olan adölesanların genellikle kilo damgalaması endişesi yaşadıkları için enerji alımlarını eksik bildiriyor oldukları düşünülmüştür (Wouters ve diğ., 2010). Çalışmamızdaki obez öğrencilerin, diğer gruplardaki öğrencilere kıyasla, besin seçiminde *duyusal görünüm* motivasyon puanının düşük olduğu görülmüştür ($p<0,05$) (**Çizelge 4.13**). Çalışmamıza katılan obez öğrenciler, kilo damgalaması endişesi nedeniyle besin seçimi yaparken besinlerin duyusal görünümünü önemsemiyor gibi görünmeye çalışmış olabilirler.

Günümüzde, sosyal medya bireylerin satın alma davranışlarını etkileyen önemli bir unsur haline gelmiştir (Eryılmaz ve Şengül, 2016). Özellikle, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformlarında paylaşılan görsel açıdan çekici ve lezzetli olan yiyecekler ile birlikte bireylerin beslenme ve tüketim alışkanlıkları değişirken, aynı zamanda farklı kültürlere ait yiyecekleri de tanıdıkları belirtilmiştir (Çaycı, 2019). Bireylerin yeni tatları deneyimleme arzularıyla birlikte sosyal medyanın öneminin de gün geçtikçe arttığı görülmüştür. Yapılan bir çalışmada, katılımcıların %66,5'i sosyal medyada paylaşılan yiyecek ve içecek görsellerini dikkat çekici bulduğunu ve bu görsellerin yeni tatlar denemeye olanak sağladığını belirtmiştir (Pekerşen ve Kaplan, 2020). Çalışmamızda, 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrenciler için *aşinalık* motivasyon puanının, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilere kıyasla düşük olduğu görülmüştür ($p<0,05$) (**Çizelge 4.14**). Ayrıca, çalışmamızda daha önce **Çizelge 4.5**'de bulduğumuz sonuç doğrultusunda, öğrencilerin sosyal medya kullanım yıllarının yaşla birlikte arttığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre, adölesan dönemdeki bireylerin, yaşları arttıkça aile etkisinin azalması, akran etkisinin ve medya kullanımının artmasından dolayı aşına oldukları tatlar yerine yeni ve farklı tatları denemeye daha meraklı olabilecekleri düşünülmüştür.

Öte yandan, yapılan bir çalışmada adölesan bireylerin, besin seçimi yaparken çevre sorunlarını dikkate almadıkları öne sürülmüştür. Bunun yanı sıra, organik,

genetiği değiştirilmemiş ve işlenmemiş besinleri önemseyen adölesanların, diğer akranlarına kıyasla, beslenme durumlarının daha sağlıklı olabileceği de belirtilmiştir (Share ve Stewart-Knox, 2012). Çalışmamızda da, *etik kaygılar* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında pozitif yönde düşük düzeyde ilişki olduğu görölmüştür ($p<0,001$) (**izelge 4.17**). Ayrıca alışmamızda, 15 yaşındaki öğrencilerin aldığı *etik kaygılar* motivasyon puanının ($2,46\pm0,834$), 17 yaşındaki öğrencilerin aldığı puana ($2,17\pm0,766$) kıyasla daha yüksek olduğu görölmüştür ($p<0,05$) (**izelge 4.12**). Bunun yanı sıra çalışmamızda, 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı *etik kaygılar* motivasyon puanının, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilere kıyasla daha düşük olduğu belirlenmiştir (**izelge 4.14**). Ayrıca yine çalışmamızda, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanının, 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanından daha yüksek olduğu görölmüştür (**izelge 4.9**). Daha önce **izelge 4.5**'de elde ettiğimiz sonuç da bu bulgularla paralellik göstermiştir; çalışmamızda 15 yaşında olan öğrencilerin genellikle 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını, 17 yaşında olan öğrencilerin ise daha çok 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını gözlemlemiştik. Tüm bu sonuçlar birbirini destekler niteliktedir. Adölesan bireylerin yaş faktörleri artıkça besin seçimleri üzerinde aile kontrolünün ve ailelerinden etkilenme olasılıklarının azalması; akranlarından, çevresel etkenlerden ve medyadan etkilenme olasılıklarının artması gibi nedenlerden ötürü, adölesan bireyler besin seçimi yaparken etik değerlerden önce başka faktörleri önemsiyor olabilirler.

Dürtüsel beslenme davranışı gösteren bireylerin, sağlıksız besinleri tüketme olasılıklarının daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Mardon ve diğer., 2015). Yapılan bir çalışmada, vücut yağ yüzdesi yüksek olan katılımcıların, düşük vücut yağ yüzdesine sahip olan katılımcılara kıyasla daha dürtüsel besin seçimleri yaptıkları bildirilmiştir (Hendrickson ve Rasmussen, 2017). Yapılan bir başka çalışmaya göre, sosyal medyayı 7 yıl üzerinde kullanan bireylerin, 1-3 yıldır sosyal medya kullanan bireylere kıyasla dürtüselliklerinin yüksek, öz kontrollerinin ise daha düşük olduğu görölmüştür (Ekşi ve diğer., 2019). Çalışmamızda öğrencilerin dürtüsel beslenme davranışları incelenmemiş olmakla birlikte, sosyal medya kullanım yılının arttıkça dürtüsellik de arttığı,

ayrıca dürtüsel beslenmenin sağlıksız besin tüketimine neden olduğu düşünüldüğünde; çalışmamızda da, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilere kıyasla 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerde *sağlık* motivasyonu puanının daha düşük olması bu görüşü destekler niteliktedir (**Çizelge 4.14**).

Adölesanlar için beslenme bilgisi, sağlıklı besin seçimlerini şekillendirmede önemli bir etkidir (Risti ve diğ., 2021). Yapılan bir araştırmada, adölesanların vücut ağırlığı kaybı sağlamak, sağlıklı hissetmek ve yaşamda daha iyi bir performans gösterebilmek amacıyla çevrimiçi olarak besin ve egzersiz ile ilgili bilgileri aradıkları belirlenmiştir (Holmberg ve diğ., 2019). Yapılan bir başka çalışmada, adölesan bireylerin %53'ünün, sosyal medyada özellikle fiziksel aktivite, diyet ve beslenme konularını içeren bilgileri aradıkları belirtilmiştir. Ayrıca, bu adölesanların %43'ü, sosyal medyadaki sağlıkla ilgili bilgilerden olumlu yönde etkilendiğini ifade etmiştir (Goodyear ve diğ., 2019). Çalışmamızda, sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat kullananlar öğrencilerde, hiç kullanmayan öğrencilere kıyasla, *sağlık*, *doğal içerik* ve *ağırlık kontrolü* motivasyon puanlarının yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,001$) (**Çizelge 4.16**).

Öte yandan çalışmamızda, sosyal medyada gün içinde 5 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrencilerin *sağlık* ve *doğal içerik* motivasyon puanlarının, 1 saat vakit geçiren öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu bulunmuştur (**Çizelge 4.15**). Bu durum, sosyal medyada gün içinde 5 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrencilerin, sosyal medyada geçirdikleri bu süre zarfında beslenme ile ilgili bilgileri aramaya daha çok zaman ayırıyor olabileceklerini düşündürmüştür.

Günümüzde enerji içeriği yoğun ve lezzetli olan yiyeceklerin daha erişilebilir olmaları nedeniyle, adölesanlar tarafından bu tür besinler “*kolaylıkla bulunabilir*” şeklinde algılanmıştır. Bu besinler için algılanan kolay bulunabilirlik ile satın alınmaları arasında pozitif yönde ilişki olduğu bildirilmiştir (Leigh ve diğ., 2018). Yapılan bir çalışma sonucuna göre, “*kolaylık*”, hızlı ve kolayca ulaşılabilen *abur cubur* tarzı yiyeceklerin tüketimi için destekleyici bir faktör olarak görülmüştür (Oellingrath ve diğ., 2013). Öte yandan, yaşları 12-19 arasında değişen öğrenciler ile yapılan bir çalışmada öğrenciler, kafeteryada yemek sırası için uzun kuyruklar olduğu durumlarda, stantlardan “*sağlıksız*” yiyecekler aldıklarını belirtmişlerdir (Murimi ve diğ.,

2016). Ana öğünlerini atıştırmalıklar ile değiştiren adölesanların, bunu yaparken daha çok çikolata, kek, kurabiye, hamburger, sandviç, pizza gibi yiyecekleri tercih ettikleri görülmüştür. Bu durumun, adölesan bireylerin yemek için zaman bulamaması veya zaman yönetiminde yaşanan zorluklar ile ilgili olabileceği düşünülmüştür (Rodrigues ve diğ., 2017). Çalışmamızda, *uygunluk* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki olduğu görülmüştür ($p<0,001$) (**Çizelge 4.17**). Öğrencilerin, kolay bulunabilirlik gibi faktörleri içeren *uygunluk* motivasyonunu ön plana alarak besin seçimi yapıyor olmaları, daha sağlıksız beslenme alışkanlıkları ile ilişkili görülmüştür.

Sosyo-ekonomik durumun ve mali bağımsızlığın, adölesanlarda özellikle atıştırmalık seçimini etkileyen en önemli besin seçimi faktörlerinden biri olduğu belirtilmiştir (Campbell ve diğ., 2019). Bununla birlikte, sağlıklı ve düşük yağ içeriğine sahip olan besin alternatiflerinin, daha pahalı ve düşük düzeyde bulunabilir olduğu gösterilmiştir (Di Noia ve diğ., 2008). Yapılan bir araştırmada, sağlıklı beslenen gruba kıyasla, sağlıksız beslenen grupta *fiyat* motivasyonu puanının daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu araştırma, sağlıklı yiyeceklerin, yoğun kalorili yiyeceklere kıyasla yüksek maliyete sahip olduğunu göstermiştir (Phan ve Chambers, 2016). Adölesan öğrenciler ile yapılan bir başka çalışmada, öğrenciler sağlıklı atıştırmalıkların, sağlıksız atıştırmalıklara kıyasla daha pahalı olduğunu ve bununla birlikte fast food restoranlarının oldukça ucuz olduğunu belirtmişlerdir (Crofton ve diğ., 2014). Çalışmamızda ise, *fiyat* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki olduğu görülmüştür ($p<0,001$) (**Çizelge 4.17**). Buna göre çalışmamızda, besin seçimi yaparken ürünlerin fiyatını (ucuz olması gibi faktörleri) önemseyen öğrencilerin literatürle uyumlu olarak daha sağlıksız beslenme alışkanlıklarına sahip olabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Sağlıksız besinlere kıyasla, sağlıklı besinlerin görsel olarak daha düşük oranda ilgi çektiği ve bireylerde yeme arzusunu tetiklemediği öne sürülmüştür (Samson ve Buijzen, 2020). Ronto ve diğ., (2020)'nin yürütmüş oldukları çalışmada, adölesan öğrenciler genellikle sağlıksız yiyeceklerin hem daha lezzetli ve çekici hem de daha ucuz olduğunu, bundan dolayı da sağlıksız yiyecekleri daha yüksek oranda tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Çalışmamızda, *duyusal görünüm* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki

bulunmuştur ($p<0,001$) (**Çizelge 4.17**). Bu sonuca göre, besinlerin tat, görünüm, doku gibi duyuşal özelliklerine göre besin seçimi yapan adölesanların, daha sağlıklı beslenme alışkanlıklarına sahip oldukları görölmüştür.

Adölesanlar, kendilerini yenilmez olarak nitelendirir ve genellikle şimdiki zaman ile ilgilenirler. Bu nedenle, gelecekte oluşabilecek sağlık sorunları onlar için endişe oluşturmayan bir faktördür (Share ve Stewart-Knox, 2012). Yapılan bir çalışmada, besin tüketiminin uzun vadede oluşturabileceği sonuçların önemsenmesi, daha sağlıklı beslenme alışkanlıkları ile güçlü bir ilişki gösterirken; besin alımının kısa süreli sonuçları ile ilgilenilmesi ise sağlıklı beslenme alışkanlıkları ile ilişkilendirilmiştir (Dassen ve diğ., 2015). Öte yandan, adölesanlar için *sağlık* besin seçiminde öncelikli motivasyon olmasa da, *sağlık* ile ilgili endişe duyan adölesanların besin seçimlerinin daha sağlıklı olduğu görölmüştür (French ve diğ., 2001). Yapılan başka bir çalışmada ise, sağlıklı beslenen grupta besin seçim motivasyonlarından *doğal içerik* ve *sağlık* yüksek puan alırken, *fiyat* ve *uygunluk* motivasyonlarının düşük puana sahip olduğu görölmüştür (Cabral ve diğ., 2019). 14-19 yaş arasındaki adölesanlar ile gerçekleştirilen çalışmada, sağlık güdüleri sağlıklı beslenme ile pozitif yönde ilişkilendirilirken, sosyal ve dış güdüler ise (yiyeyeğin fiyatı ve görsel çekiciliği gibi) sağlıklı beslenme ile negatif yönde ilişkilendirilmiştir (Szabo ve diğ., 2019). Çalışmamızda, *sağlık* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında pozitif yönde orta düzeyde, *doğal içerik* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında ise pozitif yönde düşük düzeyde ilişki olduğu görölmüştür ($p<0,001$) (**Çizelge 4.17**). Literatürle uyumlu olarak besin seçimi yaparken, besinlerin sağlıklı ve doğal içeriğe sahip olmasını önemseyen adölesanların, daha sağlıklı beslenme alışkanlıklarına sahip olabilecekleri sonucuna ulaşmıştır.

Kadın bireylerin, vücut ağırlığı kontrolü, besin kısıtlama davranışı ve diyet yapma motivasyonları daha yüksektir (Westenhofer, 2005). Yapılan çalışmalarda, erkek katılımcılara kıyasla, kadın katılımcıların besin seçimi yaparken *ağırlık kontrolünü* daha çok önemsedikleri görölmüştür (Carrillo ve diğ., 2011; Carrillo ve diğ., 2012; Januszewska ve diğ., 2011). Erkek bireylere kıyasla, kadın bireyler için hem sağlığın hem de vücut ağırlığının önemli faktörler olarak ortaya çıkması, kadın bireylerin yaptığı sağlıklı besin seçimlerinin aslında vücut ağırlığı bilinci ile güçlü bir ilişkisi olabileceği

düşünülmüştür (Sushma ve diğ., 2014). Liseli öğrencilerin katılımı ile gerçekleştirilen bir araştırmada ise, kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla diyet yapma oranlarının daha yüksek olduğu görülmüştür (Türk ve diğ., 2007). Çalışma sonucumuza göre, *ağırlık kontrolü* motivasyonu ile ABAKL puanı arasında pozitif yönde güçlü düzeyde ilişki vardır ($p<0,001$) (**Çizelge 4.17**). Besin seçimi yaparken ağırlık kontrolünü önemseyen öğrencilerin daha sağlıklı beslenme alışkanlığına sahip oldukları görülmüştür. Bununla birlikte, bu çalışmada daha önce bulduğumuz sonuçlar da diğer çalışmalar ile paralellik göstermiştir; çalışmamızdaki erkek öğrencilere kıyasla, kız öğrencilerin *ağırlık kontrolü* motivasyonu puanı daha yüksek iken (**Çizelge 4.11**), aynı zamanda kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla daha yüksek ortalama ABAKL puanı aldıkları yani daha sağlıklı beslenme alışkanlıklarına sahip oldukları görülmüştür (**Çizelge 4.8**).

