

Received-Makale Geliş Tarihi 02.02.2024
Published-Yayınlanma Tarihi 30.04.2024
Volume-Cilt (Issue-Sayı), ss/pp 11(106), 818-827

Review Article / Derleme Makale
10.5281/zenodo.11109620

Osman Uğur Önder

<https://orcid.org/0009-0001-8363-6703>
Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul/ TÜRKİYE

Özcan Çağlar

<https://orcid.org/0009-0003-4374-6726>
Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul/ TÜRKİYE

Elif Önder

<https://orcid.org/0009-0003-3297-7799>
Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul/ TÜRKİYE

Hatice Tiryaki

<https://orcid.org/0009-0009-0227-7445>
Milli Eğitim Bakanlığı, İstanbul/ TÜRKİYE

Sosyal Medya Kullanımının Çocuk ve Ergenlerde Sağlıksız Beslenme Eğilimine Olan Etkilerinin Araştırılması

Investigation of the Effects of Social Media Use on Unhealthy Nutrition Tendency in Children and Adolescents

ÖZET

Sağlıksız beslenmeye yönelik dünya genelinde artan eğilim, içerikleri farklılaşan gıda ürünlerinin varlığı ve tanıtımları ile artmaktadır. Bu noktada, çocuklar ve ergenler, ebeveynlerinin ve çevrelerinin kontrolüne dayalı olarak sağlıklı beslenme konusunda yönlendirilseler de sağlıklarını olumsuz yönde etkileyecek türden gıda ürünlerini tüketme konusunda öne çıkan kesimlerdir. Mevcut dijital dünyanın şartları ve çocuklar ile ergenlerin bu şartlara olan hızlı uyumlulukları göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu dijital çağın en etkili aracı olan sosyal medyanın bu süreçteki olumsuz etkilerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Farklı kesimlerin sosyal medya üzerindeki paylaşımlarında ön plana çıkan ve çocuklarla ergenlerin sağlıklı gelişimine engel olan gıda ürünleri sorununun temelini teşkil etmektedir. Bu çalışmada, bir literatür taramasına dayalı olarak sosyal medya kullanımının çocuk ve ergenlerde sağlık beslenme eğilimine olan etkileri incelenmiştir. İncelemenin ortaya koyduğu genel tablo, sosyal medya kullanımı konusunda aktif olan çocuk ve ergenlerin sağlıksız beslenme konusundaki eğilimlerinin yüksek düzeyli olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, Ergen, Gıda, Sağlıksız Beslenme, Sosyal Medya

ABSTRACT

The increasing trend towards unhealthy nutrition worldwide is increasing with the existence and promotion of food products with different contents. At this point, although children and adolescents are guided towards healthy nutrition based on the control of their parents and their environment, they are the groups that stand out in consuming food products that will negatively affect their health. Considering the conditions of the current digital world and the rapid adaptation of children and adolescents to these conditions, it is important to examine the negative effects of social media, the most effective tool of the digital age, in this process. It constitutes the basis of the problem of food products, which come to the fore in the shares of different segments on social media and hinder the healthy development of children and adolescents. In this study, the effects of social media use on health nutrition trends in children and adolescents were examined based on a literature review. The general picture revealed by the review shows that children and adolescents who are active in social media use have a high tendency towards unhealthy eating.

Keywords: Adolescent, Child, Food, Social Media, Unhealthy Nutrition

1. GİRİŞ

İnternet teknolojilerinin kullanımı dünya genelinde yaygınlaşırken, internet temelini kullanarak iletişim kurulmasına imkân sağlayan, web tabanlı platformların sayısı da her geçen gün artmaktadır. Şüphesiz, bu platformlar arasında sosyal medya diğerlerinden çok daha fazla dikkati çeken ve kullanılan bir mecraadır. Farklı iletişim, etkileşim ve paylaşım alanlarını içerisinde barındıran sosyal medya, bu sayede, insanların hayatların doğrudan ve etkin bir şekilde dokunma potansiyeline de sahiptir.

Sosyal medyanın artan kullanım değerleri ve giderek daha çekici hale gelen yapısı, beraberinde, sosyal medyadan yapılan paylaşımların içeriğinin farklılaşmasına da yol açmıştır. Fakat bu farklılaşmanın, beklendiği düzeyde olumlu getirilerinin bulunduğunu söylemek güçtür. Kimi sosyal medya içerikleri, toplumun belirli bir kesimi için çeşitli riskleri de içerisinde barındırmaktadır. Bu risklerle ile en sık karşılaşılan kesimler ise çocuklar ve ergenler olmaktadır. Henüz gelişme çağında ve dünyayı tanıma

evresinde olan bu bireylerin sosyal medyada karşılaştıkları, olumsuz niteliğe sahip imgeleri rasyonel bir biçimde değerlendirmelerini beklemek son derece zordur. Bu nedenle hem sosyal medyada içerik paylaşımına hem de sosyal medyanın kullanımı konusuna, çocuk ve ergenlerin çevresindeki, ebeveynleri başta olmak üzere herkesin dikkat etmesi gerekmektedir.

Sağlık konusu temelinde değerlendirildiğinde, sosyal medyanın sağlık içerikli unsurların paylaşımı açısından son derece aktif bir mecra olduğunu belirtmek mümkündür. Özellikle de beslenme konusunda çok sayıda tavsiye veren paylaşımın ve gıda ürünleri tanıtımlarının yer aldığı sosyal medyada, yanıltıcı nitelikte ve sağlıksız gıda ürünlerini ön plana çıkaran paylaşım ve içeriklerin yarattığı olumsuz etkiler, çocuklar ve ergenler üzerinde, tahmin edilenden çok daha fazla etki yaratabilmektedir. Dünya genelinde, beslenme temelli sağlık sorunlarının giderek arttığı mevcut süreçte, sosyal medyadaki sağlıksız gıda ürünlerine yönelik paylaşımların tetiklediği ya da tetikleyebileceği sağlıksız beslenme eğilimi, gelecek nesillerin yaşamlarına zarar verebilecek türdendir. Çocuklar ve ergenlerin, atıştırılabilir gıda ürünleri başta olmak üzere fast-food tarzı gıda ürünlerine olan ilgileri göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya, bu açıdan dikkatle incelenmesi gereken bir mecra haline gelmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Teknolojinin ilerleyen formu ile birlikte internet kavramının ve işleyişinin de içeriği değişmiştir. Web 2.0 olarak adlandırılan ağlar ile birlikte başlayan yoğun iletişim ve etkileşim süreci, beraberinde birçok farklı uygulamanın ortaya çıkışına da yol açmıştır. Bunlardan biri olarak sosyal medya, derin bir sosyal etkileşime dayanan, topluluk oluşturma kapasitesine sahip ve anlık olarak birlikte hareket etme becerilerini geliştiren web siteleri ya da web ağlarını tanımlamaktadır. Yazılı, görsel ve sesli içeriklerin paylaşımına imkân sağlayan sosyal medya, internet temelinde, tüm teknolojik ve mobil araçlarla iletişim kurulmasına dayanmaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015, s. 257).

