



## Sosyal Medyanın X ve Z Kuşağı Üzerindeki Yemek Yeme Davranışına Etkisi (The Effect of Social Media on Eating Behavior in Generations X and Z)

Arzu KILIÇLAR<sup>a</sup>, İsmail BOZKURT<sup>b</sup>, \*Gizem Sultan SARIKAYA<sup>c</sup>, Ayşe ŞAHİN<sup>d</sup>

<sup>a</sup>Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance and Travel Management, Ankara/Turkey

<sup>b</sup>Ankara Hacı Bayram Veli, Institute of Graduate Programs, Department of Tourism Management, Ankara/Turkey

<sup>c</sup>Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

<sup>d</sup>Akdeniz University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Antalya/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:21.09.2020

Kabul Tarihi:21.01.2021

### Anahtar Kelimeler

Yemek yeme davranışı

X ve Z kuşağı

Sosyal medya

### Öz

Bireylerin yemek yeme ihtiyacı fizyolojik, psikolojik, ekonomik, toplumsal ve kültürel süreçlerden etkilenmektedir. Diğer yandan 2000’li yıllarda internetin hızlı bir şekilde yayılması ve toplumsal hayata daha fazla etki eder hale gelmesi, küreselleşmeyle birlikte birçok sektörü etkiler hale gelmiştir. Dolayısıyla dünyanın geçirmiş olduğu bu dönüşüm ve küreselleşme yemek yeme olgusuna da etki etmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacı küreselleşme ile birlikte değişen yemek yeme davranışının kuşaklar üzerindeki etkisini sosyal medya aracı değişkenini kullanarak belirlemektir. Araştırmanın evrenini Eskişehir ili oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem çapı ise Yamane (2001)’nin formülü kullanılarak 384 olarak hesaplanmıştır ve kolyada örnekleme yöntemi kullanılarak toplamda 442 bireye ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket formu tercih edilmiştir. Bu doğrultuda çalışma sonucuna göre sosyal medya kapsamında kuşaklar arasındaki yemek yeme davranışının farklılaştığı belirlenmiştir.

### Keywords

Eating behavior

X and Y generations

Social media

### Abstract

Eating behaviour affected by physiological, psychological, economic, social and cultural processes. The rapid spread of the internet after that becoming more effective on social life has affected many sectors with globalization in 2000s. The transformation of the world and globalization have also affected the phenomenon of eating. The aim of the study is to determine the effect of eating behavior that changes with globalization on generations by using the social media variable. The population of the research is Eskişehir. The sample size of the study was calculated as 384 using the formula of Yamane (2001). A total of 442 individuals were reached using the convenience sampling method. Questionnaire form was preferred as data collection tool. In the findings phase of the research, the collected data were tabulated and interpreted primarily through descriptive statistics. In the continuation of the analysis, the findings of the validity and reliability analysis of the expressions in the Likert type scale were examined. According to the research, it is seen that the pre-purchase information seeking of the participants differs according to generations.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: gssarikaya@ogu.edu.tr (G. S. Sarıkaya)

DOI: 10.21325/jotags.2021.802