

MEDYANIN SAĞLIKLI BESLENME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ The Effect of The Media on Healthy Nutrition Behavior

Prof. Dr. Said KINGİR

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Orcid ID: 0000-0002-5459-3484
saidkingir@sakarya.edu.tr

Nazlı KARDEŞ

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Orcid ID: 0000-0001-7259-8281
nazlikardes@hotmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı alanda yapılmış çalışmalara ek olarak tüketicilerin sağlık bilincinin var olup olmadığını ve günümüzde medya ile iç içe olan tüketim grubunun medyadan yiyecek içecek konusunda hangi yönde etkilendiğini ve medyanın tüketim davranışlarını değiştirip değiştirmediğini anlamaktır. Nicel olarak gerçekleştirilen araştırmada veri toplama aracı olarak anketten faydalanılmış ve elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Bulgulara göre; öğrencilerin zamanlarının çoğunu sosyal medyada harcadıkları, sağlık bilincinin gelişmeye başladığı ancak sağlıkla ilgili konuları medyadan takip ettikleri ve beslenme alışkanlıklarının medyadaki yayınlardan etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Sosyal Medya, Sağlıklı Beslenme, Tüketici Davranışları.

Abstract

The aim of this study is to understand whether there is a health awareness of consumers in the field and whether the consumption group that is intertwined with the media today is affected by the media in terms of food drink and whether the media changes their consumption behavior. In the quantitative research, the questionnaire was used as data collection tool and the data were analyzed. According to the findings; It was concluded that students spend most of their time on social media, health awareness started to develop, but health-related issues were followed by media and their eating habits were influenced by media publications.

Keywords: Social Media, Healthy Nutrition, Consumer Behavior.

Giriş

Canlı yaşamının başlayışı ile birlikte her zaman fiziksel bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkan beslenme günümüzde birçok araştırmaya konu olmaktadır. Daha önceki yaşam dönemlerinde sadece fiziksel ihtiyaç olarak karşımıza çıkan beslenme, değişen yaşam koşulları ile birlikte sosyal bir olgu olmuş ve insanın kendini ifade ediş şekli olarak tanımlanmıştır. Günümüzde ise İnsanların yedikleri, içtikleri yiyecekler ve gittikleri mekanlar önem teşkil etmeye başlamış ve bir prestij, statü unsuru haline gelmiştir.

Böylelikle gündün güne artan ve değişen beslenme trendleri oluşmuş ve bu trenler teknoloji çağının etkisi ile daha hızlı yayılmaya ve kabul görmeye başlamıştır. Oluşan ve üzerinde çokça çalışma yapılan beslenme trendlerinden biride sağlıklı beslenme trendi olmaktadır. Sağlıklı beslenme trendinin oluşması kadar tüketimde seçilen yiyecekler ve bu konunun nereden takip edildiği de önemli olmaktadır. Ancak medyada sırf bir yiyeceği kabul ettirmek amacı ile yapılan reklam çabaları göz önüne alındığında ve hatta kişilerin sosyal medyada reklam amaçlı tanıtımlar yaptığı düşünüldüğünde sağlık konusunu göz ardı ederek sağlıklı olmayana da yönetebildikleri unutulmamalıdır. Bu durumda medya araçlarını ve sosyal medya ortamlarını yoğun olarak kullanan genç kesimin sağlık bilincinin oluşup oluşmadığı ve medya kullanım bilinci gelecek neslin temelleri açısından önem teşkil etmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda sağlık bilincinin oluşmaya başladığı ancak bu bilincin sosyal medya aracılığı ile elde edildiği ve bazen de medyanın tüketiciyi yanlış tüketime yönlendirdiği görülmektedir.

Burada önemli olan sağlık bilinci oluşmaya başlamış olsa dahi teknoloji çağının içerisinde yer alan tüketim toplumunun sağlıklı beslenme bilincini doğru yönde ve doğru araçlarla oluşturarak uygulaması olmaktadır. Bu alanda yapılmış birçok çalışmaya ek olarak yapılan araştırmada üniversite gençliğinin sağlık bilincinin var olup olmadığını anlamak ve günümüzde medya ile iç içe olan gençlerin medyadan yiyecek içecek konusunda hangi yönde etkilendiğini ve medyanın satın alma davranışlarını değiştirip değiştirmediğini anlamak amacı ile yapılmış olmaktadır.

Araştırmanın takip eden kısmında sağlık bilinci ve sosyal medyanın tüketim davranışları üzerine yapılan araştırmalar ile ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Sonraki bölümde ise, araştırmanın metodolojisine yer verilmekte ve araştırmanın amacı, önemi, ölçeği, evren ve örnekleme, veri toplama sürecine ilişkin bilgilerden bahsedilmektedir. Bir sonraki kısımda ise, araştırma verilerine ilişkin bulgu ve yorumların bulunduğu bulgular bölümüne yer verilmiş ve araştırma genel değerlendirme ve sonuç ile tamamlanmıştır.