Bireylerin gündelik yaşamı içerisinde artık önemli bir yere sahip olan sosyal medya, tüm dünyadaki gelişmelerin ve yaşanan gelişmelerin takibine imkân sağlayan bir anlık iletişim platformu haline gelmiştir. Hem bireyler hem de kurumlar için sosyal medya, kendilerine dair bilgileri kolaylıkla paylaşmalarına fırsat veren bir yapıya sahiptir. Eğlence, oyun, arkadaşlık kurma, içerik paylaşma vb. faaliyetlere uygun alan oluşturan sosyal medya, özellikle bireysel anlamda bir kimlik tanıtımı ve ispatı alanına da dönüşmektedir (Utma, 2019, s. 121).

Bireyler ve kurumlar arasındaki iletişim ve etkileşimi fiziksel boyuttan sanal boyuta taşıyan sosyal medya, enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşımı konusunda ön plana çıkan bir mecra haline gelmektedir. Bunun yanı sıra, sosyal medya, bireysel anlamdaki sosyalleşme becerisinin gelişimi konusundaki katkısının yanı sıra, kurumsal olarak şirketlerin iş potansiyellerini artırma ve iş ilişkilerini geliştirme konusunda da önemli katkılar sunmaktadır (Güzel, 2020, s. 95-96).

2.2. Sosyal Medyanın İnsan Yaşamındaki Yeri

Bir ağ olarak sosyal medya, geçen yıllar içerisinde, insan yaşamındaki önemli iletişim mecralarından biri olarak ön plana çıkmaktadır. Bu mecra bazı bireyler açısından hayatlarının akışı içerisinde kısıtlı bir zaman dilimi ayırdıkları bir süreci ifade ederken, bazı bireyler için hayatlarının akışı içerisinde vazgeçilmez ve buna paralel olarak yoğun bir şekilde kullandıkları bir iletişim aracına dönüşmektedir. Fakat yoğun sosyal medya kullanımı gerçekleştiren bireyler açısından bu davranış biçimi vazgeçilmesi zor bir davranışın ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Bu durum bir bağımlılık haline gelebildiği gibi bireylerin yaşamlarının normal düzeninin aksamasına da sebebiyet verebilmektedir (Zaremohzzabieh, Samah, Omar, Bolong ve Kamarudin, 2014, s. 108).

Genel olarak ele alındığında, bireylerin, sosyal medyayı, hayatlarında, giderek daha değerli bir unsur olarak değerlendirmelerine sebebiyet veren unsurları aşağıdaki şekilde ele almak mümkündür (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013, s. 24-25; Sümer, 2017, s. 167-169):

- Fiziksel anlamda yeni alanları keşfetmenin ve insanlar ile tanışmanın yerine, sanal bir dünyanın keşfinin daha cazip görülmesi.
- Boş zaman geçirmek konusunda yeterli derecede çekici ve nitelikli alternatiflerin bulunmaması.
- Sosyal medya üzerinde, anlık bir şekilde, sınırsız sayıda içeriğe ulaşma imkânının sağlanması.

- Bireylerin ilgi alanlarına yönelik çok sayıda unsura kolaylıkla erişilmesi adına gereken kaynakların bulunması.
- Özellikle gençler nezdinde, sosyalleşmek adına nitelikli bir alternatif alan olarak görülmesi.
- Sadece sosyalleşmek ile ilintili olarak değil, haber, eğitim, magazin, spor vb. alanlara dair, ulusal ve uluslararası ağlarda, çok sayıda içeriğin ücretsiz bir şekilde görüntülenebilmesi.
- Bireylerin farklı ihtiyaçlarına cevap verebilmek adına, yeterli sayıda mecranın varlığı ve bu şekilde beğeniler temelinde içeriklerin seçilebilmesi.
- İçerik kişiselleştirme şansına sahip olunması ve bu imkânın herkese eşit bir biçimde verilmesi.

Sıralanan unsurlara göre sosyal medya ile birlikte bireylerin yaşamı, bir sınırsızlık ve yeni bir dünyanın keşfi ile birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Bu şekilde, bireyler, sanal olarak değerlendirilse bile, kendileri için yeni bir yaşam alanını keşfetmektedirler. Somut dünyada arzulanan ve beklenen eşitlikçi ortam sosyal medya ile birlikte bireylerin eline geçtiğinde, bu mecranın, bireylerin yaşamları için daha vazgeçilmez hale gelmesi söz konusudur.

Başka bir açıdan ele alındığında, sosyal medya, bireylerin fiziksel ve mental anlamda hayatlarına bir yön vermeleri için sunduğu çeşitli imkânlarla dikkati çekmektedir. Bu yön verme kapasitesi, olumlu ya da olumsuz bir niteliğinin bulunduğu tartışmalı olmakla birlikte bireylerin sosyal medyadan edindikleri bilgiler, yaşamları dâhilinde, etkin bir şekilde kullanma isteğinde oldukları görülmektedir. Bu durum, gerçek anlamda, sosyal medyadaki yaşam modelinin, bireyleri yönlendirme ve şekillendirme konusunda ne şekilde bir etki düzeyine sahip olduğunu da ortaya koymaktadır. Böylelikle bireyler, yaşamlarının dâhilinde, farklı bir yön bulabilmek adına sosyal medya da görmüş oldukları imgelere büyük bir değer verme eğilimindedirler (Ameddah, 2020).

Her ne kadar sosyal medya bireylerin yaşamları içerisinde önemli bir yere sahip olmaya başlasa da insan yaşamını şekillenmesi konusundaki etkililiği olumsuz bir şekilde ele alınmaktadır. Uzun bir zaman boyunca sosyal medyanın etkilerine maruz kalan bireylerin sosyal hayatın sekteye uğradığı, uyku ve beslenme sorunlarının derinleştiği ve yaygınlaştığı görülmekle birlikte bu tür bir dijital unsurun insan yaşamındaki baskınlığı, ilerleyen süre zarfında, farklı olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bireyler, sosyal medyada yer alan gelişmeleri takip etme, bu mecrada daha fazla aktif olma ve kendilerini daha sık ve güçlü bir şekilde ifade edebilmek için sosyal medya için harcadıkları zamanı uzatmaktadırlar (Kıran, Küçükboşancı, ve Emre, 2020, s. 436).

