



Sosyal Medya ve Gıda Okuryazarlığı ile İlişkili Yayımlanmış Çalışmaların İçerik Analizi¹

Bahar Urhan

ÖZ

Gıda okuryazarlığı ve sosyal medyanın ilişkisi ile ilgili bir anlayış geliştirmek üzere tasarlanan bu çalışmada “gıda okuryazarlığı” ve “sosyal medya” anahtar kelimeleri ile WoS veri tabanında herhangi bir kısıt getirilmeden arama yapılmıştır. Yapılan arama sonucu 1’i kitap bölümü, 21’i makale olmak üzere toplam 22 çalışmaya erişilmiştir. Bu çalışmaların tarih, yazar, yayın yeri, ülke, araştırma deseni bilgileri, temel bulgu ve sonuçları betimsel bir içerik analizine tabii tutulmuştur. Buna göre, gıda okuryazarlığının sosyal medya ile ilişkisine odaklanan çalışmaların ilk olarak 2019 yılında yayımlandığı ve görece yeni bir alan olduğu görülmüştür. Söz konusu araştırmaların iş birliği esasına göre yürütüldüğü; yayınların sağlık odaklı dergilerde daha çok yer aldığı; araştırmaların çoğunlukla nitel araştırma şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Gıda okuryazarlığı konusunda sosyal medyanın kullanımının olumlu sonuçlar yaratabilme kapasitesi araştırma bulguları ve sonuçlarında gözlemlenmektedir. Çalışma içerisinde toplanan verilere dair gerçekleştirilen betimsel analizde öne çıkan bulgular, gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisi ile ilgili derinlemesine bir anlayış ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gıda Okuryazarlığı, Sosyal Medya, Dijital Sağlık, Beslenme Okuryazarlığı, Betimsel İçerik Analizi

BAHAR URHAN

Doç. Dr.

Akdeniz Üniversitesi

baharurhan15@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5559-9311

Atıf: Urhan B. (2025). Sosyal medya ve gıda okuryazarlığı ile ilişkili yayımlanmış çalışmaların içerik analizi. *Selçuk İletişim*, 18(2), 717-734. <https://doi.org/10.18094/josc.1681357>

¹ Bu çalışma Türkiye Ulusal Ajansı ve Erasmus+ programı tarafından desteklenen 2023-2-TR01-KA220-YOU-000174770 numaralı ve “FOOD LITERACY” adlı proje kapsamında yapılmıştır.



Content Analysis of Published Studies Related to Social Media and Food Literacy

Bahar Urhan 

ABSTRACT

In this study, which was designed to develop an understanding of the relationship between food literacy and social media, the keywords “food literacy” and “social media” were searched in the WoS database without any restrictions. As a result of the search, 22 studies, including 1 book chapter and 21 articles, were accessed. The date, author, place of publication, country, research design information, main findings and results of these studies were subjected to a descriptive content analysis. Accordingly, it was observed that the studies focusing on the relationship between food literacy and social media were first published in 2019 and are a relatively new field. It is observed in the research findings and results that these studies are conducted on a collaborative basis, publications are more common in health-oriented journals, the studies are mostly designed as qualitative research, and the use of social media in food literacy can create positive results. With the findings that stand out in the descriptive analysis of the data collected in this study, it is aimed that the study will contribute to the literature in terms of providing an in-depth understanding of the relationship between food literacy and social media based on the available data.

Keywords: Food Literacy, Social Media, Digital Health, Nutrition Literacy, Descriptive Content Analysis

BAHAR URHAN
Assoc. Prof. Dr.
Akdeniz University
baharurhan15@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-5559-9311

Citation: Urhan B. (2025). Content analysis of published studies related to social media and food literacy. *Journal of Selcuk Communication*, 18(2), 717-734. <https://doi.org/10.18094/josc.1681357>

GİRİŞ

Gıdanın insan hayatı üzerindeki hayati rolüyle ilgili merak, insanoğlu yeryüzünde var oldukça sürececek bir rol olması bakımından, bilimin odak noktalarından biri olmuş ve olacaktır. Hayatını ne pahasına olursa olsun karnını doyurabilmek koşuluyla sürdürmeye mecbur olan insan, tarih boyunca yiyeceğin üreticisi, kullanıcısı, tüketicisi olmuş; tarihte örneklerine sıklıkla rastlanan kıtlık olgusu nedeni ile gıdanın kölesi olmamak için modern teknolojileri de işe koşturmuştur. Teknolojik gelişmeler ile malzemeler, dolayısıyla yiyecekler çeşitlenmiş, gıdanın üretimi artmış, yiyeceği istifleme, zor günler için saklama, biriktirip satma, tüketeneğinden fazla üretme ve sindirebileceğinden fazla yeme gibi çeşitli dengesiz durumlar ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla yiyecek ve insanın tarih boyunca çoğunlukla problematik olan ilişkisi, modern teknolojiler neticesinde dizginlenemez bir sorun halini almıştır. Dünyanın bir yanında açlıktan ölenlerin, diğer yanında ise obeziteden ölen insanların olması bu sorunun varlığına dair en öne çıkan kanıttır. Dünya genelinde yılda 11 milyon ölümün yeme alışkanlıklarına bağlı risk faktörlerinden kaynaklandığı düşünülmektedir (GBD, 2019).

Kaynakların doğru kullanımı, doğadaki dengenin en önemli sağlayıcısıdır. Yiyecek kaynaklarının doğru kullanımı, yiyeceklerin doğru şekilde tüketimi, sağlığa uygun üretimi, kişilerin bu gibi konularda bilinçlenmesi ve yiyeceklerle olan ilişkisini fayda sağlama odaklı stratejik bir ilişkiye dönüştürmesi, modern zamanların üzerinde fazlaca durulan olgularıdır. Bu bağlamda bilinçlenmeye yönelik atılacak adımların konunun cehaletinden uzaklaşarak okuryazarlığa evrilmesi gerektiğinin anlaşılması ile “gıda okuryazarlığı” literatürde son yıllarda sıkça rastlanan bir kavram haline gelmiştir.

