

Sosyal Medya Kullanımının Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutuma Etkisi ve BKİ ile İlişkisi

The Effect of Social Media Use on Attitudes Towards Functional Foods and Relationship with BMI

Gülşah TURALIOĞLU^{1 C,D,E,F}, Müge ARSLAN^{1 A,B,D,F,G}

¹Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye

ÖZ

Amaç: Bu çalışmanın amacı Erzurum ilinde yaşayan bireylerinin sosyal medya kullanımlarının fonksiyonel gıdalara yönelik tutuma etkisinin değerlendirilmesi ve beden kitle indeksi ile ilişkisinin incelenmesidir.

Yöntem: Katılımcılara yüz yüze olarak sosyodemografik bilgi formu, Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nden oluşan anket uygulanmıştır ve verilerin istatistiksel Analizi SPSS ile yapılmıştır.

Bulgular: Katılımcıların beden kitle indeksi ortalaması; $24.00 \pm 4.31 \text{ kg/m}^2$ ve %42.3'ü erkek, %57.7'si kadındır. Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyleri ve fonksiyonel gıdalara yönelik tutum düzeyleri yüksek bulunmuştur ($p < 0.05$). Beden kitle indeksi gruplarına göre; Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği alt faktör ve toplam puanları değişmemiştir ($p > 0.05$) ve Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği'nin "Fayda" alt faktör puanında ($H = 8.668$; $p < 0.05$) ve "Güven" alt faktör puanında ($H = 7.949$; $p < 0.05$), normal kilolu ve zayıf bireylerin ortancası, obez ve preobez bireylere göre daha yüksektir. Katılımcıların Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puanları arttıkça beden kitle indeksi değerleri azalmaktadır ($p < 0.05$). Beden kitle indeksi değerleri arttıkça, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin "Süreklilik" alt faktör ve Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği toplam puanları ile Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği'nin "Fayda", "Güven" alt faktör ve Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği toplam puanları azalmaktadır ($p < 0.05$).

Sonuç: Sosyal medya kullanımı, fonksiyonel gıda tutum düzeyini etkilememekte ve beden kitle indeksi değeri arttıkça sosyal medya kullanım düzeyleri azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Fonksiyonel besinler, Beden kitle indeksi, Obezite.

ABSTRACT

Objective: The aim of this study is to evaluate the effect of social media use of individuals living in Erzurum province on their attitude towards functional foods and to examine the relationship with body mass index.

Method: A questionnaire consisting of sociodemographic information form, Attitudes Towards Functional Foods Scale and Social Media Use Scale was administered to the participants face-to-face.

Results: The mean body mass index of the participants was $24.00 \pm 4.31 \text{ kg/m}^2$ and 42.3% were male and 57.7% were female. Participants' levels of social media use and attitudes towards functional foods were found to be high ($p < 0.05$). According to the body mass index groups, the sub-factor and total scores of the Social Media Use Scale did not change ($p > 0.05$), and in the "Benefit" sub-factor score ($H = 8.668$; $p < 0.05$) and "Trust" sub-factor score ($H = 7.949$; $p < 0.05$) of the Attitudes Towards Functional Foods Scale, the median of normal weight and underweight individuals is higher than obese and preobese individuals. As the scores of the participants' Attitudes Towards Functional Foods Scale and Social Media Use Scale increased, their body mass index values decreased ($p < 0.05$). As the body mass index values increased, the "Continuity" sub-factor and total scores of the Social Media Use Scale and the "Benefit", "Trust" sub-factor and total scores of the Attitudes Towards Functional Foods Scale decreased ($p < 0.05$).

Conclusion: Social media use does not affect the level of functional food attitude and the level of social media use decreases as the body mass index value increases.

Key words: Social media, Functional foods, Body mass index, Obesity.

Sorumlu Yazar: Gülşah TURALIOĞLU

T.C. Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Mimar Sinan Mah. Selman-ı Pak Cd. PK: 34664 Üsküdar, İstanbul.
gulsahkaya9086@gmail.com

Geliş Tarihi: 10.05.2023 – Kabul Tarihi: 05.06.2023

Yazar Katkıları: A) Fikir/Kavram, B) Tasarım, C) Veri Toplama ve/veya İşleme, D) Analiz ve/veya Yorum, E) Literatür Taraması, F) Makale Yazımı, G) Eleştirel İnceleme

1. GİRİŞ

Günümüzde dijitalleşmenin hızla yaygınlaşmaya başlaması, yeni iletişim teknolojilerinin hayatımızdaki birçok alanda önemli yenilikler ve değişimler meydana getirmesine sebep olmaktadır (1). Son yıllarda teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi ile internet kullanımını da yaygınlaştırmıştır (2,3). Bu durum özellikle sosyal medyanın bireyler tarafından kolayca benimsenmesine ve kullanımının artmasına neden olmaktadır (2).

İnsanlar sosyal medyayı, haber almak, bilgiye erişmek, arkadaşlarını takip etmek, eğitim, iletişim, eğlence ve alışveriş yapmak, düşüncelerini ve deneyimlerini geniş kitlelere yaymak amacıyla çok yönlü olarak kullanabilmektedirler (4). Bununla birlikte yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanımının bireylerin beslenme davranışlarını da etkileyebildiğini göstermektedir (5,6). Avustralyalı gençlerin beslenme ile ilgili bilgilerin sosyal medya aracılığıyla yayılmasındaki görüşlerinin sorgulandığı bir çalışmada, çalışmaya katılan 108 kişinin %96.0'ı sosyal medya platformu olan Instagram'ın yiyecek ve beslenme bilgilerini paylaşmak için uygun bir platform olduğunu bildirmişlerdir (7). Son dönemde genç yetişkinlerin sosyal medyayı beslenme bilgileri için bir kaynak olarak ne ölçüde kullandıklarını ölçmek amacıyla 20-24 yaş aralığındaki 228 katılımcıyla yapılan bir çalışmada, katılımcıların %70.0'ı beslenme bilgilerini artırdığını ve %95.0'ı sosyal medya aracılığıyla beslenme bilgilerine eriştiklerini kabul etmişlerdir (8). Bu konuda yapılan bir başka çalışmada, katılımcıların beslenme bilgisi almak için interneti ve sosyal medyayı kullanmaya olan ilgileri araştırılmıştır ve 18-32 yaş aralığındaki katılımcıların %57.0'ı çevrimiçi beslenme eğitimi kullanacaklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların beslenme ile ilgili bilgiye erişmek için en çok e-posta (%41.0) ve Facebook'a (%40.0) ilgi gösterdikleri bildirilmiştir (9). Sosyal medya platformlarının kullanım sıklığının obezite ve sağlıksız yiyecek/içecek alımı ilişkisinin incelendiği bir çalışmada, sosyal medya reklamlarını izledikten sonra bireyler daha sık yiyecek/içecek satın alarak özellikle patates cipsi ve fastfood tükettiklerini bildirmişlerdir (10). Yakın zamanda 228 Suudi genç yetişkin ile yapılan bir çalışmada, günde en az 4 saat sosyal medyada gezinen katılımcıların, günde 1-3 saat aralığında sosyal medyada gezinenlere göre daha yüksek beden kitle indeksi (BKİ) skorlarına sahip olduğu bildirilmiştir (8). Cinsiyetin sosyal medya kullanımı ile BKİ arasındaki ilişkisini belirlemek amacıyla 4.991 öğrenci ile yapılan bir çalışmada, günde iki saatten fazla sosyal medya kullanımı erkeklerde daha yüksek BKİ ile ilişkili olarak bulunmuştur (11).