Literatür Taraması

Beslenme ilk insanın doğuşuyla birlikte ortaya çıkmaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski olan beslenme kavramı büyüme, yaşamın sürdürülmesi ve sağlığın korunması için besin öğelerinin vücutta kullanılmasıdır. Bunun için de gerekli olan enerji ve besin öğelerinin yeterli miktarda ve dengeli olarak alınması bireylerin sağlıklı olabilmeleri açısından gereklidir aksi takdirde sağlığın bozulduğu bilinmektedir (Aktaran Ermiş, Doğan, Erilli ve Satıcı; 2014: 30). Dengeli beslenme ise; sağlığı koruyan, başka bir ifadeyle kişiyi hastalıklardan uzak tutan, fiziksel ve sosyal huzuru sağlayan, vücudu geliştiren, büyüten; vücuda kuvvet ve enerji veren, dayanma gücü ve başarıyı arttıran çok önemli bir faktördür (Dilber ve Dilber, 2013: 65). Genel olarak beslenme ihtiyaç kapsamında ele alındığında insanların hayatlarını sürdürebilmeleri için en temel ihtiyaç olarak adlandırılabilir. Yapılan tanımlar doğrultusunda Işkın ve Saruışık (2017: 34); insanların sağlıklı ve dengeli beslenmesinde en önemli etkenin tükettiği besinler olduğu noktasına vurgu yapmaktadır. Alaunyte, Perry ve Aubrey (2015: 12) de çalışmasında sağlıklı beslenmenin temelini gıda seçimlerinin oluşturduğunu ifade etmektedir. Sağlıklı beslenmenin temelini oluşturan gıda seçimi ve medyanın günlük hayattaki seçimlerini etkilediği düşüncesi göz önüne alındığında medyanın sağlıklı beslenme üzerinde etkileri de önemli bir konu olmaktadır (Nar, 2017: 952; pazarlamaturkiye,2019). İnsanlarda beslenme bilincinin oluşmasıyla birlikte beslenme alışkanlıklarının olumlu yöne doğru gideceği düşünülmektedir. Bu bilincin oluşmasında rol model, ebeveynler, kişinin aldığı eğitim, arkadaş çevresi ve medyanın oldukça büyük etkisi olmaktadır (İçyer ve Mankan; 2017: 1578). Özellikle genç nüfusu fazla olan Türkiye’de medya, tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde büyük bir etkiye sahiptir. Medya genç nüfusun gıda tercihlerine yön verip onların gıda seçimini etkileyebilmektedir. Üniversite öğrencileri çoğunlukla seçimleri konusunda bağımsız oldukları bir döneme girdikleri için çoğunlukla medyanın etkisiyle oluşturulan gıda seçimi ve tüketimi davranışını benimseyebilmektedirler (Mutlu: 2017: 10). Tüketicilerin medya ile ilişkisini inceleyen, sağlık bilincini ölçen ve tüketim alışkanlıklarını araştıran birçok araştırma bulunmaktadır. Kızılsan,N ve Kızılsan,H’ nin (2008) yaptığı çalışmada bireylerin doğal ürünlere daha fazla ödeme yapabileceğini ifade eden bilinçli bir tüketici grubunun olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma bireylerin doğal sağlıklı ilişkilendirdiği ve sağlıksız olandan kaçınma isteği duyduğu şeklinde yorumlanabilmektedir. Öğrencilerin sağlık bilincinin oluştuğunu ortaya koyan bir diğer çalışma Ermiş, Doğan, Erilli ve Satıcı (2014) tarafından yapılmış ve araştırmaya katılan öğrencilerin %66,4 ünün sağlık bilincine inandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çetin, O. I. Ve Kumkale, İ. (2016) çalışmasında ise; Sosyal medya kullanım düzeyinin satın alma davranışına etkisinde, Uygunluk değişkeninin kısmi aracılık etkisinin olduğu, Bilgi Yeterliliği, Ürün Seçimi ve Özelleştirilmiş Reklamın tam aracılık etkisi olduğu ortaya konmuştur. İşlek’in (2012) sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine olan etkisini araştıran çalışmada tüketicilerin en çok sosyal medyadan etkilendikleri ve denemek istedikleri ürünleri öncelikle sitelerden araştırdıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Benzer bir sonuç Şahin, Çağlıyan ve Başerin (2017) yaptığı araştırmada Sosyal medya pazarlaması ile tüketici satın alma davranışı boyutu arasında orta düzeyli istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucunu ortaya çıkaran araştırmada görülmektedir. Kalpana ve Jaliwana'nın (2013) yaptığı çalışmada ise sosyal medyanın tüketim alışkanlıklarını değiştirmede etkili olduğu ve eğitilmiş gençlerin daha fazla bu eğilimde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ülkemizde yapılan çalışmalarda da medyadan gıda tüketim tercihleri konusunda en çok etkilenen grubun gençler olduğunu ve medyanın etkisinde kalarak tüketim alışkanlıklarını değiştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda yapılan çalışmada tanıtımlarda ünlü birinin rol almasının o ürüne duyulan güveni arttırdığı ortaya çıkmaktadır (Maheshwar, Narender, Balakrishna ve Rao, 2018; Yılmaz, Yılmaz ve Uran; 2007; Dilber ve Dilber; 2013; Şahin, Çağlıyan ve Başerin; 2017). Bu sonuç sosyal medyanın öğrencileri sağlıksız olana yönelme üzerindeki etkiyi göstermektedir. Yoldaş, M. ve diğerlerinin (2013) yaptığı araştırmada; üniversite öğrencilerinin en çok televizyon reklamlarından, gazete ve dergi reklamlarından etkilendikleri belirlenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda hazır gıda ve aperatif tüketiminde medyanın etkisi olduğu görülürken, Dilber ve Dilber'in (2013) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin kısıtlı şartlar altında gıda ürünlerini tüketirken TSE ve HACCP gıda kontrolünü içeren bilgilere dikkat ettiği görülmektedir (Dilber ve Dilber,2013). Öğrencilerin HACCP ve TSE belgelerine dikkat etmesi sağlık bilincinin gelişmekte olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir. Yoldaş ve Ergezer' in (2013) Üniversite öğrencilerinin reklamlara yönelik görüşlerini incelediği çalışmasında ise; öğrencilerin büyük çoğunluğunun medyada yer alan reklamları olumlu gördükleri medyada yer alan reklamların doğruyu gösterdiği görüşünde oldukları tespit edilmiştir. Yapılan araştırmaların sonuçları incelendiğinde gençlerin medyadan daha çok etkilendikleri, sağlık bilincinin oluşmaya başladığı ancak medyada yer alan haber/reklamların ve sosyal medyanın tüketiciyi sağlıklı olarak kabul edilmeyen gıda tüketimine yönlendirdiği sonucu elde edilebilmektedir. Genç nüfusun sosyal medyadan etkilenme eğilimine bakıldığında sosyal medyada gördüklerini sağlıkla ilişkilendirerek yanlış beslenmeye yönelebilmeleri ya da yemek alışkanlıklarını değiştirmeli mümkün görülmektedir. Bu çalışma yapılan çalışmalara katkı sağlamak ve medyanın Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin tüketim davranışlarını olumlu yönde etkileyip etkilemediğini öğrenmek amacıyla yapılmıştır.