Gıda okuryazarlığının çeşitli tanımları konunun ne derece beceri ile ele alınması gerektiğinin göstergesidir. Vidgen (2014) gıda okuryazarlığını, “karmaşık bir gıda sistemi içinde bireysel gıda becerileri ve davranışlarının yanı sıra gıda ile olumlu bir karşılıklı ilişki geliştirme yeteneği” olarak tanımlamaktadır. Rawl ve arkadaşları (2008) bu kavramı, “bireylerin sağlığı geliştirmek için gerekli gıda ve beslenme bilgilerini edinme, yorumlama ve anlama kapasitesine sahip olma derecesi” olarak tanımlarken; Cullen ve arkadaşları (2015) ise “karmaşık bir gıda sistemi içerisinde gıda ile olumlu bir ilişki geliştirebilme ve gıda seçimi konusunda sürdürülebilir ve bilinçli kararlar alabilme becerisi” olarak tanımlamaktadır.

Gıda okuryazarlığının başarılı bir şekilde tesis edilmesi için kişilerin tutum ve davranış değişikliği sergilemesine ihtiyaç olduğunu gösteren bu gibi çeşitli tanımlar gıda konusunda eğitime dayalı bir anlayış geliştirmenin önemine dikkat çekmektedir. Nitekim okullar gıda eğitimi için en ideal ortam olarak kabul edilmektedir (FAO, 2019). Bu bağlamda gıda eğitiminin çocukluk çağından başlayarak verilmesi gerekliliği,

okulların konu ile ilgili merkezi görevini gözler önüne sermektedir. Araştırmalar ilkokuldan başlayarak ergenlik çağına kadar verilen gıda eğitiminin, sürdürülebilirlik, yemek pişirme ve olumlu sağlıkla ilgili, yetişkinlikte de devam eden bir davranış inşasına neden olduğunu ortaya koymuştur (Laska vd., 2012; Lavelle vd., 2016). Ancak Ofsted'in 2018 yılında yayımladığı rapora göre dünyada kapsamlı bir gıda eğitimi müfredat politikası tam olarak uygulanmamaktadır. Son yıllarda ortaya çıkan gıda okuryazarlığı kavramının da bu ihtiyaca cevap vereceği ve gıda eğitimi eksikliğini gidereceği öngörülmektedir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Web of science (WoS) veri tabanından “food literacy” ve “sosyal medya” anahtar kelimeleri ile herhangi bir kısıt getirilmeden 20 Ocak 2025 tarihinde yapılan genel taramada bu anahtar sözcükleri kapsayan 2019 ile 2024 yılları arasında yayımlanmış 22 yayın verisine ulaşılmıştır. Bu yayınların içerikleri, türü, alanı, yazar bilgisi, anahtar sözcükleri, bulguları ve önerileri, betimsel içerik analizi yöntemi ile incelenmektedir. Çalışmada betimsel içerik analizi yönteminin seçilme nedeni, makale sayısının az olması ve bu alanda gerçekleştirilmiş çalışmaların detaylı bir incelemeye tabii tutulmak istenmesidir. Betimsel içerik analizi, önceki çalışmaların derinlemesine analiz edilmesini ve bulguların yorumlanmasını, böylece belirli bir alandaki eğilimleri elde etmeye yaramaktadır (Çalık & Sözbilir, 2014) ve bu nedenle çalışmanın yöntemi olarak seçilmiştir. Betimsel içerik analizi yöntemi ile araştırmacı ele aldığı veriyi derinlemesine inceleyebilme ve alan bilgisi dahilinde öne çıkan temaları gözlemleyebilme avantajına sahip olabilmektedir. Bu yöntemin bir diğer avantajı ise araştırmaların teorik çerçevesinin, araştırma modellerinin, verilerinin ve bulgularının derinlemesine süzgeçten geçirilmesi ile gelecek çalışmalar için genel eğilimlere dair önerilerde bulunabilme olanağı sağlamasıdır (Cohen, Manion ve Morrison, 2007).

Araştırma Soruları

Araştırma kapsamında gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisine dair aşağıdaki araştırma sorularına yanıt verilmeye çalışılacaktır:

1. Yıl itibarıyla yayımlanan çalışma sayısı nedir?
2. Çalışmaların yazar sayıları nedir?
3. Çalışmalar nerede yayımlanmıştır?
4. Çalışmaların anahtar sözcükleri nelerdir?

5. Çalışmalarda seçilen araştırma yöntemleri nelerdir?
6. Çalışmalarda seçilen veri toplama ve analiz yöntemleri nelerdir?
7. Araştırmaların bulguları nasıldır?

Bulgular

Gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisinin ortaya konulması amacıyla WoS veri tabanında herhangi bir kısıt getirilmeden yapılan anahtar sözcük taramasında ortaya çıkan veriler, konu ile ilgili eğilimi ortaya koymak amacıyla analiz edilmiştir.

Tablo 1 Yıl İtibarıyla Yayımlanan Çalışma Sayısı

Yıl	Sayı
2019	1
2020	1
2021	2
2022	5
2023	5
2024	7

Arama sonucu elde edilen yayınların yıl itibarıyla dağılımına bakıldığında ilk çalışmanın 2019 yılında yayımlanması nedeniyle alandaki çalışmaların görece yeni olduğu görülmektedir. Ancak yıl bazında yayın sayısına bakıldığında 2022 yılı itibarıyla yayın sayısının artışa geçtiği, 2024 yılında ise toplam yayın sayısının yaklaşık üçte birinin bu yıl içerisinde yayımlandığı görülmektedir. Bu durumda gıda okuryazarlığı ve sosyal medya arasındaki ilişkiye dair bilimsel merakın artışa geçtiği gözlemlenmektedir.

Tablo 2 Yazar Sayılarına Göre Dağılım

Yazar	Yayın sayısı
Tek yazar	0
Çok yazar	22

Çalışmaların yazar sayısına bakıldığında tek yazarlı bir çalışma olmadığı görülmektedir. Bu durumda konunun iş birliğine dayalı olarak araştırılmasının daha verimli olduğu izlenimi oluşmaktadır.