Günümüzde adölesanlar, televizyon, radyo, dergi ve gazeteler gibi geleneksel medya araçları, web siteleri, bloglar ve çeşitli sosyal medya platformları, aile, arkadaşlar ve sağlık uzmanları (diyetisyenler ve doktorlar) gibi birçok çeşitli kaynaktan beslenme ile ilgili bilgilere maruz kalırlar (Naigaga ve diğ., 2018). Bununla birlikte, sosyal medyanın, internet üzerinde sağlık bilgilerini içeren önemli bir kaynağa dönüşebileceği belirtilmiştir. Ancak, sözde profesyonel olan veya ünlü bireylerin, sosyal medya ve internet aracılığıyla sağlık ile ilgili bilgileri doğru, yanlış veya basitleştirilmiş/abartılmış olacak şekilde yayabilecekleri de öne sürülmüştür (Vaterlaus ve diğ., 2015). Pek tabii ki, beslenme ile ilgili bilgi aktarımı ve beslenme davranışı değişikliği için çeşitli yöntemler sunmak amacıyla diyetisyenlerin de sosyal medyayı giderek daha çok kullanıyor oldukları görülmüştür (Dumas ve diğ., 2018). Öte yandan, ünlüler ile ortaklık oluşturularak iletilen kanıta dayalı beslenme bilgileri ve mesajlarının, yanlış bilgilere karşı koymak amacıyla kullanılacak bir araç olduğu bildirilmiştir. Ünlü bireylerin, doğru bilgileri içeren sayfalara geniş bir takipçi ve sosyal medya desteği sağlayabileceği düşünülmüştür (Ramachandran ve diğ., 2018).

Yapılan bir çalışmada, lise öğrencilerinin %92,4'lük kısmı bilgi kaynağı olarak interneti kullandığını ifade etmiştir. Çalışma sonucu doğrultusunda, günümüzde adölesan bireylerin interneti temel bilgi kaynağı olarak kullandıkları öne

sürülmüştür (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014). Beslenme ile ilgili bilgi edinilen kaynakları sorgulayan çalışmalarda; Yardımcı ve Özçelik (2015) üniversite öğrencilerinin %51,4'ünün televizyon, magazin ve dergilerden, %32,6'sının internetten; Fırıncı Orman (2012) lise öğrencilerinin %52'sinin anne-babalarından, %14'ünün ise internetten; Farrington ve diğ., (2018) adolesan kızların beslenme ile ilgili bilgilere internetten ve sosyal medyadan eriştiklerini belirtmişlerdir. Çalışmamızda ise istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiyor olsa da ($p>0,05$), hem kız (%45,8) hem de erkek öğrencilerin (%35,8) büyük bir kısmı beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrendiklerini ifade etmişlerdir (**Çizelge 4.18**).

Liseli öğrenciler ile yürütülen diğer çalışmalarda; Sarıdağ Devran (2018) öğrencilerin ilk sırada televizyon ve radyodan, ikinci sırada sağlık çalışanlarından; Ayer (2018) öğrencilerin %31,4'ünün diyetisyenlerden, %30,8'inin doktor, hemşire ve diğer sağlık çalışanlarından; Çelik Kayapınar ve Aydemir (2014) ise öğrencilerin %41,3'ünün doktorlardan, %8,2'sinin ise diyetisyenlerden beslenme ile ilgili bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. Yaş ortalaması yaklaşık olarak 15 yıl olan bir başka çalışmada, öğrenciler DSÖ gibi uluslararası sağlık kuruluşlarından elde edilen bilgilere güvendiklerini beyan etmişlerdir. Ayrıca, diyetisyen (%55), doktor veya hemşire (%45), devletin sağlık kurumları (%41) ve internet (%38) üzerinden edinilen beslenme ile ilgili bilgilere yüksek oranda güven göstermişlerdir (Bari, 2012). Çalışmamızda ise, kız öğrencilerin %41,2'si ve erkek öğrencilerin %32,8'i medyada öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyelerini önemli bulduğunu belirtmiştir ($p<0,001$) (**Çizelge 4.18**). Bununla birlikte, daha yüksek oranda kız ve erkek öğrencinin öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyelerini önemsemeleri için, öğrencilerin beslenme ile ilgili doğru bilgileri uzman kaynağından edinmeleri konusunda bilgilendirilmeleri ve bu doğrultuda yönlendirilmeleri destekleyici bir faktör olabilir. Öte yandan, çalışmamızda normal vücut ağırlığına sahip olan öğrencilerin %39,8'i ile obez öğrencilerin %57,1'i medyada öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyelerini önemsediklerini belirtirken, hafif kilolu öğrencilerin %24,6'sı ise bu görüşe katılmadıklarını ifade etmişlerdir ($p<0,01$) (**Çizelge 4.20**).

Ayrıca, çalışmamıza katılan 14-17 yaş grubundaki öğrencilerin %36,2'si insan sağlığını tehdit eden ürünlere internetten bakarak satın almamaya dikkat ettiklerini ifade ederken, 18 yaşındaki öğrencilerin çoğunluğu (%41,2) bu konuda kararsız kalmıştır ($p<0,05$) (**Çizelge 4.19**). Çalışmamıza katılan 18 yaşındaki öğrencilerin üniversite giriş sınavına hazırlandıkları göz önünde bulundurulduğunda, bu öğrencilerin yarısının internet kullanımlarının diğer yaş grubundaki öğrencilere kıyasla düşük olması sebebiyle (**Çizelge 4.6**), genellikle bu tarz bilgileri araştırmaya zaman ayıramıyor olabilecekleri düşünülmüştür.

Sağlıklı beslenme ile ilgili tarif fikirlerinin okuyucular tarafından oldukça değerli görüldüğü ve okuyucuları etkilediği belirtilmiştir (Mete ve diğ., 2019). Sosyal medyada paylaşılan “sağlıklı tarifler”in, halk sağlığını olumlu yönde etkileyebilen güçlü bir araç olarak bireyleri sağlıklı yemekler hazırlamaya ve tüketmeye yönlendirebileceği öne sürülmüştür (Pope ve diğ., 2015). Yapılan bir çalışmada katılımcılar, sosyal medyada sağlıklı beslenme için iyi birer fırsat olarak adlandırılan çeşitli tariflerin olduğunu ifade etmişlerdir (Vaterlaus ve diğ., 2015). Popüler olan *abur cuburlara* kıyasla, diyetisyenler tarafından oluşturulan sağlıklı yiyeceklerin ve bunların besin değerlerinin sergilendiği videoların, toplumda sağlıklı beslenme açısından farkındalığın artırılmasına yardımcı olabileceği belirtilmiştir (Januraga ve diğ., 2020). Yaş aralığı 12-17 olan adölesan bireyler ile yürütülen bir çalışmada, sosyal medyada basit tariflere erişimin, sağlıklı beslenme davranışı kazanımı için kolaylaştırıcı bir etken olabileceği ön görülmüştür (Scott ve diğ., 2020). Ayrıca, beslenme ile ilgili içeriklerin (tarifler, bilgi kalitesi gibi) özellikle genç kadınlar tarafından önemli bulunduğu belirtilmiştir (Bissonnette-Maheux ve diğ., 2015). Çalışmamızda da, erkek öğrencilere (%10) kıyasla, daha yüksek oranda kız öğrenci (%30,7) sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ettiğini belirtmiştir ($p<0,001$) (**Çizelge 4.18**). Öte yandan çalışmamızda, öğrencilerin oransal çoğunluğu dikkate alındığında “*sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım*” ifadesine kız öğrencilerin %32,4'ü katılmadığını beyan ederken, erkek öğrencilerin ise %38,3'ü kesinlikle katılmadığını belirtmiştir ($p<0,01$) (**Çizelge 4.18**). Bu sonuç, daha önce **Çizelge 4.4**'te elde ettiğimiz sonuç ile paraleldir. Öyle görünüyor ki, çalışmamıza katılan erkek öğrencilere

kıyasla kız öğrenciler, sosyal medyayı sağlıklı beslenme ve tarifler hakkında bilgi edinmek amacıyla daha çok kullanmaktadırlar.

Bunların yanı sıra çalışmamızda, ortalama ABAKL puanı yüksek olan öğrencilerin, beslenme ile ilgili bilgileri televizyon, dergi, gazete ve internet gibi medya kaynaklarından öğrendikleri, medyada öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyelerini önemsedikleri, medyada besinlerin insan sağlığına etkileri konusunda yapılan açıklamalarla besin tüketim alışkanlıklarını değiştirdikleri, sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek için kullandıkları ve sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden edinirken bunun yanı sıra popüler - ünlü insanların beslenme önerilerini de takip ettikleri görülmüştür ($p<0,001$) (**Çizelge 4.21**). Sonuç olarak, adölesanların çeşitli medya araçlarını ve sosyal medyayı kullanarak elde ettikleri beslenme ile ilgili bilgilerin, adölesanların beslenme alışkanlıklarını olumlu yönde etkileyebileceği düşünülmüştür. Diyetisyenlerin beslenme önerilerine öncelik verseler dahi, popüler ve ünlü insanları da bu konuda takip ettikleri aşikardır. Sağlık ve beslenme ile ilgili doğru bilgileri adölesan bireylere daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaştırmak için, ünlülerin ve diyetisyenlerin birlikte yürütebilecekleri projeler bu konuda yararlı olabilir.

Medya reklamcılığının özellikle çocuk ve adölesanlar arasında fast food (Han ve diğ., 2013), kızartılmış yiyecekler ve tatlılar gibi sağlıksız ürünlerin tüketimini artırdığı bildirilmiştir (Qutteina ve diğ., 2019b). Costa ve diğ. (2012)'nin yapmış oldukları çalışmada, çocuk ve adölesanların %54,9'u reklamlarda tanıtılan ürünlerden etkilendiğini belirtirken, %46,9'u ise televizyonda reklamı yapılan yiyecekleri satın aldığını ifade etmiştir. Kayaalp (2020), lise öğrencileri ile gerçekleştirdiği çalışmada, öğrencilerin %24,3'ü besin tercihlerinin reklamlardan etkilendiğini belirtmiştir. Özpulat (2017) ve Sormaz (2006) yaptıkları çalışmalarda ise, erkek öğrencilere kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci medyadaki yiyecek reklamlarından etkilendiğini ifade etmiştir. Çalışmamızda da, erkek öğrencilere (%25,4) kıyasla, daha yüksek oranda kız öğrencinin (%30,7) besin tercihlerinin medyadaki reklamlardan etkilendiği gözlemlenmiştir ($p<0,001$) (**Çizelge 4.18**).

Powell ve diğ., (2007b) yaptıkları çalışmada, 12 ile 17 yaş aralığındaki adölesanların izlemiş oldukları reklamların %89,4'ünde yüksek miktarda yağ,

şeker ve sodyum içeriğine sahip olan ürünlerin bulunduğunu bildirmişlerdir. Yapılan bir çalışmada, reklamların etkisi altında olan öğrencilerin üçte ikisinden fazlasının fast food tarzı ürünleri tercih ettikleri belirtilmiştir (Mallick ve diğ., 2014). Şilili öğrenciler ile yürütülen bir çalışmada, öğrencilerin paraları olduğu durumda çikolata, kurabiye, patates kızartması gibi fast food tarzında ürünleri satın aldıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, satın aldıkları bu ürünlerin, televizyonda reklamı yapılanlar ile aynı ürünler olduğu görülmüştür (Fiates ve diğ., 2008). Adölesanlar ile yürütülmüş olan bir başka çalışmada ise, televizyon reklamlarının sebze ve meyve tüketimini olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir (Freisling ve diğ., 2010). Çalışmamıza katılan erkek öğrencilere (%20,4) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%26,5), medyadan etkilenerek genellikle çips, çikolata, şeker, içecek, dordurma ve fast food tarzı ürünlerden aldığını belirtmiştir ancak, istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$) (**Çizelge 4.18**). Çalışmamızdan elde edilen bu sonuçlar, medyanın adölesanların besin seçimleri ve beslenme alışkanlıkları üzerine etkili olduğunu göstermiştir.

Bireyler aç olmasalar dahi, lezzetli bir yiyeceği tatmak veya görmek gibi nedenlerin besin alımını başlatıcı bir etken olduğunu ifade etmişlerdir (Emilien ve Hollis, 2017). Örneğin, sosyal medya aracılığı ile karşılaşılan yiyecek görselleri, bireylerin aç hissetmelerine veya daha çok yiyecek tüketmelerine neden olabilir (Kılıçlar ve diğ., 2021). Yapılan bir çalışmada, katılımcılar sosyal medyadaki arkadaşlarının yemek ile ilgili gönderilerinden etkilendiklerini; aç olmasalar dahi yiyecek tüketimi ve gönderide gördükleri yemeği hazırlama isteklerinin tetiklendiğini belirtmişlerdir (Vaterlaus ve diğ., 2015). Benzer şekilde çalışmamızda, kız (%37,6) ve erkek öğrencilerin (%29,9) büyük bir kısmı internette yemek videosu veya reklamı ile karşılaştıklarında acıktıklarını ifade etmişlerdir ($p<0,01$) (**Çizelge 4.18**).

