

BESLENME VE DİYETETİK ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADA DİYETİSYENLERİN PAYLAŞIMLARINA YÖNELİK GÖRÜŞLERİ VE SOSYAL MEDYAYA BAKIŞ AÇILARI

The Opinions of Nutrition and Dietetics Students on the Sharings of Dietitians on
Social Media and Their Perspectives on Social Media

Şule AKTAÇ*
Betül ÖZTÜRK**
Eda Nur METE***

ÖZET

Amaç: Bu çalışmada Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin diyetisyenlerin sosyal medya paylaşımları hakkındaki görüşleri ve sosyal medyaya bakış açılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Gereç ve Yöntem: Ocak- Mayıs 2021 tarihleri arasında yürütülen çalışmaya çevrim içi olarak 53 üniversiteden 403 öğrenci katılmıştır. Birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerin sıklıkları sırasıyla; %22,1, %17,9, %22,6 ve %37,4 olarak saptanmıştır. Veri toplama aracı olarak; yedi soruluk genel bilgiler, 12 adet sosyal medya ile ilgili sorular, 40 soruluk diyetisyenlerin sosyal medya paylaşımları ve diyetetik öğrencilerinin görüşleri ve sekiz soruluk Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ) olmak üzere dört bölüm ve 59 sorudan oluşan anket kullanılmıştır.

Bulgular: Katılımcıların genel SMKÖ toplam (\bar{X} =2.18) puanı, orta seviyede sosyal medya kullandıklarını göstermiştir. Sosyal medyada diyetisyen hesaplarını takip etme oranı %91,6 olan öğrencilerin %88,5'i diyetisyenleri güncel gelişmeler, bilgi postu (%90,1) ve sağlıklı tarifler paylaştığı (%70,6) için takip etmiştir. Öğrenciler, diyetisyen paylaşımlarının kendilerinde daha zayıf olma baskısına (%43,2) ve kilo alma korkusuna (%49,9) neden olduğunu, beden algısını olumsuz etkileyebileceğini (%60,3) düşündüğünü belirtmiştir. Mezun olduğunda tanınırlığının artması için öğrenciyken sosyal medyada diyetisyen hesabı açılmasına katılmayan öğrencilerin büyük çoğunluğunu 4. sınıflar (%41,9) oluşturmuştur ve sınıf düzeyi arttıkça bu ifadeye katılmayan öğrencilerin sayısının da arttığı, bu ifade ile sınıf düzeyi arasında anlamlı farklılık gözlenmiştir ($p<0,001$). Öğrencilerin %80,9'u sosyal medyanın etik kullanılmamasının diyetisyenlik mesleğine zarar verdiği ifadesine katılmıştır.

Sonuç: Öğrenciler beslenme ve diyetetik alanında güncel bilgiler ve sağlıklı tarifler paylaştığı için diyetisyenleri sosyal medyadan takip etmektedir. Diyetisyenlerin sosyal medyada yaptığı paylaşımlar öğrencileri daha sağlıklı seçimler yapmaları için yönlendirirken beden algısı yönünden olumsuz etkileyebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Diyetetik, etik, öğrenciler, profesyonel, sosyal medya.

ABSTRACT

Objective: In this study, it is aimed to evaluate the opinions of the students of the Department of Nutrition and Dietetics about the social media posts of dietitians and their perspectives on social media.

Material and Method: 403 students from 53 universities participated online in this study, which was conducted between January and May 2021. The frequencies of first, second, third and fourth-year student respectively; it was determined as 22.1%, 17.9%, 22.6% and 37.4%. As a data collection tool; a questionnaire consisting of four sections and 59 questions was used: general information consisting of seven questions 12 questions about social media, social media shares of dietitians and opinions of students with 40 questions, and the Social Media Usage Scale (SMUS) consisting of eight questions.

Results: The participants' overall SMUS total (\bar{X} =2.18) score showed that they used social media at a moderate level. 88.5% of the students, whose rate of following dietitian accounts on social media was 91.6% followed dietitians for sharing current developments, information posts (90.1%) and healthy recipes (70.6%). Students stated that dietitians' posts cause the pressure to be thinner (43.2%) and the fear of gaining weight (49.9%) and they think that it may negatively affect their body image (60.3%). The majority of the students (41.9%) who did not participate in opening a dietitian account on social media when they were a student in order to increase their recognition when they graduated were 4th-grade students and as the grade level increased, the number of students who did not agree with this statement also increased, and a significant difference was observed between this statement and the grade level ($p<0,001$). 80.9% of the students agreed with the statement that the ethical use of social media harms the dietitian profession.