Tablo 3 Dergilere Göre Yayın Dağılımı

Dergi	Yayın sayısı
Public Health Nutrition	3
Health & Social Care in the Community	2
JMIR Pediatrics and Parenting	2
Advances in Food and Nutrition Research	1
Appetite	1
Applied Physiology Nutrition and Metabolism	1

BMC Nursing	1
Communications-European Journal of Communication Research	1
European Journal of Marketing	1
Food Policy	1
Frontiers in Sustainable Food Systems	1
Health Education	1
JMIR Research Protocols	1
Journal of the American Nutrition Association	1
Nutrients	1
Nutrition Research and Practice	1
PLOS ONE	1
Revista Espanola de Nutricion Humana Y Dietetica	1

Çalışmaların yayımlandığı dergilerin dağılımına bakıldığında sadece bir derginin iletişim alanında olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumda iletişim alanında gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisinin yeterince çalışılmadığı ortadadır. Dergilerin genel olarak sağlık ve beslenme ile ilgili dergiler olması konunun sağlık bilimleri alanında daha fazla önemli bulunduğu işaret etmektedir.

Tablo 4 Birden Fazla Kullanılan Anahtar Kelimelerin Kullanım Sıklığı

Anahtar kelime	Kullanım sayısı
Food literacy	4
Social media	3
Nutrition	3
Education	3
Diet	3
Health	3
Adolescents	3
Sustainable	3
Digital health	2
Intervention	2
Nutrition knowledge	2
Nutrition literacy	2
Mediterranean diet	2
eHealth	2
Food marketing	2
Food choice	2
Qualitative	2
Peer	2
School health promotion	2
Young adults	2
Lifestyle	2
Consumption	2
Meal kits	2
Cooking	2
Hypertension	2
Diasporas	4
Salt	3
Nutrition intervention	3
Digital interventions	3
Patient-centered	3
Resilience	3

Yayınlar da kullanılan anahtar kelimelerin dağılımına bakıldığında en sık kullanan anahtar kelimelerin gıda okuryazarlığı, sosyal medya, beslenme ve eğitim olduğu görülmektedir. Bu veriye dayanarak sosyal medyanın gıda okuryazarlığı konusunda eğitim amaçlı kullanılmasına odaklanan çalışmaların daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 5 Araştırma Türüne Göre Dağılım

Tür	Sayı
Nicel	5
Nitel	17

Yapılan araştırmaların türlerine bakıldığında sadece 5 çalışmanın nicel araştırma yöntemleri ile tasarlandığı, ikisi deney şeklinde olmakla beraber 17 araştırmanın nitel araştırma olarak tasarlandığı görülmektedir. Araştırma yöntemlerinin seçilmesi konunun içeriğine bağlı olarak değişkenlik gösterdiğinden veri setindeki araştırmaların yöntem ağırlığına bakıldığında, gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisini araştırmanın görece verimli yolunun nitel araştırma şeklinde tasarlanmış araştırmalar olduğu düşünülebilir.

Tablo 6 Nitel Araştırmaların Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Yayın adı	Yazarlar	Veri toplama yöntemi
Supporting consumers' informed food choices: Sources, channels, and use of information (2023)	Gert W. Meijera,b,* , Klaus G. Grunert,c,d, and Liisa Lahteenmaki	Literatür taraması
Meal kits in the family setting: Impacts on family dynamics, nutrition, social and mental health (2022)	Kylie Fraser, Penny Love, Karen J. Campbell, Kylie Ball, Rachelle S. Opie	Yarı-yapılandırılmış, derinlemesine görüşme
Exploring contexts for using digital food retail services in Canada: A qualitative study (2024)	Melissa A Fernandez, Jessica Dugan, Kim D Raine	Yarı-yapılandırılmış, derinlemesine görüşme
"I use salt. However, I also use soy sauce, oyster sauce, sometimes chili sauce and....": interviews with Australians of Chinese ancestry regarding reducing salt consumption for hypertension prevention (2023)	Alex Chan, Leigh Kinsman, Sally Wai-chi Chan	Yarı-yapılandırılmış, derinlemesine görüşme
Emerging adults' food media experiences: Preferences, opportunities, and barriers for food literacy promotion (2023)	Lauranna Teunissen, Isabelle Cuykx, Paulien Decorte, Heidi Vandebosch, Christophe Matthys, Sara Pabian, Kathleen Van Royen, Charlotte De Backer	Odak grup görüşmesi
Colorful candy, teen vibes and cool memes: prevalence and content of Instagram posts featuring ultra-processed products targeted at adolescents (2023)	Gaston Ares and Florencia Alcaire, Vanessa Gugliucci, Leandro Machín, Carolina de Leon, Virginia Natero, Tobias Otterbring	Kesitsel içerik analizi
"Social food": Food literacy co-construction and distortion on social media (2020)	Nadia Steilsa, Zakia Obaidalaheb	Netnografi

Costly, confusing, polarizing, and suspect: public perceptions of plant-based eating from a thematic analysis of social media comments (2024)	Katherine F. Eckert, Sabrina Douglas, Flora Zhang, Paula Brauer, Alison M. Duncan, Jess Haines	Tematik (şablon) analiz
Assessing the effectiveness of a 4-week online intervention on food literacy and fruit and vegetable consumption in Australian adults: The online MedDiet challenge (2022)	Ashley H., Yasser ElGhattis, Jessica R. Biesiekierski, George Moschonis	Tek grup öntest-sontest deneyi
What does healthy eating mean? Australian teachers' perceptions of healthy eating in secondary school curricula (2019)	Gail Boddy, Alison Booth and Anthony Worsley	Yarı-yapılandırılmış, derinlemesine görüşme
Social Media Interventions for Nutrition Education Among Adolescents: Scoping Review (2023)	Yalinie Kulandaivelu, Jill Hamilton, Ananya Banerjee, Anatoliy Gruz, Barkha Patel, Jennifer Stinson	Kapsam belirleme incelemesi
Digital Interventions to Promote Healthy Eating in Children: Umbrella Review (2021)	Rachel Prowse, Sarah Carsley	Çalışmaların sistematik incelemelerinin şemsiye incelemesi
Effects of a Salutogenic Healthy Eating Program in Type 2 Diabetes (the SALUD Study): Protocol for a Randomized Controlled Trial (2023)	Kristel C M M Polhuis; Lenneke Vaandrager, Maria A Koelen, Johanna M Geleijnse, Sabita S Soedamah-Muthu	Yarı kör randomize kontrollü çalışma
Nutrition-related information on Instagram: A content analysis of posts by popular Australian accounts (2023)	E. Denniss, R. Lindberg, S. McNaughton	Keşifsel çalışma
Exploring young Australians' understanding of sustainable and healthy diets: a qualitative study (2021)	Rimante Ronto, Golsa Saberi, Julia Carins, Keren Papier and Elizabeth Fox	Yarı-yapılandırılmış, derinlemesine görüşme
Determinants of dietary and physical activity behaviours among women of reproductive age in urban Uganda, a qualitative study (2020)	Peter Yiga, Patrick Ogwok, Julian Achieng, Mary Devota Auma, Jan Seghers, Christophe Matthys	Odak grup görüşmesi
The effect of eight-week nutrition education on nutrition knowledge, nutrition literacy, and Mediterranean diet in Turkish adolescents (2023)	Gökçe Ünal, Aslı Uçar	Tek grup öntest-sontest deneyi