Araştırma Yöntemi

Çalışmanın temel amacı medya kullanımı fazla olan üniversite öğrencilerinin sağlıklı beslenme bilincinin var olup olmadığı ve medyanın gıda tüketim tercihlerinde nasıl bir rol oynadığı ortaya koymaktır. Sağlıklı beslenme son dönemlerde üzerinde durulan en önemli konulardan bir tanesidir. Gençlerin teknolojiyi yoğun olarak kullanması, özellikle üniversite okuyan ve yaşam tarzını değiştiren öğrencilerin beslenme

alışkanlıklarını değiştirmeye daha eğilimli olmaları ve yapılan çalışmalarda gençlerin medya kullanımının ve tüketim davranışlarını değiştirme oranının daha yüksek olması bu çalışmanın evrenini belirlemeye yardımcı olmaktadır. Bu araştırma için genel evren üniversite öğrencileri, çalışma evreni ise Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesinin lisans ve lisansüstü öğrencileri olmaktadır. Bu nedenle, araştırmanın çalışma evrenini 2018/2019 eğitim ve öğretim yılı güncel aktif lisans ve lisansüstü öğrencileri oluşturmaktadır.

Bu çalışmada yöntem olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiştir. Farklı zamanlarda Sakarya Üniversitesi öğrencilerinden oluşturulan ölçek aracılığı ile veriler toplanmıştır. Bu çalışmada, olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Sakarya Üniversitesinde lisans ve lisansüstü öğrencisi olmak şartıyla ankete cevap veren herkesin katılımı kabul edilmiştir. Evreni temsil edeceği düşünülerek 400 anket katılımcılara dağıtılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya 2018-2019 eğitim öğretim yılında Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören ve araştırmaya katılmayı kabul eden 348 öğrenci dahil edilmiştir. Araştırma bulguları medyanın beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisini açıklar nitelikte ortaya konulmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin %49,4'ü kadın (n=172) %50,6'sı (n=176) erkektir. Katılımcıların %82,5 (n=287) gibi büyük bir çoğunluğu si 0-2 saat arasında televizyon izlemektedir %66,4'ü (n=231) ise günde 0-2 saat arası bilgisayarda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Günde kaç saat sosyal medyada zaman geçirirsiniz sorusuna cevap veren katılımcıların %39,7 'si (n=138) 3-5 saat arası zaman geçirdiklerini %36.8 'i (n=75) 6 saat ve üzeri zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun en az zamanı televizyon izlemeye ayırdıkları görülmektedir. Sosyal medyada vakit geçirme oranı ise oldukça fazladır ve kullanıcıların davranışlarına etki edecek ciddi bir zaman diliminin sosyal medyada harcandığı görülmektedir.