Conclusion: Students follow dietitians on social media as they share up-to-date information and healthy recipes in the field of nutrition and dietetics. While dietitians' posts on social media guide students to make healthier choices, they can negatively affect body image.

Keywords: Dietetics, etics, students, professional, social media

Sorumlu Yazar:

Adı Soyadı: Şule AKTAÇ

Adres: Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul, Türkiye

e-mail: suleaktac@hotmail.com.

* Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul, Türkiye

** Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi, Beslenme İç Hastalıkları Bölümü, İstanbul, Türkiye

***Doktora Öğrencisi, İstanbul İstinye Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye

GİRİŞ

Sosyal medya, internet üzerinden oluşturulan içeriklerle insanlar arasında etkileşim sağlayan bir iletişim teknolojisi (Appel et al., 2020; DeNardis ve Hackl, 2015). Pew Araştırma Merkezi, yetişkin internet kullanıcılarının %72'sinin sağlıkları hakkında bilgi edinmek için interneti kullandıklarını ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda internetin sağlık ve beslenme bilgisi kaynağı olarak tercih edilmesinin arttığı belirtilmektedir (Helm ve Jones, 2016).

Sosyal medya doğru kullanıldığında insanları daha güvenilir ve sağlıklı kararlar almaları için teşvik edebilmektedir (CDC, 2011). Sosyal medyada sağlık profesyonelleri, genellikle hastaların bilgi edinmesi ve sağlıkla ilgili karar vermesinde birincil bilgi kaynağı olarak görüldüğünden, oluşturulan içerikler hastalığı olan kişileri yönlendirmekte ve bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır (Lin ve Kishore, 2021). Ayrıca sosyal medya, hastaların sosyal desteği hissetmelerine, daha iyi psikolojik ve fiziksel sağlık sonuçları elde etmelerine olanak tanımaktadır (Probst ve Peng, 2019).

Sosyal medyanın coğrafi ve zamansal sınırları aşmasıyla insanlar, yeni iş olanaklarından, farklı alanlardaki gelişmelerden çok hızlı haberdar olabilmektedir (Lin ve Kishore, 2021; Zafer ve Vardarlier, 2019). Bu kapsamda sosyal medya, diyetisyenlere geleneksel yüz yüze görüşme yerine danışanlarla çevrim içi olarak bağlantı kurma, beslenme bilgileri verme ve danışanlarını motive etme olanağı sunar (Eroglu ve Buyuktuncer, 2018). Yapılan bir çalışmada 350 katılımcının %73,6'sı sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımların bilgi düzeylerini artırdığını ifade etmiştir. Katılımcıların en güvenilir bulduğu kaynaklar arasında diyetisyen paylaşımları (%58,6) yer almaktadır (Sipahi ve Demirel, 2021). Bu avantajlarının yanı sıra sosyal medyada uzman olsun ya da olmasın herkesin beslenme bilgilerini paylaşması bilgi kirliliği oluşturarak, halk sağlığını olumsuz etkileyebilmektedir (CDC, 2011; Chan et al., 2020).

Dünya çapında diyetisyenlerin sosyal medya kullanım oranının, ACDC (Appetite Communications & Dietitian Connection) 2018 raporuna göre %95'e ulaştığı bildirilmiştir. Instagram, diyetisyenlerin profesyonel olarak kullanabilecekleri, LinkedIn'inden sonraki ikinci en popüler platform olarak belirtilmektedir. Bu rapor, 2018'de diyetisyenlerin %79'unun beslenme ile ilgili güncel haberleri ve %77'sinin genel beslenme bilgilerini edinmek için sosyal medyayı kullandığını göstermektedir. Rapora göre diyetisyenler tarafından sosyal medya aracılığıyla yemek tariflerine (%71) ve yemek veya ürün incelemelerine (%61) olan ilginin de yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca mesleki gelişim etkinlikleri için sosyal medyayı kullandığını belirten diyetisyenlerin oranı %70 olarak tespit edilmiştir (Appetite Communications & Dietitian Connection, 2018).

Sosyal medya, mahremiyet ve gizliliğin ötesinde beslenme ve diyetetik uygulayıcılarını telif hakkı ve veri koruma dahil ek yasal yükümlülükler de getirmektedir (Helm ve Jones, 2016). Sosyal medyayı kullanmak, avantajlarının yanı sıra profesyonel ve kişisel duvarlar arasındaki sınırları azaltarak etik kaygılara sebep olabileceğinden risklerin yönetilmesi için rehberlik edilmeli ve bu konuda eğitim önemsenmelidir (Knight, 2017).

