



**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN YAYIN ORGANLARINI TAKİP ETME SIKLIĞININ
BESLENME BİLGİ DÜZEYİNE ETKİSİ**

**THE INFLUENCE OF NUTRITION KNOWLEDGE LEVEL OF THE UNIVERSITY
STUDENTS OF THE FREQUENCY OF THE FOLLOWING THE BROADCASTING**

Duygu İÇYER

Diyetisyen, İstanbul/Türkiye

Yrd.Doç.Dr. Esra MANKAN

Bahçeşehir Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Gastronomi Bölümü,
İstanbul/Türkiye

ÖZ

Televizyon, insanların hayatlarına girdiği ilk günden bu zamana kadar artan bir izleyici kitlesine sahip olmuştur. Televizyonun yanı sıra günümüzde reklâmın etkisini gösterdiği ve gittikçe artan kitleye sahip olan sosyal medya programları da bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerinin gerek sosyal aktivitelerinin, gerekse çevre ile ilişkisinin diğer yaş gruplarından daha çok olduğu bilinmektedir. Bu araştırma üniversite öğrencilerinin yayın organlarını takip etme sıklığının beslenme bilgi düzeyine etkisini ölçmek amacıyla yürütülmüştür. Çalışmada, öğrencilerin sosyo-demografik bilgileri ile basında yer alan beslenme haberleri içeren anket soruları da kullanılmıştır. Anket soruları İstanbuldaki üniversitelerde okuyan toplam 120 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırma kapsamında örneklemi oluşturan öğrencilerin hangi yayın organlarını takip ettiği, beslenme bilgilerinin değişip değişmediği araştırılmıştır. Araştırmamızda üniversite öğrencilerinin ilk sırada interneti (%97.5) ikinci sırada televizyonu her gün takip ettiği belirlenmiştir. Televizyon, radyo, gazete, dergi ve bilimsel dergi ve interneti takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Medya, bilgi düzeyi, beslenme, öğrenciler

ABSTRACT

Television has had a growing audience since the people entered their lives. In addition to television, there are also social media programs, which are now being influenced by advertising and have a growing audience. It is known that university students have more social activities between the other ages, and in some cases are more related to the environment than other age groups. This research has been conducted to measure the influence of university students' of the frequency of following the broadcasting on nutrition knowledge level. Survey questions were also included in the study, including socio-demographic information of students and nutrition news. Survey questions has been applied to 120 students participated in the study totally. Within the scope of the study, it was researched which broadcasting organs of the students constituting the sample followed and whether nutrition information changed. In our study, it was determined that university students followed the internet daily (97.5%) and tv in second rate. The result is that there is no significant relationship between the frequency of watching television, radio, newspapers, magazines, scientific journals and internet with nutrition knowledge level

Key words: Media, knowledge level, nutrition, students

1. GİRİŞ

İnternet tüm insanlığı etkileyen günden güne büyüyen oldukça geniş bir ağıdır. Teknolojinin de gelişmesiyle birlikte artık tüketiciler istediklerine istedikleri anda ulaşabilme kolaylığı ve rahatlığı duygusu içindedirler (Çiçek, R. ve Mürütsoy, M. 2014) Gelir ve eğitim düzeyinin artması, sosyal refah ve aynı zamanda okuma yazma oranında artış beslenme konusunda genç bireyleri daha bilinçli olmaya teşvik etmektedir (Yoldaş, M. ve Ergezer, Ç. 2013).

Beslenme anne karnında başlayan bir olgudur. Bireyin beslenme alışkanlıkları beslenme bilincinin oluşmasıyla birlikte olumlu yöne doğru gidecektir. Bu bilincin doğmasında rol model, ebeveynler, okul yaşamı, aldığı eğitim, arkadaş çevresi ve medyanın oldukça büyük etkisi vardır.

Beslenme eğilimlerinin tespiti beslenme alışkanlıklarının düzenlenmesi ve yetersiz ve dengesiz beslenmenin yol açabileceği olumsuzlukların önlenmesi açısından oldukça önemli bir aşamadır (Mazıcioğlu, Öztürk, 2003: 173).