Tablo 1. Öğrencilerin günlük televizyon, bilgisayar ve internet erişimi ile geçirdikleri süre

		Sayı	Yüzde
Günde kaç saat tv izlersiniz	0-2	287	%82,5
	3-5	48	%13,8
	6 ve üzeri	13	%3,7
	Toplam	348	%100
<hr/>			
Günde kaç saatinizi Bilgisayar da geçirirsiniz	0-2	231	%66,4
	3-5	63	%18,1
	6 ve üzeri	54	%15,5
	Toplam	348	%100
<hr/>			
Günde kaç saatinizi sosyal Medyada geçirirsiniz	0-2	82	%23,6
	3-5	138	%39,7
	6 ve üzeri	128	%36,8
	Toplam	348	%100

Araştırmaya katılan öğrencilerin %97,1 (338) gibi büyük bir oranla sosyal medya araçlarını takip ettiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin takip ettiği sosyal medya araçları ise Tablo.2' de verilmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin takip ettikleri medya araçları

	Sayı	Yüzde
Hiçbir medya aracı	4	%3
İnternet	300	%25,6
Sağlık/spor dergileri	77	%6,8
Televizyon	103	%8,8
Arkadaşların sosyal medya hesapları	227	%19,4
Aktüel dergi	48	%4,1
Gazete	83	%7,1
Radyo	42	%3,6
Ünlülerin hesapları	99	%8,4
Kendi konularında uzman kişilerin hesapları	189	%16,1
Toplam*	1172 *	%100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Tabloda hangi medya araçlarını takip ediyorsunuz sorusunun cevabı çoklu olduğundan kişi sayısı örneklem büyüklüğünü geçmektedir. Öğrencilerin %25,6'sı medya araçlarından interneti takip etmektedir. İkinci sırada %19,4 ile arkadaşların sosyal medya hesapları gelmektedir. Bunu %16,1 ile kendi konularında uzman bazı kişilerin hesapları takip etmektedir. En az tercih edilen medya aracı %3,6 ile radyo olmaktadır. Öğrencilerin %8,4'ü ünlülerin sosyal medya hesaplarını, %7,1'i gazete, %6,8'i sağlık/ spor dergileri ve %4,1'i aktüalite dergilerini takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3. Öğrencilerin beslenme ve gıda konularını medyadan takip etme durumu

		Sayı	Yüzde
Beslenme ve Gıda konularını Medyadan takip eder misiniz?	Evet	110	%31,6
	Hayır	94	%27,0
	Rastlarsam okurum/ İzlerim	104	%29,9
	Gerek duyduğumda Okurum/izlerim	40	%11,5
Toplam		348	%100

Öğrencilerin %31,6'ü (n=110) beslenme ve gıda konularını medyadan takip etmektedir. Öğrencilerin %29,9'si (n=104) ise beslenme ve gıda konularını rastlarsa okuyup/ izlediğini ifade etmiştir. Öğrencilerin %26,7 'si (n=93) beslenme ve gıda konularını medyadan takip etmediklerini %11,5 'i (n=40) ise gerek duyduklarında okuyup/izlediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4. Öğrencilerin medya araçlarında takip ettikleri konular

		Sayı	Yüzde
Medya araçlarından takip ettiğiniz Beslenme ve gıdaya ilişkin Konular nelerdir	İlgilenmiyorum	85	%17,4
	Sağlıklı beslenme	186	%38,0
	Yemek Tarifleri	141	%28,8
	Zayıflama	77	%15,7
Toplam*		489*	%100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Öğrencilerin medya araçlarında takip ettikleri beslenmeye ilişkin konularda ise öğrencilerin %17,4 'ü bu konularla ilgilenmediklerini ifade ederlerken %38,0 'i sağlıklı beslenme konuları %28,8'i ise yemek tariflerini takip ettiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 5. Öğrencilerin beslenme ve gıda konularında takip ettikleri medya araçları

	Sayı	Yüzde
Bu konularla ilgilenmiyorum	84	%13,5
İnternet	238	%38,2
Uzman kişilerin sosyal medya hesapları	130	%20,9
Bu konularla ilgilenmiyorum	48	%13,4
Bazı ünlülerin sosyal medya hesapları	57	%9,1
Televizyon	55	%8,8
Dergi	30	%4,8
Gazete	26	%4,2
Radyo	3	%0,5
Toplam*	623*	%100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Medyadaki beslenme ve gıda konularını takip eden öğrencilerin %38,2'si bu konuları internet üzerinden, %20,9'u bu konularda uzman kişilerin hesaplarından, %9,1'i bazı ünlülerin medya hesaplarından, %8,8'i ise televizyondan takip etmektedir.