Öte yandan, adölesanlar, akran baskısına ve çevrelerinden gelen anti-sosyal etkilere karşı savunmasız bir gruptur (Montgomery ve Chester, 2009). Adölesanlar arasında aşırı kilolu veya obez olmak, akranların alay etmesi ve zorbalık yapmasına neden olabilecek bir etken olarak kabul görmüştür (Kuebler ve diğ., 2013). Çalışmamıza katılan zayıf (%45,5), normal vücut ağırlığına sahip olan (%36,7) ve hafif kilolu öğrenciler (%35,4) internette yemek videosu veya

reklamı ile karşılaştıklarında acıktıklarını ifade ederken, obez öğrenciler (%44,4) ise bu duruma kesinlikle katılmadıklarını beyan etmişlerdir ($p<0,01$) (**Çizelge 4.20**). Obez adölesanlar, kilo damgalaması konusunda zorbalık ve baskıya maruz kalmaktan çekinebildikleri için, karşılaştıkları yemek videosu veya reklamının kendilerini acıktırmadığını ifade etmiş olabilirler. Bu sonuç, **Çizelge 4.13**'de elde ettiğimiz sonuç ile benzerlik göstermiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Ordu ili Altınordu ilçesinde bulunan Ordu Anadolu Lisesi'nde eğitim görmekte olan, gönüllü olarak çalışmaya katılmayı kabul eden ve veli onayı olan 14-18 yaş aralığındaki 306'sı kız (%60,4), 201'i erkek (%39,6) olmak üzere toplam 507 lise öğrencisi ile yürütülmüştür. Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar ve sonuçlara uygun öneriler aşağıda özetlenmiştir;

- Çalışmamıza katılan öğrencilerin yaş ortalaması $15,96 \pm 1,17$ yıl olarak hesaplanmıştır.
- Öğrencilerin %46,7'si 1-4 yıldır, %53,3'ü 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını belirtmiştir.
- Öğrencilerin %83,6'sı gün içinde sosyal medyada 1-3 saat, %16,4'ü ise 4 saat ve üzeri vakit geçirdiklerini beyan etmiştir.
- Beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla, öğrencilerin %33,8'i 1 saat ve üzeri sosyal medya kullandığını, %66,2'si ise sosyal medyayı bu amaçla hiç kullanmadığı belirtmiştir.
- Kız öğrencilerin %53,6'sı 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını, erkek öğrencilerin %63,7'si ise 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanmakta olduğunu belirtmiştir ($p < 0,01$).
- Kız öğrencilerin %63,1'i ve erkek öğrencilerin %71,1'i beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla sosyal medyayı kullanmadığını ifade etmiştir. Ayrıca, erkek öğrencilere (%24,9) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%35), beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla sosyal medyayı 1 saat kullandığını belirtmiştir ($p < 0,01$).
- 14 yaşındaki öğrencilerin %77,8'i ve 15 yaşındaki öğrencilerin ise %63,6'sı 1-4 yıldır sosyal medya kullandığını, 16 yaşındaki öğrencilerin %58,7'i, 17 yaşındaki öğrencilerin %73,4'ü ve 18 yaşındaki öğrencilerin

ise %58,8'i 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullandığını ifade etmiştir ($p<0,001$).

- 14-17 yaş grubunda bulunan öğrencilerin %35,1'i sosyal medyayı gün içinde 2 saat kullanırken, 18 yaşındaki öğrencilerin %50'si ise sosyal medyayı günde 1 saat kullandığını belirtmiştir ($p<0,001$).
- Öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı $9,156\pm4,014$ olarak bulunmuştur. Kız öğrenciler ($9,379\pm3,959$), erkek öğrencilere kıyasla ($8,816\pm4,084$) daha yüksek ortalama ABAKL puanına sahiptir ancak aralarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık yoktur ($p>0,05$).
- 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı ($9,66\pm3,97$), 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanından ($8,71\pm4,01$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($p<0,01$).
- Sosyal medyada günlük 1-3 saat zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanının ($9,441\pm3,908$), sosyal medyada günlük 4 saat ve üzerinde zaman geçiren öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına ($7,699\pm4,253$) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmüştür ($p<0,001$).
- Sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat ve üzerinde kullanan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanı ($11,123\pm3,642$), sosyal medyayı bu amaçla kullanmayan öğrencilerin aldığı ortalama ABAKL puanına ($8,155\pm3,825$) oranla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<0,001$).
- Öğrencilerin BST motivasyonlarından almış oldukları puanlar; duyuşal görünüm ($3,05\pm0,030$), duyuşal durum ($2,89\pm0,032$), fiyat ($2,82\pm0,784$), sağılık ($2,74\pm0,648$), aşinalık ($2,64\pm0,64$), uygunluk ($2,61\pm0,718$), doğıal içerik ($2,56\pm0,812$), ağırlık kontrolü ($2,39\pm0,818$), etik kaygılar ($2,32\pm0,812$) olarak bulunmuştur. Buna göre, en yüksek puan alan motivasyon duyuşal görünüm ardından duyuşal durum iken, en düşük puana sahip olan motivasyon ise etik kaygılar olarak belirlenmiştir.

- Cinsiyet karşılaştırmasına göre, erkek öğrencilere kıyasla kız öğrencilerde, duygu durum ($p<0,001$), uygunluk ($p=0,025$), duygusal görünüm ($p=0,007$), ağırlık kontrolü ($p<0,001$), aşinalık ($p=0,004$) ve etik kaygılar ($p=0,002$) alt boyut puanları istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p<0,05$).
- Obez öğrencilerin duygusal görünüm motivasyon puanı ($2,64\pm 0,792$), diğer gruptaki öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük bulunmuştur ($p<0,05$).
- 5 ve üzeri yıldır sosyal medya kullanan öğrencilerin sağlık, aşinalık ve etik kaygılar motivasyon puanlarının, 1-4 yıldır sosyal medya kullanan öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük olduğu görülmüştür (sırasıyla $p=0,017$, $p=0,025$, $p=0,009$).
- Sosyal medyada gün içinde 5 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrencilerin, sağlık ($p=0,006$) ve doğal içerik ($p=0,001$) motivasyonu puanları, 1 saat vakit geçiren öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur ($p<0,01$).
- Sosyal medyayı beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla 1 saat kullananlar öğrencilerin sağlık, doğal içerik ve ağırlık kontrolü motivasyon puanları, sosyal medyayı bu amaçla kullanmayan öğrencilere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p<0,001$).
- BST alt boyutları ile ABAKL puanı arasındaki korelasyon **Çizelge 4.17**'de verilmiştir. Buna göre, ABAKL puanı ile BST uygunluk ($r=-0,191$, $p<0,001$), duygusal görünüm ($r=-0,322$, $p<0,001$) ve fiyat ($r=-0,196$, $p<0,001$) alt boyutları arasında negatif yönde düşük düzeyde korelasyon bulunmuştur; etik kaygılar ($r=0,280$, $p<0,001$), doğal içerik ($r=0,511$, $p<0,001$) pozitif yönde düşük düzeyde, sağlık ($r=0,554$, $p<0,001$) pozitif yönde orta düzeyde ve ağırlık kontrolü ($r=0,625$, $p<0,001$) arasında pozitif yönde güçlü düzeyde korelasyon bulunmuştur.
- “3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.” sorusunun yanıtları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiyor olsa

da ($p>0,05$), bu soru için kız (%45,8) ve erkek öğrencilerin (%35,8) büyük bir kısmı “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir.

- “5. Medyadaki besin ile ilgili reklamlar besin tercihimizi etkiler.” sorusuna erkek öğrencilere (%25,4) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%30,7) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir ($p<0,001$).
- “11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.” sorusuna kız öğrencilerin %41,2’si ve erkek öğrencilerin %32,8’i “*katılıyorum*” şeklinde cevap vermiştir ve yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir ($p<0,001$).
- “17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.” sorusuna kız öğrencilerin %32,4’ünün “*katılmıyorum*”, erkek öğrencilerin ise %38,3’ünün “*kesinlikle katılmıyorum*” yanıtı verdiği görülmüştür ($p<0,01$).
- “18. Sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ederim.” sorusuna erkek öğrencilere (%10) kıyasla daha yüksek oranda kız öğrenci (%30,7), istatistiksel olarak anlamlı düzeyde “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir ($p<0,001$).
- “19. İnternette karşıma yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.” sorusuna kız öğrencilerin %37,6’sı ile erkek öğrencilerin %29,9’unun “*kesinlikle katılıyorum*” yanıtı verdiği tespit edilmiştir ($p<0,01$).
- “20. Medyadan etkilenerek aldığım ürünler genellikle cips, çikolata, şeker, içecek, dondurma ve fast food yiyeceklerdir.” sorusuna erkek öğrencilere kıyasla (%20,4) daha yüksek oranda kız öğrenci (%26,5) “*katılıyorum*” yanıtı vermiştir ancak, istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$).
- “22. İnsan sağlığını tehdit eden markaların isimlerine internette bakarak ürünlerini satın almamaya dikkat ederim.” sorusuna istatistiksel olarak anlamlı düzeyde, 14-17 yaş grubundaki öğrencilerin %36,2’si “*katılıyorum*” yanıtı verirken, 18 yaşındaki öğrencilerin %41,2’sinin “*kararsızım*” yanıtı verdiği görülmüştür ($p<0,05$).

- “11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.” sorusuna normal vücut ağırlığına sahip olan öğrencilerin %39,8’i ile obez öğrencilerin %57,1’i “katılıyorum” yanıtı verirken, hafif kilolu öğrencilerin %24,6’sının “katılmıyorum” şeklinde yanıt verdiği görülmüştür ve sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<0,01).
- “19. İnternette karşıma yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.” sorusuna istatistiksel olarak anlamlı düzeyde, zayıf öğrencilerin %45,5’i ve hafif kilolu öğrencilerin %35,4’ü “katılıyorum”, normal vücut ağırlığına sahip olan öğrencilerin %36,7’si “kesinlikle katılıyorum” şeklinde yanıt verirken, obez öğrencilerin ise %44,4’ü “kesinlikle katılmıyorum” şeklinde yanıtlamıştır (p<0,01).
- Ortalama ABAKL puanı yüksek olan öğrencilerin, “1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim., 2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim., 3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internette öğrenirim., 11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir., 13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir., 15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim., 16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim., 17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.” sorularına istatistiksel olarak anlamlı düzeyde “katılıyorum” veya “kesinlikle katılıyorum” yanıtlarını verdikleri görülmüştür (p<0,001).

Günümüzde, sosyal medya bireylerin beslenme davranışlarına etki eden bir unsur haline gelmiştir. Özellikle, görsel açıdan çekici ve lezzetli olan yiyecekler, bireylerin beslenme ve tüketim alışkanlıklarına etki etmektedir. GörSELLİKTEN farklı olarak sosyal medyada beslenme ile ilgili birçok bilgi yer almaktadır. Ancak, bu bilgilerin doğruluğu ve kişilere uygunluğu eleştirel bir yaklaşım ve asgari bir beslenme bilgisi gerektirmektedir. Adölesan dönem, büyüme ve gelişmenin hızlı olduğu yaş grubundaki bireyleri kapsamaması nedeniyle, bu popülasyondaki bireylere doktor, diyetisyen ve psikolog gibi

uzmanlar eşliğinde çeşitli seminerler ile sağlık ve beslenme hakkında sistemli olarak etkin ve sürekli eğitimler verilmelidir. Ayrıca, televizyon ve internet aracılığı ile yayılan sağlık ve beslenme konusundaki bilgi kirliliğinin önlenmesi için de sadece diyetisyen ve sağlık alanındaki uzman kişilerin bu platformlarda bilgilendirme yapmaları sağlanmalıdır. Öte yandan, adölesanlar her ne kadar öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyelerini önemsiyor olsalar dahi, popüler ve ünlü insanları da bu konuda takip ettikleri aşikardır. Ünlülerin daha geniş kitlelere ulaşabildikleri göz önüne alındığında, diyetisyenlerin ünlüler ile birlikte yürütecekleri projeler, sağlıklı beslenmeye dair doğru ve kanıta dayalı bilgilerin ulaştırılmasında daha kolay ve hızlı bir yol olabilir. Bununla birlikte, sosyal medyada diyetisyenler, adölesanlara yönelik görsel açıdan çekici olan ve kolay hazırlanabilen sağlıklı besin alternatifleri ile çeşitli tarifler oluşturarak, adölesanları sağlıklı beslenmeye teşvik edebilirler. Diğer taraftan, televizyon gibi geleneksel medya araçlarında paylaşılan bilgi ve pazarlama reklamları için oluşturulan çeşitli düzenlemeler ve yasal kısıtlamalara, dijital ve sosyal medya platformları da mutlaka dahil edilmelidir. Özetle, adölesan bireylerin medya araçlarından edinebilecekleri olumsuz beslenme alışkanlıklarından ve bilgilerinden korunmaları, ayrıca bu konularda farkındalık kazandırılarak bilinçlendirilmeleri, gençlerin şimdi ve gelecekte de sağlıklı bir yaşam sürmeleri açısından oldukça önemlidir. Öte yandan, çocukluk dönemine nazaran, bireylerin aileden bağımsızlaşmaya başladığı adölesan dönemde, adölesanların besin seçimlerini ve beslenme alışkanlıklarını etkileyen faktörlerin daha iyi anlaşılabilmesi için adölesan popülasyonunu kapsayan benzer çalışmalar da bu konuda yol gösterici olabilir.

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., Moreno, L. A., Puntis, J., Shamir, R., Szajewska, H., Turck, D., Van Goudoever, J.** (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.
- Akçay, D.** (2017). Çocuk ve Adölesanların Elektronik Medya Kullanımının Obezite ve Uyku Sorunlarına Etkisi / The Effect of Electronic Media Usage Children and Adolescents with Obesity and Sleep Problems. *Journal Of Current Pediatrics*, 15(2), 73–84.
- Akıncı Vural, Z. B., Bat, M.** (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348–3382.
- Al Behandy, N., Hussein, Al Faisal, W., El Sawaf, E., Wasfy, A., Alshareef, N., Altheeb, A.** (2015). Adolescents Food Habits as a Risk Factor for Asthma Incidence and Severity in Dubai. *American Journal of Clinical Neurology and Neurosurgery*, 1(1), 29–32.
- Alavi, M., Eftekhari, M. B., Noot, R., Rafinejad, J., Chinekes, A.** (2013). Dietary habits among adolescent girls and their association with parental educational levels. *Global Journal of Health Science*, 5(5), 202–206.
- American Academy of Pediatrics.** (2001). Children, adolescents, and television. *Pediatrics*, 107(2), 423–426.
- Andıran, N., Çelik, N., Akça, H., Doğan, G.** (2012). Vitamin D deficiency in children and adolescents. *JCRPE Journal of Clinical Research in Pediatric Endocrinology*, 4(1), 25–29.
- Andrade, V. M. B., de Santana, M. L. P., Fukutani, K. F., Queiroz, A. T. L., Arriaga, M. B., Conceição-Machado, M. E. P., Silva, R. de C. R., Andrade, B. B.** (2019). Multidimensional analysis of food consumption reveals a unique dietary profile associated with overweight and obesity in adolescents. *Nutrients*, 11(8), 1946. <https://doi.org/10.3390/nu11081946>
- Aral, E.** (2019). Yeni Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Gazeteciliği : Facebook ve Twitter Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 153–175.
- Ardıç Çobaner, A.** (2019). Dijital Medyada Çocuklara Yönelik Yiyecek ve İçecek Pazarlaması: Facebook Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 287–306.
- Arıkan, İ., Aksu, A. E., Metintaş, S., Kalyoncu, C.** (2012). Adölesan beslenme alışkanlıkları kontrol listesinin Türk adölesanlarına uyarlanması. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 11(1), 49–56.