Nitel araştırmalarda kullanılan yöntemlere bakıldığında; 5 çalışmanın yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme, 2 çalışmanın odak grup görüşmesi, 2 çalışmanın da öntest-sontest deneyi şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Diğer çalışmaların literatür taraması, kesitsel içerik analizi, netnografi, tematik analiz, kapsam belirleme çalışması, sistematik şemsiye analizi, yarı kör randomize kontrollü çalışma ve keşifsel çalışma olmak üzere farklı yöntemler izlediği görülmektedir. Bu durumda yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat yönteminin konunun incelenmesinde ağırlıklı olarak tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 7 Nicel Araştırmaların Veri Toplama Yöntemi, Örneklem Sayısı, Analiz Yöntemi

Yayın adı	Yazarlar	Veri toplama yöntemi	Örneklem sayısı
How gender, education and nutrition knowledge contribute to	Danielle Gallegos, Rebecca McKechnie, Ryan	Anket	1010

food insecurity among adults in Australia (2021)	McAndrew Rebekah Russell-Bennett, Geoff Smith		
The Relationship of Food Literacy and Sustainable Consumption Behaviors with Anthropometric Measurements during the Covid-19 Pandemic Period: A Sample from Turkey (2024)	Cansu Çelik, Perim Fatma Türker, Hilal Çalışkan	Anket	200
Food-related media use and eating behavior in different food-related lifestyle groups of Korean adolescents in metropolitan areas (2024)	SooBin Lee, Seoyoung Choi, Se Eun Ahn, Yoon Jung Park, Ji-Yun Hwang, Gaeun Yeo, Jieun Oh	Anket	392
Nutrition knowledge and health vulnerability of mothers of pre-school children in north-central, Nigeria (2024)	Bosede Alice Omachi, Annette van Onselen, Unathi Kolanisi	Yarı-yapılandırılmış, derinlemesine görüşme	450
Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes (2021)	Yara Qutteina, Lotte Hallez, Maxime Raedschelders, Charlotte De Backer, Tim Smits	Anket	1002

Nitel araştırmalarda kullanılan yöntemlere bakıldığında; 5 çalışmanın seçtiği yöntemi nicel olarak nitelendirdiği görülmektedir. Bu çalışmaların 4'ünün anket yöntemini seçtiği, 1 araştırmanın da yarı yapılandırılmış mülakat yöntemini 450 katılımcıyla gerçekleştirmek suretiyle gerçekleştirdiği araştırmayı nicel verilerle sonuçlandırdığı ve araştırmalarını nicel olarak tanımladığı görülmektedir.

Tablo 8 Araştırmaların temel bulguları

Yayın adı	Temel bulgu
Supporting consumers' informed food choices: Sources, channels, and use of information (2023)	Gıda ürünleri hakkındaki sağlık ve sürdürülebilirlik bilgileri, farklı çıkarlara sahip çeşitli kaynaklardan gelmekte ve bu da tüketicilerin hangi kaynakları kullanacaklarını ve hangilerine güveneceklerini bilmelerini zorlaştırmaktadır.
Meal kits in the family setting: Impacts on family dynamics, nutrition, social and mental health (2022)	Kadınlar, yemek setlerinin gıda ile ilgili karar verme süreçlerini azaltarak zihinsel yüklerini azalttığını, yemek hazırlığında aile katılımını artırdığını ve gıda okuryazarlığı için fırsatlar sunduğunu belirtmiştir. Yemek setleri, dışarda yemeyi azaltarak beslenme açısından yoğun öğünler ve Ulusal diyet kılavuzlarıyla uyumlu porsiyon boyutları sağlamaktadır.
Exploring contexts for using digital food retail services in Canada: A qualitative study (2024)	Yaş, cinsiyet, yaşam tarzından bağımsız olarak, dijital gıda perakende hizmetlerini kullanma bağlamları benzerdir. Bu hizmetler gıda alımını ve hazırlığını kolaylaştırmakta ancak bu kolaylık gıda okuryazarlığına zarar verebilmekte.
"I use salt. However, I also use soy sauce, oyster sauce, sometimes chili sauce and....": interviews with Australians of Chinese ancestry regarding reducing salt consumption for hypertension prevention (2023)	Tuz tüketimini azaltmak için dört kolaylaştırıcı: 1) sağlık yararlarına dair bireysel algılar 2) tuz alternatifleri 3) dijital bilgi 4) farkındalık. Engeller: 1) belirgin olmayan olumsuz fiziksel değişiklikler 2) yetersiz sağlık eğitimi, 3) gizli tuz, 4) yetersiz gıda okuryazarlığı 5) fiyatlandırma 6) yoğun yaşam tarzı 7) düşük duyarlılık 8) bireysel gıda tadı tercihi ve pişirme alışkanlıkları

Emerging adults' food media experiences: Preferences, opportunities, and barriers for food literacy promotion (2023)

Colorful candy, teen vibes and cool memes: prevalence and content of Instagram posts featuring ultra-processed products targeted at adolescents (2023)

"Social food": Food literacy co-construction and distortion on social media (2020)

Costly, confusing, polarizing, and suspect: public perceptions of plant-based eating from a thematic analysis of social media comments (2024)

Assessing the effectiveness of a 4-week online intervention on food literacy and fruit and vegetable consumption in Australian adults: The online MedDiet challenge (2022)