2.3. Sağlıksız Beslenme

Toplumsal anlamda, dünya üzerindeki en önemli sağlık sorunlarının başında, bireylerin, sağlıklı beslenme alışkanlıklarını bir kenara bırakarak, keyif aldıkları gıda ürünlerini tüketmeye yönelik olarak sağlıksız besin ürünlerini tercih etme eğilimi göstermeleridir. Sadece belirli bir gıda ürününün tüketimine bağlı olarak gerçekleştirilen sıradan bir tercih gibi gözüксе de sağlıksız beslenme, fiziki ve psikolojik olarak yarattığı olumsuz zincirleme etkiler dâhilinde değerlendirilmektedir. Bireyler, tercih ettikleri sağlıksız besinlerin niteliğine paralel olarak bu süreçten olumsuz etkilenirken, bu tüketim alışkanlığı rutin haline alabilmektedir (Gül, 2011, s. 10).

Sağlıksız beslenme sorunu, yetişkinlerin yaşamları dâhilinde ele alınmasına karşın, çocuk ve genç bireyler nezdinde de ciddi ölçekte bir sorun haline almaktadır. Bu durum, özellikle, gelişme çağındaki olan bireyler açısından, sağlıklı ve doğru besin öğelerine yönelmemeleri neticesinde, sürecin gelecek yaşamlarına zarar vermesine neden olabilmektedir. Beslenme alışkanlıkları yaşamlarının çok erken yaşlarında olumsuz yönde şekillenen bireyler, fiziksel açıdan, bu sorunun izlerini, zamanla daha fazla hissederlerken, sağlıksız beslenme alışkanlıklarının bir davranış biçimine dönüşmesi gelecek adına daha büyük sorunların zeminini oluşturmaktadır (Demirezen ve Coşansu, 2005, s. 175).

Diğer taraftan, sağlıksız beslenme, sadece bir tercihin sonucu olarak varlığını göstermemektedir. Bunun ötesinde, sağlıklı gıda ürünlerine ulaşma konusunda yeterli imkanları bulunmayan bireyler de sağlıksız ve hijyenik nitelikleri yeterli olmayan gıda ürünlerini tüketmek zorunda kalmaları sonucu, ciddi boyutlara varan ve kalıcı niteliği bulunan sağlık sorunları ile karşılaşmaktadırlar. Bu durumun en çok olumsuz etkilediği grup olarak da çocuklar, kronik hastalar ve yaşlılar ön plana çıkmaktadır. Söz konusu gruplar, sağlıklı gıda ürünlerine ulaşma şansı bulamadıklarında, mevcut ya da sonraki süreçte karşılaştıkları sağlık sorunlarının boyutlarının tırmandığı görülmektedir (FRAC, 2017).

Konunun diğ er boyutunda ise sağlıksız beslenme açısından, bireysel alışkanlıklar ve bu alışkanlıkların kalıcı hale gelmesinin, bu tür bir beslenme şeklinin normal olarak algılanması söz konusudur. Bu kalıcı durum, sağlıksız beslenmeyi meşru ve doğru bir beslenme şekli haline getirirken, bireylerin sağlıksız bir beslenme şekli ile ilgili görüşleri rutin bir hal almaktadır. Fakat geçen zamanla birlikte bireylerin sağlıksız bir beslenme süreci neticesinde karşılaştıkları sağlık sorunları da tıpkı beslenme şekillerinin rutin olması gibi doğal bir hale dönüşmektedir (Musaiger, 2016, s. 384-385).

2.4. Bireylerin Sağlıksız Beslenme Tercihinde Etkin Unsurlar

Bireylerin kendi tercihlerinin ötesinde, çevrelerinde cereyan eden ve gözlemledikleri gıda tüketim tercihleri, besinleri seçerken fikirlerini yönlendirme kapasitesine sahiptir. Bu noktada, bireyler, zaman içerisinde, kendileri açısından sağlıklı olan ürünler ile ilintili olarak bir tercihte bulunmak yerine, tüketmekten zevk aldıkları gıda ürünlerine yönelmektedirler. Zevk odaklı bir gıda tercihi, bireylerin, zamanla, sağlıklı yiyeceklerin yerine söz konusu tercihlerine yönelik zaman ve bütçe harcamalarına sebebiyet vermektedir. Bunun yanı sıra, gündelik yaşamın akışı içerisinde, bireyler, buldukları ortamlarda, hazır gıda ürünlerine dayalı olarak, sağlık unsurlarını bünyesinde barındırmayan gıda unsurlarını tercih etmek durumunda kalmaktadırlar (Recitas, 2014, s. 84).

Genel anlamda değerlendirildiğinde, bireylerin sağlıksız bir şekilde beslenmelerine odaklı olarak onları yönlendiren unsurları aşağıdaki şekilde değerlendirmek (Fuhrman ve Phillips, 2018, s. 23-26):

- Hareketsiz bir yaşam tarzının benimsenmesi neticesinde hazır gıdaların tercihine yönelik istek.
- Sebze ağırlıklı gıda tüketiminin bir kenara bırakılmak sureti ile et ürünlerine odaklı bir gıda tüketiminin tercih edilmesi.
- Yoğun çalışma temposuna bağlı bir şekilde evde yapılan yemeklerin yerine hazır gıda ürünlerinin tüketiminin yaygınlaşması.
- Hazır gıda ürünlerindeki yelpazenin genişlemesine paralel olarak fiyatlar düzeyinin de gerilemesi.
- Özellikle çocukların ve genç neslin hazır gıdaları tüketme konusundaki isteklerinin üst düzeyde olması.
- İş yerlerinde, yemek şirketlerinin hazırlamış olduğu menülerin, belirli oranda hazır gıda ürünlerini barındırması.
- Restoran sayısının artması ve hazır gıda konusunda çok sayıda seçeneğin bulunması neticesinde tüketicilerin, damak zevklerine uygun hazır gıda ürünlerine yönelmeleri.

Sıralanan unsurlar göz önünde bulundurulduğunda, bireylerin gıda tüketimi konusundaki tercihlerinin yanı sıra içerisinde yaşamış oldukları hayatın şartlarının da bireylerin sağlıksız beslenme konusunda baskı altında kaldıkları görülmektedir. Bu görüntü, sağlıksız bir beslenme faaliyetinin beklendiği şekilde, yalnızca bireylerin tercihleri ile ilintili olmadığını, bunun ötesinde, çevresel etmenlerin de sürece etki ettiğini göstermektedir.