Literatürde ülkemizde Beslenme ve Diyetetik Bölümü'nde eğitim gören öğrencilerin sosyal medyaya ve diyetisyenlerin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerini içeren kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın amacı gelecekte Beslenme ve Diyetetik alanında çalışacak öğrencilerin, sosyal medya hakkında görüşlerini saptamak ve öğrencilerin diyetisyenlerin sosyal medyada yapmış olduğu paylaşımlara yönelik bakış açılarını incelemektir.

GEREÇ VE YÖNTEM

Tanımlayıcı tipteki çalışma; Ocak- Mayıs 2021 tarihleri arasında çevrim içi olarak gerçekleştirilmiştir.

Çalışma evreni; 2020-2021 eğitim-öğretim döneminde Beslenme ve Diyetetik Bölümü'nde eğitim gören üni-

versite öğrencilerinden oluşmaktadır. Yükseköğretim Kurumu Program Atlası'nda (YÖK) Beslenme ve Diyetetik programı bulunan tüm üniversitelerin 2019-2020 kayıtlı öğrenci sayısı belirlenerek evrene ulaşılmıştır (YÖK, 2020). Örneklem büyüklüğü, %5 örnekleme hatası ve %95 güven düzeyinde, kayıplar da göz önünde bulundurularak 400 kişi olarak belirlenmiştir.

Çalışma için Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Etik Kurulu'ndan 30 Aralık 2020 tarihli ve 90 karar numaralı Etik Kurul Onayı alınmıştır.

Çalışma çevrim içi araştırmaya gönüllülük esasına göre katılmayı kabul eden ve Türkiye'deki Beslenme ve Diyetetik Bölümlerinde lisans eğitimi gören 403 öğrenciyle gerçekleştirilmiş, hazırlık öğrencisi olanlar ve sosyal medya kullanmayan Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencileri çalışmaya dahil edilmemiştir. Araştırma Soruları/Hipotezleri:

Araştırma Soruları:

- Beslenme ve Diyetetik öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ne düzeydedir?
- Beslenme ve Diyetetik öğrencileri diyetisyenlerin sosyal medyadaki paylaşımlarından etkileniyorlar mı?
- Beslenme ve Diyetetik öğrencileri diyetisyenlerin meslek etiğine sosyal mecralarda uymaları gerektiğinin farkındalar mı?

H11: Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencileri sosyal medyada diyetisyenlerin paylaşımlarından etkilenmektedir.

H21: Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencileri diyetisyenlerin sosyal medyayı etik bir şekilde kullanması gerektiğini bilmektedir.

Veri Toplanması ve Değerlendirilmesi

Veri toplama aracı olarak soru kâğıdı ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ) kullanılmıştır. Katılımcıların genel özellikleri, sosyal medya kullanımı ile ilgili soru-

lar, diyetisyenlerin sosyal medya paylaşımlarına yönelik Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin görüşlerinden oluşmaktadır. Çalışma soruları literatür taraması ile oluşturulmuştur (Hamurcu Özkefeli, 2019; Mendeş, 2018).

Deniz ve Tutgun-Ünal tarafından geliştirilen SMKÖ, "Süreklilik" ve "Yetkinlik" alt boyutlarından oluşmaktadır (Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019). SMKÖ'de ters dönmüş madde bulunmamakta ve yüksek puan kişinin sosyal medya ile daha fazla meşgul olduğunu ve kullanım açısından yetkin olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği'nin 1, 2, 3, 4. maddeleri süreklilik, 5, 6, 7, 8. maddeleri ise yetkinlik boyutunu ölçmektedir. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği 5'li Likert türünde düzenlenmiş, "Kesinlikle katılmıyorum-kesinlikle katılıyorum" seçenekleriyle ifade edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en yüksek ve en düşük puanlar göz önüne alınarak elde edilen aralık üçe bölünmüş ve sosyal medya kullanım düzeyleri "Az", "Orta" ve "Yüksek" olarak kategorize edilmiştir. Alt ölçekler için de benzer şekilde ayrılmış ve süreklilik, yetkinlik düzeyleri tespit edilmiştir. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği'nin yapı geçerliliği kapsamında temel bileşenler analizi uygulanmıştır.

Beşli likert tipindeki sorular "Kesinlikle katılmıyorum-kesinlikle katılıyorum" seçenekleriyle ifade edilmiştir. Bu sorular değerlendirilirken üç seçeneğe bölünüp olumsuz ifadeler "Katılmıyorum", ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneği "Kararsızım" ve olumlu ifadeler "Katılıyorum" şeklinde gruplandırılmıştır.