Öğrencilerin kendi yaşam şekillerine uygun beslenmesinin nasıl olması gerektiğini, sağlığının nasıl korunacağı beslenme eğitimi ile başlar. Okudukça bilgi düzeyi de artar.(Ünsal,N.E. 2008).

Yapılan bir araştırmada doğal ürünlere daha fazla ödeme yapabileceğini ifade eden bilinçli bir tüketici grubunun olduğu olduğu belirlenmiştir(Kızılaslan, N.& Kızılaslan, H.2008). Tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını bilerek bilgilendirici reklamlar ile farkındalık yaratmak gerekmektedir (Köksal, Özdemir.S.2013).

Bununla beraber reklamlar,köşe yazıları aynı zamanda tüketicilerin daha bilinçli, daha sağlıklı olmaları açısından eğitilmelerine de katkı sağlamaktadır. Tüm haber mecralarının bilgi verici kaynak olması, yol göstericiliğinin olumlu etkileri bulunmaktadır (Ekiyor, A.& Tengilimoğlu, D. 2014).

Üniversite öğrencilerinin satın alma davranışları belirlenirken biyolojik, kültürel, sosyal, psikolojik bir çok faktör bulunmaktadır (Çakır,M, Çakır, F. & Usta G. 2010). Ayrıca moda, reklamlar, medyanın etkiside yadsınamaz.

Nüfusun çoğunun genç bir kitleden oluştuğu ülkemizde, gıda sektörü heryaşta bireyi ve de gençleri oldukça etkilemektedir. Gıdaların tüketiminde haberler ve köşe yazıları etkin bir şekilde kendini göstermektedir.Bu bağlamda beslenme ile ilgili haberlerin yaygınlaşması bazı ürün grupları için genel anlamda tüketim ortamını güçlendirmek için imaj yansıttığı söylenebilir (Dilber,F. & Dilber, A. 2013)

Öğrencilerin her zaman kullandığı sosyal medyada okunan haber ve köşe yazıları en kısa sürede bilgi almayı kolaylaştırdığı görülmektedir (Çiçek,R. & Mürütsoy,M. 2014).

Bunun yanı sıra satın alma karar sürecinde iletişim ve bilgi aktarımı oldukça önemlidir.Tüketicinin bilgilendirilmesi sürecinde reklam ve haberleşme önemli rol oynamaktadır. İletişim süreci sonunda reklamda tüketicinin bilgi düzeyi, davranışları üzerinde etkili olmaktadır (Aktuğlu, I. K. 2006).

Dilber, F.ve diğerlerinin (2013) yaptığı araştırmada tüketicilerde satın alma davranışının %52.1 reklamlardan etkilenmediği, %39.3'ünün reklamlardan etkilendiği, %8.5'inin kararsız olduğu saptanmıştır.

Tüketicilerin gıda mevzuatı konusundaki bilgileri eğitim düzeyine göre incelendiğinde, bu konuda en fazla bilgiye sahip grubun ise (% 37.2) gibi bir oranla yüksekokul mezunu kişiler olduğu saptanmıştır. (Çelik, Ş.ve ark. 1991).

Yoldaş, M.ve diğerlerinin (2013) yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin en çok televizyon reklamlarından, gazete ve dergi reklamlarından, yakın çevresinin tavsiyelerinden, ürünün ambalaj ve paketinden, fiyatından ve internet reklamlarından etkilendiklerini belirtmişlerdir.

Ekiyor, A. ve diğerlerinin (2014) yaptığı çalışmada tüketicilerin satın alma kararlarında %21.7'si arkadaş ve akraba tavsiyelerinden, %21.5'i sosyal medya ve internetten, %18.4'ü doktordan, %17.4'ü ise geçmiş deneyimlerden yararlandıklarını belirtmişlerdir.

Özçam.D.S. ark 2012 yaptıkları araştırmada en bilgi verici kaynak olarak gazeteleri (%69 ve %56), ikinci sırada dergileri (%67 ve %52) bulduklarını belirtmişlerdir.