2.5. Sağlıksız Beslenme Eğilimlerinin Bireyin Yaşamındaki Yansımaları

Sağlıksız beslenme eğilimi ve sorunu, yalnızca bireylerin sağlıklarını ilgilendirdiği yönünde değerlendirilse de konunun artık bireysel olmanın dışına çıktığı fark edilmektedir. Buna göre konu, ulusal ve uluslararası açıdan, ciddi boyutlara erişmiş bir toplumsal sorun halini almıştır. Bu nedenle, devlet yönetimleri, toplumsal politikalarını şekillendirirken, sağlıklı toplum stratejilerinin içerisinde sağlıklı beslenme konusunu ön plana çıkarmaktadırlar. Hükümetler, bireylerin yaş aralıklarını göz ardı etmek sureti ile niteliksiz beslenmenin yarattığı çeşitli sağlık sorunlarına karşı toplumu bilinçlendirme odaklı faaliyetler yürütmektedirler (Mozaffarian, Angell, Lang ve Rivera, 2018, s. 1).

Sürecin genel görünümüne bakıldığında, sağlıksız beslenme sorununun, bireyler üzerinde etkili olduğu çok sayıda rahatsızlığın temelini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bunlar arasında ön plana çıkan en önemlisi olarak obezite gösterilebilecektir. Giderek daha hızlı bir biçimde yayılan obezite, çok erken yaşlarda bireylerin, kolesterol sorunu başta olmak üzere birçok farklı sağlık tehdidi ile yüzleşmelerine neden olmaktadır. Düzenli olarak tercih edilen, nitelikten yoksun gıda ürünlerinin yoğun tüketimi obeziteyi tetiklerken ve daha yaygın hale getirirken birbirinden farklı sağlık tehditlerine de kalıcı ve güçlü bir zemin yaratmaktadır (Barlow, Reeves, McKee, Galea ve Stuckler, 2016, s. 810).

Sağlıksız beslenme davranışının, bireylerin gündelik yaşamları içerisindeki negatif yönlü yansımalarını aşağıdaki unsurlara bağlı olarak değerlendirmek mümkündür (Barlow, Reeves, McKee, Galea ve Stuckler, 2016, s. 810-811; Khan, Khan, Zia-ul-Islam, Baber ve Khan, 2018, s. 17-19):

- Obezite ve kolesterol başta olmak üzere, iç organlara kalıcı hasarlar verebilecek ve farklı rahatsızlıklara sebebiyet verebilecek fiziksel sorunlar oluşabilmektedir.
- Kalp ve damar tıkanıklıkları sorunlarına bağlı olarak gündelik yaşamda gerçekleştirilen birçok rutin faaliyetin gerçekleştirilmesi engellenmektedir.
- Bireylerin kısıtlı bir besin grubu ile ve ilaç kullanımı odaklı bir şekilde hayatlarını sürdürme tehdidi yaşamaları söz konusudur.
- Devamlılığı olan tedavi süreçlerine bağımlı olarak tıbbi zorluklar içeren faaliyetlere katılmak zorunda kalınması gerekebilmektedir.
- Fiziksel sorunların tetiklediği şekilde, farklı psikolojik sorunların da yaşanması daha kolay hale gelmektedir.
- Başta sportif faaliyetler sayılmak üzere, birçok aktif eylemin gerçekleştirilmesinin engellenmesi riski ortaya çıkmaktadır.
- Sürdürülen tedavi süreçlerine bağlı olarak sosyal hayatın rutin düzenin aksaması riski ile karşılaşmaktadır.
- Sinir sisteminin yaşanan hasar nedeni ile bireylerin gündelik davranışlarında yaşanan ve gözle görülebilen sorunlu davranışların ortaya çıkması muhtemeldir.
- Vücudunda belirli oranda kas, su ve doku kaybı yaşamasına bağlı olarak tedavisi mümkün olmayan sağlık sorunlarının ortaya çıktığı gözlemlenmektedir.

Yukarıda dile getirilen sağlık sorunlarının geneli incelendiğinde, sağlıksız beslenme davranışlarının, organ sağlığından sinir sistemine; psikolojik sağlıktan özel yaşama dek uzanan, geniş bir yelpazede bireylerin yaşamları için ciddi boyutlara varan risk ve tehditler içerdiği fark edilmektedir. Zamanla, kalıcı olmaları muhtemel olan bu hastalıklar, bireylerin yaşamların, gördükleri tedaviler ve sağlıksız beslenme eğilimleri ile de kolaylıkla geri döndürülemez sorunlar haline gelmektedir.

2.6. Sosyal Medya-Sağlıksız Beslenme İlişkisi

Sosyal medyanın insan yaşamında yaratmış olduğu yoğun etki bireylerin yaşamlarının birçok farklı alanında ve farklı faaliyetlerinde görülebilen, beslenme bunlardan biri olarak ön plana çıkmaktadır. Sosyal medya da görülen gıda reklamları, gıda tüketim önerileri, beslenmeye dair mesajlar, diyet vb. unsurlar, zamanla, bireylerin gıda tercihlerindeki önceliklerini şekillendirmektedir. Bu şekilde, sosyal medyanın gerçekleştirmiş olduğu yönlendirme ile birlikte bireyler, daha farklı beslenme şekillerini benimsemek ve bunu da sosyal medya üzerinden paylaşmak sureti ile kendilerine yeni bir tüketim davranışı biçimi benimsemektedirler (Tepe, 2019, s. 22).

Genel olarak sosyal medya üzerinde, belirli kişilerin yaptıkları paylaşımlar, kendilerini takip eden diğer bireylerin besin tercihleri açısından yönlendirici olsa da bu durum, yanlış bir beslenme şeklinin benimsenmesi neticesinde, çeşitli sağlık sorunlarının ortaya çıkmasına ve giderek daha da tırmanmasına sebebiyet verebilecektir. Özellikle de sosyal medyada takip edilen bireylerin fiziksel görünümüne benzemek adına belirlenecek olan beslenme şekli, zamanla, sağlıklı beslenme davranışından sağlıksız bir beslenme davranışına geçişi mümkün hale getirecektir (Griffiths, 2018, s. 150).

Konu ile ilgili bir başka husus, hazır gıda ürünleri üreticilerinin, yoğun bir biçimde kullandıkları sosyal medya hesapları aracılığıyla geniş kitlelere ulaşabilme imkânı elde etmeleridir. Söz konusu şirketler, kendilerine ait olan gıda ürünlerinin daha fazla göz önünde olması ve daha fazla tüketici kitlesi tarafından tercih edilmesi adına sık bir şekilde reklam çalışmalarının yürütmektedirler. Sosyal medyayı gün içerisinde etkin bir şekilde kullanan bireyler açısından, birer tüketici olarak hazır gıda ürünlerinin reklamlarına maruz kalmaları, söz konusu reklamlardan etkilenmek sureti ile sağlıklı gıda ürünlerine yönelik tüketim alışkanlıklarını yavaş yavaş terk etmelerine sebebiyet verebilmektedir (Lwin, Malik, Ridwan ve Au, 2017, s. 899-900).