Fonksiyonel gıdalar ise, yapısında bulunan biyoaktif bileşenlerden dolayı beslenme ihtiyaçlarını karşılayan ve belirli sağlık yararları olan gıdalar olarak tanımlanmaktadır (12). Yapılan çalışmalar, fonksiyonel gıdalar gibi faydalı sağlık etkileri olan gıdaların birleştirilmesiyle oluşturulan bir diyetin vücut ağırlığı yönetimine katkıda bulunabileceğini, obezitenin önlenmesi, artan glikoz ve lipid seviyeleri gibi obezitenin metabolik sonuçlarının iyileştirilmesinde, oldukça faydalı ve önemli etkilerinin olduğunu göstermiştir (13-15). Fonksiyonel gıdaların BKİ değerlerine olan olumlu etkisi de yapılan birçok çalışma ile desteklenmiştir (16-19).

Literatür incelendiğinde yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanımının ve fonksiyonel gıda tüketiminin BKİ ile ilişkili olabileceğini ortaya koymuştur (8,18,20,21). Bununla birlikte bu üç kavramın birbiriyle olan ilişkisine dair literatür boşluğu olduğu da görülmüştür. Bu nedenle çalışmamız bu boşluğu doldurmaya yönelik olarak tasarlanmış olup bu araştırma ile

Erzurum ilinde yaşayan bireylerinin sosyal medya kullanımlarının fonksiyonel gıdalara yönelik tutuma etkisinin değerlendirilmesi ve BKİ ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2. GEREÇ VE YÖNTEMLER

Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Bu nicel çalışma gönüllülük esasıyla yapılmış olup, Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu'nun 28/11/2022 tarihinde yapılan 12 Nolu toplantısında etik kurul onayı alındıktan sonra Kasım 2022 ve Şubat 2023 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Erzurum ilinde yaşayan 18-65 yaş arası yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem sayısı için yapılan power analizi sonrasında 300 kişinin çalışmaya katılımı yeterli bulunmuştur. Çalışmaya 523 kişi katılım sağlamıştır.

Veri Toplama Araçları

Katılımcıların tamamı araştırma öncesinde çalışma hakkında bilgilendirilmiştir ve yazılı onamları alınmıştır. Katılımcılara yüz yüze olarak sosyodemografik özelliklerini ve beslenme durumlarını içeren sorular ile fonksiyonel gıdalara karşı tutumlarını değerlendirmek için Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği (FGYTÖ) ve sosyal medya kullanımlarını değerlendirmek için Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nden (SMKÖ) oluşan anket uygulanmıştır.

Katılımcıların BKİ ve Bel Çevresi Değerlerinin Değerlendirilmesi

Katılımcıların BKİ'lerini ölçmeye yönelik vücut ağırlığı ve boy uzunlukları ölçümleri araştırmacı tarafından yapılmıştır. Vücut ağırlığı ölçümleri; Tanita Tartı Practico marka tartı ile yapılmış olup, boy uzunlukları ayaklar birleşik ve ayakkabı olmadan Frankfurt düzlemde duvara sabit olarak boy ölçer ile ölçülmüştür. Bel çevresi ölçümü ise ayakta kollar iki yana açılarak, esnemeyen bir mezura ile kaburga kemiğinin en alt kısmı ile krista iliak arasındaki orta bölgede ölçüm yapılmıştır (22). BKİ değerlendirmesi Dünya Sağlık Örgütü (WHO- World Health Organization) sınıflandırması esas alınarak yapılmıştır (23). WHO'ya göre <18.50 kg/m² zayıf; 18.50-24.99 kg/m² normal kilolu; ≥25.00 kg/m² fazla kilolu; 25.00-29.99 kg/m² preobez; ≥30.00 kg/m² obez; 30.00-34.99 kg/m² I. derece obez; 35.00-39.99 kg/m² II. derece obez ve ≥40.00 kg/m² III. derece (morbid) obez olarak sınıflandırılmaktadır (23). Bu çalışmada katılımcılar BKİ değerlerine göre <18.50 kg/m² zayıf; 18.50-24.99 kg/m² normal kilolu; 25.00-29.99 kg/m² preobez ve ≥30.00 kg/m² obez olarak dört gruba ayrılmıştır. Bel çevresinin cinsiyete göre vücut ağırlığı ile ilişkili sağlık riskleri açısından sınıflandırılmasında; erkek<94, kadın<80: Sağlık riski düşük; erkek ≥94-<102, kadın ≥80-<88: Sağlık riski yüksek; erkek ≥102, kadın ≥88: Sağlık riski çok yüksek olarak değerlendirilmektedir (23).

Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği

Bu ölçek tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik algı ve tutumunun belirlenmesi amacıyla Urala ve Lahteenmaki tarafından geliştirilen ve dört boyuttan (fayda, gereklilik, güven ve güvenlik) oluşan bir ölçektir (24). Ölçek, ülkemizde Hacıoğlu ve Kurt tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin sonuçlarında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testinin 0.916 olduğu tespit edilmiştir (25). Güven düzeyi %99.0 oranında anlamlı (.000) bulunan Bartlett Küresellik testi ve değişkenler arasında yüksek

korelasyon bulunmaktadır. Yapılan faktör analizi sonucunda, değişkenlere ait tüm ifadelerin teoride ait oldukları faktörler altında toplandığı görülerek araştırmada kullanılan ölçeğin geçerli kanıtlanmıştır. Güvenilirliği de test edilen ölçeğin Cronbach Alpha katsayılarının 0.794 ile 0.901 arasında bulunmuştur. Toplamda 21 maddeden oluşan ölçeğin, ilk 7 sorusu fonksiyonel gıda tüketiminden elde edilen fayda, 5 sorusu fonksiyonel gıdalara duyulan ihtiyaç ve gereklilik, 4 sorusu fonksiyonel gıdaların sağlık beyanlarına olan güven ve son 5 sorusu ise fonksiyonel gıdalar tüketildiğinde karşılaşılabilecek risklere odaklanmakta ve fonksiyonel gıdaların güvenliğini kapsamaktadır. Sorular 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum aralığındaki dağılımdan oluşmuş olup, katılımcıların verdikleri cevaplara göre puan ortalamaları alınmaktadır. “Fayda” boyutu için elde edilebilecek en yüksek puan 35, “gereklilik” boyutu için 25, “güven” boyutu için 20 ve “güvenlik” boyutu için ise 25’tir.

Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

Sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi amacıyla katılımcılara uygulanan bu ölçek 2019 yılında Levent Deniz ve Aylin Tutgun Ünal tarafından geliştirilmiştir (26). 8 maddeden oluşan ölçekte yer alan maddeler 5’li Likert Skalasına göre değerlendirilmektedir (1: hiçbir zaman, 2: nadiren, 3: bazen, 4: sık, 5: çok sık). Süreklilik ve Yetkinlik isimli iki alt faktörden oluşan SMKÖ’de süreklilik boyutu sosyal medya kullanım sürekliliğini, yetkinlik boyutu ise, sosyal medya platformlarındaki yetkinlik düzeyini belirlemeye yöneliktir. Ölçeğinin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayıları Süreklilik için (4 soru) 0.721, Yetkinlik (4 soru) için 0.734 ve Sosyal Medya Kullanımı (Toplam 8 soru) 0.824’tür. Ölçeğin yapı geçerliliği kapsamında temel bileşenler analizi uygulanmıştır. Eigen değeri 0.80 ve faktör yükü kesme değeri de 0.30’dur. Ölçeğin temel bileşenler analizine uygunluğuna göre KMO değeri 0.856 ve Bartlett Sphericity ki kare değeri 1189.074 (sd:28; p<0.000) bulunmuştur. SMKÖ’nün her bir maddesinden alınabilecek en düşük puan ile en yüksek puan dikkate alınarak elde edilen aralığın 3’e bölünmesiyle sosyal medya kullanım seviyeleri “Az”, “Orta” ve “Yüksek” seviyeli sosyal medya kullanımı olarak derecelendirilmiştir. Alt ölçekler için de ilgili maddeler aynı şekilde derecelendirilmiş olup süreklilik ve yetkinlik seviyeleri belirlenmiştir (27).

Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada kategorik değişkenler arasında olan demografik özellikler için tanımlayıcı istatistikler frekans ve yüzde olarak sunulmuş olup, nümerik değişkenlerin normal dağılıma uygunluğunun kontrolü “Shapiro-Wilk Testi” ile yapılmıştır. Nümerik değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri normal dağılım gösteren veriler için ortalama \pm standart sapma ($\bar{x} \pm SS$), normal dağılım göstermeyen veriler için medyan (min-max) değerleri verilmiştir. Normal dağılıma sahip olmayan bağımsız iki grup karşılaştırması “Mann-Whitney U Testi” ile yapılmıştır. Normal dağılıma sahip olmayan bağımsız ikiden fazla grup karşılaştırılması ise “Kruskal-Wallis H Testi” ile yapılmıştır. Çoklu karşılaştırma testlerinin sonuçları medyanların yanında harfli gösterim şeklinde ifade edilmiştir. Ölçekler arasındaki ilişkilerin incelenmesi normal dağılım göstermeyen veriler için “Spearman’s Sıra Farkları Korelasyon Katsayısı” ile belirlenmiştir. Korelasyon katsayısının yorumunda “<0.2 ise çok zayıf derecede korelasyon”, “0.2-0.4 arasında ise zayıf derecede korelasyon”, “0.4-0.6 arasında ise orta derecede korelasyon”, “0.6-0.8 arasında ise yüksek derecede korelasyon”, “0.8> ise çok yüksek derecede korelasyon” kriterleri kullanılmıştır (28). Değişkenler arası etkinin test edilmesinde “Regresyon

Analizi” kullanılmıştır. Çalışmada tüm hesaplamalarda ve yorumlamalarda istatistik anlamlılık düzeyi “ $p<0.05$, $p<0.01$, $p<0.001$ ” olarak dikkate alınmıştır ve hipotezler çift yönlü olarak kurulmuştur. Verinin istatistiksel analizi SPSS v26 (IBM Inc., Chicago, IL, USA) istatistik paket programında yapılmıştır.

3. BULGULAR

Çalışmaya katılan bireylerin %42.3’ü erkek ve %57.7’si kadındır ve yaş ortalaması; 28.06 ± 8.25 yıl olup, bireylerin %67.9’u evli, %32.1’i bekar. Katılımcıların %45.7’si memur, %13.2’si özel sektör, %12.0’i serbest meslek, %29.1’i herhangi bir meslekte çalışmamaktadır. Katılımcıların %65.8’i sigara kullanmamakta, %34.2’si sigara kullanmakta, %79.5’i alkol kullanmamakta, %20.5’i alkol kullanmaktadır. Katılımcıların BKİ ortalaması; 24.00 ± 4.31 kg/m², bel çevresi ortalaması; 78.17 ± 15.65 cm’dir. Katılımcıların %7.5’i zayıf, %57.7’si normal kilolu, %24.7’si preobez ve %10.1’i obezdir. Katılımcıların %69.0’ının bel çevresi açısından sağlık riski düşük, %16.9’unun sağlık riski yüksek ve %14.1’inin sağlık riski çok yüksektir. Katılımcıların %89.7’sinin kronik hastalığı yoktur, %10.3’ünün kronik hastalığı mevcut olup en fazla %24.1 ile alerjik astım hastalığına sahiptirler. Katılımcıların %89.3’ü sürekli ilaç kullanmamaktadır, %10.7’si sürekli ilaç kullanmakta olup en fazla %12.4 ile Levotiron kullanmaktadır. Katılımcıların %78.2’si öğün atlamakta ve %21.8’i öğün atlamamaktadır. En fazla atlanılan öğün %46.9 ile kahvaltı öğünüdür ve katılımcılar en fazla %39.4 ile 1-2 litre/gün su içmektedirler (Tablo 1).

Tablo 1. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Demografik, Alışkanlık, Sağlık, Antropometrik ve Beslenme Bulgularının Tanımlayıcı İstatistikleri.

	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın			
	n	%	n	%	n	%
Medeni Durum						
Evli	76	34.4	92	30.5	168	32.1
Bekar	145	65.6	210	69.5	355	67.9
Yaş Grup						
20 yaş altı	11	5.0	48	15.9	59	11.2
20-29 yaş arası	121	54.7	164	54.3	285	54.5
30-39 yaş arası	70	31.7	58	19.2	128	24.5
40 yaş ve üzeri	19	8.6	32	10.6	51	9.8
Yaş (yıl) ($\bar{X}\pm SS$)	29.09 \pm 7.80		27.31 \pm 8.50		28.06 \pm 8.25	
Meslek						
Memur	119	53.9	120	39.7	239	45.7
Özel Sektör	39	17.6	30	9.9	69	13.2
Serbest Meslek	32	14.5	31	10.3	63	12.0
Çalışmıyor	31	14.0	121	40.1	152	29.1
Sigara Kullanma Durumu						
Evet	93	42.1	83	28.2	176	34.2
Hayır	128	57.9	211	71.8	339	65.8
Alkol Kullanma Durumu						
Evet	68	30.8	39	12.9	107	20.5
Hayır	153	69.2	263	87.1	416	79.5
BKİ Grup						
Zayıf	6	2.7	33	10.9	39	7.5
Normal Kilolu	96	43.4	206	68.3	302	57.7

Tablo 1. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Demografik, Alışkanlık, Sağlık, Antropometrik ve Beslenme Bulgularının Tanımlayıcı İstatistikleri Devamı.