Çetin, O. I. Ve Kumkale, İ. (2016) yaptıkları araştırmada sosyal medyayı kullanım düzeyi ile satın alma niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$) ve güçlü bir ilişki ($\beta=0,859$) olduğu görülmektedir.

Uçar, F. (2013) yürüttükleri araştırmada tüketiciler internet reklamlarını ürün bilgisi sağlama açısından olumlu bulmaktadırlar (Ort: 3,52).

Gıdaların tüketicinin korunmasıyla ilgili konuların karmaşıklığı, işletmeler tarafından sunulan ürünlerin ve hizmetlerin çeşitliliği nedeniyle gelecekte de artacaktır. Bu nedenle, bu işleve devlet ve işletmeler bakımından daha fazla önem verilmelidir. (Csorba.M.L. 2011)

Reklam, tüketicilere bilgi taşıma, algı yaratma, algı değiştirme hususlarında oldukça önemlidir. Değişen tüketici davranışları ise toplumun gıda tüketiminde artışını etkileyebilir (Dilber,F. & Dilber, A. 2013).

2. MATERYAL YÖNTEM

Bu araştırma,İstanbul'un çeşitli üniversitelerinde okuyan öğrencilerinin yayın organlarını takip etme durumlarının beslenme bilgi düzeyine etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır.Araştırma evrenini, İstanbul'da

Beslenme ve Diyetetik, Gastronomi, Psikoloji, Radyo Sinema ve Televizyon, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Gazetecilik, Mimarlık Bölümünde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma verileri internet üzerinden düzenlenen anket formu ile elde edilmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan anket formu daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır (Tutar, 2012). Anket formu; öğrenciler hakkında genel bilgiler, beslenme bilgi soruları, yayın organlarını kullanma sıklığı bilgilerini içeren sorulardan oluşmaktadır.

2.1. Araştırma Verilerinin Analizi

Verilerin değerlendirilmesi ve analizinde SPSS 22.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Anketteki tüm sorulara ve önermelere verilen cevaplara ait frekans (S) ve yüzde (%) dağılımlar hesaplanmış, bu dağılımlar tablolar ile gösterilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde Khi-Kare Önemlilik Testi (X²) kullanılmıştır. Öğrencilerin beslenme bilgi puanları, çok kötü, kötü, orta, iyi ve çok iyi olarak sınıflandırılmıştır. Öğrencilere beslenme bilgi düzeyleri için kendilerini değerlendirilmeleri istenmiş, daha sonra cevaplamış oldukları soruların doğru yanıtları karşılaştırılmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMALARI

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular; “öğrenciler hakkında genel bilgiler” ve “öğrencilerin beslenme bilgisi” başlıkları altında verilmiş ve tartışmaları yapılmıştır.

3.1 Öğrencilerin Demografik Verileri

Bu bölüm öğrencilerin cinsiyet ve yaşları ile ilgili konuları içermektedir

3.1.1. Öğrencilerin Cinsiyet ve Yaşları ile İlgili Bilgiler

Çizelge 1 Öğrencilerin Cinsiyeti

Cinsiyet		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
	Kadın	70	%58.3	58.3	58.3
	Erkek	50	%41.7	41.7	100,0
	Toplam	120	100,0	100,0	
			Kadın	Erkek	
Yaş	18-20	N	17	7	24
		%	14,2%	5,8%	20,0%
	21-24	N	29	19	48
		%	24,2%	15,8%	40,0%
	25 ve üstü	N	24	24	48
		%	20,0%	20,0%	40,0%
Toplam		N	70	50	120
		%	58,3%	41,7%	100,0%

Çizelge 1'e göre araştırma katılan kızların oranı erkeklerden daha fazladır (K %58.3 E%41.7). Genel toplamda 20 yaşın üstündeki öğrencilerin araştırmaya daha çok katılım gösterdikleri görülmektedir.

3.2. Öğrencilerin Yayın Organlarını Takip Etme Durumları

Öğrencilerin yayın organlarından radyo, televizyon, gazete, dergi, bilimsel dergi, internet kullanım sıklıkları ve beslenme bilgi düzeyi arasındaki ilişki ortaya koyulmuştur.