Son yıllarda, hazır gıda ürünleri üreticisi olan şirketlerin sosyal medya paylaşımlarının etkili bir şekilde yönlendirdiği kesim olarak değerlendirilebilecek olan çocuklar, sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmaları neticesinde, söz konusu şirketlerin gıda odaklı mesajlarına maruz kalmaktadırlar. Bu mesajlar, çocukların yaşlarına ve ihtiyaçlarına uygun gıda ürünlerini tercih etmekten ziyade, daha sağlıksız gıda ürünlerine yönelmelerine sebebiyet verebilmektedir. Aynı zamanda, bu tür gıdaların tüketimi, çocukların günlük rutini haline alabilmektedir. Ebeveynlerin de sürece dahil olmakta gecikmeleri ya da etkisiz kalmaları neticesinde çocuk yaşlarda, sosyal medya etkisi ile düzensiz ve sağlıksız bir gıda tüketimi alışkanlığı ortaya çıkabilmektedir (Sabbagh, Boyland, Hankey ve Parrett, 2020, s. 2).

2.7. Literatür Taraması

Griffiths, Murray, Krug ve McLean (2018, s. 153-155), araştırmalarında ergenlik dönemindeki erkeklerin, sosyal medya mecralarında karşılaşmış oldukları ideal erkek vücudu olarak sunulan imge ve videoları büyük bir ilgi gösterdiklerini tespit etmişlerdir. Fakat katılımcıların, söz konusu mecralardaki imge ve videolardaki erkeklerin vücuduna sahip olmak adına yanlış bir beslenme şekli benimsediklerini de belirlemişlerdir. Bu durum, zaman içerisinde, katılımcıların, ciddi ölçekli sağlık sorunları ile karşılaşmalarına sebebiyet vermiştir. Yine, araştırmacıların tespitlerine göre bu tür bir durumun ortaya çıkışında, ergen erkeklerin, kendilerine örnek olarak seçtikleri, sosyal medyadaki erkeklerin durumlarını ve çalışmalarını sorgulamadan besin tercihinde bulunmalarının etki olduğu anlaşılmaktadır.

Obesity Policy Coalition (2018) organizasyonu tarafından, Avustralya özelinde yapılan araştırmada, sosyal medya mecraları üzerinde, video olarak sunulan görsel içeriklerin, çocukların beslenme alışkanlıklarına olumsuz yönde bir etkisinin bulunduğu keşfedilmiştir. Araştırmanın ortaya koymuş olduğu üzere, sosyal medya üzerinde tanıtım gerçekleştiren gıda üreticileri, ürün satışına odaklı faaliyetlerinde, çocukların sağlığına odaklı olup olmadığına bakılmaksızın, yoğun bir reklam kampanyası yürütmektedirler. Çocuklar, dijital mecralarda yoğun bir şekilde vakit geçirmelerine paralel olarak da söz konusu tanıtım faaliyetlerinden olumsuz yönde etkilenmekte ve gıda tüketim alışkanlıklarının içerisine reklamını gördükleri sağlıksız hazır gıda ürünlerini eklemektedirler.

Folkvord, Bevelander, Rozendaal ve Hermans (2019, 10-13), sosyal medya mecrasında “vlog” olarak adlandırılan ve içerik oluşturanların yaşamlarına dair bilgilerin görüntülü olarak paylaşıldığı videoların çocuklar üzerindeki gıda tüketim etkilerini araştırmışlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar çocukların çoğunluğunun sıklıkla vlog göstermektedir. Çocuklar, vlog'larda gösterilen, çoğunlukla yiyecek ve içecek olan, aynı zamanda “sağlıksız” olarak nitelendirilen ürünleri ve onların bağlı bulunduğu markaları güçlü ve kolay bir şekilde hatırlamışlardır. Bu şekilde, çocuklar, söz konusu vlog'ların içerisinde bahsedilen sağlıksız gıda ürünlerini, birincil tercihleri haline getirebilmektedirler.

Kent, Pauzé, Roy, de Billy ve Czoli (2019,s.6), Kanada özelinde, ergenlere yönelik olarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında sosyal medyanın, sağlıksız gıda tercihlerini olumlu yönde etkilediğine ve bu durumun geniş bir kitleye etki ettiğine dair hipotezlerini test etmeye çalışmışlardır. Araştırmacıların hipotezleri doğrulanmakla birlikte çalışmanın ön plana çıkarılabilecek olan bulgusu, sosyal medya üzerinde, atıştırmalık, şekerleme vb. gelişme çağındaki bireyler için zararlı olarak nitelendirilen ürünlerin tanıtımlarının bu ürünlerin tüketimini arttırdığı gibi ergen bireylerin kendi aralarında da bu konuda bir davranış yayılımının olduğu görülmektedir. Buna göre sosyal medyada, sağlıksız besin ürünlerine yönelik olarak paylaşımları beğenen ergen bireyler, bu paylaşımları kendi akranları arasında da paylaşarak söz konusu ürünlerin kullanım alanını genişletmektedirler.

Coates (2020, s. 4-7), “influencer” olarak adlandırılan ve sosyal medya üzerindeki, çeşitli konulara dair paylaşımları ile kitleleri yönlendiren bireylerin paylaşımlarında tanıttıkları ve tükettikleri, atıştırmalık türündeki sağlıksız gıdaların çocukların gıda tüketimi tercihine olan etkilerini değerlendirmişlerdir. Araştırmacıların tespiti, influencer bireylerin atıştırmalık olarak paylaştığı ürünlerin, çocukların gıda tüketim tercihlerini doğrudan ve olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Buna göre çocuklar, söz konusu atıştırmalıkları kendileri için en uygun besin tercihi olarak görmekte ve sağlıklı olarak çevrelerinden yönlendirilen gıda ürünlerinden daha fazla ön planda tutmaktadırlar.

Alruwaily, Mangold, Greene, Arshonsky, Cassidy, Pomeranz ve Bragg (2020, s. 4-7), influencer unsurunun, sosyal medya aracılığıyla çocukların sağlıksız beslenme sorununu tetikleyici rollerini başka bir açıdan ele almışlardır. Araştırmacılar, özellikle YouTube mecrası üzerinde yer alan çeşitli videolarda, influencer olarak yayınlar gerçekleştiren çocukların tükettikleri atıştırmalık, hazır gıda, şekerleme vb. sağlıksız besinlerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerin incelemişlerdir. Bulgular, çocuk influencer yayınlarının, diğer çocukların beslenmesi tercihlerinin etkilenmesi için son derece güçlü bir yönlendirme

becerisinin bulunduğunu göstermektedir. Bu şekilde, izleyici çocuklar, yaşlılarının yayınlarına paralel olarak anlık olarak gördükleri sağlıksız gıda ürünlerini tüketme eğiliminde ısrarcı olmaktadır.