	Cinsiyet					
	Erkek		Kadın		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Preobez	83	37.6	46	15.2	129	24.7
Obez	36	16.3	17	5.6	53	10.1
BKİ (kg/m²) ($\bar{X}\pm SS$)	25.96±4.16		22.56±3.82		24.00±4.31	
Bel Çevresi (cm) ($\bar{X}\pm SS$)	86.29±14.78		72.23±13.47		78.17±15.65	
Bel Çevresi Risk Durumu						
Sağlık Riski Düşük	152	68.8	209	69.2	361	69.0
Sağlık Riski Yüksek	38	17.2	50	16.6	88	16.9
Sağlık Riski Çok Yüksek	31	14.0	43	14.2	74	14.1
Kronik Hastalık Durumu						
Evet	21	9.5	33	10.9	54	10.3
Hayır	200	90.5	269	89.1	469	89.7
Hastalık Türü						
Alerjik Astım	6	28.6	7	21.2	13	24.1
Diyabet	4	19.0	4	12.1	8	14.7
Hipertansiyon	4	19.0	5	15.2	9	16.6
Sürekli İlaç Kullanma Durumu						
Evet	21	9.5	35	11.6	56	10.7
Hayır	200	90.5	267	88.4	467	89.3
Kullanılan İlaç Durumu						
Kolşisin Tablet	4	18.4	2	5.4	6	10.6
Levotiron Tablet	0	0.0	7	20.0	7	12.4
Ventolin Nebules	1	4.8	2	5.4	3	5.4
Öğün Atlama Durumu						
Evet	174	78.7	235	77.8	409	78.2
Hayır	47	21.3	67	22.2	114	21.8
Atlanılan Öğün						
Kahvaltı	101	58.0	91	38.7	192	46.9
Öğle Yemeği	48	27.6	89	37.9	137	33.5
Akşam Yemeği	14	8.0	28	11.9	42	10.4
Kuşluk ara öğünü (Kahvaltı ile öğle öğünü arası)	5	2.9	14	6.0	19	4.6
İkinci ara öğünü (Öğle ile akşam öğünü arası)	6	3.5	13	5.5	19	4.6
Su Tüketim Durumu						
Evet	221	100.0	302	100.0	523	100.0
Günlük Ortalama Su Tüketim Miktarı						
1 lt(gün ve daha az)	41	18.6	101	33.5	142	27.2
1-2 lt/gün	93	42.1	113	37.4	206	39.4
2-3 lt/gün	62	28.1	59	19.5	121	23.1
3 lt/gün'den daha fazla	25	11.2	29	9.6	54	10.3

*Birden fazla yanıt verilmiştir.

BKİ: Beden Kitle İndeksi

Çalışmaya katılan bireylerin cinsiyetlerine göre FGYTÖ'nün "Fayda" alt faktör puanında kadınların [3.8 (1-5)] ortancası, erkeklere [3.7 (1-5)] göre istatistiksel olarak yüksek bulunmuştur (U=29941.5; p<0.05) (Tablo 2).

Çalışmaya katılan bireylerin yaş gruplarına göre, SMKÖ'nün "Süreklilik" alt faktör puanında 20-29 yaş arası bireylerin [11 (4-20)] ve 20 yaş altı bireylerin [11 (4-20)] ortancası,

Tablo 2. Çalışmaya Katılan Bireylerin Cinsiyetlerine, Yaş ve BKİ Gruplarına Göre FGYTÖ ve SMKÖ Alt Faktör ve Toplam Puanlarının Karşılaştırılması

	Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği				Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği			
	Fayda	Gerekliklik	Güven	Güvenlik	FGYTÖ Toplam	Süreklilik	Yetkinlik	SMKÖ Toplam
	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)	Medyan (min-max)
Cinsiyet								
Erkek	3.7 (1-5)	3 (1-5)	3.5 (1-5)	3.6 (2,2-5)	3.3 (1,7-5)	11 (4-20)	10 (4-20)	21 (8-40)
Kadın	3.8 (1-5)	3 (1-5)	3.5 (1,5-5)	3.4 (2-5)	3.3 (2,6-5)	11 (4-20)	11 (4-20)	22 (8-40)
U	29941.5	31084	30709.5	31249	32476.5	30761	31917.5	31240
P	0.044*	0.178	0.116	0.211	0.600	0.125	0.393	0.211
Yaş Grup								
20 yaş altı	3.7 (2-5)	3 (1,2-5)	3.5 (2,3-5)	3.6 (2,4-5)	3.4 (2,8-5)	11 ^b (4-20)	11 ^{ab} (4-20)	22 ^{ab} (8-40)
20-29 yaş arası	3.9 (1-5)	3 (1-5)	3.5 (1,5-5)	3.6 (2,2-5)	3.4 (2,6-5)	11 ^b (4-20)	12 ^b (4-20)	23 ^b (8-40)
30-39 yaş arası	3.7 (1-5)	3 (1-5)	3.5 (1-5)	3.4 (2-5)	3.3 (1,7-5)	10 ^a (4-20)	10 ^a (4-20)	20 ^a (8-40)
40 yaş ve üzeri	3.7 (1-5)	3 (1,2-5)	3.5 (1,5-5)	3.2 (2-5)	3.4 (2,6-5)	10 ^a (4-20)	10 ^a (4-20)	20 ^a (8-40)
H	6.890	4.733	7.244	1.337	6.224	9.219	16.992	16.773
P	0.075	0.192	0.065	0.720	0.101	0.027*	0.001**	0.001**
BKİ Grup								
Zayıf (<18,5 kg/m ²)	3.8 ^b (2-5)	3.2 (1,6-5)	3.8 ^b (2,3-5)	3.6 (2,4-5)	3.4 (2,8-5)	12 (5-20)	10 (4-20)	23 (12-40)
Normal Kilolu (18,5-24,9 kg/m ²)	3.9 ^b (1-5)	3 (1-5)	3.8 ^b (1-5)	3.4 (2-5)	3.3 (1,7-5)	11 (4-20)	11 (4-20)	22 (8-40)
Preobez (25-29,9 kg/m ²)	3.7 ^a (1-5)	3 (1,2-5)	3.3 ^a (1-5)	3.4 (2-5)	3.3 (2,4-5)	11 (4-20)	11 (4-20)	22 (8-40)
Obez (≥30 kg/m ²)	3.7 ^a (1,6-5)	3.2 (1,4-6)	3.5 ^{ab} (2-5)	3.4 (2,4-6)	3.4 (2,6-4,6)	11 (4-20)	11 (4-20)	21 (8-40)
H	8.668	3.412	7.949	2.181	4.011	6.025	0.157	1.927
P	0.034*	0.332	0.047*	0.536	0.260	0.110	0.984	0.588

U: Mann-Whitney U Testi; H: Kruskal Wallis H Testi

*p<0.05; **p<0.01

a, b: Ortak harfe sahip olmayan ortancalar arasındaki fark anlamlıdır (p<0.05)

BKİ: Beden Kitle İndeksi

FGYTÖ: Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği

SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

40 yaş ve üzeri bireylere [10 (4-20)] ve 30-39 yaş arası bireylere [10 (4-20)] göre (H=9.219; $p<0.05$), “Yetkinlik” alt faktör puanında 20-29 yaş arası bireylerin [12 (4-20)], 40 yaş ve üzeri bireylere [10 (4-20)] ve 30-39 yaş arası bireylere [10 (4-20)] göre (H=16.992; $p<0.01$) ve “SMKÖ Toplam” puanında 20-29 yaş arası bireylerin [23 (8-40)] ortancası, 40 yaş ve üzeri bireylere [20 (8-40)] ve 30-39 yaş arası bireylere [20 (8-40)] göre istatistiksel olarak yüksek bulunmuştur (H=16.773; $p<0.01$). Sonuçlardan hareketle 20-29 yaş arası bireylerin 40 yaş ve üzeri ve 30-39 yaş arası bireylere göre daha fazla sosyal medya kullanım düzeyinin olduğu bulunmuştur (Tablo 2).