- Ateş Özcan, B.** (2019). Doğrudan veya Dolaylı verilen beslenme eğitiminin çocukların beslenme durumlarına etkisi. Doktora Tezi. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Aydenk Köseoğlu, S. Z., Çelebi Tayfur, A.** (2017). Adölesan dönemi beslenme ve sorunları. *Güncel Pediatri*, 15(2), 50–62.
- Ayer, Ç.** (2018). Çivril Yöresindeki Adölesanlarda Beslenme Okuryazarlığının Mevcut Durumu ve Etkileyen Faktörler. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Denizli.
- Bağcı Bosi, T., Ergüder, T., Breda, J., Jewell, J.** (2018). Türkiyede Çocuklara Yönelik Gıda Pazarlamasının İzlenmesi Raporu. *Dünya Sağlık Örgütü Türkiye Ofisi*. Ankara.
- Balantekin, K. N., Birch, L. L., Savage, J. S.** (2018). Family, friend, and media factors are associated with patterns of weight-control behavior among adolescent girls. *Eating and Weight Disorders*, 23(2), 215–223.
- Balcı, Ş., Tiryaki, S.** (2014). Facebook Addiction Among High School Students in. *IISES- The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference*, Vienna, Austria, 119–133.
- Baldwin, H. J., Freeman, B., Kelly, B.** (2018). Like and share: Associations between social media engagement and dietary choices in children. *Public Health Nutrition*, 21(17), 3210–3215. <https://doi.org/10.1017/S1368980018001866>
- Balıkçioğlu, B., 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.
- Bargiota, A., Delizona, M., Tsitouras, A., Koukoulis, G. N.** (2013). Eating habits and factors affecting food choice of adolescents living in rural areas. *Hormones*, 12(2), 246–253. <https://doi.org/10.14310/horm.2002.1408>
- Bari, N. N.** (2012). Nutrition Literacy Status Of Adolescent Students in Kampala District, Uganda. Master Thesis. Oslo and Akershus University College of Applied Sciences. Norway.
- Bartkiene, E., Steibliene, V., Adomaitiene, V., Juodeikiene, G., Cernauskas, D., Lele, V., Klupsaite, D., Zadeike, D., Jarutiene, L., Guiné, R. P. F.** (2019). Factors Affecting Consumer Food Preferences: Food Taste and Depression-Based Evoked Emotional Expressions with the Use of Face Reading Technology. *BioMed Research International*, 2097415, 1–10.
- Bassett, R., Chapman, G. E., Began, B. L.** (2008). Autonomy and control: The co-construction of adolescent food choice. *Appetite*, 50(2–3), 325–332. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.08.009>
- Beaudoin, C. E.** (2014). The Mass Media and Adolescent Socialization. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3), 544–561.
- Beckerman, J. P., Alike, Q., Lovin, E., Tamez, M., Mattei, J.** (2017). The Development and Public Health Implications of Food Preferences in Children. *Frontiers in Nutrition*, 4:66, 1–8. <https://doi.org/10.3389/fnut.2017.00066>
- Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., Keijsers, L., Valkenburg, P. M.** (2020). The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. *Scientific Reports*, 10, 10763.
- Birkenhead, K. L., Slater, G.** (2015). A Review of Factors Influencing Athletes' Food Choices. *Sports Medicine*, 45(11), 1511–1522.

- Bissonnette-Maheux, V., Provencher, V., Lapointe, A., Dugrenier, M., Dumas, A. A., Pluye, P., Straus, S., Gagnon, M. P., Desroches, S.** (2015). Exploring women's beliefs and perceptions about healthy eating blogs: A qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 17(4), e87.
- Boelsen-Robinson, T., Backholer, K., Peeters, A.** (2016). Digital marketing of unhealthy foods to Australian children and adolescents. *Health Promotion International*, 31(3), 523–533. <https://doi.org/10.1093/heapro/dav008>
- Boyland, E. J., Halford, J. C. G.** (2013). Television advertising and branding. Effects on eating behaviour and food preferences in children. *Appetite*, 62, 236–241. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.01.032>
- Boyland, E. J., Whalen, R.** (2015). Food advertising to children and its effects on diet: Review of recent prevalence and impact data. *Pediatric Diabetes*, 16(5), 331–337. <https://doi.org/10.1111/pedi.12278>
- Brennan, L., Klassen, K., Weng, E., Chin, S., Molenaar, A., Reid, M., Truby, H., McCaffrey, T. A.** (2020). A social marketing perspective of young adults' concepts of eating for health: Is it a question of morality? *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 17(1), 44.
- Bugge, A. B.** (2016). Food advertising towards children and young people in Norway. *Appetite*, 98, 12–18. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.12.008>
- Büyükgebiz Koca, E., Tunca, M. Z.** (2019). İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenciler Üzerindeki Etkilerine Dair Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 4(1), 77–103. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.597820>
- Cabout, M., Brouwer, I. A., Visser, M.** (2017). The MoodFOOD project: Prevention of depression through nutritional strategies. *Nutrition Bulletin*, 42(1), 94–103. <https://doi.org/10.1111/nbu.12254>
- Cabral, D., Cunha, L. M., Vaz de Almeida, M. D.** (2019). Food choice and food consumption frequency of Cape Verde inhabitants. *Appetite*, 139, 26–34. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.04.005>
- Campbell, E. T., Franks, A. T., Joseph, P. V.** (2019). Adolescent obesity in the past decade: A systematic review of genetics and determinants of food choice. *Journal of the American Association of Nurse Practitioners*, 31(6), 344–351. <https://doi.org/10.1097/JXX.000000000000154>
- Canales, P., Hernández, A.** (2016). Nutrition among Adolescent Spaniards: Healthy and Non-healthy Motives of Food Choice. *Journal of Food and Nutrition Research*, 4(3), 178–184. <https://doi.org/10.12691/jfnr-4-3-8>
- Carrillo, E., Prado-Gascó, V., Fiszman, S., 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. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2012.09.006>
- Carrillo, E., Varela, P., Salvador, A., Fiszman, S.** (2011). Main factors underlying consumers' food choice: A first step for the understanding of attitudes toward "healthy eating." *Journal of Sensory Studies*, 26(2), 85–95. <https://doi.org/10.1111/j.1745-459X.2010.00325.x>
- Carson, N. J., Gansner, M., Khang, J.** (2018). Assessment of Digital Media Use in the Adolescent Psychiatric Evaluation. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 27(2), 133–143.

- Cecon, R. S., Do Carmo Castro Franceschini, S., Do Carmo Gouveia Peluzio, M., Hermsdorff, H. H. M., Priore, S. E.** (2017). Overweight and Body Image Perception in Adolescents with Triage of Eating Disorders. *Scientific World Journal*, 2017, 8257329. <https://doi.org/10.1155/2017/8257329>
- Cevahir, Z., Baş, M., Evcil, E., Eygi, M., Durasi, M.** (2018). Validation of A Turkish Version of Food Choice Questionnaire on Adolescents. *European Congress on Obesity*, 204. Vienna, Austria. <https://doi.org/10.1159/000489691>
- Chau, M. M., Burgermaster, M., Mamykina, L.** (2018). The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults—A systematic review. *International Journal of Medical Informatics*, 120, 77–91.
- Christian, P., Smith, E. R.** (2018). Adolescent Undernutrition: Global Burden, Physiology, and Nutritional Risks. *Annals of Nutrition and Metabolism*, 72(4), 316–328. <https://doi.org/10.1159/000488865>
- Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., Boyland, E. J.** (2019). Social media influencer marketing and children’s food intake: A randomized trial. *Pediatrics*, 143(4), e20182554.
- Coon, K. A., Tucker, K. L.** (2002). Television and children’s consumption patterns: A review of the literature. *Minerva Pediatrica*, 54(5), 423–436.
- Costa, S. M. M., Horta, P. M., Dos Santos, L. C.** (2012). Food advertising and television exposure: Influence on eating behavior and nutritional status of children and adolescents. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, 62(1), 53–59.
- Cowburn, G., Boxer, A.** (2007). Magazines for children and young people and the links to Internet food marketing: A review of the extent and type of food advertising. *Public Health Nutrition*, 10(10), 1024–1031.
- Crofton, E. C., Markey, A., Scannell, A. G. M.** (2014). Perceptions of healthy snacking among Irish adolescents: a qualitative investigation. *International Journal of Health Promotion and Education*, 52(4), 188–199. <https://doi.org/10.1080/14635240.2014.906939>
- Crone, E. A., Konijn, E. A.** (2018). Media use and brain development during adolescence. *Nature Communications*, 9(1), 1–10.
- Cruz, F., Ramos, E., Lopes, C., Araújo, J.** (2018). Tracking of food and nutrient intake from adolescence into early adulthood. *Nutrition*, 55–56, 84–90. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2018.02.015>
- Czoli, C. D., Pauzé, E., Potvin Kent, M.** (2020). Exposure to food and beverage advertising on television among canadian adolescents, 2011 to 2016. *Nutrients*, 12(2), 1–13. <https://doi.org/10.3390/nu12020428>
- Çaycı, A. E.** (2019). Sosyal Medya’da Dijital Yemek Kültürü. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(1), 120–136.
- Çelik Kayapınar, F., Aydemir, R.** (2014). Lise Öğrencilerinin Beslenme Bilgi ve Alışkanlıklarının İncelenmesi (Kars Dığor Anadolu Lisesi Örneği). *International Journal of Science Culture and Sport*, 2(Özel Sayı 2), 21–38.
- Dalky, H. F., Al Momani, M. H., Al-Drabaah, T. K., Jarrah, S.** (2017). Eating Habits and Associated Factors Among Adolescent Students in Jordan. *Clinical Nursing Research*, 26(4), 538–552. <https://doi.org/10.1177/1054773816646308>

- Darnton-Hill, I.** (2019). Public Health Aspects in the Prevention and Control of Vitamin Deficiencies. *Current Developments in Nutrition*, 3(9), 1–14. <https://doi.org/10.1093/cdn/nzz075>
- Das, J. K., Lassi, Z. S., Hoodbhoy, Z., Salam, R. A.** (2018). Nutrition for the Next Generation: Older Children and Adolescents. *Annals of Nutrition and Metabolism*, 72, 56–64. <https://doi.org/10.1159/000487385>
- Das, J. K., Salam, R. A., Thornburg, K. L., Prentice, A. M., Campisi, S., Lassi, Z. S., Koletzko, B., Bhutta, Z. A.** (2017). Nutrition in adolescents: physiology, metabolism, and nutritional needs. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1393(1), 21–33. <https://doi.org/10.1111/nyas.13330>
- Dassen, F. C. M., Houben, K., Jansen, A.** (2015). Time orientation and eating behavior: Unhealthy eaters consider immediate consequences, while healthy eaters focus on future health. *Appetite*, 91, 13–19. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.03.020>
- Davison, J., Stewart-Knox, B., Connolly, P., Lloyd, K., Dunne, L., Bunting, B.** (2021). Exploring the association between mental wellbeing, health-related quality of life, family affluence and food choice in adolescents. *Appetite*, 158, 105020. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105020>
- De Cosmi, V., Scaglioni, S., Agostoni, C.** (2017). Early taste experiences and later food choices. *Nutrients*, 9(2), 107. <https://doi.org/10.3390/nu9020107>
- Demir, Ü.** (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27–50. <https://doi.org/10.18094/si.99029>
- Derenne, J., Beresin, E.** (2018). Body Image, Media, and Eating Disorders—a 10-Year Update. *Academic Psychiatry*, 42(1), 129–134.
- Desbrow, B., Burd, N. A., Tarnopolsky, M., Moore, D. R., Elliott-Sale, K. J.** (2019). Nutrition for Special Populations: Young, Female, and Masters Athletes. *Int J Sport Nutr Exerc Metab.*, 29(2), 220–227.
- Di Noia, J., Contento, I. R.** (2010). Fruit and vegetable availability enables adolescent consumption that exceeds national average. *Nutrition Research*, 30(6), 396–402. <https://doi.org/10.1016/j.nutres.2010.06.008>
- Di Noia, J., Schinke, S. P., Contento, I. R.** (2008). Dietary fat intake among urban, African American adolescents. *Eating Behaviors*, 9(2), 251–256. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2007.07.006>
- Dikmen, D., Inan-Eroğlu, E., Göktaş, Z., Barut-Uyar, B., Karabulut, E.** (2016). Validation of a Turkish version of the food choice questionnaire. *Food Quality and Preference*, 52, 81–86.
- Dilber, F., 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.
- Dinleyici, M., Carman, K. B., Öztürk, E., Şahin-Dağlı, F.** (2016). Media Use by Children, and Parents’ Views on Children’s Media Usage. *Interactive Journal of Medical Research*, 5(2), e18.
- Dinnella, C., Morizet, D., Masi, C., Clicerri, D., Depezay, L., Appleton, K. M., Giboreau, A., Perez-Cueto, F. J. A., Hartwell, H., Monteleone, E.** (2016). Sensory determinants of stated liking for vegetable names and actual liking for canned vegetables: A cross-country study among European adolescents. *Appetite*, 107, 339–347.