Harris, Jokum ve Fleming-Milici (2020, s. 3-5), “junk food” yani “çöp gıda” olarak nitelendirilen ürünlerin üreticilerinin, sosyal medyayı ne denli aktif bir şekilde kullanarak ergen bireyler üzerinde etkili olduklarını araştırmışlardır. Araştırmanın bulguları, söz konusu gıda ürünlerini üreten şirketlerin, ergen bireylerin sosyal medya kullanım yoğunluklarına göre hareket ettiklerini ve sosyal medyadaki reklam faaliyetlerini buna göre şekillendirdiklerini göstermektedir. Buna paralel olarak ise şirketler, ergen bireylerin sağlıklı gıda tüketim alışkanlıkları değiştirmelerine ve bu bireylerin, kendi gıda ürünlerini tüketmeye yöneldiklerini belirlemişlerdir.

Harris, Jokum ve Fleming-Milici (2020, s. 1), yapmış oldukları araştırmada, ergen sosyal medya kullanıcılarının, sosyal ağlar üzerinde görmüş oldukları gıda ürünlerinin hangileri ile kendilerini özdeşleştirdiğini incelemişlerdir. Araştırmanın elde edilen çıktılara göre katılımcı ergenlerin yaklaşık yarısı (%54) fast food, şekerli içecekler (%50), şeker (%46) ve atıştırmalık (%45) markalarıyla etkileşimde bulduklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda, katılımcıların günde iki saatten fazla sosyal medyaya maruz kalmaları, söz konusu markalar ve ürünleri ile aralarındaki bağı güçlendirirken bu markaların ürünlerinin tüketim miktarını da arttırmaktadır.

Chung, Vieira, Donley, Tan, Jean-Louis, Kiely Gouley ve Seixas (2021, s. 8-9), farklı ülkelerde bulunan 10 ve 19 yaşları arasındaki çocuk, ergenler ve gençlerin, sosyal medyada karşılaştıkları paylaşımlara paralel olarak beslenme alışkanlıklarını ne şekilde oluşturduklarını sormuşlardır. Araştırmacıların tespitleri, çocuk katılımcıların, sosyal medya üzerinde, sağlıklı gıda ürünlerinin reklamlarına sık olarak rastlamadıklarını göstermektedir. Aksine, katılımcıların belirttiğine göre hazır gıda tüketimine yönelik mesajlar, imgeler, videolar ve iletiler çok daha fazla ve sık bir şekilde sosyal medya üzerinde kendilerine sunulmaktadır. Söz konusu tanıtım unsurları, katılımcıların gıda tüketim tercihlerini belirli oranda yönlendirmektedir.

Qutteina, Hallez, Raedschelders, De Backer ve Smits (2021, s. 9-12), ergenlerin gıda tüketim alışkanlıklarının bir tutum haline gelmesinde sosyal medyada yer alan paylaşımların ve karşılaşılan imgelerin etkilerini araştırmışlardır. Araştırmanın ortaya koymuş olduğu bulgular, gıda pazarlamasına ve sosyal medyadaki genel gıda mesajlarına kişisel olarak maruz kalma durumunun, ergenler arasında, sağlık gıda ürünleri temelindeki yeme tutumları, davranışları, algılanan normlar ve gıda okuryazarlığı ile olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Yine, araştırmaya dair çıktılar, söz konusu sağlıksız gıda ürünlerine maruz kalma ve alım arasındaki ilişkinin, gıda türüne bağlı olarak farklı bir biçimde ortaya çıktığını göstermektedir. Tanımlayıcı normlar, temel gıda dışı ürünler ile ilgili olarak sosyal medya paylaşımlarına maruz kalma ile temel gıda dışı ürünleri satın alma eylemi arasında pozitif ilişkiye aracılık ettiğini ortaya koymaktadır.

Sina, Boakye, Christianson, Ahrens ve Hebestreit (2022, s. 932-934), çocuklarda ve ergenlerde, sosyal medya kullanımının, gıda tercihlerini etkilemesi konusundaki ortak noktaların neler olduğunu araştırmışlardır. Araştırmacıların tespitleri, süreç içerisinde, çocukların ve ergenlerin, sosyal medya kullanım yoğunluklarının, bu mecrada gördükleri reklam ya da farklı şekillerde karşılaştıkları gıda ürünlerine olan eğilimlerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Çocuklar ve ergenler, sağlıksız olarak nitelendirilebilecek gıda ürünlerini tercih ederken hem psikolojik hem de sosyal anlamda bu tercihi yapmak zorunda olduklarını hissetmektedirler. Giderek artan reklam yoğunluğu, çocuk ve ergenlerin hazır gıdalar başta olmak üzere, sağlıksız gıda ürünlerine olan yönelimlerini güçlendirmektedir.

Birleşmiş Milletler önderliğindeki çocuk ve gençlere yönelik programlar dahilinde gerçekleştirilen bir araştırmada, Fretes, León, ve Véliz (2023, s. 14-18), Latin Amerika ve Karayipler’de yaşayan çocuk ve ergenlerin sosyal medya kullanımının, sağlıksız gıda tüketimi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın sonuçları, özellikle Latin Amerika ülkelerinde, sosyal medya üzerinde birlikte sunulan sağlıksız atıştırmalık ürünler ile alkollü olmayan içeceklerin, çocuklar ve ergenler açısından, zamanla, sosyal medya üzerinde geçirdikleri süre zarfı uzadıkça, söz konusu gıda ürünlerini kolay ve hızlı bir şekilde tüketilebilecek unsurlar olarak görmektedirler.

3. SONUÇ

Literatür genelinde ve konu ile ilgili farklı araştırmalarda, sosyal medya kullanımının insan yaşamında kapladığı geniş alan ve yarattığı güçlü etki açık bir biçimde fark edilmektedir. Bunun da ötesinde, çocuklar ve ergenler gibi sosyal medya içeriklerini yoğun bir şekilde tüketen bireyler açısından sosyal medyanın etkileri daha güçlü olmaktadır. Genel perspektiften ele alındığında, sosyal medya, özellikle, kendisini etkili bir iletişim aracı olarak gören ve geniş kitlelerce tanınan bireylerin güçlü bir yönlendirici rolüne sahip

olduğu bir mecradır. Bu durum, gıda tüketimi açısından da kritik bir değere sahip olmakla birlikte yapılan araştırmalar, bu açıdan, sosyal medyanın pozitif bir niteliğinin olmadığını göstermektedir.