Çizelge 2 Öğrencilerin Yayın Organlarını Takip Etme Sıklığı

Yayın Organları		Her gün	Haftada birkaç kez	Nadiren	Hiç
Radyo	N	22	30	44	24
	%	%18.3	%25.0	%36.7	%20
Televizyon	N	67	34	11	8
	%	%55.8	%28.3	%9.2	%6.7
Gazete	N	30	43	36	11
	%	%25.0	%35.8	%30.0	%9.2
Dergi	N	13	31	56	20
	%	%10.8	%25.8	%46.7	%16.7
Bilimsel Dergi	N	9	23	55	33
	%	%7.5	%19.2	%45.8	%27.5
İnternet	N	117	2	1	
	%	%97.5	%1.7	%0.8	

Araştırmaya katılan öğrencilerin %97.5'i interneti, %55.8'i televizyonu hergün izlediklerini; dergi (%46.7), bilimsel dergi (%45.8), radyo (%36.7) radyoyu ise nadiren takip ettiklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 2)

Çizelge 3 Gazete ve dergilerde çıkan “sağlıklı beslenme” ile ilgili haberleri veya bilgilendirici köşe yazılarını okuma sıklığı

			Cinsiyet		Topl am
			Kadın	Erkek	
Gazete ve dergilerde çıkan“sağlıklı beslenme” ile ilgili haberleri veya bilgilendirici köşe yazılarını okur musunuz?	Evet	N	21	9	30
		%	17,5%	7,5%	25,0%
	Sık sık	N	18	6	24
		%	15,0%	5,0%	20,0%
	Bazen	N	23	20	43
		%	19,2%	16,7%	35,8%
	Nadiren	N	4	9	13
		%	3,3%	7,5%	10,8%
	Hayır	N	4	6	10
		%	3,3%	5,0%	8,3%
Toplam	N	70	50	120	
	%	58,3%	41,7%	100,0%	

Tablo 3'te gazete ve dergilerde çıkan “sağlıklı beslenme” ile ilgili haberleri veya bilgilendirici köşe yazılarını okuma sıklığını en çok oranda bazen yanıtını vermişlerdir (K %19.2, E %16.7).

Çizelge 4 Öğrencilerin televizyonu takip etme sıklığı ile beslenme düzeyi arasındaki ilişki dağılımı

Televizyon Takip Sıklığı			Sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlanması					X ²	P
			Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi		
Televizyon	Her gün	N	1	4	35	23	4	20.545	0.057
		%	%0.8	%3.3	%29.2	%19.2	%3.3		
	Haftada birkaç kez	N	0	2	17	12	3		
		%	0	%1.7	%14.2	%10.0	%2.5		
	Nadiren	N	2	0	4	3	2		
		%	%1.7	0	%3.3	%2.5	%1.7		
	Hiç	N	0	2	2	3	1		
		%	0	%1.7	%1.7	%2.5	%0.8		

Ankete katılan öğrencilerin yayın organlarından televizyonu takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. (X²=20.545, p>0.05).

Çizelge 5 Öğrencilerin radyoyu takip etme sıklığı ile beslenme düzeyi arasındaki ilişki dağılımı

Radyo Takip Sıklığı			Sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlanması					X ²	P
			Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi		
Radyo	Her gün	N	0	1	10	9	2	5.940	0.919
		%	0	%0.8	%8.3	%7.5	%1.7		
	Haftada birkaç kez	N	0	3	14	11	2		
		%	0	%2.5	%11.7	%9.2	%1.7		
	Nadiren	N	2	4	21	13	4		
		%	%1.7	%3.3	%17.5	%10.8	%3.3		
	Hiç	N	1	0	13	8	2		
		%	%0.8	0	%10.8	%6.7	%1.7		

Ankete katılan öğrencilerin yayın organlarından radyoyu takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (X²=5.940, p>0.05). Her gün (%8.3), haftada birkaç kez (%11.7), nadiren (%17.5), hiç (%10.8) radyo dinleyenlerin orta düzeyde beslenme bilgi puanına sahip oldukları belirlenmiştir (Çizelge 5)