Sosyal Medya Kullanım Ölçeği ve alt boyutlarının güvenilirlik analizi bağlamında Cronbach alpha iç tutarlılık kat sayıları süreklilik için 0.843; yetkinlik için 0.814; sosyal medya kullanımı toplamı için 0.883 olarak bulunmuştur.

Verilerin İstatistiksel Değerlendirilmesi

Elde edilen veriler SPSS 26.0 paket programında istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Verilerin normal da-

ğılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile sınınamıştır. Bağımsız gruplarda parametrik veriler için ortalamalar arası fark ve anlamlılığa bakılmıştır (t testi ve Mann Whitney U testi). Kategorik değişkenlerde (sayı ve yüzde ile ifade ile belirtilen verilerde) gruplar arası farklılık ki-kare testi ile kontrol edilmiştir. İstatistiksel karşılaştırmalarda önemlilik 0.05 düzeyinde kabul edilmiştir.

BULGULAR

Çalışmada, Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin %96,8'inin kadın olduğu ve en fazla katılımı son sınıf (%37,5) öğrencilerinin gösterdiği bulunmuştur. Üniversite türlerine göre katılımcıların %74,9'unu devlet üniversitesi öğrencileri oluşturmuştur.

Genel özellikler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	390	96.8
Erkek	13	3.2
Yaş		
18-25	384	95.3
>25	19	4.7
Sınıf		
1	89	22.1
2	72	17.9
3	91	22.6
4	151	37.4
Üniversite türü		
Devlet	302	74.9
Vakıf	101	25.1

Tablo 1. Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin genel özellikleri (n=403)

Öğrencilerin %48,1'nin sosyal medyada günlük 2-3 saat vakit geçirdiği, sosyal medyada diyetisyen hesabı takip edenlerin (%91,6) sosyal medya ağları içerisinde en fazla Instagram (%91,3) üzerinden diyetisyenleri takip ettiği belirlenmiştir (Tablo 2).

Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin SMKÖ ile değerlendirilmesine göre, ölçekten alınan ortalama puanlar 2.12-2.19, sınıflar arası süreklilik alt ölçeğinden alınan ortalama puanlar 2.22-2.26; yetkinlik alt ölçeğinden alınan ortalama puanlar 2.09-2.17 arasında

değişmiştir. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği'nden alınan toplam puanda sınıflar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0.05$).

Sosyal medya kullanımıyla ilgili bilgiler	n	%
Kullanım süresi (saat/gün)		
≤1 saat	33	8.2
2-3 saat	194	48.1
4-5 saat	120	29.8
>5 saat	56	13.9
Diyetisyen hesabı takip etme		
Takip ediyor	369	91.6
Takip etmiyor	34	8.4
Diyetisyenin takip edilen sosyal medya ağı* (n=375)		
Instagram	368	91.3
Youtube	127	31.5
Twitter	59	14.6
Diğer	10	2.4
Takip edilen diyetisyen		
Ulusal	194	48.1
Uluslararası	17	4.2
İkisi de	161	40.0
Cevaplamayanlar	2	0.5

Tablo 2. Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumu (n=403)

*Birden fazla seçenek işaretlenen sorular

Öğrencilerin %88,5'i diyetisyenleri diyetetik alanında güncel gelişmeleri paylaştığı için takip ettiği, %64,7'sinin de çalışma alanına bakarak takip etmeyi seçtikleri görülmüştür. Paylaşım içeriklerine göre diyetisyenleri takip etme nedenlerinde ilk sırada diyetisyenlerin bilgi postu paylaşması (%90,1) ve ikinci sırada sağlıklı tarifler paylaşması (%70,6) gelmiştir (Tablo 3).

Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin, sosyal medyada diyetisyenleri çalıştığı kuruma göre takip

etmeleri ile sınıflar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p<0.001$).