Söz konusu yaklaşımı destekleyen bir çalışmada Turnwald, Anderson, Markus ve Crum (2022, s. 1), sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanan ve kamuoyunca isimleri bilinen, ünlü kişilerin sosyal medya hesaplarındaki gıda ürünlerine odaklı paylaşımların ne denli olumsuz sonuçlar yaratmaya yeterliliğinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Araştırmada ele alınan 181 ünlü ismin paylaşımlarındaki gıda ürünlerinin %87'lik kısmının sağlıklı olma açısından yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Özellikle de sponsorlar tarafından kendilerine sunulan bu ürünlerin tanınmış isimler tarafından tanıtımı, sosyal medyayı takip eden, her kesimden bireyin sağlıksız gıda ürünlerine olan yönelimlerini kolaylaştırabilmektedir.

Konu sağlıksız beslenme davranışı temelinde incelendiğinde, sosyal medyanın, çocuk ve ergen bireyler üzerindeki etkileri daha kritik bir nitelik taşımaktadır. Araştırmada yer alan literatür taraması dahilinde elde edilen bulguların değerlendirilmesi neticesinde, sosyal medya kullanımının, çocuk ve ergenlerin sağlıklı beslenme davranışından uzaklaştıkları, çoğunlukla atıştırma, şekerleme vb. odaklı bir gıda tüketim eğilimi içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Gerek sosyal medyada paylaşılan reklamlar gerekse de sosyal medya paylaşım gerçekleştiren bireylerin hesapları içerisinde yer alan gıda unsurları, gelişme çağındaki çocuklar ve bireylerin fiziksel olarak ihtiyaçlarını karşılama potansiyeline sahip gıda ürünleri değildir. Fakat çocuklar ve ergenler, bu gıda ürünlerini tüketmek konusunda ısrarcı olmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya kullanımının, insan sağlığı için gerekli ve yeterli niteliğe sahip gıda ürünlerini tercih etmede olumlu bir yönlendirici etkisinin bulunmadığı anlaşılmaktadır.

Tam aksi bir görüşe sahip olan Rutsaert, Regan, Pieniak, McConnon, Moss, Wall ve Verbeke (2013, s. 87-88), bireylerin doğru ve sağlıklı gıda tüketimi davranışları benimsemeleri açısından sosyal medyanın etkililiği ve pozitifliği üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, sosyal medyanın etkili iletişim şeklinin, her yaşta bireyin doğru bir şekilde beslenme davranışı benimsemeleri ve buna paralel olarak da rutin bir sağlıklı beslenme programına sahip olmalarına öncülük ettiği yönünde bulguların ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

Söz konusu araştırmaya paralel bir çalışmada Kulandaivelu, Hamilton, Banerjee, Gruz, Patel ve Stinson (2023, s. 5-6), ergen bireylerin sosyal medya kullanımlarının, sağlıklı gıda ürünlerini tüketimleri konusunda eğitilmelerine yardımcı olabileceğini öne sürmüşlerdir. Özellikle, dünya genelinde son derece popüler olan Facebook ve Instagram üzerinde çalışmalarını gerçekleştiren araştırmacılar, elde ettikleri bulgularda, yetkililerin ve ebeveynlerin sürece dâhil olmaları ile birlikte ergen bireylerin sosyal medyada görmüş oldukları sağlıklı gıda ürünleri ve sağlıklı beslenme şekillerine dair imgelerin olumlu sonuçlar yaratacağı görüşü ön plana çıkmaktadır.

İçerik açısından sosyal medyayı oluşturan, yöneten ve kullanan tüm kesimlerin bu mecranın yaratacağı etkiler açısından doğrudan ve dolaylı etkileri söz konusu olmaktadır. Sosyal medya kullanımının, çocuk ve ergenlerin sağlıksız gıda ürünlerini tüketmeleri konusunda yönlendirici bir etkisinin bulunduğu literatürde hâkim olan ve araştırma içerisinde bulgularına yer verilen çalışmalarda, özellikle, sosyal medyada paylaşım gerçekleştirilen ve geniş kitlelerin takip ettiği isimlerin büyük bir değerinin bulunduğu da görülmektedir. Bu noktada, influencer olarak adlandırılan sosyal medya yüzlerinin, kendilerine ilgi gösteren çocuk ve ergenlerin davranışların yön verme potansiyellerinin bulunduğu görülmektedir. Sağlıksız gıda ürünlerinin çocuk ve ergenlerin besin tercihleri açısından yayılımı konusunda da influencer niteliğindeki isimlerin çoğunlukla reklam amaçlı paylaşım ve mesajlarının dikkati çekmesi söz konusudur.

Fakat Smit, Buijs, van Woudenberg, Bevelander ve Buijzen (2020, s. 4-5), konu ile ilgili farklı bir bakış açısına sahiptirler. Araştırmacılar, 8-12 yaş aralığındaki çocuklar üzerinde yapmış oldukları çalışmada, influencer olarak adlandırılan sosyal medya yüzlerinin, sağlıklı beslenme konusunda yapmış oldukları paylaşımların, hali hazırda, sosyal medyayı yoğun olarak kullanan çocuklar üzerinde olumlu bir yönlendirme etkisinin bulunduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmacıların bulgularının ortaya koyduğu üzere, sanılanın aksine, influencer paylaşımları, çocukların onlarla olan bağlarına paralel olarak olumlu etki yaratmakta ve sağlıklı gıda ürünlerine yönelmelerine öncülük etmektedir.

Faydalı açıdan kullanımı konusunda düşüncelerin ve teorik yaklaşımların bulunmasına karşın, sosyal medyanın kontrol edilmesi zor yapısı nedeni ile belirli konulara dair toplumsal etkilerinin olumlu olması son derece zordur. Sağlıksız beslenme şeklindeki yönlendirmeler bunlardan biri olmakla konunun çocuklar ve ergenler üzerindeki olumsuz etkilerinin de bir kontrolsüzlük sonucu ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Buna istinaden, gelecek çalışmalarda konunun ebeveynler, çocukların ve ergenlerin çok yoğun bir şekilde iletişim halinde olduğu eğitimciler ve sosyal medya içerik üreticileri açısından da değerlendirmeye tabi tutulması son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