How gender, education and nutrition knowledge contribute to food insecurity among adults in Australia (2021)

What does healthy eating mean? Australian teachers' perceptions of healthy eating in secondary school curricula (2019)

Social Media Interventions for Nutrition Education Among Adolescents: Scoping Review (2023)

Digital Interventions to Promote Healthy Eating in Children: Umbrella Review (2021)

Effects of a Salutogenic Healthy Eating Program in Type 2 Diabetes (the SALUD Study): Protocol for a Randomized Controlled Trial (2023)

The Relationship of Food Literacy and Sustainable Consumption Behaviors with Anthropometric Measurements during the Covid-19 Pandemic Period: A Sample from Turkey (2024)

Nutrition-related information on Instagram: A content analysis of posts by popular Australian accounts (2023)

Food-related media use and eating behavior in different food-related lifestyle groups of Korean adolescents in metropolitan areas (2024)

Gıda medya mesajları, içeriği eğlenceli, ilgi çekici ve çekici bir şekilde sunarak ve popüler gıda kişiliklerini öne çıkararak gelişmekte olan yetişkinlerin dikkatini çekmekte. Gıda medya mesajları gıda okuryazarlığını hem geliştirir hem bozar.

Grafik tasarım ve ergen dili, ergenleri hedef alan pazarlamanın en yaygın göstergeleri. Ergenlere yönelik paylaşımlarda çoğunlukla atıftırılmalıklar ve isteğe bağlı gıdalar tanıtılmış. Ergenleri hedeflediği ve hedeflemediği belirlenen paylaşımların içeriğinde farklılıklar gözlemlenmiştir.

Gıda okuryazarlığı sosyal bir ortamda olumlu veya olumsuz olarak birlikte inşa edilebilir.

Temalar: 1) Gıda etiği 2) Gıdanın satın alınabilirliği ve erişilebilirliği 3) Gıda sistemi paydaşlarına güvensizlik 4) Beslenme davranışı, sağlık ve çevre ile ilgili inançlar 5) Bitkisel proteinlerin duyuşal yönleri

Sosyal medya, gıda okuryazarlığı yoluyla yetişkinlerde meyve ve sebze tüketimini artırma potansiyeline sahiptir.

Hane halkı gıda güvensizliğinin belirleyicileri açısından erkekler ve kadınlar arasında farklılıklar mevcuttur. Eğitim, kadınlar arasında hane halkı gıda güvensizliği ile önemli ölçüde ilişkili.

Sağlıklı beslenmenin öğretilmesi ergenlerin ve ailelerinin sağlığına ve refahına yardımcı olur. Öğretmenlerin sağlıklı beslenme konusundaki bilgi ve görüşleri ilgi alanları, yaşam deneyimleri, eğitim ve istihdam geçmişleri ile ilişkilidir.

Müdahaleleri uyarlamak, pratik içerik sunmak, anlamlı akran desteği sağlamak ve aileleri ve toplulukları dahil etmek başarılı müdahaleleri kolaylaştırmıştır.

Çocuklarda sağlığın geliştirilmesine yönelik politika ve program kararlarını destekleyecek kanıt için doğrulanmış ölçümlerle değerlendirilen dijital müdahale türlerine ait ortak tanımlara ihtiyaç vardır.

SALUD programı somut, web tabanlı bir araç olarak hizmet verebilir. Nicel ve nitel ölçümlerin bir araya getirilmesi, etkilerin kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesini sağlar. Bu bilgiler, T2DM müdahalelerinin daha da optimal hale getirilmesi için kullanılabilir. Kadınların %87,2'si ve erkeklerin %40'ı sürdürülebilir beslenme kavramını daha önce duymuş. Sürdürülebilir Tüketim Davranışı toplam puan ortalaması kadınlarda erkeklere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek. Kendini Algılama Gıda Okuryazarlığı puan ortalamaları ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var.

Instagram içeriklerinde beş kapsayıcı tema bulunmaktadır: 1) yemek tarifleri ve yemek fikirleri; 2) gıda, besin ve takviyeler ve bunlarla ilişkili sağlık sonuçları; 3) fiziksel görünüm ve vücut ağırlığı ile ilgili hedeflere ulaşmada beslenmenin rolü; 4) gıda okuryazarlığı ve 5) evde yemek pişirme ve egzersiz yapma

Medya aracılı beslenme eğitimi programının uygulanması, beslenme alışkanlıklarına yüksek düzeyde ilgi duyan ergenler arasında sağlıklı beslenmeyi teşvik edebilir. Beslenme alışkanlıklarına ilgisi düşük olan ergenler için ise, gıda okuryazarlığını artırmaya odaklanan bir eğitim programının

Nutrition knowledge and health vulnerability of mothers of pre-school children in north-central, Nigeria (2024)	uygulanması sağlıklı beslenmenin teşvik edilmesinde faydalı olabilir.
Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes (2021)	Anneler arasındaki diyet çeşitliliği, Nijerya'da ve gıda güvensizliği yaşayan gelişmekte olan ülkelerde yemek kalitesi ve sağlık sonuçlarının güçlü belirleyicileri olan annelerin sosyo-ekonomik durumu ve vücut kitle indeksi ile ilişkilendirilmiştir.
Exploring young Australians' understanding of sustainable and healthy diets: a qualitative study (2021)	Gıda okuryazarlığı, temel gıda sosyal medya maruziyeti ve temel gıda alımı arasındaki pozitif ilişkiye aracılık etmiştir. Sağlık profesyonelleri, ergenler arasında temel gıdaların tanıtımında sosyal medyayı kullanabilir.
Determinants of dietary and physical activity behaviours among women of reproductive age in urban Uganda, a qualitative study (2020)	Genç yetişkinler daha sürdürülebilir beslenme uygulamalarını benimsemeye motive ancak bireysel ve çevresel faktörler bunu yapmalarını engellemekte.
The effect of eight-week nutrition education on nutrition knowledge, nutrition literacy, and Mediterranean diet in Turkish adolescents (2023)	Mevcut kültürel inançlar, sağlıklı beslenme önerilerinden farklı beslenme ve fiziksel aktivite davranışlarını teşvik etmektedir.
	Ergenlerin gerekli bilgi ve deneyime sahip olmaları, sağlıklı beslenme alışkanlıklarının gelişmesine yardımcı olur, obezite gibi kronik hastalıklar önlenir. Ergenlerin yeme davranışlarını iyileştirmek için internet ve sosyal medya, okul/ev gıda ortamı da dikkate alınmalıdır.