Sınıflarla diyetisyenleri sosyal medyada staj ve iş imkanı için takip etme arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlenmiştir ($p=0.002$).

	n	%
Takip etme nedeni*		
Diyetetik alanında güncel gelişmeleri paylaşması	331	88.5
Çalışma alanı (obezite, diyabet vb.)	242	64.7
Staj /iş imkanı	159	42.5
Çalıştığı kurum	93	24.9
Mezun olduğu okul	80	21.4
Takipçi sayısının yüksek olması	49	13.1
Çevrim içi diyet danışmanlığı vermesi	30	8.0
Mavi tikli hesabı olması	25	6.7
Diğer	11	2.9
İçeriğe göre takip etme nedeni*		
Bilgi postu paylaşması	337	90.1
Sağlıklı tarifler paylaşması	264	70.6
Çevrim içi eğitimler vermesi	208	55.6
Kendi özel hayatını paylaşması	52	13.9
Danışan vücut ağırlığı yönetim başarılarını paylaşması	48	12.8
Diğer	6	1.6
Uygulanan paylaşım türleri*		
Uygulamıyorum	198	52.9
Fit tarifler	155	41.4
Detoks tarifleri	52	13.9
Güncel diyetler (aralıklı oruç, ketojenik vb.)	35	9.4
Şekersiz 21 gün vb. uygulamalar	21	5.6
Diğer	7	1.9

Tablo 3. Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin diyetisyen hesaplarını takip etme nedenleri ve uyguladıkları paylaşım türleri (n=374)

* Birden fazla seçenek işaretlenen sorular

Öğrencilerden %61.5'i diyetisyenlerin sosyal medya paylaşımlarının insanların daha sağlıklı seçimler yapmasına yardımcı olduğu ifadesine katılmıştır. Diyetisyenlerin paylaşımları besin seçimlerini etkilediğini düşünen öğrencilerin oranı %58.3 olarak bulunmuştur. Öğrencilerin çoğunluğu (%65.5) diyetisyenlerin reklamını yaptığı ürünleri satın almayı tercih etmediğini belirtmiştir (Tablo 4).

Öğrencilerin paylaşılan içeriklerle ilgili düşünceleri	Katılan		Kararsız		Katılmayan	
	n	%	n	%	n	%
Diyetisyenlerin paylaşımları diyetisyen adayları olarak bende zayıf olmam gerektiği algısı oluşturur.	174	43.2	89	22.1	140	34.7
Diyetisyenlerin reklamını yaptığı ürünleri satın alır, denerim.	35	8.7	104	25.8	264	65.5
Diyetisyenlerin sosyal medya paylaşımlarının insanların daha sağlıklı seçimler yapmasına yardımcı olduğunu düşünürüm.	248	61.5	111	27.5	44	10.9
Sosyal medyada diyetisyenlerin sağlıklı beslenmeyle ilgili paylaşımları kişileri ortoreksiyaya sevk edebilir.	204	50.6	130	32.3	69	17.1
Diyetisyenlerin paylaşımları besin seçimlerimi etkiler.	235	58.3	97	24.1	71	17.6
Beslenmeyle ilgili merak ettiğim bir konu olduğunda popüler diyetisyenlerin paylaşımlarına bakarım.	138	34.2	108	26.8	157	39.0
Güncel diyetleri sosyal medyadan takip ederim.	131	32.5	103	25.6	169	41.9

Tablo 4. Diyetetik öğrencileri diyetisyenlerin sosyal medyadaki paylaşımlarından etkilenme durumları (n=403)

Öğrencilerden %27.3'ünün sosyal medyada diyetisyen hesabı olduğu ve hesaplarını daha çok beslenmeyle ilgili bilgi (%86.4) ve tarif (%67.3) paylaşmak için kullandıkları görülmüştür.

Beslenme ve Diyetetik Bölümü'nde okuyan öğrencilerin %90.3'ü takip ettikleri diyetisyenlerin bilimsel makalelerden ve rehberlerden alıntı yapmasını önemsemmiştir. Öğrencilerin %77.9'u iyi bir diyetisyen olmak için sosyal medyada yüksek takipçi sayısına sahip olmanın önemli olmadığı ifadesine katılmış, %67.7'si sosyal medyada diyetisyen hesabı açmasına gerek olmadığını düşündüğünü belirtmiştir. Diyetisyenlerin sosyal medyadaki paylaşımları kişilerin beden algısını ve öz

saygısını olumsuz yönde etkileyeceğini düşünen öğrencilerin oranı ise %60.3 olarak saptanmıştır. Sosyal medyada ünlü diyetisyenlerin daha geniş bir kitleye hitap ederek mesleğin tanınmasına katkıda bulunduğunu düşünen öğrencilerin oranı %59.1 olarak bulunmuştur.