- do Amaral E Melo, G. R., de Carvalho Silva Vargas, F., Dos Santos Chagas, C. M., Toral, N.** (2017). Nutritional interventions for adolescents using information and communication technologies (ICTs): A systematic review. *PLoS ONE*, 12(9), 1–12.
- Doğusoy, B., İmer, G.** (2019). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Yerlilik Özellikleri Değerlendirmelerinin İncelenmesi. *İlköğretim Online*, 18(4), 1766–1778. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2019.639322>
- Domoff, S. E., Sutherland, E. Q., Yokum, S., Gearhardt, A. N.** (2020). Adolescents' addictive phone use: Associations with eating behaviors and adiposity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(8), 2861. 1–10. <https://doi.org/10.3390/ijerph17082861>
- Donini, L. M.** (2017). Chapter 2 - Control of Food Intake in Aging In *Food for the Aging Population: Second Edition* (pp. 25–55). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100348-0.00002-0>
- Dumanlı Kürkcü, D.** (2015). Yeni Medyanın Gençlerin Medya Alışkanlıkları Üzerine Etkisi. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Dumas, A. A., Lapointe, A., Desroches, S.** (2018). Users, uses, and effects of social media in dietetic practice: Scoping review of the quantitative and qualitative evidence. *Journal of Medical Internet Research*, 20(2), e55. <https://doi.org/10.2196/jmir.9230>
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., Chen, H.** (2015). Social Media Marketing and Advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289–309. <https://doi.org/10.1362/146934715X14441363377999>
- Ekşi, H., Turgut, T., Sevim, E.** (2019). Üniversite Öğrencilerinde Öz Kontrol Ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Genel Erteleme Davranışlarının Aracı Rolü. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6(3), 717–745. <https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.3.0069>
- Emilien, C., Hollis, J. H.** (2017). A brief review of salient factors influencing adult eating behaviour. *Nutrition Research Reviews*, 30(2), 233–246. <https://doi.org/10.1017/S0954422417000099>
- Ergin, E. E.** (2015). Sosyal Medyada Reklam Kullanımı Örneği Olarak Yerli Reklamın İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Eryılmaz, B., Şengül, S.** (2016). Sosyal Medyada Paylaşılan Yöresel Yemek Fotoğraflarının Turistlerin Seyahat Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32–42. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/199058>
- Evans, C. E. L.** (2020). Next Steps for Interventions Targeting Adolescent Dietary Behaviour. *Nutrients*, 12(1), 190. <https://doi.org/10.3390/nu12010190>
- Farrington, F., Farrington, S., 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. <https://doi.org/10.1002/hpja.232>
- Farrington, F., Hands, B., Chivers, P.** (2018). Don't know, don't care or confused: what do Australian adolescents know about Australian Dietary Guidelines? *Curriculum Studies in Health and Physical Education*, 9(2), 141–156. <https://doi.org/10.1080/25742981.2018.1436976>

- Fırmacı Orman, T.** (2012). Ergenlik Çağındaki Gençlerde Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları Araştırması / Survey on Adolescents's Healthy Lifestyle Behaviours. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi / E-Journal of Hacettepe University for Sociological Research.*, 1–14.
- Fiates, G. M. R., Amboni, R. D. M. C., Teixeira, E.** (2008). Television use and food choices of children: Qualitative approach. *Appetite*, 50(1), 12–18. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.05.002>
- Fitzgerald, A., Heary, C., Nixon, E., Kelly, C.** (2010). Factors influencing the food choices of Irish children and adolescents: A qualitative investigation. *Health Promotion International*, 25(3), 289–298.
- Fitzpatrick, C., Burkhalter, R., Asbridge, M.** (2019). Adolescent media use and its association to wellbeing in a Canadian national sample. *Preventive Medicine Reports*, 14, 100867.
- Fleming-Milici, F., Harris, J. L.** (2020). Adolescents' engagement with unhealthy food and beverage brands on social media. *Appetite*, 146, 104501. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104501>
- Franchi, M.** (2012). Food choice: beyond the chemical content. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 63(sup1), 17–28.
- Freisling, H., Haas, K., Elmadfa, I.** (2010). Mass media nutrition information sources and associations with fruit and vegetable consumption among adolescents. *Public Health Nutrition*, 13(2), 269–275. <https://doi.org/10.1017/S1368980009991297>
- French, S. A., Story, M., Neumark-Sztainer, D., Fulkerson, J. A., Hannan, P.** (2001). Fast food restaurant use among adolescents: associations with nutrient intake, food choices and behavioral and psychosocial variables. *Int J Obes Relat Metab Disord*, 25(12), 1823–1833.
- Fulkerson, J. A., French, S. A., Story, M.** (2004). Adolescents' attitudes about and consumption of low-fat foods: Associations with sex and weight-control behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 104(2), 233–237. <https://doi.org/10.1016/j.jada.2003.09.022>
- Gençlik ve Spor Bakanlığı.** (2013). Gençlik ve Spor Bakanlığı Türkiye'nin en kapsamlı sosyal medya araştırmasını yaptı. <https://gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx>. Erişim Tarihi: 27.02.2021.
- Geria, K., Beitz, J. M.** (2018). Application of a modified diabetes prevention program with adolescents. *Public Health Nursing*, 35(4), 337–343. <https://doi.org/10.1111/phn.12379>
- Gerwin, R. L., Kaliebe, K., Daigle, M.** (2018). The Interplay Between Digital Media Use and Development. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 27(2), 345–355. <https://doi.org/10.1016/j.chc.2017.11.002>
- Ghvanidze, S., Velikova, N., Dodd, T. H., 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.
- Głabaska, D., Skolmowska, D., Guzek, D.** (2020). Population-based study of the changes in the food choice determinants of secondary school students: Polish adolescents' COVID-19 experience (place-19) study. *Nutrients*, 12(9), 1–15. <https://doi.org/10.3390/nu12092640>

- Goodyear, V. A., Armour, K. M., Wood, H.** (2019). Young people and their engagement with health-related social media: new perspectives. *Sport, Education and Society*, 24(7), 673–688.
- Gordon, C. M., DePeter, K. C., Feldman, H. A., Grace, E., Emans, S. J.** (2004). Prevalence of vitamin D deficiency among healthy adolescents. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 158(6), 531–537. <https://doi.org/10.1001/archpedi.158.6.531>
- Gökçearslan, Ş., Günbatar, M. S.** (2012). Ortaöğrenim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(2), 10–24.
- Green, R., Allen, L. H., Bjørke-Monsen, A. L., Brito, A., Guéant, J. L., Miller, J. W., Molloy, A. M., Nexo, E., Stabler, S., Toh, B. H., Ueland, P. M., Yajnik, C.** (2017). Vitamin B12 deficiency. *Nature Reviews Disease Primers*, 3(1), 1–20. <https://doi.org/10.1038/nrdp.2017.40>
- Grosso, G., Mistretta, A., Turconi, G., Cena, H., Roggi, C., Galvano, F.** (2013). Nutrition knowledge and other determinants of food intake and lifestyle habits in children and young adolescents living in a rural area of Sicily, South Italy. *Public Health Nutrition*, 16(10), 1827–1836. <https://doi.org/10.1017/S1368980012003965>
- Haddad, M. R., Sarti, F. M.** (2020). Sociodemographic determinants of health behaviors among Brazilian adolescents: Trends in physical activity and food consumption, 2009–2015. *Appetite*, 144, 104454.
- Hallström, L., Vereecken, C. A., Ruiz, J. R., Patterson, E., Gilbert, C. C., Catasta, G., Díaz, L. E., Gómez-Martínez, S., González Gross, M., Gottrand, F., Hegyi, A., Lehoux, C., Mouratidou, T., Widham, K., Åström, A., Moreno, L. A., Sjöström, M.** (2011). Breakfast habits and factors influencing food choices at breakfast in relation to socio-demographic and family factors among European adolescents. The HELENA Study. *Appetite*, 56(3), 649–657. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.02.019>
- Han, E., Powell, L. M., Kim, T. H.** (2013). Trends in exposure to television food advertisements in South Korea. *Appetite*, 62, 225–231. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.10.015>
- Han, R., Xu, J.** (2020). A comparative study of the role of interpersonal communication, traditional media and social media in pro-environmental behavior: A China-based study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6), 1883. 1-21. <https://doi.org/10.3390/ijerph17061883>
- Hançer, A. H., Mişe, H.** (2019). Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitsel Amaçlı Kullanma Durumları ve Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları. *Folklor/Edebiyat*, 25(97), 18–30. <https://doi.org/10.22559/folklor.923>
- Harris, J. L., Speers, S. E., Schwartz, M. B., Brownell, K. D.** (2012). US Food Company Branded Advergaming on the Internet: Children’s exposure and effects on snack consumption. *Journal of Children and Media*, 6(1), 51–68. <https://doi.org/10.1080/17482798.2011.633405>
- Hawkins, L. K., Farrow, C., Thomas, J. M.** (2020). Do perceived norms of social media users’ eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI? *Appetite*, 149, 104611.
- Hendrickson, K. L., Rasmussen, E. B.** (2017). Mindful eating reduces impulsive food choice in adolescents and adults. *Health Psychology*, 36(3), 226–235. <https://doi.org/10.1037/hea0000440>

- Hermans, R. C. J., de Bruin, H., Larsen, J. K., Mensink, F., Hoek, A. C.** (2017). Adolescents' Responses to a School-Based Prevention Program Promoting Healthy Eating at School. *Frontiers in Public Health*, 5, 309.
- Hofmann, J., Meule, A., Reichenberger, J., Weghuber, D., Ardel-Gattinger, E., Blechert, J.** (2016). Crave, like, eat: Determinants of food intake in a sample of children and adolescents with a wide range in body mass. *Frontiers in Psychology*, 7, 1389.
- Holmberg, C., Berg, C., Dahlgren, J., Lissner, L., Chaplin, J. E.** (2019). Health literacy in a complex digital media landscape: Pediatric obesity patients' experiences with online weight, food, and health information. *Health Informatics Journal*, 25(4), 1343–1357.
- Hsu, M. S. H., Rouf, A., Allman-Farinelli, M.** (2018). Effectiveness and Behavioral Mechanisms of Social Media Interventions for Positive Nutrition Behaviors in Adolescents: A Systematic Review. *Journal of Adolescent Health*, 63(5), 531–545.
- Hsu, T., Raposa, E. B.** (2021). Effects of stress on eating behaviours in adolescents: a daily diary investigation. *Psychology and Health*, 36(2), 236–251. <https://doi.org/10.1080/08870446.2020.1766041>
- İlğaz, M.** (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Lise ve Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Journal Of Marketing*, 3(3), 238–257. <https://doi.org/10.30685/tujom.v3i3.63>
- İçirgin, Ö.** (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- İli, K.** (2013). Sosyal Medya Ortam ve Araçlarının Öğrencilerin Davranışlarına Etkisi (GaziÇiftliği Anadolu Lisesi Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- İnce, M., Yılmaz, M.** (2020). Ergenlik Çağındaki Çocukların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Yalnızlaşmaya Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1111–1144. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.725462>
- Jabs, J., Devine, C. M.** (2006). Time scarcity and food choices: An overview. *Appetite*, 47(2), 196–204. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2006.02.014>
- Januraga, P. P., Izwardi, D., Crosita, Y., Indrayathi, P. A., Kurniasari, E., Sutrisna, A., Tumilowicz, A.** (2020). Qualitative evaluation of a social media campaign to improve healthy food habits among urban adolescent females in Indonesia. *Public Health Nutrition*, 1–10. <https://doi.org/10.1017/S1368980020002992>
- Januszewska, R., Pieniak, Z., Verbeke, W.** (2011). Food choice questionnaire revisited in four countries. Does it still measure the same? *Appetite*, 57(1), 94–98. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.03.014>
- Jenkins, S., Horner, S. D.** (2005). Barriers that influence eating behaviors in adolescents. *Journal of Pediatric Nursing*, 20(4), 258–267. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2005.02.014>
- Johnson, F., Wardle, J., Griffith, J.** (2002). The adolescent food habits checklist: Reliability and validity of a measure of healthy eating behaviour in adolescents. *European Journal of Clinical Nutrition*, 56(7), 644–649. <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1601371>

- Kabaran, S., Mercanlıgil, S. M.** (2013). Adolesan Dönem Besin Seçimlerini Hangi Faktörler Etkiliyor? *Güncel Pediatri*, 11(3), 121–127. <https://doi.org/10.4274/Jcp.11.10820>
- Kale, H.** (2019). Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanım Amacı İle Yalnızlık, Zaman Yönetimi, İletişim Becerisi ve Psikolojik İyi Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Trabzon.
- Kalkan, I.** (2019). The impact of nutrition literacy on the food habits among young adults in Turkey. *Nutrition Research and Practice*, 13(4), 352–357. <https://doi.org/10.4162/nrp.2019.13.4.352>
- Kalkan, I., Turkmen, A. S., Filiz, E.** (2016). Dietary habits of Turkish adolescents in Konya, Turkey. *Global Journal on Advances in Pure & Applied Sciences*. [Online], 7, 190–196.
- Kamiloğlu, F., Yurttaş, Ö. U.** (2014). Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 129–150. <https://doi.org/10.16878/ileti-s-im.53872>
- Karacaören, A.** (2019). Adölesanlarda Duygu Değişiklikleri İle Yeme Eğilimi İlişkisinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Karakuş, S. Ş., Yıldırım, H., Büyüköztürk, Ş.** (2016). Üç faktörlü yeme ölçeğinin türk kültürüne uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 15(3), 229–237. <https://doi.org/10.5455/pmb.1-1446540396>
- Kayaalp, H.** (2020). Kahramanmaraş İlinin Elbistan İlçesindeki Lise Öğrencilerinde Beslenme Okuryazarlığının Ölçülmesi ve Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Malatya.
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., Sacker, A.** (2018). Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings From the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine*, 6, 59–68.
- Kemp, S.** (2020). Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>. Erişim Tarihi: 27.02.2021.
- Kerkadi, A., Sadig, A. H., Bawadi, H., Thani, A. A. M. Al, Chetachi, W. Al, Akram, H., Al-Hazzaa, H. M., Musaiger, A. O.** (2019). The relationship between lifestyle factors and obesity indices among adolescents in Qatar. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(22), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ijerph16224428>
- Khalid, S., Williams, C. M., Reynolds, S. A.** (2016). Is there an association between diet and depression in children and adolescents? A systematic review. *British Journal of Nutrition*, 116(12), 2097–2108. <https://doi.org/10.1017/S0007114516004359>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S.** (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Kılıçlar, A., Bozkurt, İ., Sarıkaya, G. S., Şahin, A.** (2021). Sosyal Medyanın X ve Z Kuşağı Üzerindeki Yemek Yeme Davranışına Etkisi (The Effect of Social Media on Eating Behavior in Generations X and Z). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 531–552.