- Alruwaily, A., Mangold, C., Greene, T., Arshonsky, J., Cassidy, O., Pomeranz, J. L., and Bragg, M. (2020). Child Social Media Influencers and Unhealthy Food Product Placement. *Pediatrics*, *146*(5),1-10. <https://doi.org/10.1542/peds.2019-4057>
- Ameddah, M. A. (2020). The Influence of Social Networks on Human Society. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/344955651_The_Influence_of_Social_Networks_on_Human_Society.
- Barlow, P., Reeves, A., McKee, M., Galea, G., and Stuckler, D. (2016). Unhealthy diets, obesity and time discounting: a systematic literature review and network analysis. *Obesity reviews : an official journal of the International Association for the Study of Obesity*, *17*(9), 810–819. <https://doi.org/10.1111/obr.12431>
- Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely Gouley, K., and Seixas, A. (2021). adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review. *Journal Of Medical Internet Research*, *23*(6), 1-12.
- Coates, A. E. (2020). Social media influencer marketing and children’s food intake: a randomized trial. *PEDIATRICS*, *143*(4), 1-9.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Demirezen, E. ve Coşansu, G. (2005). Adölesan çağı öğrencilerde beslenme alışkanlıklarının değerlendirilmesi. *Sted*, *14*(8), 174-178.
- Firmansyah, F., Tamtomo, D. G. and Cilmiaty, R. (2020). Comparing the effect of nutritional booklets and social media on knowledge and consumption of fattening foods among adolescents in Surakarta, Indonesia. *International Journal of Nutrition Sciences*, *5*(2), 88-93.
- Fleming-Milici, F. and Harris, J. (2020). Adolescents’ engagement with unhealthy food and beverage brands on social media. *Appetite*, *146*, 1-8.
- Folkvord, F., Bevelander, K.E., Rozendaal, E., and Hermans, R. (2019). Children’s bonding with popular YouTube vloggers and their attitudes toward brand and product endorsements in vlogs: an explorative study. *Young Consumers*, *20*(2), 1-15.
- FRAC (2017). The Impact of Poverty, Food Insecurity, and Poor Nutrition on Health and Well-Being. FRAC. <https://frac.org/wp-content/uploads/hunger-health-impact-poverty-food-insecurity-health-well-being.pdf>
- Fretes, G., León, K. and Véliz, P. (2023). *Digital marketing of unhealthy foods and beverages directed to children and adolescents in Latin America and the Caribbean*. New York: UN.
- Fuhrman, J. and Phillips, R. (2018). *Fast food genocide: how processed food is killing us and what we can do about it*. California: HarperOne.
- Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., and McLean, S. A. (2018). The contribution of social media to body dissatisfaction, eating disorder symptoms, and anabolic steroid use among sexual minority men. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.*, *21*(3), 149-156. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>
- Gül, T. (2011). *Sağlıklı beslenme kavramı ve üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarına yönelik tutum ve davranışları: Çukurova Üniversitesi örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi.
- Güzel, C. (2020). Sosyal medyanın neliği, gelişimi ve kullanım alanları üzerine kuramsal bir inceleme. *Sosyolojik Düşün*, *5*(2), 93-112.
- Harris, J. L., Jokum, S. and Fleming-Milici, F. (2020). Hooked on junk: emerging evidence on how food marketing affects adolescents’ diets and long-term health. *Springer Current Addiction Reports*, (November 2020), 1-9.
- Kent, M. P., Pauzé, E., Roy, E. A., de Billy, N., and Czoli, C. (2019). Children and adolescents' exposure to food and beverage marketing in social media apps. *Wiley Pediatric Obesity*, *14*, 1-9. <https://doi.org/10.1111/ijpo.12508>
- Khan, A., Khan, S.U., Khan, S., Zia-ul-Islam, S., Baber, N.K. and Khan, M. A. (2018). Nutritional complications and its effects on human health. *J. Food Sci. Nutr.*, *1*(1), 17-20.

- Kıran, S., Küçükboşancı, H. ve Emre, İ. E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
- Kulandaivelu, Y., Hamilton, J., Banerjee, A., Gruzd, A., Patel, B., and Stinson, J. (2023). Social Media Interventions for nutrition education among adolescents: scoping review. *JMIR Pediatr Parent*, 6, 1-12. <https://doi.org/10.2196/36132>
- Lwin, M. O., Malik, S., Ridwan, H., and Au, C. S. S. (2017). The effects of media exposure and parental mediation on fast-food consumption among Indonesian children in metropolitan and suburban areas. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 26(5), 899-905. <https://doi.org/10.6133/apjcn.122016.04>
- Mozaffarian, D., Angell, S. Y., Lang, T., and Rivera, J. A. (2018). Role of government policy in nutrition—barriers to and opportunities for healthier eating. *Science And Politics of Nutrition*, 361, 1-11. <https://doi.org/10.1136/bmj.k2426>
- Musaiger, A. (2016). Unhealthy eating habits, physical inactivity and sedentary behaviours among Arab adolescents the main risk factors for chronic disease. *ASPETAR Sports Medicine Journal*, 5(2), 384-388.
- Obesity Policy Coalition (2018). How Unhealthy Food Is Marketed To Children Through Digital Media. OPC. <https://www.opc.org.au/downloads/policy-briefs/how-unhealthy-food-is-marketed-to-children-through-digital-media.pdf>.
- Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., and Smits, T. (2021). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutrition*, (August 2021), 1-12. <https://doi.org/10.1017/S1368980021003116>
- Recitas, L. G. (2014). *The plan: eliminate the surprising "healthy" foods that are making you fat--and lose weight fast*. New York: Grand Central Publishing.
- Rutsaert, P., Regan, Á, Pieniak, Z., McConnon, Á, Moss, A., Wall, P. and Verbeke, W. (2013). The use of social media in food risk and benefit communication. *Trends in Food Science & Technology*, 30, 84-91.
- Sabbagh, C., Boyland, E., Hankey, C., and Parrett, A. (2020). Analysing credibility of UK social media influencers' weight-management blogs: a pilot study. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 1-17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17239022>
- Smit, C. R., Buijs, L., van Woudenberg, T. J., Bevelander, K. E., and Buijzen, M. (2020). The impact of social media influencers on children's dietary behaviors. *Front. Psychol.*, 10(2975), 1-6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02975>
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32. <https://doi.org/10.18094/si.92009>
- Sina, E., Boakye, D., Christianson, L., Ahrens, W., and Hebestreit, A. (2022). Social media and children's and adolescents' diets: a systematic review of the underlying social and physiological mechanisms. *Adv. Nutr.*, 3, 913–937. <https://doi.org/10.1093/advances/nmac018>
- Sümer, F. E. (2017). Sosyal medya kullanım pratikleri üzerine ampirik bir araştırma. *Global Media Journal*, 8(15), 166-181
- Tepe, S. Ö. (2019). Sosyal medya üzerinden diyet yapan bireylerin ortoreksiya nervoza ve yeme tutumlarının saptanması: Instagram örneği [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İnönü Üniversitesi.
- Turnwald, B. P., Anderson, K. G., Markus, H. R., and Crum, A. J. (2022). Nutritional analysis of foods and beverages posted in social media accounts of highly followed celebrities. *JAMA Network Open*, 5(1), 1-13. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2021.43087>
- Utma, S. (2019). Sosyal medya bağımlılığı üzerine kuramsal bir değerlendirme. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(2), 118-130.
- Zaremohzzabieh, Z., Samah, B., Omar, Z., Bolong J., and Kamarudinet, N.A. (2014). Addictive Facebook use among university students. *Asian Social Science*, 10(6), 107-116.