Tablo 6. Öğrencilerin beslenme ve gıda konularında en çok izlediği kişiler

	Sayı	Yüzde
Bu konuda uzman beslenme ve diyetetik uzmanları	170	%37,4
Bu konuları takip etmiyorum	111	%24,4
Bu konuda uzman doktorlar	95	%20,9
Sosyal medya ünlüleri	69	%15,2
Magazin figürleri	9	%2,0
Toplam	454*	%100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Tablo 6'da öğrencilerin beslenme ve gıda konularında en çok izlediği kişiler sunulmuştur. Bu konularla ilgilenmeyen öğrenci çalışmanın %24,4'lük (n=111) kısmını oluşturmaktadır. Öğrencilerin bu konularında en çok takip ettikleri kişiler arasında ise ilk sırada %37,4 (n=170) ile bu konuda uzman beslenme ve diyetetik uzmanları gelmektedir. Bunu %20,9 (n=95) ile bu konularda uzman doktorları takip etmektedir. Öğrencilerin %15,2'si sosyal medya ünlülerini, %2,0 (n=9) magazin figürlerini takip etmektedir. Öğrencilerin %64,7'si (n=225) beslenme alışkanlıklarının medyadaki yayınlardan etkilendiğini belirtmiştir. Araştırmadaki öğrencilerin %58,9'u (n=205) medyadaki beslenme konularından etkilenerek beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmıştır.

Tablo 7. Öğrencilerin medya araçlarında beslenme ile ilgili yayınlardan etkilenecek gerçekleştirildikleri beslenme davranışları

Yüzde	Sayı
Medya araçlarından etkilenecek	Böyle bir davranış değişikliğim olmadı 113
%12,6	
Değiştirdiğiniz beslenme	Su Tüketiminde artış 168
%18,8	
Davranışlarınız hangileridir	Meyve tüketiminde artma 96
%10,7	
	Meyve Tüketiminde azalma 12 %1,3
	Zeytinyağı tüketiminde artma 27 %3,0
	Hazır gıda tüketiminde azalma 103
%11,5	
	Akşam yemeği miktarında azalma 63 %7,0
	Yağ Tüketiminde azalma 74 %8,3
	Yağ Tüketiminde artma 8 %0,9
	Karbonhidrat tüketiminde azalma 32 %3,6
	Karbonhidrat tüketiminde artma 21 %2,3
	Öğün atlamamaya özen gösterme 53 %5,9
	Protein tüketiminde artma 68 %7,6
	Protein tüketiminde azalma 3 %0,3
	Öğün sayısını azaltma 24 %2,7
	Hazır gıda tüketiminde artma 7 %0,8
	Margarin tüketiminde artma 5 %0,6
	Glutensiz beslenme 17 %1,9
	Toplam* 894* %100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Öğrencilerin medya araçlarında beslenme ile ilgili yayınlardan etkilenecek gerçekleştirildikleri beslenme davranışları tabloda gösterilmektedir. Öncelikli olarak bakıldığında öğrencilerin %18,8'i (168) bu yayınlardan etkilenecek su tüketimini arttırdığını, %10,7' si meyve tüketimini arttırdığını, %11,5'i (n=103) hazır gıda tüketiminde azalttığını ifade etmiştir. Öğrencilerin sosyal medya araçlarından etkilenecek gıda ürünlerini deneyen öğrencilerin sayısı oldukça fazladır.

Tablo 8. Öğrencilerin medya araçlarının etkisiyle denedikleri gıda ürünleri

		Sayı	Yüzde
Medya araçlarından etkilenerek Denediğiniz gıda ürünü var mı?	Hayır	153	%22,6
	Kinoa	31	%4,6
	Kiril yağı	3	%0,4
	Probiyotik yoğurt	42	%6,2
	Tam buğdaylı ürünler	86	%12,7
	Kefir	55	%8,1
	Zerdeçal	42	%6,2
	Ayran	47	%7,0
	Hindistan cevizi yağı	45	%6,7
	Chia Tohumu	53	%7,8
	Yeşil çay	99	%14,6
	Bazı besin destekleri	20	%3,0
	Toplam*	676 *	%100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerden %22,6' sı medya araçlarından etkilenerek herhangi bir yiyeceği denemediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %77, 4' ü ise medyadan etkilenerek en az bir gıda denediklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin medya etkisiyle denedikleri ürünlerin başında %14,6 (n=99) oranı ile yeşil çay gelmektedir. Bunu %12,7 (n=86) oranı ile tam buğdaylı ürünler takip etmektedir.