Tablo 5'e göre diyetisyenlerin paylaştığı öncesi-sonrası fotoğrafların bireyleri psikolojik olarak olumsuz etkilediği, diyetisyenlerin danışanlarının zayıflama sürecini

paylaşmasının diğer insanları motive etmediği, diyetisyenlerin danışanlarının zayıflama başarılarını paylaşmasının işini iyi yaptığının göstergesi olmadığı ve öğrencilerin "Mezun olduğumda danışanlarımın öncesi sonrası fotoğraflarını paylaşmayı düşünürüm." ifadesine bakış açılarıyla sınıflar arası anlamlılık gözlenmiştir ($p<0.001$). Örnek diyet paylaşan diyetisyenlerin insanları yanlış yönlendirdiği düşüncesiyle sınıflar arası anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0.003$).

Sınıf	Katılıyorum				Kararsızım				Katılmıyorum				p**
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	
Diyetisyenler hastalarının bilgilerini paylaşmak istiyorsa yazılı onay almalı ve belirtmelidir.	76 (22.1)	61 (17.7)	77 (22.4)	130 (37.8)	7 (24.1)	5 (17.2)	8 (27.6)	9 (31)	6 (20.8)	6 (20.0)	6 (20.0)	12 (40)	0.986
Diyetisyenlerin paylaştığı öncesi-sonrası fotoğrafları bireyleri psikolojik olarak olumsuz etkilemektedir.	30 (12.9)	45 (19.3)	53 (22.7)	105 (45.1)	27 (32.5)	11 (13.3)	21 (25.3)	24 (28.9)	32 (36.8)	16 (18.4)	17 (19.5)	22 (25.3)	<0.001
Diyetisyenlerin danışanlarının zayıflama sürecini paylaşması diğer insanları motive eder.	50 (36.0)	21 (15.1)	25 (18.0)	43 (30.9)	24 (16.6)	35 (24.1)	38 (26.2)	48 (33.1)	15 (12.6)	16 (13.4)	28 (23.5)	60 (50.4)	<0.001
Diyetisyenlerin danışanlarının kilo verme başarılarını paylaşması işini iyi yaptığının göstergesidir.	16 (31.4)	11 (21.6)	9 (17.6)	15 (29.4)	39 (35.5)	20 (18.2)	25 (22.7)	26 (23.6)	34 (14.0)	41 (16.9)	57 (23.6)	110 (45.5)	<0.001
Diyetisyenler kişisel ve mesleki hesaplarını ayrı tutmalıdır.	65 (22.7)	45 (15.7)	64 (22.4)	112 (39.2)	13 (18.6)	15 (21.4)	18 (25.7)	24 (34.3)	11 (23.4)	12 (25.5)	9 (19.1)	15 (31.9)	0.596
Örnek diyet listesi paylaşan diyetisyenlerin insanları yanlış yönlendirdiğini düşünürüm.	53 (17.7)	60 (20.0)	72 (24.0)	115 (38.3)	30 (40.5)	7 (9.5)	14 (18.9)	23 (31.1)	6 (20.7)	5 (17.2)	5 (17.2)	13 (44.8)	0.003
KVKK' ye göre danışanların fotoğraf ve bilgilerinin yazılı izin olmadan sosyal medyada paylaşılmasının yasal yaptırımları olabileceğini bilirim.	76 (21.4)	63 (17.7)	77 (21.7)	139 (39.2)	8 (24.2)	5 (15.2)	11 (33.3)	9 (27.3)	5 (33.3)	4 (26.7)	3 (20.0)	3 (20.0)	0.417
Diyetisyenlerin sosyal medyada paylaşım yapmaması bu konuda hiç bilgisi olmayan kişilerin paylaşım yapmalarına zemin hazırlamaktadır.	54 (22.7)	32 (13.4)	59 (24.8)	93 (39.1)	23 (22.8)	24 (23.8)	15 (14.9)	39 (38.6)	12 (18.8)	16 (25.0)	17 (26.6)	19 (29.7)	0.070
Ülkemizde diyetisyenlere yönelik sosyal medya etik kullanım kılavuzu gereklidir.	77 (21.6)	65 (18.3)	79 (22.2)	135 (37.9)	10 (33.3)	3 (10.0)	8 (26.7)	9 (30.0)	2 (11.8)	4 (23.5)	4 (23.5)	7 (41.2)	0.579
Mezun olduğumda tanınırlığının artması için öğrenciyken sosyal medyada diyetisyen hesabı açılmalıdır.	44 (37.3)	22 (18.6)	20 (16.9)	32 (27.1)	20 (18.9)	14 (13.2)	28 (26.4)	44 (41.5)	25 (14.0)	36 (20.1)	43 (24.0)	75 (41.9)	<0.001
Mezun olduğumda danışanlarımın öncesi sonrası fotoğraflarını paylaşmayı düşünüyorum.	22 (44.0)	7 (14.0)	6 (12.0)	15 (30.0)	28 (41.2)	7 (10.3)	15 (22.1)	18 (26.5)	39 (13.7)	58 (20.4)	70 (24.6)	118 (41.4)	<0.001

Tablo 5. Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin sınıflara göre diyetisyenlerin sosyal medya içeriklerine etik yönden bakış açıları (n=403) *

*Sütun yüzdesi kullanılmıştır.