Çalışmaya katılan bireylerin BKİ gruplarına göre FGYTÖ’nün “Fayda” alt faktör puanında normal kilolu [3.9 (1-5)] ve zayıf bireylerin [3.8 (2-5)] ortancası, obez [3.7 (1,6-5)] ve preobez bireylere [3.7 (1-5)] göre (H=8.668; $p<0.05$), “Güven” alt faktör puanında zayıf bireylerin [3.8 (2.3-5)] ve normal kilolu bireylerin zayıf bireylerin [3.8 (1-5)] ortancası, obez [3.5 (2-5)] ve preobez bireylere [3.3 (1-5)] göre istatistiksel olarak yüksek bulunmuştur (H=7.949; $p<0.05$) (Tablo 2).

Çalışmaya katılan bireylerin SMKÖ alt faktör ve toplam puanlarının FGYTÖ puanlarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde etkilemediği ($p>0.05$) bulunmuştur (Tablo 3).

Tablo 3. Bireylerin SMKÖ Alt Faktör ve Toplam Puanlarının FGYTÖ Puanlarına Etkisi

	SMKÖ alt Faktör Model		Std. Hata	T	p	F	R ²
FGYTÖ	(Sabit)	3.467	0.076	45.441	<0.001***	0.138	0.002
	Süreklilik	0.002	0.007	0.371	0.711		
FGYTÖ	(Sabit)	3.473	0.073	47.721	<0.001***	0.096	0.001
	Yetkinlik	0.002	0.006	0.309	0.757		
FGYTÖ	(Sabit)	3.465	0.081	42.700	<0.001***	0.140	0.001
	SMKÖ	0.001	0.004	0.374	0.709		

*** $p<0.001$

FGYTÖ: Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği

SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Bireylerin FGYTÖ ve SMKÖ toplam puanlarının BKİ değerleri üzerine etkisi incelendiğinde, bireylerin FGYTÖ ve SMKÖ puanları arttıkça BKİ değerlerinde sırasıyla 0.876 ve 0.053 kat azalma olduğu bulunmuştur. Ayrıca bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranı %2.1 olarak elde edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Bireylerin FGYTÖ ve SMKÖ Toplam Puanlarının BKİ Değerleri Üzerine Etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		t	p	%95 CI β Güven Aralığı	
	β	SH			Alt Sınır	Üst Sınır
(Sabit)	28.229	1.310	21.544	0.000	25.655	30.803
FGYTÖ Toplam	-0.876	0.333	-2.628	0.009	-1.531	-0.221
SMKÖ Toplam	-0.053	0.027	-1.989	0.047	-0.106	-0.001

β : Beta Katsayısı; SH: Standart Hata

* $p<0.05$; ** $p<0.01$; *** $p<0.001$

FGYTÖ: Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği

SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Çalışmaya katılan bireylerin BKİ değerleri ile SMKÖ’nün süreklilik alt faktör ve SMKÖ toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif çok zayıf korelasyon olduğu ($p<0.05$) bulunmuştur. Sonuçlar incelendiğinde, bireylerin BKİ değerleri arttıkça SMKÖ’nün

süreklilik alt faktör ve SMKÖ toplam puanlarında sırasıyla %9.0 ve %9.6'lık azalma olduğu bulunmuştur (Tablo 5).

Çalışmaya katılan bireylerin BKİ değerleri ile FGYTÖ'nün fayda, güven, alt faktör ve FGYTÖ toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif çok zayıf korelasyon olduğu ($p<0.05$; $p<0.01$) bulunmuştur. Sonuçlar incelendiğinde, bireylerin BKİ değerleri arttıkça FGYTÖ'nün fayda, güven alt faktör ve FGYTÖ toplam puanlarında sırasıyla %15.2, %12.4 ve %10.7'lik azalma olduğu bulunmuştur (Tablo 5).

Tablo 5. Bireylerin SMKÖ ve FGYTÖ Alt Faktör ve Toplam Puanları ile BKİ Değerleri Arasındaki Korelasyon Katsayıları

SMKÖ ve FGYTÖ alt faktör	BKİ (kg/m ²)	
	S	p
Süreklilik	-0.090	0.040*
Yetkinlik	-0.070	0.107
SMKÖ Toplam	-0.096	0.029*
Fayda	-0.152	0.001**
Gereklilik	-0.023	0.603
Güven	-0.124	0.004**
Güvenlik	0.000	0.997
FGYTÖ Toplam	-0.107	0.014*

s: Spearman Sıra Farkları Korelasyon Katsayısı

* $p<0.05$; ** $p<0.01$

FGYTÖ: Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Ölçeği

SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

BKİ: Beden Kitle İndeksi

4. TARTIŞMA

Bu çalışmada, çalışmaya katılan bireylerin çoğunluğu normal kiloya sahiptir ve erkeklerin BKİ ve bel çevresi değerlerinin ortancaları kadınlardan yüksek bulunmuştur. Benzer şekilde Bayöz'ün 2021 yılında yaptığı çalışmada katılımcıların çoğunluğunun normal kilolu olduğu ve erkeklerin BKİ ve bel çevresi ortalamalarının kadınlardan yüksek olduğu görülmüştür (29). Bunun aksine Ntrigiou ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada BKİ açısından erkeklerin çoğunluğunun hafif şişman olduğu, kadınların çoğunluğunun ise normal kiloya sahip olduğu saptanmıştır (30). Bu durum erkeklerin kas ve kemik yoğunluğunun kadınlardan fazla olması ile farklılık ise; kadınların erkeklere göre daha düşük beden imajı kaygısı nedeniyle daha fazla beden imajını değiştirme çabasına girmesi ile açıklanabilir (31,32).

Bu çalışmada katılımcıların büyük çoğunluğu öğün atlamakta olup, en sık atlanılan öğün kahvaltı öğünüdür. Bu durum bireylerin geç uyanmaları ve işe geç kalmaları nedeniyle bu öğünü atlamak zorunda kalmaları ile açıklanabilir (33,34). Farklı şekilde literatürde yapılan bazı çalışmalarda en fazla atlanılan öğünün öğle öğünü olduğu bildirilmiştir (29,35). Bu durum bireylerin canlarının istememesi, iştahsız olmaları veya günde yalnızca iki ana öğün ile besleniyor olmaları ile açıklanabilir (34).