Tablo 9. Öğrencilerin medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkındaki genel düşünceleri

		Sayı	Yüzde
Medya araçlarında beslenme ve Gıda konularına yer verilmesi Hakkındaki genel düşünceniz	Hiçbir fayda ve zararının olduğunu düşünmüyorum	88	%17,7
	Bilgi kirliliğine neden olduğunu düşünüyorum	23	%4,6
	Halkı yanlış yönlendirdiğini düşünüyorum	50	%10,1
	Halkın bu konularda bilgi düzeyini artırdığını düşünüyorum	158	%31,8
	Halkın bu konularda farkındalığını artırdığını düşünüyorum	107	%21,5

Bu yayınların satışı desteklemek	71	%14,3
Amaçlı olduğunu düşünüyorum		
Toplam *	497*	%100

*Çoklu veri girişi olduğundan kişi sayısı örneklem boyutunu geçmektedir.

Öğrencilerin medya araçlarındaki beslenme konularına yer verilmesi hakkındaki genel düşünceleri sorulduğunda alınan yanıtların dağılımı şu şekildedir: Öğrencilerin %31,8'i halkın bu konularda halkın bilgi düzeyini artırdığını, %21,5'i halkın farkındalığını artırdığını düşünmektedir. Diğer olumsuz ifadeler verilen cevapların olumlulardan az olması insanların sosyal medyasının etkisine inandıklarının bir göstergesi olabilmektedir. Öğrencilerin %64,1'i yiyecek/içecek reklamı izlemektedir. Öğrencilerin %54,6'sı reklamlardan etkilenerek gıda/içecek almaktadır.

Sonuç ve Tartışma

Beslenme bireyin hayatını sürdürebilmesi için temel ihtiyaçtır. Sağlıklı beslenme ise bireyin hayatını daha iyi sürdürebilmesi için gerekli olmaktadır. Sağlıklı beslenmenin gerçekleştirilebilmesi için en önemli unsur ise gıda seçimi olmaktadır. Bu konuda yapılan birçok çalışmaya ek olarak bu çalışmada, öğrencilerin sağlık bilincinin olup olmadığını anlamak ve medyanın satın alma davranışı üzerindeki etkisi göz önüne alınarak bu davranışın sağlıklı ya da sağlıksız hangi yönde etkilendiğini ortaya koymaktır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetleri kadın (n=172) erkek (n=176) olmak üzere eşit dağılım sağlamıştır. Katılımcıların %82,5 (n=287) gibi büyük bir çoğunluğu si 0-2 saat arasında televizyon izlemektedir. Günde 6 saat ve üzeri televizyon izleyen katılımcı %3,7 (n=13) dir. %66,4' (n=231) i ise günde 0-2 saat arası bilgisayarda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Günde 6 saat ve üzeri bilgisayarda zaman geçiren %15,5 (n=54) olmaktadır. Günde kaç saat sosyal medyada zaman geçirirsiniz sorusuna cevap veren katılımcıların %39,7 'i (n=138) 3-5 saat arası zaman geçirdiklerini %36,8 'i (n=128) 6 saat ve üzeri zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun en az zamanı televizyon izlemeye ayırdıkları görülmektedir. Bunu bilgisayar ve sosyal medya takip etmektedir. Televizyon en az zaman geçirilen medya aracı olurken sosyal medya en çok zaman geçirilen medya aracı olmaktadır. Bunu da üniversitede eğitim gören gençlerin sabit bir konumda bulunmamaları, okul ve sosyal yaşantıya fazla zaman ayırmaları, aynı zamanda günümüzde telefonun sürekli ulaşılabilir konumda olması, telefonun bütün bilgilere erişim aracı olarak görülmesi ve hareket halindeyken bile kullanılabilmesi nedeni ile sosyal medyada daha çok zaman geçirdikleri söylenebilir. Öğrencilerin tercih ettiği medya aracı olarak ilk sırada %25,6 (n=300) ile internet, ikinci sırada %19,4 (n=227) ile arkadaşların sosyal medya hesapları ve daha sonra %16,1 (n=189) ile kendi konularında uzman kişilerin hesapları gelmektedir. Gazete, radyo ve dergi kullanımı