** χ^2 test istatistiği $p<0.005$

KVKK= Kişisel Verilerin Korunumu Kanunu

TARTIŞMA

Bu çalışmada, Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin; sosyal medya hakkında görüşlerini saptamak, sosyal medya kullanımlarını ölçmek ve diyetisyenlerin sosyal medya içeriklerine bakış açılarını incelemek amaçlanmıştır. Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin sosyal medyada günlük 2-3 saat vakit geçirdikleri, büyük çoğunluğunun diyetisyenleri beslenme ve diyetetik alanında güncel gelişmeleri ve sağlıklı tarifleri paylaştığı için takip ettikleri görülmüştür. Öğrenciler genel olarak diyetisyenlerin sosyal medya paylaşımlarının insanların daha sağlıklı seçimler yapmasına yardımcı olduğunu; besin seçimlerini, beden algısını ve öz saygısını etkilediğini belirtmektedir. Öğrencilerin çoğunluğu sosyal medyanın etik kullanılmasının diyetisyenlik mesleğine zarar verdiği ifadesine katılmaktadır.

Türkiye'de en fazla kullanılan sosyal medya platformları We Are Social 2021 yılı raporuna göre sırasıyla YouTube (%94.5) ve Instagram (%89.5) olarak belirlenmiştir. Bu çalışmaya katılan öğrencilerin de benzer şekilde diyetisyenleri en fazla takip ettikleri platformlar sırasıyla Instagram (%91.3) ve YouTube (%31.5) olarak bulunmuştur (We are social, 2021). Instagram, Beslenme ve Diyetetik alanında hem öğrencilerin hem de diyetisyenlerin sıklıkla kullanmayı tercih ettiği bir platformdur. Özellikle çoğunluğunu kadınların oluşturduğu Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencileri Instagram gibi görsel paylaşım sitelerine daha fazla ilgi duymaktadır (Abbott, 2018).

Ongan ve arkadaşlarının 183 diyetisyenle yaptığı bir çalışmada diyetisyenler, sağlıklı tarif fikirleri vermenin diyetle farklılık yarattığını (%29.1), danışanın diyetle uyumunu desteklediğini (%18.3), danışanın psikolojik olarak iyi hissetmesini (%22) ve diyetle devamlılığı sağladığını (%17) düşünürken diyetisyenlerin %7.6'sı herhangi bir faydasını görmediğini belirtmiştir (Ongan et al., 2021). Bu çalışmada öğrencilerin sosyal medya-

da diyetisyen hesaplarını takip etme nedenleri arasında en çok bilgi postu (%90.1) ve sağlıklı tarifler (%70) paylaşılması olarak belirtilmiştir. Sosyal medyada diyetisyen hesabı bulunan öğrencilerin paylaşım içeriklerini çoğunlukla bilgi postları (%86.4) ve tarifler (%67.3) oluşturmuştur. Diyetisyenlerin büyük çoğunluğunun sağlıklı tarifler paylaşması öğrencilerin de benzer paylaşımlar yapmalarına neden olmuş olabilir.

Turner ve Lefevre'nin 608 katılımcıyla yaptıkları çalışmada Twitter kullanımıyla ortoreksiya nervoza arasında zayıf, Instagram kullanımıyla güçlü bir ilişki saptamıştır (Turner ve Lefevre, 2017). Bu çalışmada ise öğrencilerin %50.6'sı diyetisyenlerin sosyal medyadaki paylaşımlarının kişileri ortoreksiyaya sevk edebileceği düşüncesine katıldıklarını belirtirken %43.2'si paylaşımların kendilerinde daha zayıf olma baskısı oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