- Koku Aksu, A. E., Metintas, S., Saracoglu, Z. N., Gurel, G., Sabuncu, I., Arikan, I., Kalyoncu, C.** (2012). Acne: Prevalence and relationship with dietary habits in Eskisehir, Turkey. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*, 26(12), 1503–1509. <https://doi.org/10.1111/j.1468-3083.2011.04329.x>
- Korkut, K.** (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Yoluyula Geliştirdiği Tutumlar (Sakarya/ Kaynarca Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Sakarya.
- Kuebler, M., Yom-Tov, E., Pelleg, D., Puhl, R. M., Muennig, P.** (2013). When Overweight Is the Normal Weight: An Examination of Obesity Using a Social Media Internet Database. *PLoS ONE*, 8(9), e73479. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0073479>
- Lai Yeung, W. L. T.** (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. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2009.05.008>
- Lassi, Z., Moin, A., Bhutta, Z.** (2017a). Nutrition in Middle Childhood and Adolescence. In *Disease Control Priorities, Third Edition (Volume 8): Child and Adolescent Health and Development* (pp. 133–146). The World Bank. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0423-6_ch11
- Lassi, Z. S., Moin, A., Das, J. K., Salam, R. A., Bhutta, Z. A.** (2017b). Systematic review on evidence-based adolescent nutrition interventions. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1393(1), 34–50.
- Lawless, M., Shriver, L. H., Wideman, L., Dollar, J., Calkins, S., Keane, S., Shanahan, L.** (2020). Associations between eating behaviors, diet quality and body mass index among adolescents. *Eating Behaviors*, 36, 101339. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2019.101339>
- Leary, M. P., Clegg, E. N., Santella, M. E., Murray, P. J., Downs, J. S., Olfert, M. D.** (2019). Consumption of health-related content on social media among adolescent girls: Mixed-methods pilot study. *JMIR Formative Research*, 3(1), e11404. <https://doi.org/10.2196/11404>
- Leigh, S. J., Lee, F., Morris, M. J.** (2018). Hyperpalatability and the Generation of Obesity: Roles of Environment, Stress Exposure and Individual Difference. *Current Obesity Reports*, 7(1), 6–18. <https://doi.org/10.1007/s13679-018-0292-0>
- Liang, T., Kuhle, S., Veugelers, P. J.** (2009). Nutrition and body weights of canadian children watching television and eating while watching television. *Public Health Nutrition*, 12(12), 2457–2463.
- Lindeman, M., Väänänen, M.** (2000). Measurement of ethical food choice motives. *Appetite*, 34(1), 55–59. <https://doi.org/10.1006/appe.1999.0293>
- Macchi, R., MacKew, L., Davis, C.** (2017). Is decision-making ability related to food choice and facets of eating behaviour in adolescents? *Appetite*, 116, 442–455. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.05.031>
- Mallick, N., Ray, S., Mukhopadhyay, S.** (2014). Eating Behaviours and Body Weight Concerns among Adolescent Girls. *Advances in Public Health*, 2014, 1–8. <https://doi.org/10.1155/2014/257396>
- Mardon, J., Thiel, E., Laniau, M., Sijtsema, S., Zimmermann, K., Barjolle, D.** (2015). Motives underlying food consumption in the Western Balkans: consumers' profiles and public health strategies. *International Journal of Public Health*, 60(5), 517–526.

- Maric, M., Urh, M., Ferjan, M., Jereb, E.** (2014). Food choice questionnaire factors' invariance over the student population. *HealthMED*, 8(9), 1088–1096.
- Maulida, R., Nanishi, K., Green, J., Shibanuma, A., Jimba, M.** (2016). Food-choice motives of adolescents in Jakarta, Indonesia: The roles of gender and family income. *Public Health Nutrition*, 19(15), 2760–2768. <https://doi.org/10.1017/S136898001600094X>
- McNaughton, S. A.** (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. <https://doi.org/10.1016/j.jada.2010.10.041>
- Mesías, M., Seiquer, I., Navarro, M. P.** (2011). Calcium Nutrition in Adolescence. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 51(3), 195–209. <https://doi.org/10.1080/10408390903502872>
- Mesías, M., Seiquer, I., Navarro, M. P.** (2013). Iron Nutrition in Adolescence. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 53(11), 1226–1237. <https://doi.org/10.1080/10408398.2011.564333>
- Mete, R., Curlewis, J., Shield, A., Murray, K., Bacon, R., Kellett, J.** (2019). Reframing healthy food choices: A content analysis of Australian healthy eating blogs. *BMC Public Health*, 19(1), 1711. 1-9. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-8064-7>
- Montgomery, K. C., Chester, J.** (2009). Interactive Food and Beverage Marketing: Targeting Adolescents in the Digital Age. *Journal of Adolescent Health*, 45(3), 18–29. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2009.04.006>
- Moreno, L. A., Kersting, M., de Henauw, S., González-Gross, M., Sichert-Hellert, W., Matthys, C., Mesana, M. I., Ross, N.** (2005). How to measure dietary intake and food habits in adolescence: The European perspective. *International Journal of Obesity*, 29(2), 66–77. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0803063>
- Morris, A. M., Katzman, D. K.** (2003). The impact of the media on eating disorders in children and adolescents. *Paediatrics and Child Health*, 8(5), 287–289. <https://doi.org/10.1093/pch/8.5.287>
- Mulasi-Pokhriyal, U., Smith, C.** (2011). Investigating health and diabetes perceptions among hmong American children, 9-18 years of age. *Journal of Immigrant and Minority Health*, 13(3), 470–477. <https://doi.org/10.1007/s10903-010-9377-x>
- Murimi, M., Chrisman, M., Mcdonald, O.** (2016). A Qualitative Study on Factors that Influence Students' Food Choices. *Journal of Nutrition & Health*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.13188/2469-4185.1000013>
- Murphy, G., Corcoran, C., Tatlow-Golden, M., Boyland, E., 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), 2181. 1-25. <https://doi.org/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, D. A., Pettersen, K. S., Henjum, S., Guttersrud, Ø.** (2018). Assessing adolescents' perceived proficiency in critically evaluating nutrition information. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15(1), 61. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0690-4>
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., Prinstein, M. J.** (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 1—A Theoretical Framework and Application to Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267–294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>
- Nuerkaosaier, A.** (2013). *Çin Xinjiang Uygur Özerk Bölgesi Urumçi şehrindeki lise öğrencilerinin beslenme ve fiziksel aktivite bilgi ve davranışları*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Odgers, C. L., Schueller, S. M., Ito, M.** (2020). Screen Time, Social Media Use, and Adolescent Development. *Annual Review of Developmental Psychology*, 2(1), 485–502. <https://doi.org/10.1146/annurev-devpsych-121318-084815>
- Oellingrath, I. M., Hersleth, M., Svendsen, M. V.** (2013). Association between parental motives for food choice and eating patterns of 12-to 13-year-old Norwegian children. *Public Health Nutrition*, 16(11), 2023–2031. <https://doi.org/10.1017/S1368980012004430>
- Okoro, C. S., Musonda, I., Agumba, J.** (2017). Evaluating the Influence of Nutrition Determinants on Construction Workers' Food Choices. *American Journal of Men's Health*, 11(6), 1713–1727.
- Otuneye, A., Ahmed, P., Abdulkarim, A., Aluko, O., 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. <https://doi.org/10.4314/njp.v44i3.1>
- Özpulat, F.** (2017). Televizyon reklamlarının öğrencilerin yemek tüketimine olan etkisinin görünümü Televizyon reklamlarının tüketimi tüketimi üzerine etkisi. *Journal of Human Sciences*, 14(4), 4123–4134.
- Pantic, I., Damjanovic, A., Todorovic, J., Topalovic, D., Bojovic-Jovic, D., Ristic, S., Pantic, S.** (2012). Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiatria Danubina*, 24(1), 90–93.
- Pearcey, S. M., Zhan, G. Q.** (2018). A comparative study of American and Chinese college students' motives for food choice. *Appetite*, 123, 325–333. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.01.011>
- Pekerşen, Y., Kaplan, M.** (2020). Tüketicilerin Yeme İçme Alışkanlıkları ve Yiyecek-İçecek İşletmesi Tercihlerinde Sosyal Medya Kullanımının Rolü: Muğla Örneği (The Role of Social Media Use in Consumer Food Habits and Food and Beverage Preferences of Businesses: Muğla Sample). *Journal of Business Research - Turk*, 12(3), 2362–2381. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.981>
- Phan, U. T. X., Chambers, E.** (2016). Motivations for choosing various food groups based on individual foods. *Appetite*, 105, 204–211. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.05.031>
- Pinto, A., Pauzé, E., Mutata, R., Roy-Gagnon, M. H., Kent, M. P.** (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. <https://doi.org/10.3390/ijerph17061999>

- Pope, L., Latimer, L., Wansink, B.** (2015). Viewers vs. Doers. The relationship between watching food television and BMI. *Appetite*, 90, 131–135. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.035>
- Potvin Kent, M., Pauzé, E., Roy, E. A., de Billy, N., Czoli, C.** (2019). Children and adolescents' exposure to food and beverage marketing in social media apps. *Pediatric Obesity*, 14(6), 1–9. <https://doi.org/10.1111/ijpo.12508>
- Powell, L. M., Szczypka, G., Chaloupka, F. J.** (2007a). Adolescent Exposure to Food Advertising on Television. *American Journal of Preventive Medicine*, 33(4 Sup), 251–256.
- Powell, L. M., Szczypka, G., Chaloupka, F. J., Braunschweig, C. L.** (2007b). Nutritional content of television food advertisements seen by children and adolescents in the United States. *Pediatrics*, 120(3), 576–583. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-3595>
- Proserpio, C., Pagliarini, E., Laureati, M., Frigerio, B., Lavelli, V.** (2019). Acceptance of a new food enriched in β -glucans among adolescents: Effects of food technology neophobia and healthy food habits. *Foods*, 8(10), 433. <https://doi.org/10.3390/foods8100433>
- 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. <https://doi.org/10.24095/hpcdp.37.9.03>
- Qiu, C., Hou, M.** (2020). Association between food preferences, eating behaviors and socio-demographic factors, physical activity among children and adolescents: A cross-sectional study. *Nutrients*, 12(3), 640. <https://doi.org/10.3390/nu12030640>
- Qutteina, Y., De Backer, C., Smits, T.** (2019a). Media food marketing and eating outcomes among pre-adolescents and adolescents: A systematic review and meta-analysis. *Obesity Reviews*, 20(12), 1708–1719. <https://doi.org/10.1111/obr.12929>
- Qutteina, Y., Hallez, L., Mennes, N., De Backer, C., Smits, T.** (2019b). What Do Adolescents See on Social Media? A Diary Study of Food Marketing Images on Social Media. *Frontiers in Psychology*, 10, 2637. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02637>
- Ramachandran, D., Kite, J., Vassallo, A. J., Chau, J. Y., Partridge, S. R., Freeman, B., Gill, T.** (2018). Food Trends and Popular Nutrition Advice Online – Implications for Public Health. *Online Journal of Public Health Informatics*, 10(2), e213. <https://doi.org/10.5210/ojphi.v10i2.9306>
- Rathi, N., Riddell, L., Worsley, A.** (2017). Food consumption patterns of adolescents aged 14-16 years in Kolkata, India. *Nutrition Journal*, 16, 50. <https://doi.org/10.1186/s12937-017-0272-3>
- Reid Chassiakos, Y., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C.** (2016). Children and Adolescents and Digital Media. *American Academy Of Pediatrics*, 138(5), e20162593. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-2593>
- Ribeiro-Silva, R. C., Nunes, I. L., Assis, A. M. O.** (2014). Prevalence and factors associated with vitamin A deficiency in children and adolescents. *Jornal de Pediatria*, 90(5), 486–492. <https://doi.org/10.1016/j.jpmed.2014.01.014>

- Risti, K. N., Pamungkasari, E. P., Suminah.** (2021). Nutrition Knowledge and Healthy Food Choices After Participating in Online Nutrition Education in Overweight Adolescents. *Advances in Health Sciences Research*, 34, 46–49. <https://doi.org/10.2991/ahsr.k.210127.011>
- Roberto, C. A., Khandpur, N.** (2014). Improving the design of nutrition labels to promote healthier food choices and reasonable portion sizes. *International Journal of Obesity*, 38, 25–33. <https://doi.org/10.1038/ijo.2014.86>
- Robinson, T. N., Banda, J. A., Hale, L., Lu, A. S., Fleming-Milici, F., Calvert, S. L., Wartella, E.** (2017). Screen media exposure and obesity in children and adolescents. *Pediatrics*, 140(Suppl 2), S97–S101.
- Rodrigues, P. R. M., Luiz, R. R., Monteiro, L. S., Ferreira, M. G., Gonçalves-Silva, R. M. V., Pereira, R. A.** (2017). Adolescents' unhealthy eating habits are associated with meal skipping. *Nutrition*, 42, 114–120. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2017.03.011>
- Ronto, R., Ball, L., Pendergast, D., Harris, N.** (2016). Adolescents' perspectives on food literacy and its impact on their dietary behaviours. *Appetite*, 107, 549–557. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.09.006>
- Ronto, R., Carins, J., Ball, L., Pendergast, D., Harris, N.** (2020). Adolescents' views on high school food environments. *Health Promotion Journal of Australia*, 1–9. <https://doi.org/10.1002/hpja.384>
- Roos, E., Lehto, R., 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>
- Ruiz, L. D., Zuelch, M. L., Dimitratos, S. M., Scherr, R. E.** (2019). Adolescent Obesity: Diet Quality, Psychosocial Health, and Cardiometabolic Risk Factors. *Nutrients*, 12, 43. <https://doi.org/10.3390/nu12010043>
- Sacks, G., Looi, E. S. Y.** (2020). The Advertising Policies of Major Social Media Platforms Overlook the Imperative to Restrict the Exposure of Children and Adolescents to the Promotion of Unhealthy Foods and Beverages. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11), 4172. <https://doi.org/10.3390/ijerph17114172>
- Sağlam, K., Gümüş, T.** (2019). Yazılı, Görsel Ve Sosyal Medyada Gıda İle İlgili Bilgi Kirliliğinin Halkın Gıda Tercihi Üzerine Etkileri. *Gıda / the Journal of Food*, 44(1), 153–162. <https://doi.org/10.15237/gida.gd18108>
- Sağlık Bakanlığı.** (2019). Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı. Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, Sağlık Bakanlığı. Yayın No: 773, Ankara 2019.
- Salam, R. A., Hooda, M., Das, J. K., Arshad, A., Lassi, Z. S., Middleton, P., Bhutta, Z. A.** (2016). Interventions to Improve Adolescent Nutrition: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Adolescent Health*, 59(2), S29–S39. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.06.022>
- Sampasa-Kanyinga, H., Chaput, J. P., Hamilton, H. A.** (2015). Associations between the use of social networking sites and unhealthy eating behaviours and excess body weight in adolescents. *British Journal of Nutrition*, 114(11), 1941–1947. <https://doi.org/10.1017/S0007114515003566>