Bu çalışmada, bireylerin sosyal medya kullanım düzeylerinin yüksek olup, en yüksek sosyal medya kullanım oranı genç yaşlarda (20-29 yaş arası) görülmüştür. Benzer şekilde Çakmak ve Müezz'in çalışmasında sosyal medya kullanım düzeyinin bağımlılık yapıcı düzeyde yüksek olduğu bulunmuştur (36). Bu durum bireylerin günümüzde sosyal medyayı, haber almak, bilgiye erişmek, arkadaşlarını takip etmek, eğitim, iletişim, eğlence ve alışveriş yapmak, düşüncelerini ve deneyimlerini geniş kitlelere yaymak amacıyla çok yönlü olarak

kullanabilmeleri ile açıklanabilir (4). Farklı şekilde literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların çoğunda katılımcıların sosyal medya kullanımlarının orta seviyede olduğunun tespit edilmiştir (27,37,38). Bu durum bireylerin sosyal medya sitelerinin yanında internet sitelerini ve web sitesi platformlarını da kullanmayı tercih etmeleri ile açıklanabilir (39). Benzer şekilde Seslikaya'nın 2022 yılında yaptığı çalışmada katılımcıların yaşları arttıkça sosyal medya kullanım oranlarının azaldığı görülmektedir (40). Bu durum bilgilere, düşüncelere, reklamlara, mesajlara kolaylıkla erişebilmek amacıyla özellikle genç bireyler arasında sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması, Z kuşak olarak bilinen genç popülasyonun olduğu kuşağın teknolojik cihazlarla daha erken tanışması ve dijital tabanlı medyayı daha etkin ve aktif olarak kullanması ile açıklanabilir (41-43).

Bu çalışmada, BKİ gruplarına göre SMKÖ alt faktör ve toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır. Seslikaya'nın 2022 yılında yaptığı çalışmada ise bizim sonuçlarımızın aksine, obez bireylerin sosyal medya kullanım ölçeği puanının daha yüksek olduğu görülmüştür (40). Bu durum bireylerin egzersiz ile spor bilgilerini arttırması ve fiziksel aktiviteye katılımlarına teşvik etmesi amacıyla internet kullanımına yönelmeleri ile açıklanabilir (44).

Bu çalışmada, fonksiyonel gıdalara yönelik tutum düzeyi ölçeğinin "Fayda" alt faktör puan ortancası kadınların, erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur. Benzer şekilde Bayöz'ün 2021 yılında yaptığı çalışmada kullanılan FGYTÖ'ye benzer bir ölçek kullanılmış olup, "Fayda" alt faktör puan ortancasının kadınların, erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmüştür (29). Farklı şekilde Karataş Yücel ve arkadaşlarının 2018 yılında yaptığı çalışmada kullanılan FGYTÖ'ye benzer bir ölçek kullanılmış olup ölçeğin "Fayda" alt faktöründen alınan puan ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür (45). Bu durum kadınların fiziksel görünüşlerinden daha fazla etkilenmeleri nedeniyle vücut ağırlıklarını azaltmaya ve beraberinde gelebilecek hastalıkları önlemeye yönelik fonksiyonel gıdaların tüketimi ile kendilerini daha sağlıklı ve dingin hissetmeleri ve bağırsak fonksiyonları üzerinde yararlı sağlık etkileri elde etmelerine olan inançları ile açıklanabilir (46,47).

Bu çalışmada, bireylerin fonksiyonel gıdalara yönelik tutum düzeyleri yüksek olup, fonksiyonel gıdalara yönelik tutum düzeyi ölçeğinin "Fayda" alt faktör puanında, normal kilolu ve zayıf bireylerin ortancası, obez ve preobez bireylere göre daha yüksek bulunmuştur. Bu durum bireylerin güvenli, kaliteli ve besin değeri yüksek olan fonksiyonel gıdaları gün geçtikçe daha fazla tüketmeye başlamaları ve bireylerin obezite ile beraberinde gelebilecek hastalıklara karşı endişe duymaları ile fonksiyonel besinlerin zayıflamaya yardımcı olması ve sağlık üzerine olumlu etkisi nedeniyle fonksiyonel besinlerin fayda alt faktör puanlarının daha yüksek olabilmesi ile açıklanabilir (48-50). Farklı şekilde Bayöz'ün yaptığı çalışmada, fonksiyonel gıdalara yönelik tutumun orta düzeyde olduğu görülmüştür (29). Bu durum bireylerin fonksiyonel gıdalara karşı bilgi düzeylerinin orta seviyede olması ile açıklanabilir (29).

Bu çalışmada bireylerin FGYTÖ ve SMKÖ alt faktör ve toplam puanları arttıkça, BKİ değerlerinde azalmalar olduğu bulunmuştur. Farklı şekilde Seslikaya'nın çalışmasında SMKÖ puanları ile BKİ değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür (40). Benzer şekilde Bayöz'ün çalışmasında, fonksiyonel gıdalara yönelik tutum düzeyi arttıkça BKİ değerlerinde azalmalar olduğu bulunmuştur (29). Bu durum sosyal medyada beslenme ile içeriklere maruz kalıp etkilenen bireylerin, su tüketimini arttırmak, ürün etiketlerine dikkat etmek ve hazır besin alımını azaltmak gibi beslenme davranışlarının olumlu yönde etkilenmesi

ve fonksiyonel gıdaların vücut ağırlığı kontrolündeki olumlu etkilerinden dolayı sosyal medyada bu bilgilere erişim sağlamaları ve BKİ değerlerinin azalması ile açıklanabilir (30,51).

Bu çalışmada bireylerin BKİ değerleri arttıkça SMKÖ'nün "Süreklilik" alt faktör ve "SMKÖ Toplam" puanlarında azalmalar olduğu bulunmuştur. Başka bir çalışmada BKİ değerleri arttıkça SMKÖ'nün "Süreklilik" alt faktör ve "SMKÖ Toplam" puanlarında da artmalar olduğu görülmüş ancak bu sonuç istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (40). Bu durum bireylerin BKİ değerleri arttıkça sosyal medyada kendilerini başkalarıyla olumsuz olarak kıyaslamaları ve dışlanmış hissetmelerinden dolayı daha az bu platformları kullanmaları ile farklılık ise; bireylerin BKİ değerleri arttıkça fiziksel aktivite düzeylerinin azalması ve buna paralel olarak aktivitesiz vakit geçirmek için daha fazla sosyal medya kullanımına yönelmeleri ile açıklanabilir (52-54).