Araştırmaların temel bulgularına bakıldığında; gıda tüketimi ile ilgili bilgilerin sosyal medya aracılığı ile farklı kaynaklardan gelebildiği bu durumun güvensizlik yarattığı ve gıda okuryazarlığı gerekliliğinin altının çizildiği görülmektedir. Paylaşılan içeriklere bağlı olarak sosyal medya kullanıcılarının hem olumlu hem de olumsuz etkilenebileceği düşünülmektedir. Sosyal medya aracılığı ile renkli içerikler ile pratik bilgiler sunmanın gıda okuryazarlığına olumlu katkı sağladığı söylenebilir. Söz konusu içeriklerden ailelerde gıda sağlama rolü daha yüksek olan kadınların ve yanlış gıda tüketimine ve buna bağlı sağlık sorunlarına daha açık olan ergenlerin görece fazla etkilendiği görülmektedir. Sağlık profesyonellerinin gıda okuryazarlığını teşvik etmek amacıyla sosyal medyadan faydalanmasının gerekliliği ve genç yetişkinlerin sosyal medya aracılığı ile verilen gıda tüketimine dayalı sağlık mesajlarına karşı görece olumlu cevap verebileceği bulguları dikkat çekmektedir. Gıda okuryazarlığını sosyal medya aracılığı ile teşvik etmenin halk sağlığı açısından olumlu yanları olduğu vurgusu ayrıca dikkat çeken bulgular arasında yer almaktadır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan çalışmaların 2019 yılında gerçekleştirilmeye başladığı, söz konusu çalışmaların yıllar içerisinde artan bir ivme yakaladığı görülmektedir. 2019 yılında yapılan araştırma sayısı 1 iken 2024 yılında bu sayının 7'ye çıkması konuya dair ilginin artan bir seyirde ilerlediğini gözler önüne sermektedir. Çalışmaların yazar sayısına bakıldığında, en az 2 en fazla 8 yazarlı çalışmalar olduğu görülmüş, tek yazarlı bir yayına rastlanmamıştır. Bu durumda

konu ile ilgili çalışmaların iş birliği gerektirdiği izlenimi oluşmaktadır. Çalışmaların yayımlandığı dergilere bakıldığında sadece bir derginin iletişim alanı ile bir yayının da pazarlama ile ilgili bir dergide yayımlandığı görülmektedir. Diğer 20 yayının yayımlandığı dergilerin gıda, beslenme ve sağlık ile ilgili dergiler olması dikkat çeken bir bulgudur. En fazla yayının halk sağlığı ve beslenme konusunda yayın yapan bir dergide bulunması gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisinin halk sağlığı ile yakından ilgili olduğu izlenimi yaratmaktadır. Çalışmaların anahtar sözcüklerine bakıldığında en fazla kullanılan anahtar sözcüklerin sıralamasında eğitim kelimesi dikkat çekmekte, sosyal medya aracılığı ile gıda okuryazarlığı eğitimi imkanına dikkat çekildiği düşünülmektedir. Çalışmalarda seçilen araştırma yöntemlerine bakıldığında ağırlıklı olarak nitel araştırmalar tasarlanmış olduğu görülmektedir. Bu durumda konunun araştırılması için en verimli araştırma biçiminin nitel yöntemler kullanmak olduğu düşünülebilir. Çalışmaların nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemine daha sık başvurmuş olması konu ile ilgili çalışmalarda yöntem seçimi konusunda sonraki çalışmalara fikir vermesi bakımından önemli bir bulgudur. Araştırmaların temel bulgu ve sonuçlarına bakıldığında gıda okuryazarlığı ve sosyal medya ilişkisinin giderek daha da önemli hale geleceğini öngörmek mümkündür. Zira, gıda okuryazarlığı hakkında bilinçlendirilmesi görece önemli olan kadın ve genç yetişkinlerin, sosyal medya aracılığı ile eğitilmelerinin mümkün olduğuna dikkat çeken bulgular sıklıkla görülmektedir. Sosyal medya içeriklerinin tasarlanması ile ilgili faydalı önerilerin yer aldığı çalışmalar ve sağlık profesyonellerinin uygulamalarına ışık tutabilecek tavsiyeler göze çarpmaktadır. Aynı zamanda sosyal medya aracılığı ile olumsuz bilgilerin ve bilinçsiz gıda tüketiminin yayılabileceğine de dikkat çeken çalışmaların gıda okuryazarlığı konusunda sosyal medyanın olumlu/olumsuz etkileri olduğu konusunda hemfikir olduğu görülmektedir.

Gıda okuryazarlığı ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya yönelik yapılan mevcut araştırma aracılığı ile söz konusu ilişkinin boyutları ve önemli noktaları konu ile ilgili yapılmış araştırmalar aracılığı ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçları sosyal medyanın gıda okuryazarlığı konusunda halkı eğitmek amacıyla faydalı bir kullanım alanı sunacağını göstermektedir. Gıda okuryazarlığının genç yetişkinler ve ailenin gıda hazırlama konusunda çoğunlukla bel bağladığı kadınlar tarafından önemli bulunmasını sağlamak için sosyal medya içeriklerinden faydalanmak mümkündür. Tüketicilerin sosyal medyada karşılaştıkları içerikleri eleştirel gözle değerlendirmesinin ve gıda tüketimi konusunda bilinçlenmesinin genel halk sağlığı açısından oldukça önemli olduğunun tekrar altını çizmekte yarar vardır. İlerleyen çalışmaların kadınlar ve ergenlerin yanı sıra farklı gıda tüketici kitleleri ile de gerçekleşmesi önerilmektedir.

EXTENDED ABSTRACT

The correct use of resources is the most important provider of balance in nature. The correct use of food resources, the proper consumption of food, the production of food by health, the awareness of people on such issues, and transforming their relationship with food into a strategic relationship focused on providing benefits are the phenomena that are emphasized a lot in modern times. In this context, “food literacy” has become a frequently encountered concept in the literature in recent years with the realization that the steps to be taken towards raising awareness should evolve from ignorance to literacy.