Çizelge 6 Öğrencilerin gazeteyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasındaki ilişki dağılımı

Gazete Takip Sıklığı			Sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlanması					X ²	P
			Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi		
Gazete	Her gün	N	0	3	13	11	3	7.400	0.830
		%	0	%2.5	%10.8	%9.2	%2.5		
	Haftada birkaç kez	N	2	1	20	17	3		
		%	%1.7	%0.8	%16.7	%14.2	%2.5		
		N	1	3	19	11	2		
		%							

	Nadiren	%	%0.8	%2.5	%15.8	%9.2	%1.7		
		N	0	1	6	2	2		
	Hiç	%	0	%0.8	%5.0	%1.7	%1.7		

Çizelgeye göre ankete katılan öğrencilerin gazeteyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ($X^2=7.400$, $p>0.05$).

Gazeteyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi puanlaması en yüksek oranda orta düzeyde bilgi düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir (hergün %10.8, haftada birkaç kez %16.7, nadiren %15.8, hiç %5.0).

Çizelge 7 Öğrencilerindergiyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasındaki ilişki dağılımı

Dergi Takip Sıklığı		Sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlanması					X ²	P	
		Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi			
Dergi	Her gün	N	0	0	9	4	0	8.964	0.706
		%	0	0	%7.5	%3.3	0		
	Haftada birkaç kez	N	1	2	12	13	3		
		%	%0.8	%1.7	%10.0	%10.8	%2.5		
	Nadiren	N	1	4	26	18	7		
		%	%0.8	%3.3	%21.7	%15.0	%5.8		
Hiç	N	1	2	11	6	0			
	%	%0.8	%1.7	%9.2	%5.0	0			

Çizelge 7'de öğrencilerin dergiyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ($X^2=8.964$, $p>0.05$).

Haftada birkaç kez dergiyi takip edenlerin beslenme düzeyi açısından %10.0 oranı ile orta ve %10.8 ile iyi, nadiren dergiyi takip edenlerin beslenme bilgi düzeyleri açısından %21.7'si orta ve %15.0'inin iyi derecede bilgi puanına sahip oldukları belirlenmiştir.

Dergiyi hiç takip etmeyenlerin ise beslenme bilgi düzeyleri puanlarının %9.2'sinin orta, %5.0'inin iyi ve %1.7'sinin ise kötü olduğu saptanmıştır.

Çizelge 8 Öğrencilerin bilimsel dergiyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasındaki ilişki dağılımı

Bilimsel Dergi Takip Sıklığı		Sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlanması					X ²	P	
		Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi			
Bilimsel Dergi	Her gün	N	0	0	5	3	1	11.908	0.453
		%	0	0	%4.2	%2.5	%0.8		
	Haftada birkaç kez	N	1	2	9	8	3		
		%	%0.8	%1.7	%7.5	%6.7	%2.5		
	Nadiren	N	0	3	24	22	6		
		%	0	%2.5	%20.0	%18.3	%5.0		
Hiç	N	2	3	20	8	0			
	%	%1.7	%2.5	%16.7	%6.7	0			

Haftada birkaç kez bilimsel dergiyi takip edenlerin beslenme bilgi düzeyi açısından %7.5 ile ilk sırada orta, %6.7 ile 2. sırada iyi olarak görmektedir. Nadiren bilimsel dergiyi takip edenlerin beslenme bilgisi %20.0'si orta ve %18.3'ü iyi düzeyde olduğu belirlenmiştir (Çizelge 8).

Çizelgede bilimsel dergiyi takip etme sıklığı ile sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlaması arasındaki ilişkiye baktığımızda en yüksek oranda orta düzeyde bilgi puanına sahip oldukları belirlenmiştir. Ankete katılanların yayın organlarından bilimsel dergiyi takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ($X^2=11.908$, $p>0.05$).