- Sampasa-Kanyinga, H., Hamilton, H. A., Chaput, J. P.** (2018). Use of social media is associated with short sleep duration in a dose–response manner in students aged 11 to 20 years. *Acta Paediatrica, International Journal of Paediatrics*, 107(4), 694–700. <https://doi.org/10.1111/apa.14210>
- Samson, L., Buijzen, M.** (2020). Craving healthy foods?! How sensory appeals increase appetitive motivational processing of healthy foods in adolescents. *Media Psychology*, 23(2), 159–183.
- Samuelson, G.** (2000). Dietary habits and nutritional status in adolescents over Europe. An overview of current studies in the Nordic countries. *European Journal of Clinical Nutrition*, 54(1), 21–28.
- Santaliestra-Pasías, A. M., Mouratidou, T., Verbestel, V., Huybrechts, I., Gottrand, F., Le Donne, C., Cuenca-García, M., Díaz, L. E., Kafatos, A., Manios, Y., Molnar, D., Sjöström, M., Widhalm, K., De Bourdeaudhuij, I., Moreno, L. A.** (2012). Food consumption and screen-based sedentary behaviors in European adolescents: The HELENA study. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 166(11), 1010–1020. <https://doi.org/10.1001/archpediatrics.2012.646>
- Saraiva, A., Carrascosa, C., Raheem, D., Ramos, F., 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. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176285>
- Sarıdağ Devran, B.** (2018). Lise Öğrencileri ve Ebeveynlerine Verilen Beslenme Eğitiminin Beslenme Bilgi ve Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. Doktora Tezi. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Savcı, M., Ercengiz, M., Aysan, F.** (2018). Ergenlerde Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması Turkish Adaptation of the Social Media Disorder Scale in Adolescents. *Arch Neuropsychiatry*, 55, 1–8. <https://doi.org/10.5152/npa.2017.19285>
- Scaglioni, S., De Cosmi, V., Ciappolino, V., Parazzini, F., Brambilla, P., Agostoni, C.** (2018). Factors influencing children's eating behaviours. *Nutrients*, 10(6), 706. <https://doi.org/10.3390/nu10060706>
- Scott, H. C., Craddock, C., Craig, L. C. A.** (2020). What features of a nutrition resource are important to adolescents of a low socioeconomic status? *Public Health Nutrition*, 23(10), 1716–1725.
- Share, M., Stewart-Knox, B.** (2012). Determinants of food choice in Irish adolescents. *Food Quality and Preference*, 25(1), 57–62. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.12.005>
- Slater, A., Tiggemann, M., Hawkins, K., Werchon, D.** (2012). Just one click: A content analysis of advertisements on teen web sites. *Journal of Adolescent Health*, 50(4), 339–345. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2011.08.003>
- Smit, C. R., Buijs, L., van Woudenberg, T. J., Bevelander, K. E., Buijzen, M.** (2020). The Impact of Social Media Influencers on Children's Dietary Behaviors. *Frontiers in Psychology*, 10, 2975.
- Smith, R., Kelly, B., Yeatman, H., Boyland, E.** (2019). Food marketing influences children's attitudes, preferences and consumption: A systematic critical review. *Nutrients*, 11(4), 875. <https://doi.org/10.3390/nu11040875>

- Soliman, A., De Sanctis, V., Elalaily, R.** (2014). Nutrition and pubertal development. *Indian Journal of Endocrinology and Metabolism*, 18, S39–S47. <https://doi.org/10.4103/2230-8210.145073>
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., Demir, M.** (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 4(7), 23–32.
- Sormaz, Ü.** (2006). İzmit’te Lise Öğrencilerinin Besin Tercihleri ve Beslenme Bilgi Düzeyleri Üzerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Speers, S. E., Harris, J. L., Schwartz, M. B.** (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. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2011.04.018>
- Stang, J. S., Stotmeister, B.** (2017). Nutrition in Adolescence. In *Nutrition Guide for Physicians and Related Healthcare Professionals*. (pp. 29–39). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49929-1_4
- Stephensen, C. B., Marquis, G. S., Jacob, R. A., Kruzich, L. A., Douglas, S. D., Wilson, C. M.** (2006). Vitamins C and E in adolescents and young adults with HIV infection. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 83(4), 870–879. <https://doi.org/10.1093/ajcn/83.4.870>
- Steptoe, A., Pollard, T. M., Wardle, J.** (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food: The food choice questionnaire. *Appetite*, 25(3), 267–284. <https://doi.org/10.1006/appe.1995.0061>
- Story, M., Neumark-Sztainer, D., French, S.** (2002). Individual and environmental influences on adolescent eating behaviors. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(3), S40–S51. [https://doi.org/10.1016/s0002-8223\(02\)90421-9](https://doi.org/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. <https://doi.org/10.4103/2141-9248.141555>
- Szabo, K., Piko, B. F., Fitzpatrick, K. M.** (2019). Adolescents’ attitudes towards healthy eating: The role of self-control, motives and self-risk perception. *Appetite*, 143, 104416. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104416>
- Şimşek, T.** (2019). Sosyal medyada mahremiyetin ifşası “Instagram örneği”. *Sosyolojik Düşün*, 4(1), 10–24.
- Tambalis, K. D., Panagiotakos, D. B., Psarra, G., Sidossis, L. S.** (2018). Association between fast-food consumption and lifestyle characteristics in Greek children and adolescents; Results from the EYZHN (National Action for Children’s Health) programme. *Public Health Nutrition*, 21(18), 3386–3394. <https://doi.org/10.1017/S1368980018002707>
- Tanrıverdi, H., Sağır, S.** (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.*, 7(18), 775–822. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.849>
- Taylan, H. H.** (2015). Sakarya’da Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Journal of Turkish Studies*, 10(6), 855–874.

- Tayyem, R. F., Bawadi, H. A., AbuMweis, S. S., Allehdan, S., Agraib, L., Ghazzawi, H. A., Al-Mannai, M. A., Musaiger, A. R. O.** (2016). Association between mass media and body weight concern among Jordanian adolescents' residents of Amman: the role of gender and obesity. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 21(6), 430–438. <https://doi.org/10.1007/s12199-016-0543-1>
- Tiggemann, M., Slater, A.** (2014). NetTweens: The Internet and Body Image Concerns in Preteenage Girls. *Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606–620. <https://doi.org/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.
- Toumpakari, Z., Haase, A. M., Johnson, L.** (2016). Adolescents' non-core food intake: A description of what, where and with whom adolescents consume non-core foods. *Public Health Nutrition*, 19(9), 1645–1653. <https://doi.org/10.1017/S1368980016000124>
- Tufan Yeniçikti, N.** (2016). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Facebook ve Twitter Kullanıcıları Üzerine Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Tuna Oran, N., Toz, H., Küçük, T., Uçar, V.** (2017). Medyanın kadınların beslenme alışkanlıkları, besin seçimi ve tüketimi üzerindeki etkileri. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 12(1), 1–13.
- TÜBER.** (2015). Türkiye Beslenme Rehberi TÜBER 2015. T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031, Ankara 2016.
- Türk, M., Gürsoy, Ş. T., Ergin, I., Üniversitesi, E., Fakültesi, T., Sağlığı, H., Dalı, A.** (2007). Kentsel bölgede lise birinci sınıf öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları. *Genel Tıp Derg.*, 17(2), 81–87.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V., Uzun, E.** (2016). Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu olan Ergenlerde Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyal Medya Bağımlılığı, Benlik Saygısı ve Algılanan Sosyal Destek İlişkisi. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(3), 142–147. <https://doi.org/10.21763/tjfm.16425>
- Vågstrand, K.** (2010). Sex differences among Swedish adolescents in mother-child relationships in the intake of different food groups. *British Journal of Nutrition*, 103(8), 1205–1211.
- Vaitkeviciute, R., Ball, L. E., Harris, N.** (2015). The relationship between food literacy and dietary intake in adolescents: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 18(4), 649–658.
- Vandewater, E. A., Denis, L. M.** (2011). Media, social networking, and pediatric obesity. *Pediatric Clinics of North America*, 58(6), 1509–1519. <https://doi.org/10.1016/j.pcl.2011.09.012>
- Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C., Young, J. A.** (2015). Getting healthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, 45, 151–157. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.013>
- Vogel, L.** (2019). Quality of kids' screen time matters as much as quantity. *CMAJ: Canadian Medical Association Journal = Journal de l'Association Médicale Canadienne*, 191(25), E721. <https://doi.org/10.1503/cmaj.109-5767>

- Von Essen, E., 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. <https://doi.org/10.3402/qhw.v8i0.20559>
- Voráčová, J., Badura, P., Hamrik, Z., Holubčíková, J., Sigmund, E.** (2018). Unhealthy eating habits and participation in organized leisure-time activities in Czech adolescents. *European Journal of Pediatrics*, 177(10), 1505–1513. <https://doi.org/10.1007/s00431-018-3206-y>
- Vukmirovic, M.** (2015). The effects of food advertising on food-related behaviours and perceptions in adults: A review. *Food Research International*, 75, 13–19. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2015.05.011>
- Wardle, J., Haase, A. M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwutiwes, K., Bellis, F.** (2004). Gender differences in food choice: The contribution of health beliefs and dieting. *Annals of Behavioral Medicine*, 27(2), 107–116. https://doi.org/10.1207/s15324796abm2702_5
- Watson, P., Wiers, R. W., Hommel, B., Ridderinkhof, K. R., de Wit, S.** (2016). An associative account of how the obesogenic environment biases adolescents' food choices. *Appetite*, 96, 560–571. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.10.008>
- Watts, A. W., Lovato, C. Y., Barr, S. I., Hanning, R. M., Mâsse, L. C.** (2015). A qualitative study exploring how school and community environments shape the food choices of adolescents with overweight/obesity. *Appetite*, 95, 360–367. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.07.022>
- Westenhoefer, J.** (2005). Age and Gender Dependent Profile of Food Choice. In *Diet Diversification and Health Promotion* (Vol. 57, pp. 44–51). KARGER. <https://doi.org/10.1159/000083753>
- WHO.** (2007a). World Health Organization, Growth reference data for 5-19 years. <https://www.who.int/tools/growth-reference-data-for-5to19-years/application-tools>. Erişim Tarihi: 11 Ocak 2021.
- WHO.** (2007b). World Health Organization, BMI-for-age (5-19 years). <https://www.who.int/tools/growth-reference-data-for-5to19-years/indicators/bmi-for-age>. Erişim Tarihi: 2 Ocak 2021.
- Williams, S. L., Mummery, W. K.** (2012). Associations between adolescent nutrition behaviours and adolescent and parent characteristics. *Nutrition and Dietetics*, 69(2), 95–101.
- Wouters, E. J., Larsen, J. K., Kremers, S. P., Dagnelie, P. C., Geenen, R.** (2010). Peer influence on snacking behavior in adolescence. *Appetite*, 55(1), 11–17. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.03.002>
- Yahia, N., Wang, D., Rapley, M., Dey, R.** (2016). Assessment of weight status, dietary habits and beliefs, physical activity, and nutritional knowledge among university students. *Perspectives in Public Health*, 136(4), 231–244. <https://doi.org/10.1177/1757913915609945>
- Yardımcı, H., Özçelik, A. Ö.** (2015). Üniversite Öğrencilerinin Öğün Düzenleri ve Beslenme Eğitiminin Beslenme Bilgisine Etkisi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 43(1), 19–26.
- Yılmaz, B.** (2017). Bir grup lise öğrencisinin internet kullanımlarının beden algıları ve yeme tutumları ile ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

- Yorulmaz, M., Yorulmaz, S.** (2020). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitelerini Kullanma Sürelerinin Akademik Başarılarına Etkisi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 27–39.
- Zhang, J., Hu, H., Hennessy, D., Zhao, S., Zhang, Y.** (2019). Digital media and depressive symptoms among Chinese adolescents: A cross-sectional study. *Heliyon*, 5(5), 2013–2014.

EKLER

EK A: Etik Kurul Onayı

EK B: Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Ebeveyn Rıza Formu ve Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Öğrenci Rıza Formu

EK C: Anket Formları

EK A: Etik Kurul Onayı

EK B: Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Ebeveyn Rıza Formu ve Araştırma Amaçlı Çalışma İçin Öğrenci Rıza Formu

ARAŞTIRMA AMAÇLI ÇALIŞMA İÇİN EBEVEYN RIZA FORMU

(Araştırmacının Beyanı)

Lise çağındaki öğrencilerin besin seçimine ve beslenme alışkanlıklarına medyanın etkisi ile ilgili bir araştırma yapmaktayız. Araştırmanın ismi “Medyanın Liseli Öğrencilerin Besin Seçimi ve Beslenme Alışkanlıklarına Etkisi” dir. Bu araştırma Ordu Anadolu Lisesi’nde Ocak 2020 ve Mart 2020 tarihleri arasında yapılacaktır.

Araştırma Ordu İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nün ve okul yönetiminin de izni ile gerçekleştirilmektedir. Araştırmayı ben Dyt. Buse Kayserilioğlu ve Dr. Öğr. Üyesi Serap Andaç Öztürk ile birlikte yapıyoruz. Çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayalıdır. Çocuğunuzun bu araştırmaya katılmasını dileriz. Ancak tabii ki bu araştırmaya çocuğunuzun dahil edip etmemekte serbestsiniz. Kararınızdan önce araştırma hakkında sizi bilgilendirmek istiyoruz. Bu bilgileri okuyup anladıktan sonra çocuğunuzun çalışmaya katılmasını isterseniz formu lütfen imzalayınız.

Bu araştırmayı yapmak istememizdeki neden; medyanın (televizyon programları, sosyal medya gibi) öğrencilerin besin seçimlerine ve beslenme alışkanlıklarına etkilerinin belirlenebilmesidir. Ayrıca bu konuda yapılabileceklerin ve alınabilecek önlemlerin planlanabilmesi açısından önemlidir. Bu araştırma, İstanbul Aydın Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Programı, yüksek lisans tezi kapsamında yapılmaktadır ve çocuğunuzun bu çalışmaya katılması araştırmanın başarısı için önemlidir.

Eğer çocuğunuzun çalışmaya katılmasını kabul ederseniz Dyt. Buse Kayserilioğlu çocuğunuza bir anket uygulayacaktır. Bu anketlerde; kişisel, besin seçimleri, beslenme alışkanlıkları, medya ve beslenme ilgili soruları cevaplamasını isteyeceğiz. Anketlerin cevaplanması yaklaşık olarak 30 dakika sürecektir. Ayrıca araştırma kapsamında çocuğunuzun vücut ağırlığı ve boyu belirlenecektir.