Bu çalışmada bireylerin BKİ değerleri arttıkça FGYTÖ'nün "Fayda", "Güven" alt faktör ve "FGYTÖ Toplam" puanlarında azalmalar olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde Bayöz'ün 2021 yılında yaptığı çalışmada, fonksiyonel gıdalara yönelik tutum düzeyi ile BKİ değerleri arasında negatif yönde zayıf ilişki bulunmuştur (29). Bu durum obez bireylerin fonksiyonel gıdaları sağlığa zararlı bulmaları ve zayıflamaya yardımcı etkisinin olmayacağını düşünmeleri ile açıklanabilir. (55).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda bireylerin sosyal medya kullanımları ile fonksiyonel gıdalara yönelik tutumlarının BKİ değerleri ile ilişkili olduğu ve sosyal medya kullanımının fonksiyonel gıdalara yönelik tutumu etkilemediği sonuçlarına varılmıştır. Sosyal medya kullanımının BKİ üzerindeki olumlu etkisinden dolayı, toplumda yaygın olarak kullanılan sosyal medya aracılığıyla alanında uzman kişiler tarafından obezite farkındalığının ve bilincinin oluşması noktasında çeşitli sosyal medya platformları oluşturulup, toplum tarafından kullanımı yaygınlaştırılabilir. Fonksiyonel gıdalar ile ilgili bireylere, alanında uzman kişiler tarafından kısa bilgilendirici video paylaşımlarında bulunulabilir, her bir beslenme ile ilgili sosyal medya hesabı ya da kısa reklam filmleri açılmadan, fonksiyonel besinlere yönelik bilgi tutumlarını ölçecek ya da bu konuda bilgi verecek kısa 4-5 sorudan oluşan anketler oluşturulabilir.

Alana Katkı

Bu çalışma, sosyal medya kullanımının ve fonksiyonel gıdalara yönelik tutumun BKİ değerleri üzerindeki olumlu etkisini ortaya koyarak, toplumun obezite prevalansının azaltılması amacıyla sosyal medyadan ve fonksiyonel gıdalardan etkili bir şekilde yararlanma açısından farkındalık oluşturması ve gelecekte bu konu ile ilgili yapılacak olan çalışmalara ışık tutması açısından önemlidir.

Araştırmanın Etik Yönü

Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu'nun 28/11/2022 tarihinde yapılan 12 Nolu toplantısında 61351342 sayılı karar ile etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmaya katılan her bir katılımcı araştırmaya katılmadan önce çalışma hakkında bilgilendirilmiştir ve yazılı onamları alınmıştır.

Çıkar Çatışması

Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Teşekkür

Çalışmamıza destek veren tüm katılımcılara teşekkür ederiz.

KAYNAKLAR

1. Şimşek-İşleyen, F. (2019). Dijital Çağda Bilginin Değişen Niteliği ve İnfobezite: Z Kuşağı Üzerine Bir Odak Grup Çalışması, *Selçuk İletişim*, 13(1), 246-272.
2. Işık, M. ve Kaptangil, İ. (2018) Akıllı telefon bağımlılığının sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliği ile ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerinden bir araştırma. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(2), 695-717.
3. Kıran, S., Küçükboşancı, H. ve Emre, İ. C. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Kişiler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4).
4. Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295.
5. Klassen, K. M., Douglass, C. H., Brennan, L., Truby, H. and Lim, M. S. (2018). Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15(1), 1-18.
6. Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C., Christiansen, P. and Boyland, E. J. (2019). Social media influencer marketing and children's food intake: a randomized trial. *Pediatrics*. 143(4).
7. Chan, V. and Allman-Farinelli, M. (2022). Young Australian Adults Prefer Video Posts for Dissemination of Nutritional Information over the Social Media Platform Instagram: A Pilot Cross-Sectional Survey. *Nutrients*. 14(20).
8. Tami, S. H. (2022). Perceived Effects of Socio-Economics and Social Media Variables on Body Mass Index in Saudi Young Adults. *Cureus*. 14(10).
9. Loehmer, E, Smith, S, McCaffrey, J. and Davis, J. (2018). Examining internet access and social media application use for online nutrition education in SNAP-Education participants in rural Illinois. *J Nutr Educ Behav*. 50, 75–82.
10. Aljefree, N. M. and Alhothali, G. T. (2022). Exposure to Food Marketing via Social Media and Obesity among University Students in Saudi Arabia. *Int J Environ Res Public Health*. 19(10).
11. Sampasa-Kanyinga, H., Colman, I., Goldfield, G. S., Hamilton, H. A. and Chaput, J. (2020). Sex differences in the relationship between social media use, short sleep duration, and body mass index among adolescents. *Sleep Health*. 6(5), 601-608.
12. Litwin, N., Clifford, J. and Johnson, S. (2018). "Functional Foods For Health" Colorado State University, *Extension, Food and Nutrition Series*, 9, 391.
13. Mohammadi-Sartang, M., Bellissimo, N., Totosy de Zepetnek, J. O., Brett, N. R., Mazloomi, S. M., Fararouie, M., et al. (2018). The effect of daily fortified yogurt consumption on weight loss in adults with metabolic syndrome: A 10-week randomized controlled trial. *Nutr. Metab. Cardiovasc. Dis*. 28, 565–574.
14. Elmaliklis, I. N., Liveri, A., Ntelis, B., Paraskeva, K., Goulis, I. and Koutelidakis, A. (2019). Increased Functional Foods' Consumption and Mediterranean Diet Adherence May Have a Protective Effect in the Appearance of Gastrointestinal Diseases: A Case–Control Study. *Medicines*. 6(2), 50.
15. Konstantinidi, M. and Kutelidakis, A. E. (2019). Functional Foods and Bioactive

- Compounds: A Review of Its Possible Role on Weight Management and Obesity's Metabolic Consequences, *Basel*, 6, 94.
16. Elgayar, M. H., Aboromia, M. M., Hussein, M. and Hafiz, A. (2019). Effects Of Ginger Powder Supplementation On Glycemic Status And Lipid Profile In Newly Diagnosed Obese Patients With Type 2 Diabetes Mellitus. *Obesity Medicine*. 14.
 17. Henning, S. M., Yang, J., Woo, S. L., Lee, R., Huang, J. Rasmusen, A., et al. (2019). Hass Avocado Inclusion in a Weight-Loss Diet Supported Weight Loss and Altered Gut Microbiota: A 12-Week Randomized, Parallel-Controlled Trial. *Current Developments in Nutrition*, 3(8).
 18. Pokimica, B., García-Conesa, M.T., Zec, M., Debeljak-Martačić, J., Ranković, S., Nevena Vidović, N., et al. (2019). Chokeberry Juice Containing Polyphenols Does Not Affect Cholesterol or Blood Pressure but Modifies the Composition of Plasma Phospholipids Fatty Acids in Individuals at Cardiovascular Risk. *Nutrients*. 11, 850.
 19. Santamarina, A. B., Jamar, G., Mennitti, L. V., Cássia César, H., Rosso, V. V., Vasconcelos, J.R. and Pisani, L. P. (2018). Supplementation of Juçara Berry (*Euterpe edulis* Mart.) Modulates Epigenetic Markers in Monocytes from Obese Adults: A Double-Blind Randomized Trial. *Nutrients*. 10.
 20. Park, S., Jung, S., Choi, E., Ha, K., Baek, H., Park, Y., et al. (2020). The effects of steamed ginger ethanolic extract on weight and body fat loss: a randomized, double-blind, placebo-controlled clinical trial. *Food Science and Biotechnology* 29, 265-273
 21. Schnall, R., Porras, T., Musanti, R., Tufts, K. A., Şefcik, E., Hamilton, M. J., et al. (2021). Social media use as a predictor of higher body mass index in persons living with HIV. *AIDS Care*. 33(4), 434-440.
 22. Baysal, A. (2013). Beslenme ve Diyet Dergisi 2012: Genel Bakış. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 41(1), 1-2.
 23. Türkiye Beslenme Rehberi (TÜBER), (2022). T.C. Sağlık Bakanlığı, Ankara. Erişim Tarihi: 12.02.2023, Erişim Adresi: [https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayatdb/Rehberler/T%C3%BCrkiye%20Beslenme%20Rehber%20\(T%C3%9CBER\)%202022.pdf](https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayatdb/Rehberler/T%C3%BCrkiye%20Beslenme%20Rehber%20(T%C3%9CBER)%202022.pdf)
 24. Urala, N. and Lähteenmäki, L. (2007). Consumers' changing attitudes towards functional foods. *Food Qual Prefer*. 18(1), 1–12.
 25. Hacıoğlu, G. ve Kurt, G. (2012). Tüketicilerin Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Farkındalığı, Kabulü ve Tutumları: İzmir İli Örneği. *Bus Econ Res J*. 3(1), 161–71.
 26. Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2019). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1025-1057.
 27. Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289-1319.
 28. Choi, J., Peters, M. and Mueller, R. O. (2010). Correlational analysis of ordinal data: from. Pearson's to Bayesian polychoric correlation. *Asia Pacific Education Review*, 11(4), 459–466.
 29. Bayöz, G. (2021). *Plaza çalışanlarının fonksiyonel gıda bilgi ve tutumlarının, beslenme durumlarının ve beslenme bilgi düzeylerinin değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İSTANBUL.
 30. Ntrigiou, V., Ntrigios, I., Rigopoulos, N., Dimou, C. ve Koutelidakis, A. (2019). Functional food consumption correlates with anthropometric characteristics and body composition in healthy adults. *Curr. Top. Nutraceut. Res*. 18, 279–288.