Çizelge 9 Öğrencilerin interneti takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasındaki ilişki dağılımı

İnternet Takip Sıklığı		Sağlıklı beslenme bilgi düzeyi puanlanması					X ²	P	
		Çok kötü	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi			
İnternet	Her gün	N	3	8	57	39	10	4.963	0.761
		%	%2.5	%6.7	%47.5	%32.5	%8.3		
	Haftada birkaç kez	N	0	0	0	2	0		
		%	0	0	0	%1.7	0		
	Nadiren	N	0	0	1	0	0		
		%	0	0	%0.8	0	0		
Hiç	N	0	0	0	0	0			
	%	0	0	0	0	0			

Ankete katılan öğrencilerin yayın organlarından interneti takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ($X^2=4.963$, $p>0.05$). Her gün interneti takip edenlerin beslenme bilgi düzeyi puanlamaları değerlendirildiğinde %47.5'inin orta, %32.5'inin iyi ve %8.3'ünün ise çok iyi olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 9)

Çizelge 10 Medyanın beslenme bilgi düzeyine etkisinin cinsiyete göre dağılımları

Medyanın Beslenme Bilgi Düzeyine Etkisi		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Beslenme bilgi düzeyini arttırır	N	54	37	91
	%	%45.0	%30.8	%75.8
Beslenme bilgi düzeyini arttırmaz	N	16	13	29
	%	%13.3	%10.8	%24.2
Toplam	N	70	50	120
	%	%58.3	%41.7	%100.0

Çizelge 10'da kadınların %45.0'i sağlık ve beslenme yazılarının bilgi düzeyini arttırdığını düşünürken erkeklerin ise %30.8'i sağlık ve beslenme yazılarının bilgi düzeyini arttırdığını düşündüğünü ifade etmiştir.

Çizelge 4.11 Beslenme bilgi puanı ortalamalarının cinsiyete göre dağılımı

Bilgi düzeyi değerlendirmesi	Cinsiyet	N	Ortalama	Sd	T	p
Sağlıklı beslenme ile ilgili bilgi düzeyinin puanlanması	Kadın	70	3.44	0.792	0.795	0.428
	Erkek	50	3.32	0.891	0.780	0.437

Cinsiyete göre değerlendirildiğinde, öğrenciler ile beslenme bilgi düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($t=0.795$, $p>0.05$).

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmamıza ilişkin sonuçlar şu şekilde sunulmuştur. Araştırmamızın %58.3'ü kızlardan %41.7'si erkeklerden oluşmaktadır. 18-20 yaş arası %20.0, 21-24 yaş arası %40.0, 25 yaş ve üstü %40.0 gençlerden oluşur. Araştırmamızın örneklemini Beslenme ve Diyetetik, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Mimarlık, Radyo Sinema ve Televizyon, Gazetecilik, Psikoloji bölümlerinde okuyan gençlerden rastgele örneklem yöntemiyle seçilen üniversite öğrencileri oluşturmuştur.

Kadın ve erkeklerin sağlıklı beslenme bilgi puanı ortalamalarına göre dağılımına baktığımızda Kadınların %28.3'ünün orta puan ve %20.8'inin ise bilgi düzeyini iyi olarak değerlendirmişlerdir. Erkeklerin %20 ile orta ve %13.3'ünün ise iyi düzeyde beslenme bilgisine sahip oldukları görülmektedir.

Televizyon, radyo, gazete, dergi ve bilimsel dergi ve interneti takip etme sıklığı ile beslenme bilgi düzeyi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu durumun yazılı ve görsel medyada oluşan bilgi kirliliğinden kaynaklandığı düşünülebilir. Konu beslenme olduğunda konunun uzmanı olmayan farklı dallardan ve disiplinlerden gelen kişilerin televizyonda demeç verdikleri, halkı yanlış yönlendirdikleri görülmektedir. Bu konuda Radyo Televizyon Üst Kurulunun beslenme ile ilgili radyoda, televizyonda demeç veren kişilere denetim getirmesi gerekmektedir. Sağlıklı beslenme ile ilgili köşe yazıların tarafından yazılması sağlanmalı, desteklenmeli ve teşvik edilmelidir. Konu ile ilgili Sağlık Bakanlığı sağlıklı beslenme ile ilgili kamu spotları oluşturmalıdır.