Çocuğunuzun bu çalışmaya katılması için sizden herhangi bir ücret istenmeyecektir. Çalışmaya katıldığı için size ek bir ödeme de yapılmayacaktır.

Çocuğunuzla ve sizinle ilgili kişisel bilgiler gizli tutulacak, ancak sadece çalışmanın kalitesini denetleyen görevliler, etik kurullar ya da resmi makamlarca gereği halinde incelenebilecektir.

Bu sadece anket çalışmasıdır, çocuğunuzun sağlığını tehlikeye atabilecek herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Aklınıza takılan soruları istediğin zaman bana sorabilirsiniz. Telefon numaram bu kağıtta yazıyor.

Çocuğunuzun bu çalışmaya katılmasını reddedebilirsiniz. Bu araştırmaya katılmak tamamen isteğe bağlıdır. Yine çalışmanın herhangi bir aşamasında onayınızı çekmek hakkına da sahipsiniz.

(Katılımcının Beyanı)

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Serap Andaç Öztürk ve Dyt. Buse Kayserilioğlu tarafından İstanbul Aydın Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Programı, yüksek lisans tezi kapsamında yapılacak bu araştırma ile ilgili yukarıdaki bilgiler bu form ile bana aktarıldı.

Eğer çocuğumun bu araştırmaya katılmasını kabul edersem araştırmacı ile arasında kalması gereken ona ait bilgilerin gizliliğine bu araştırma sırasında da büyük özen ve saygı ile yaklaşılacağına inanıyorum.

Araştırma sonuçlarının eğitim ve bilimsel amaçlarla kullanımı sırasında çocuğumun kişisel bilgilerinin ihtimamla korunacağı konusunda bana yeterli güven verildi.

Projenin yürütülmesi sırasında herhangi bir sebep göstermeden çocuğumu araştırmadan çekebilirim. (Ancak araştırmacıları zor durumda bırakmamak için araştırmadan çekileceğimi önceden bildirmemim uygun olacağına bilincindeyim) Ayrıca çocuğumun tıbbi durumuna herhangi bir zarar verilmemesi koşuluyla araştırmacı tarafından çocuğum araştırma dışı tutulabilir.

Araştırma için yapılacak harcamalarla ilgili herhangi bir parasal sorumluluk altına girmiyorum. Bana ya da çocuğuma bir ödeme yapılmayacaktır.

Bu çalışmanın sadece anket çalışması olduğu ve çocuğumun sağlığını tehlikeye sokabilecek herhangi bir etkisinin bulunmadığını anladım. Aklıma takılan soruları Dyt. Buse Kayserilioğlu'na telefonundan ulaşarak sorabilirim.

Çocuğum bu araştırmaya katılmak zorunda değil ve katılmayabilir. Araştırmaya katılması konusunda zorlayıcı bir davranışla karşılaşmış değilim.

Bana yapılan tüm açıklamaları ayrıntılarıyla anlamıř bulunmaktayım. Kendi bařıma belli bir dūřünme sūresi sonunda adı geçen bu arařtırma projesinde ocuğumun “katılımcı” olarak yer alması kararını aldım. Bu konuda yapılan daveti būyūk bir memnuniyet ve gönūllūlūk içerisinde kabul ediyorum.

Velinin adı, soyadı:

Tarih:/...../.....

Velinin imzası:

Araştırıcının adı, soyadı, ūnvadı:

Tel:

İmza:

ARAŞTIRMA AMAÇLI ÇALIŞMA İÇİN ÖĞRENCİ RIZA FORMU

Sevgili Öğrenci Arkadaşım,

Benim adım Dyt. Buse Kayserilioğlu, medyanın lise çağındaki bireylerin besin seçimlerine ve beslenme alışkanlıklarına etkisini incelemek amacıyla bir araştırma yapıyoruz. Amacımız; öğrencilerin genel olarak besin seçiminde dikkat ettikleri faktörlerin ve beslenme alışkanlıklarının belirlenmesidir; bunun yanı sıra medya araçlarını kullanan öğrencilerin besin seçimleri ve beslenme alışkanlıklarına medyanın (televizyon programları, reklamlar, sosyal medya gibi) etkilerini anlayabilmek temel hedeflerimizdendir. Araştırma ile bu konuda yeni bilgiler öğreneceğiz. Bu araştırmaya katılmayı öneriyoruz. Bu araştırma Ordu Anadolu Lisesi’nde Ocak 2020 ve Mart 2020 tarihleri arasında yapılacaktır.

Arařtırma Ordu İl Milli Eđitim Mūdūrlūđū’nün ve okul yōnetiminin de izni ile gerçekleřmektedir. Arařtırmayı ben Dyt. Buse Kayseriliođlu ve Dr. Öğr. Ūyesi Serap Andaç Öztürk ile birlikte yapıyoruz. Bu arařtırmaya katılacak olursan sana anketler uygulayıp, vūcut ađrılıđını ve boyunu belirleyeceđiz. Bu anketlerde; kiřisel, besin

seçimi, beslenme alışkanlıkları, medya ve beslenme ilgili soruları cevaplamayı isteyeceğiz. Anketlerin cevaplanması yaklaşık olarak 30 dakika sürecektir.

Bu araştırmanın sonuçları senin gibi öğrencilerin besin seçiminde dikkat ettikleri faktörlerin ve beslenme alışkanlıklarının belirlenebilmesi, ayrıca medyanın da beslenmeye etkilerinin belirlenmesi ile bu konuda yapılabileceklerin ve alınabilecek önlemlerin planlanabilmesi açısından önemlidir. Bu araştırmanın sonuçlarını başka araştırmacılara da söyleyeceğiz, sonuçları bildireceğiz ama senin ve velinin adını söylemeyeceğiz.

Bu araştırmaya katılıp katılmamak için karar vermeden önce anne/baban ile konuşup onlara danışmalısın. Onların da bu araştırma için izinlerini alacağız. Anne/baban izin verseler bile sen kabul etmeyebilirsin. Bu araştırmaya katılmak senin isteğine bağlı ve istemezsen katılmazsın. Bu nedenle hiç kimse sana kızmaz ya da küsmez. Önce katılmayı kabul etsen bile sonradan vazgeçebilirsin, bu tamamen sana bağlı. Kabul etmediğin durumda da araştırmacılar sana önceden olduğu gibi iyi davranır, önceye göre farklılık olmaz.

Aklına şimdi gelen veya daha sonra gelecek olan soruları istediğin zaman bana sorabilirsin. Telefon numaram bu kağıtta yazıyor. Bu araştırmaya katılmayı kabul ediyorsan aşağıya adını ve soyadını yazarak, imzanı atabilirsin.

Öğrencinin adı, soyadı:

Tarih:/...../.....

Öğrencinin imzası:

Velisinin adı, soyadı:

Velisinin imzası:

Araştırmacının adı, soyadı, ünvanı:

Tel:

İmza:

MEDYANIN LİSELİ ÖĞRENCİLERİN BESİN SEÇİMİ VE BESLENME ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİ

Bu çalışma, medyanın lisede okuyan öğrencilerin besin tercihlerine ve beslenme alışkanlıklarına etkisini araştırmak amacıyla yapılmaktadır. Çalışmaya katılım isteğe bağlı olup, verilecek bilgiler gizli tutulacak ve bu çalışma dışında hiçbir kişi veya kurumla paylaşılmayacaktır.

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

**T.C. İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
YÜKSEK LİSANS ÖĞRENCİSİ
DYT. BUSE KAYSERİLİOĞLU**

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Yaş :.....
2. Cinsiyet : () Kız () Erkek
3. Vücut Ağırlığı (kg) :.....
4. Boy Uzunluğu (cm) :.....
5. Sınıfınız : () 9. Sınıf () 10. Sınıf () 11. Sınıf () 12. Sınıf
6. Kaç yıldır sosyal medya kullanıyorsunuz?
A) 1 B) 2 C) 3 D) 4 E) 5 ve üzeri
7. Sosyal medyada bir gün içinde ne kadar zaman geçiriyorsunuz?
A) 1 saat B) 2 saat C) 3 saat D) 4 saat E) 5 saat ve üzeri
8. Sosyal medyada geçirdiğiniz zamanın ne kadarını beslenme ile ilgili bilgi edinmek amacıyla kullanıyorsunuz?
A) Hiç B) 1 saat C) 2 saat D) 3 saat E) 4 saat ve üzeri

**ADÖLESAN BESLENME ALIŞKANLIKLARI KONTROL LİSTESİ
(ABAKL)**

Adolesan Beslenme Alışkanlıkları Kontrol Listesi	Doğru	Yanlış
1. Dışarıda öğle yemeği yiyeceksem genellikle düşük yağlı yemeği tercih ederim		
2. Ben genellikle kızarmış yiyecekler yemem		
3. Tatlı veya puding varsa yerim		
4. Günde en az bir porsiyon meyve yerim		
5. Genel olarak yağ alımını düşük tutmaya çalışırım		
6. Cips satın alırsam genellikle düşük yağlı olanları seçerim		
7. Çok fazla sosis ve hamburger yememeye çalışırım		
8. Sıklıkla hamur işleri veya kek yerim		
9. Genel olarak şekeri az tüketmeye çalışırım		
10. Günde en az bir porsiyon sebze veya salata yemeye çalışırım		
11. Eğer evde bir tatlı yiyorsam az yağlı olmasına dikkat ederim		
12. Bol meyve ve sebze yemeye çalışırım		
13. Sık sık öğün arasında tatlı atıştırırım		
14. Akşam yemeğinde genellikle en az bir sebze (patates hariç) ya da salata yerim		
15. Meşrubat alacağım zaman genellikle diyet olanını seçerim		
16. Ekmek üzerine tereyağı veya margarin süreceğim zaman genellikle ince yayarım		
17. Öğün arasında atıştırmak için sık sık meyveyi tercih ederim		
18. Günde en az üç porsiyon meyve yerim		
19. Genel olarak diyetimin sağlıklı olmasına çalışırım		

BESİN SEÇİM TESTİ (BST)

Lütfen her bir soruyu dikkatle okuyunuz ve size uygun olan kutucuğa X işareti koyunuz.

<i>Herhangi bir günde yediğim besinle ilgili benim için önemli olan;</i>		<i>Çok önemli değil (1)</i>	<i>Biraz önemli (2)</i>	<i>Orta derecede önemli (3)</i>	<i>Çok önemli (4)</i>
1	...kolay hazırlanmasıdır				
2	...katkı maddesi içermemesidir				
3	...kalisinin düşük olmasıdır				
4	...tadının iyi olmasıdır				
5	...doğal bileşenler içermesidir				
6	...pahalı olmamasıdır				
7	...yağ içeriğinin düşük olmasıdır				
8	...bildiğim bir besin olmasıdır				
9	...yüksek posalı olmasıdır				
10	...besin değerinin yüksek olmasıdır				
11	...süpermarketlerden ve dükkanlardan kolayca ulaşılabilir olmasıdır				
12	...parasına değmesidir				
13	...beni neşelendirmesidir				
14	...güzel kokmasıdır				
15	...çok kolay pişirilebiliyor olmasıdır				
16	...stresle baş etmeye yardımcı olmasıdır				
17	...vücut ağırlığımı korumaya yardımcı olmasıdır				
18	...memnun edici dokusunun olmasıdır				
19	...çevre dostu bir şekilde paketlenmiş olmasıdır				
20	...politik olarak onayladığım ülkelerden gelmiş olmasıdır				
21	...çocukken yediğim besinlere benziyor olmasıdır				
22	...vitamin ve mineralce zengin olmasıdır				
23	...yapay bileşen içermemiş olmasıdır				
24	...beni uyanık ve alert durumda tutmasıdır				
25	...güzel gözükmесidir				
26	...rahatlamama yardımcı olmasıdır				
27	...yüksek protein içermesidir				
28	...hazırlamak için zaman almamasıdır				
29	...beni sağlıklı tutmasıdır				
30	...deri/diş/saç/tırnak vb iyi gelmesidir				
31	...iyi hissetmemi sağlamasıdır				
32	...orijin ülkesinin açık bir biçimde belirtilmiş olmasıdır				
33	...genellikle yediğim besin olmasıdır				
34	...hayatla başa çıkmama yardımcı olmasıdır				
35	...yaşadığım veya çalıştığım yere yakın yerlerden kolaylıkla alınmasıdır				
36	...ucuz olmasıdır				

MEDYA VE BESLENME ANKETİ

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgileri medya araçlarından takip ederim.					
2. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle TV, dergi ve gazeteden öğrenirim.					
3. Beslenme ile ilgili bilgileri öncelikle internetten öğrenirim.					
4. Televizyon programının içeriği besin tüketimimi etkiler.					
5. Medyadaki besin ile ilgili reklamlar besin tercihimini etkiler.					
6. Televizyondaki yemek programlarını izlemeye çalışırım.					
7. Televizyonda yemek programlarındaki sağlıklı tarifleri bende yapmaya çalışırım.					
8. Televizyondaki yemek programlarını izlemek iştahımı artırır.					
9. Sağlıklı beslenme ile ilgili programları mutlaka izlerim.					
10. Medyada beslenme ile ilgili açıklama yapan kişilerin mesleği benim için önemlidir.					
11. Medyada benim için öncelikle diyetisyenlerin beslenme tavsiyeleri önemlidir.					
12. Medyada bahsedilen popüler diyetleri takip ederim.					
13. Medyada besinlerin insan sağlığı üzerine etkileri konusunda yapılan açıklamalar besin tüketim alışkanlıklarımı değiştirir.					
14. Reklamlardaki kişiler besin tercihimini etkiler.					
15. Sosyal medyada beslenme ile ilgili bilgileri diyetisyenlerden takip ederim.					
16. Sosyal medyada popüler – ünlü insanların beslenme önerilerini takip ederim.					
17. Sosyal medyayı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek amacıyla kullanırım.					
18. Sosyal medyada paylaşılan sağlıklı yemek tariflerini takip ederim.					
19. İnternette karşıma yemek videosu/reklamı çıkması beni acıktırır.					
20. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle cips, çikolata, şeker, içecek, dondurma ve fast food yiyeceklerdir.					
21. Medyadan etkilenecek aldığım ürünler genellikle; süt ve ürünleri, baklagiller, et ve ürünleri, yağ, dondurulmuş besinler ve konserve ürünlerdir.					
22. İnsan sağlığını tehdit eden markaların isimlerine internetten bakarak ürünlerini satın almamaya dikkat ederim.					
23. Medyadaki bilgilerin kaynağını mutlaka araştırırım.					

ÖZGEÇMİŞ