çok fazla tercih edilmemektedir. Bunun sebebi ise bir önceki sonuçla ortak olarak öğrencilerin sabit konumda bulunmamaları ve daha hareketli bir yaşantıya sahip olduklarından kaynaklanabilmektedir. Öğrencilerin %31,3'ü (n=109) beslenme ve gıda konularını medyadan takip etmektedir. Öğrencilerin %29,4'ü (n=104) ise beslenme ve gıda konularını rastlarsa okuyup/ izlediğini ifade etmiştir. Öğrencilerin %26,7 'si (n=93) beslenme ve gıda konularını medyadan takip etmediklerini %11,5 'i (n=40) ise gerek duyduklarında okuyup/izlediklerini belirtmişlerdir. Verilere bakıldığında takip etmeyen öğrenci sayısının yanı sıra bu konuları takip eden ve ihtiyaç duyduğu takdirde medyaya başvuran kişi sayısı oldukça fazla olmaktadır. Bu sonuç sosyal medyanın öğrencilerin beslenme hayatında ki öneminin bir göstergesi olmaktadır.

Öğrencilerin takip ettikleri medya araçlarından ise beslenme ve gıda ile ilgili takip ettikleri %38,0 (n=186) ile sağlıklı beslenme, %28,8 (n=141) ile yemek tarifleri, %15,7 (n=77) ile zayıflama konularını takip ettiklerini görülmektedir. Bu konularla ilgilenmeyen öğrenci sayısı ise katılımcıların %17,4' ünü oluşturmaktadır. Sağlıklı beslenme konularının ilk sırada yer alması öğrencilerde sağlık bilincinin oluşmaya başladığını gösterirken bu konularla ilgilenmeyen kişilerin oranında yüksek olması ve zayıflama konuları ile ilgilenen öğrencilerin olması dikkat çekmektedir. Böylelikle sağlık bilincini oluşturamayan öğrenci kısmının zayıflama konularına ilgi duymasının nedeni öğrencinin aperatif ve hazır tüketim ile sağlıksız beslenmesi olarak söylenebilir. Bu konuda öğrencilerin sağlıklı beslenme ile ilgili bilgilendirilmesi gerektiği düşünülebilir. Medyadaki beslenme ve gıda konularını takip eden öğrencilerin %38,2'si bu konuları internet üzerinden, %20,9'u bu konularda uzman kişilerin hesaplarından, %9,1'inin ise bazı ünlülerin medya hesaplarından takip ettikleri tespit edilmiştir. Beslenme ve gıda ile ilgili önemli bir konuda öğrencilerin takip ettiği medya aracının sağlık dergileri, alanında uzman kişiler, gazeteler den çok internet olması öğrencilerin yanlış beslenme bilgisine erişiminin mümkün olabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda öğrencilerin %9,1'inin ünlülerin sosyal medya hesaplarını takip etmesi, öğrenciler için önemli sağlık sorunlarına yol açabilecektir. Sosyal medyada tanıtım yaptıkça kazanç sağlayan ünlülerin var olduğunu düşünülünce ne kadar doğru gıda tanıtımı ve beslenme önerisi geldiği tartışmaya açık bir konu olmaktadır. Bu durumun düzeltilmesi için gerekli müdahale çalışmaları ve öğrencilerin sosyal medya kullanımı hakkında bilinçlendirme çalışmaları düşünülebilir.

Öğrencilerin %64,7'si (n=225) beslenme alışkanlıklarının medyadaki yayınlardan etkilendiğini belirtmiştir. Araştırmadaki öğrencilerin %58,9'u (n=205) medyadaki beslenme konularından etkilenerken beslenme alışkanlıklarını değiştirmeye çalışmışlar ve bu değişiklikler su tüketiminde artma, hazır gıda tüketiminde azalma, meyve tüketiminde artma gibi olumlu yönde olmuştur. Öğrencilerin beslenme konusunda sosyal medyadan etkilenerken satın aldığı ve denediği ürünlerde olmaktadır bu ürünlerin başında yeşil çay, tam buğdaylı ürünler ve chia tohumu gelmektedir. Ayrıca öğrencilerin medya araçlarında beslenme konularına yer verilmesi hakkındaki genel

düşünceleri sorulduğunda hiçbir fayda ve zararı olmadığını düşünen öğrencilere karşılık, halkın bilgi düzeyini artırdığını düşünüyorum ve halkın bu konulara olan farkındalığını artırdığı düşünüyorum cevaplarının fazla olması öğrencilerin sosyal medya karşı güven duygusu oluşturmaya başladıklarının bir göstergesi olabilmektedir.