Konuyla ilgili diğer öneriler şu şekilde geliştirilebilir;

Fakültelerin tüm bölümlerinde öğrencilerin beslenme bilincini artırmak için temel beslenme dersleri konulmalıdır (Aytekin.F. 2008). Gazete ve dergilerde uzman kişilerin yazı yazması teşvik edilmeli, sağlıklı beslenme konularında uzman diyetisyenlerin görüşleri alınmalı, halk doğru bir şekilde bilinçlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aktuğlu, I. K. (2006). Tüketicinin bilgilendirilmesi sürecinde reklam etiği. Küresel İletişim Dergisi, 2, s:1-20
- Aytekin, F. (2000). Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Durumları Üzerinde bir Araştırma. Gıda Dergisi, 25(2). 425-438.
- Csorba, M. L.2011 (Deceptive and Subliminal Food Advertising) Mediterranean Journal of Social Sciences Vol. 2, No. 4, p.11.İtaly.

Çakır.M - Çakır.F ve Usta.G (2010) Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Adnan Menderes Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi 2(2) ISSN:1309-8039. S:87-94.

Çelik, Ş., & Ünver, B. (1991). Tüketicilerin Cinsiyet, Eğitim ve Çalışma Durumlarına Göre Gıda Kontrolü Hakkındaki Bilgileri. Gıda/The Journal Of Food, 16(5).333-340.

ÇİÇEK, R., Ve Mürütsoy, M. (2014) İnternet Tüketicisinin Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma: Niğde Üniversitesi Akademik Ve İdari Personeli Örneği (C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi 15(2). 291-305

Dilber, F Ve Dilber, A. (2013) Üniversite Öğrencilerinin Gıda Ürünleri Tüketiminde Medyanın Etkisi: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi 2(1) 2146-3301, s:64-82. Gümüşhane.

Ekiyor.a. Ve Tengilimoğul.D (2014) sağlıkta reklam serbest olmalı mı? Tüketici görüşleri Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 16(2).s:45-71.Ankara.

Kızılaslan, N., & Kızılaslan, H. (2008). Tüketicilerin satın aldıkları gıda maddeleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları (Tokat İli Örneği). Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(2). s:67-74.

Çetin, O. I., & Kumkale, İ. 2016. Sosyal Medya Kullanım Düzeyi ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Faydacı Motivasyonun Aracı Etkisi.s:90-101.

Köksal, Y., & Özdemir, Ş. (2013). Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1). S:323-337.

Mazıcıoğlu, M. M., & Öztürk, A. (2003). Üniversite 3 ve 4. sınıf öğrencilerinde beslenme alışkanlıkları ve bunu etkileyen faktörler. Erciyes Tıp Dergisi, 25(4), s:172-178.

Özçam, D. S., & Bilgin, F. Z. (2012). Satınalma Davranışında Reklamın ve Reklam Türlerinin Önemi Ve Etik Algısı. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1). s:65-74.

Uçar, F. (2017). Tüketicilerin Reklamcılığa Yönelik Genel Tutumları. Global Media Journal: Turkish Edition, 7(14). s:203-222.

Ünsal,N.E. (2008) Diyet Eğitiminin Hiperlipidemik Hastaların Beslenme Alışkanlıkları, Beslenme Bilgi Düzeyleri Ve Beslenme Durumuna Etkisinin Değerlendirilmesi .Basılmamış Yüksekisans Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.148 s.

Tutar, S. 2012. Basılmamış Yüksekisans Tezi. Kadınların besin satın alma ve besin tüketimlerine basın ve reklamların etkileri. İstanbul Bilim Üniversitesi.107. s. İstanbul

Yoldaş, M. A., & Ergezer, Ç. (2013). Üniversitede Eğitim Görmekte Olan Öğrencilerin Reklamlara Karşı Tutum ve Davranışları Üzerine Kırgızistan'da Ampirik Bir Araştırma. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(1), 280-297.