Various definitions, such as these, which show that people need to exhibit attitudinal and behavioral changes to successfully establish food literacy, draw attention to the importance of developing an educational understanding of food. The concept of food literacy, which has emerged in recent years, is anticipated to respond to this need and address the lack of food education.

In a general search from the WoS database on 20.01.2025 without any restrictions with the keywords “food literacy” and “social media”, 22 publications published between 2019 and 2024 covering these keywords were found.

Looking at the distribution of the publications obtained as a result of the search by year, it is seen that the studies in the field are relatively new since the first study was published in 2019. However, looking at the number of publications by year, it is seen that the number of publications started to increase as of 2022, and in 2024, approximately one-third of the total number of publications was published in this year. In this case, it is observed that scientific curiosity about the relationship between food literacy and social media has increased.

When the number of authors of the studies is examined, it is seen that there is no single-author study. In this case, it appears that it is more efficient to investigate the subject collaboratively. Looking at the distribution of the journals in which the studies were published, it is noteworthy that only one journal is in the field of communication. In this case, the relationship between food literacy and social media has not been sufficiently studied in the field of communication. The fact that the journals are generally related to health and nutrition indicates that the issue is considered more important in the field of health sciences. When the distribution of the keywords used in the publications is examined, it is seen that the most frequently used keywords are food literacy, social media, nutrition, and education. Based on this data, it is seen that more studies are focusing on the use of social media for educational purposes in food literacy. When the types of the studies are analyzed, it is seen that only 5 studies were designed with

quantitative research methods, and 17 studies were designed as qualitative research, two of which were experiments. Since the choice of research methods varies depending on the content of the topic, it can be considered that the relatively efficient way to investigate the relationship between food literacy and social media is research designed as qualitative research. When the methods used in qualitative research are examined, it is seen that 5 studies were designed as semi-structured in-depth interviews, 2 studies as focus group interviews, and 2 studies as pretest-posttest experiments. Other studies followed different methods such as literature review, cross-sectional content analysis, nethnography, thematic analysis, scoping study, systematic umbrella analysis, semi-blind randomized controlled trial, and exploratory study. In this case, it is seen that the semi-structured in-depth interview method is predominantly preferred in examining the subject. Looking at the methods used in qualitative research, it is seen that 5 studies characterized the method chosen as quantitative. It is seen that 4 of these studies chose the survey method, and 1 study concluded its research with quantitative data and defined its research as quantitative by using the semi-structured interview method with 450 participants. When the main findings of the studies are examined; it is seen that information about food consumption can come from different sources through social media, which creates insecurity and underlines the necessity of food literacy. It is thought that social media users can be affected both positively and negatively depending on the content shared. It can be said that providing practical information with colorful content through social media contributes positively to food literacy. It is seen that women, who have a higher role in providing food in families, and adolescents, who are more vulnerable to improper food consumption and related health problems, are relatively more affected by these contents. It is noteworthy that health professionals should utilize social media to promote food literacy and young adults may respond relatively positively to health messages based on food consumption through social media. The emphasis on the positive aspects of promoting food literacy through social media in terms of public health is also among the noteworthy findings.

Through the current study, which aims to reveal the relationship between food literacy and social media, the dimensions and important points of this relationship have been tried to be revealed through research on the subject. The results of the study show that social media can be a useful tool for educating the public about food literacy. It is possible to utilize social media content to ensure that food literacy is seen as important by young adults and women, on whom the family often relies for food preparation. Again, it is important to emphasize that it is important for public health that consumers critically evaluate the content they encounter on social media and raise awareness about food

consumption. It is recommended that future studies be conducted with different food consumer groups in addition to women and adolescents.

Çıkar Çatışması/Conflict of Interest

Yazar çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir. /The author declares that there is no conflict of interest.

Yazarların Katkıları/Author Contributions

Makale tek yazarlıdır. /The article has a single author.

This work is licensed under **Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License** (CC BY-NC 4.0). 

KAYNAKÇA

- Ares, G., Alcaire, F., Gugliucci, V., Machín, L., de León, C., Natero, V. and Otterbring, T. (2024). Colorful candy, teen vibes and cool memes: prevalence and content of Instagram posts featuring ultra-processed products targeted at adolescents, *European Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 2, pp. 471-496. <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2022-0899>
- Boddy, G., Booth, A. & Worsley, A. (2019). What does healthy eating mean? Australian teachers' perceptions of healthy eating in secondary school curricula, *Health Education*, Vol. 119 No. 4, pp. 277-290. <https://doi.org/10.1108/HE-04-2019-0018>
- Chan, A., Kinsman, L., & Chan, S. W. (2023). "I use salt. However, I also use soy sauce, oyster sauce, sometimes chili sauce and....": interviews with Australians of Chinese ancestry regarding reducing salt consumption for hypertension prevention. *BMC nursing*, 22(1), 414. <https://doi.org/10.1186/s12912-023-01576-3>
- Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. (6th Edition). New York: Routledge.
- Cullen, T., Hatch, J., Martin, W., Higgins, J. W., & Sheppard, R. (2015). Food literacy: Definition and framework for action. *Canadian journal of dietetic practice and research* (3), 140–145. <https://doi.org/10.3148/cjdpr-2015-010>
- Çalık, M. & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri [Parameters of content analysis]. *Eğitim ve Bilim [Education and Science]*., 39(174), 33-38.
- Çelik, C., Türker, P. F. & Çalışkan, H. (2024) The relationship of food literacy and sustainable consumption behaviors with anthropometric measurements during the Covid-19 pandemic period: A Sample from Turkey, *Journal of the American Nutrition Association*, 43:3, 279-285, <https://doi.org/10.1080/27697061.2023.2272257>
- Denniss, E., Lindberg, R., & McNaughton, S. A. (2023). Nutrition-Related Information on Instagram: A Content Analysis of Posts by Popular Australian Accounts. *Nutrients*, 15(10), 2332. <https://doi.org/10.3390/nu15102332>
- Eckert KF, Douglas S, Zhang F, Brauer P, Duncan AM and Haines J (2024) Costly, confusing, polarizing, and suspect: public perceptions of plant- based eating from a thematic analysis of social media comments. *Front. Sustain. Food Syst.* 8:1397004. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1397004>
- FAO (2019). *FAO School Food and Nutrition Framework*. Available online: <http://www.fao.org/3/ca4091en/CA4091EN.pdf> (Access date: 19 Jan. 2025)
- Fernandez, M. A., Dugan, J., & Raine, K. D. (2025). Exploring contexts for using digital food retail services in Canada: a qualitative study. *Applied physiology, nutrition, and metabolism*, 50, 1–12. <https://doi.org/10.1139/apnm-2024-0173>
- Fraser, K., Love, P., Campbell, K. J., Ball, K., & Opie, R. S. (2022). Meal kits in the family setting: Impacts on family dynamics, nutrition, social and mental health. *Appetite*, 169, 105816. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105816>