Kısaca özetlemek gerekirse çalışmanın sonucunda öğrencilerin zamanının çoğunu sosyal medyada harcadıkları söylenebilmektedir. Çalışmanın bir diğer sonucu da öğrencilerin beslenme ve gıda konularının medyadan takip ettiği, bu konular içerisinde en fazla orana sahip olan konunun sağlıklı beslenme olduğu, çoğunluğun bu konuları beslenme ve diyetetik uzmanlarından takip ettiği göz önüne alınarak öğrencilerin sağlık bilincinin oluşmaya başladığı olmaktadır. Sağlık bilinci oluşmaya başlayan öğrencilerin medyadan etkilenerek tükettiği ürünler ve değiştirdiği tüketim alışkanlıkları da olmaktadır. Ancak öğrencilerin bu konuları beslenme ve sağlık dergileri, gazeteler yerine internetten takip etmeleri ciddi sorun oluşturabilecek niteliktedir. Çünkü günümüzde herkesin kolaylıkla düşüncelerini ifade edebileceği ve kendini uzman olarak ilan edebileceği bir ortam olan internetin gıda tüketiminde ki güvenilirliği tartışmaya açık olmaktadır.

Araştırma sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun beslenme alışkanlıklarını olumlu yönde etkilediği görülse dahi içerisinde göz ardı edilemeyecek bir kısmın olumsuz yönde medyadan etkilendiği ve beslenme konusunda sosyal medya ünlülerini de dikkate aldığı görülmektedir. Bu konuda yapılan araştırma kapsamında geleceğimiz için önemli olan gençlere yönelik bazı öneriler getirilebilir. Gençlere yönelik olarak eğitim kurumlarında sosyal medya hakkında ve sağlıklı beslenme konusunda bilgilendirilme ve/veya eğitim kurumlarında bu konuda uzman kişiler tarafından konferans düzenlemeleri yapılabilir. Öğrencilerin okuduğu bölüm farketmeksizin "sosyal medya pazarlaması" hakkında bilgi sahibi olabilecekleri ders içerikleri veya bu konu hakkında düzenli bilgilendirmeler yapılarak öğrencilerin bu paylaşımların pazarlama amacı taşıyabileceği ve sosyal medyada bahsi geçen her içeriği denememeleri yönünde çalışmalar gerçekleştirilebilir

Kaynakça

Alaunyte, L. Perry, J. L. Aubrey, T. (2015). Nutritional knowledge and eating habits of Professional rugby league players: does knowledge translate into practice?, *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, 12(18). 1-7.

Çetin, O. I., Kumkale, İ. (2016). Sosyal Medya Kullanım Düzeyi ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Faydacı Motivasyonun Aracı Etkisi, *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 2 (4), 90-101.

Dilber, F. Dilber, A. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Gıda Ürünleri Tüketiminde Medyanın Etkisi: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Gümüşhane üniversitesi iletişim fakültesi elektronik dergisi*, 2(1), 64-82

İşkın, M. Sarıışık, M. (2017). Öğrencilerin Besin Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 33-42

İçyer, D. Mankan, E. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Yayın Organlarını Takip Etme Sıklığının Beslenme Bilgi Düzeyine Etkisi, *Journal Of Social And Humanities Sciences Research*, 4(14). 1578-1584

İşlek, M. S. (2012). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Kalpana, A. Jaliwala, H. (2013). Effect Of Social Media On E-Purchase Amongst Youth, *International Journal Of Business Management & Research*, 3(2), 131-136

Kızılaslan, N., Kızılaslan, H. (2008). Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumları (Tokat İli Örneği), *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 67-74

Mutlu, E. (2018). Medya Araçlarının Başkent Üniversitesi Öğrencilerinin Beslenme Davranışları ve Gıda Ürünlerinin Seçiminde Karar Vermedeki Etkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi / Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Maheshwar, M. Narender, K. Balakrishma, N. Rao, D. (2018). Teenagers Understanding and Influence of Media Content on their Diet and Health- Related Behaviour, *Journal of Clinical Nutrition & Dietetics*, 4, 1-7

Nar, M.Ş. (2015). Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (37), 941-952

Şahin, E. Çağlıyan, V. Başer, H. H. (2017). Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Satınalma Davranışına Etkisi: Selçuk Üniversitesi İİBF Örneği, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 67-86

Yılmaz, E., Özkan, S. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi, *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2 (6), 87-103

Yılmaz, E., Yılmaz, İ. Uran, H. (2007). Gıda Maddeleri Tüketiminde Medyanın Rolü: Tekirdağ ili Örneği, *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 3, 9-14. <http://www.teknolojikarastirmalar.com/>

Yoldaş, M. A., Ergezer, Ç. (2013). Üniversitede Eğitim Görmekte Olan Öğrencilerin Reklamlara Karşı Tutum Ve Davranışları Üzerine Kırgızistan'da Ampirik Bir Araştırma, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), 280-297

<https://pazarlamaturkiye.com/makale/medya-tuketim-aliskanliklarinin-degisimi/> (Erişim Tarihi 21.03.2019)