31. Acar, A. ve Bedir, A. (2020). Mardin Artuklu Üniversitesi Öğrencilerinin Antropometrik ve Sosyoekonomik Verilerinin Değerlendirilmesi, *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*, 5(1), 1-14.
32. Öngören, B. ve Durdu, Z. (2020). Sağlıklı Yaşam Merkezine Başvuranlarda Sağlıklı Vücut İmajı. *Uluslararası Sosyal, Politik ve Ekonomik Araştırma Dergisi*, 7 (4), 819-837.
33. Türkiye Sağlık Bakanlığı, Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması (TBSA) 2019. Erişim Tarihi: 10.05.2023 Erişim Adresi: https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/TBSA_RAPOR_KITAP_20.08.pdf
34. Görgülü Arı, A. ve Arslan, K. (2020). Fen Bilimleri Öğretmenlerinin Genel Beslenme Alışkanlıkları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(47), 393-415.
35. Erdoğan, R. (2021). Pandemi döneminde beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeylerinin belirlenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 17(Pandemi Özel Sayısı), 3276–3295.
36. Çakmak, S. ve Müezzın, E. E. (2018). Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkinin İncelenmesi, *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2(3), 196-203.
37. Alptekin, G., Türkmen, D. ve Arslantaş, H. A. (2021). Baby Boomers, X, Y, Z Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ve Tercihleri, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 51, 253-278.
38. Dinçer, N. ve Kiliç, Z. (2019). An analysis of social media usage levels among students at school of physical education and sport in some variables. *Asian Journal of Education and Training*, 5(1), 146-150.
39. Aggarwal, R., Hueniken, K., Eng, L., Kassirian, S., Geist, I., Balaratnam, K., et al. (2020). Health-related social media use and preferences of adolescent and young adult cancer patients for virtual programming. *Support Care Cancer*. 28(10), 4789-4801.
40. Seslikaya, C. (2022). *19-45 yaş arası kadın bireylerde sosyal medya kullanımının duygusal yeme üzerine etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Okan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İSTANBUL.
41. Alikılıç, Ö., Alikılıç, İ. ve Özer, A. (2019). Dijital romantizm: Y kuşağının romantik ilişkilerinde sosyal medyanın rolü. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 57-80.
42. Bozkurt, I. and Chaurasia, B. (2021). Attitudes of Neurosurgeons Toward Social Media: A Multi-Institutional Study. *World Neurosurgery*, 147, 396–404.
43. Özdemir, Ş. (2021). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Medya Kullanım Alışkanlıklarının İncelenmesi, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 20.
44. Gao, L. L., Gan, Y. Q. and Lippke, S. (2020). Multiple Health Behaviors across Age: Physical Activity and Internet Use. *Am. J. Health Behav.* 44, 333–344.
45. Karataş Yücel, E., Özkan, P. ve Yücel, E. (2018). Tüketici Yenilikçiliği ile Fonksiyonel Gıdalara Yönelik Tutum Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17, 265-280.
46. Öncebe S. ve Demircan, V. (2019). Tüketicilerin Fonksiyonel Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler. *Akademik Gıda*. 17(4), 497-507.
47. Akman, C., Yara, F. ve Taşlı, K. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Vücut Yağ Oranının Sosyal Görünüş ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Turkish Journal of Science and Health*. 2(1), 176-183.
48. Gökırmaklı, Ç., Üçgül, B. ve Seydim, Z. (2021). Fonksiyonel Gıda Kavramına Yeni Bir Bakış: Postbiyotikler. *Gıda*, 46(4), 872-882.
49. Doğan Güney, H. ve Göbel, P. (2022). Egzersiz Yapan Bireylerin Fonksiyonel Besin

- Tüketim Durumları ile Bilgi, Tutum ve Düşünceleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Beslenme ve Diyetetik Dergisi*, 50(3), 64-73.
50. Aygül, İ., Kartal, F., Sayıbakan, A.Ş., Çakar, G., Akbulut, H. & Yıldırım, Ş. (2018). Sağlık Bilimleri Fakültesi Öğrencileri ve Öğretim Elemanlarının Fonksiyonel Besin Farkındalığı. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(4), 54-64.
51. Sipahi, S. ve Demirel, B. (2021). Sosyal Medyadaki Beslenme ile İlgili Paylaşımların Yetişkin Bireylerin Yeme Tutum ve Davranışlarına Etkisi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 49(1), 57-66.
52. Global Web Index, (2019). The Latest Social Media Trends to Know in 2019. Erişim Adresi: <https://www.gwi.com/reports/social-2019> Erişim Tarihi: 28.11.2022
53. İşin, V. ve Özcan, F. (2018). Kırsal Kesimdeki Bir Aile Sağlığı Merkezine Başvuran Erişkinlerin Fiziksel Aktivite Düzeylerinin İncelenmesi, *Ortadoğu Tıp Dergisi*, 10(3), 322-330.
54. Nesi, J., Wolff, J. C. and Hunt, J. (2019). Patterns of social media use among adolescents who are psychiatrically hospitalized. *J Am Acad Child Adolesc Psychiatry*. 58, 635–639.
55. Nas, S., ve Beyhan, Y. (2021). Beden kütle indekslerine göre bireylerin diyet ürünleri kullanım durumlarının saptanması. *Sağlık ve Yaşam Bilimleri Dergisi*, 3(3), 151-158.