- Gallegos, D., McKechnie, R., McAndrew, R., Russell-Bennett, R., & Smith, G. (2022). How gender, education and nutrition knowledge contribute to food insecurity among adults in Australia. *Health & social care in the community*, 30(5), e2724–e2736. <https://doi.org/10.1111/hsc.13715>
- GBD 2017 Diet Collaborators (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *Lancet* (London, England), 393(10184), 1958–1972. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30041-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30041-8)
- Kulandaivelu, Y., Hamilton, J., Banerjee, A., Gruz, A., Patel, B., & Stinson, J. (2023). Social media interventions for nutrition education among adolescents: Scoping review. *JMIR pediatrics and parenting*, 6, e36132. <https://doi.org/10.2196/36132>
- Laska, M. N., Larson, N. I., Neumark-Sztainer, D., & Story, M. (2012). Does involvement in food preparation track from adolescence to young adulthood and is it associated with better dietary quality? Findings from a 10-year longitudinal study. *Public health nutrition*, 15(7), 1150–1158. <https://doi.org/10.1017/S1368980011003004>
- Lavelle, F., Spence, M., Hollywood, L., McGowan, L., Surgenor, D., McCloat, A., Mooney, E., Caraher, M., Raats, M., & Dean, M. (2016). Learning cooking skills at different ages: a cross-sectional study. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity*, 13(1), 119. <https://doi.org/10.1186/s12966-016-0446-y>
- Lee, S., Choi, S., Ahn, S. E., Park, Y. J., Hwang, J. Y., Yeo, G., & Oh, J. (2024). Food-related media use and eating behavior in different food-related lifestyle groups of Korean adolescents in metropolitan areas. *Nutrition research and practice*, 18(5), 687–700. <https://doi.org/10.4162/nrp.2024.18.5.687>
- Meijer, G. W., Grunert, K. G., & Lähteenmäki, L. (2023). Supporting consumers' informed food choices: Sources, channels, and use of information. *Advances in food and nutrition research*, 104, 229–257. <https://doi.org/10.1016/bs.afnr.2022.10.005>
- Ng, A. H., ElGhattis, Y., Biesiekierski, J. R., & Moschonis, G. (2022). Assessing the effectiveness of a 4-week online intervention on food literacy and fruit and vegetable consumption in Australian adults: The online MedDiet challenge. *Health & social care in the community*, 30(6), e4975–e4981. <https://doi.org/10.1111/hsc.13909>
- Ofsted (2018). Obesity, healthy eating and physical activity in primary schools. A thematic review into what actions schools are taking to reduce childhood obesity. Available online: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/726114/Obesity_healthy_eating_and_physical_activity_in_primary_schools_170718.pdf (Access date: 19 Jan. 2025).
- Omachi, B. A., van Onselen, A., & Kolanisi, U. (2024). Nutrition knowledge and health vulnerability of mothers of pre-school children in north-central, Nigeria. *PloS one*, 19(1), e0292252. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292252>
- Polhuis, K. C. M. M., Vaandrager, L., Koelen, M. A., Geleijnse, J. M., & Soedamah-Muthu, S. S. (2023). Effects of a Salutogenic Healthy Eating Program in Type 2 Diabetes (the SALUD Study): Protocol for a Randomized Controlled Trial. *JMIR research protocols*, 12, e40490. <https://doi.org/10.2196/40490>

- Prowse, R., & Carsley, S. (2021). Digital interventions to promote healthy eating in children: Umbrella review. *JMIR pediatrics and parenting*, 4(4), e30160. <https://doi.org/10.2196/30160>
- Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., & Smits, T. (2022). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public health nutrition*, 25(2), 290–302. <https://doi.org/10.1017/S1368980021003116>
- Rawl, R., Kolasa, K. M., Lee, J., & Whetstone, L. M. (2008). A learn and serve nutrition program: the Food Literacy Partners Program. *Journal of nutrition education and behavior*, 40(1), 49–51. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2007.04.372>
- Ronto, R., Saberli, G., Carins, J., Papier, K., & Fox, E. (2022). Exploring young Australians' understanding of sustainable and healthy diets: a qualitative study. *Public health nutrition*, 25(10), 1–13. Advance online publication. <https://doi.org/10.1017/S1368980022001513>
- Steils, N. & Obaidalahe, Z. (2020). Social food: Food literacy co-construction and distortion on social media, *Food Policy*, Elsevier, vol. 95(C), <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101932>
- Teunissen, L., Cuykx, I., Decorte, P., Vandebosch, H., Matthys, C., Pabian, S., Van Royen, K. & De Backer, C. (2024). Emerging adults' food media experiences: Preferences, opportunities, and barriers for food literacy promotion. *Communications*, 49(4), 619–644. <https://doi.org/10.1515/commun-2022-0051>
- Ünal G, Uçar A. 2024. The effect of eight-week nutrition education on nutrition knowledge, nutrition literacy, and mediterranean diet in Turkish adolescents. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*. 28(2): 102–111. <https://doi.org/10.14306/renhyd.28.2.2071>
- Vidgen, H. A., & Gallegos, D. (2014). Defining food literacy and its components. *Appetite*, 76, 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.01.010>
- Yiga, P., Ogwok, P., Achieng, J., Auma, M. D., Seghers, J., & Matthys, C. (2021). Determinants of dietary and physical activity behaviours among women of reproductive age in urban Uganda, a qualitative study. *Public health nutrition*, 24(12), 3624–3636. <https://doi.org/10.1017/S1368980020003432>