Saboia ve arkadaşları çalışmasında sosyal medyada sağlık alanında paylaşım yapan (diyetisyen, sağlıklı yaşam influencerları vb.) katılımcıların %89.2'sinin meslektaşlarıyla ağ kurmak, %96.4'ünün beslenme konusunda bilimsel bilgileri paylaşmak, %92.8'inin beslenme ile ilgilenen kişilerle iletişim kurmak için sosyal medyayı önemli bulduğu saptanmıştır (Saboia et al., 2020). Probst ve Peng'in Avustralya'da 340 diyetisyenle yaptıkları bir çalışmada sosyal medya kullanan diyetisyenlerin büyük çoğunluğu güncel bilgileri takip etmek ve yaymak için kullandıklarını belirtmiştir.6 Bu çalışmada ise diyetisyen hesaplarını takip eden öğrencilerin %88.5'i güncel gelişmeleri paylaşmasından dolayı diyetisyenleri takip ettiğini belirtmesi ile diyetisyenlerin paylaşımlarında güncel bilgilere yer vermesi paralellik göstermiştir. Burada öğrencilerin diyetisyen hesaplarından içerik kapsamında en büyük beklentisinin güncel gelişmeleri paylaşması olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada öğrencilerin %59.1'i diyetisyenlerin sosyal medyada paylaşım yapmamalarının bu konuda hiç bilgisi olmayan kişilerin paylaşım yapmalarına zemin

hazırladığını düşündüklerini belirtmiştir. Bu bağlamda çevrim içi ortamda beslenmeyle ilgili paylaşılanların kişilerin bilgi düzeylerini artırdığı ve diyetisyenlerin paylaşımlarını güvenilir bulduğu göz önüne alındığında diyetisyenlerin paylaşımlarının meslek etiğine uygun olması, doğru ve bilimsel bilgiye dayanması oldukça önem taşımaktadır.

Amerika Beslenme ve Diyetetik Akademisi (Academy of Nutrition and Dietetics-AND); sosyal medyanın profesyonel kullanımı, mesleki mahremiyet, sorumluluk, profesyonel sınırlar gibi birçok faktörü inceleyerek Beslenme ve Diyetetik profesyonellerinin sosyal medyayı kullanırken uyması gereken kurallar için bir rehber yayımlamıştır. Helm ve Jones'a göre sosyal mecralarda bireysel ve profesyonel olarak kullanılan profillerin birbirinden olabildiğince farklı tutulması gerekmektedir (Helm ve Jones, 2016). Çalışmada 4. sınıf öğrencileri %39.2 oranında mesleki ve kişisel hesapların ayrı tutulması gerektiğini düşünürken en az oran %15.7 ile ikinci sınıf öğrencilerindedir. Sınıflar ile diyetisyenlerin sosyal medyada mesleki ve kişisel hesaplarının ayrı tutulması gerektiği ifadesi arasında istatistiksel olarak anlamlılık gözlenmemiştir ($p=0.596$). Son sınıflarda oranın yüksek çıkması bilinç düzeyinin sınıflara göre artıyor olmasından kaynaklanabilir.

Ülkemizde sosyal medyada diyetisyenlerin, danışanlarının ağırlık kaybı süreçlerini "öncesi-sonrası" başlığı altında başarı hikayesi olarak paylaştıkları görülmektedir. Bu çalışmada öğrencilerden mezun olduklarında danışanlarının öncesi sonrası fotoğraflarını paylaşmayı düşünenlerin %86'sı devlet üniversitesi öğrencisidir. Vakıf ve devlet okulları arasında görülen bu fark eğitim içeriğine bağlı olabilir, her üniversitede alanla ilgili etik dersi verilmemektedir. Mezun olunca öncesi sonrası danışan fotoğrafı paylaşmayı düşünen öğrencilerden çoğu (%44) 1. sınıf öğrencileri iken, ikinci sırada (%30) 4. sınıf öğrencileri gelmektedir. Bölümle ilgili bilinç ve farkındalık kazanımının yıllara paralel artmasını göz önünde bulundurarak 4. sınıf öğrencilerinin en düşük

orana sahip olması beklenirdi. Bu farklılığın sebebi 1. sınıfların yetersiz bilgi düzeyi; son sınıf öğrencileri için ise artan iş bulma kaygısıyla birlikte, takipçi sayısını artırmak, reklam gibi nedenlerden kaynaklanıyor olabilir.

Beslenme ve Diyetetik Akademisi'nin (AND) etik komitesi tarafından yayınlanan bir yazı, diyetisyenler için sosyal medyayı genel beslenme bilgileri verilen, bilimsel paylaşımlar yapılan, bilimsel beslenme önerileri ve bazı yemek tariflerinin paylaşıldığı geniş bir platform olarak değerlendirirken bireysel danışmanlık veya hastanın mahremiyetini ihlal edebilecek bir vaka çalışması paylaşma platformu olmadığını belirtmektedir (Ayres, 2013).

Hekimlerin sosyal medyada dikkat etmesi gereken kuralları içeren "Hekimler ile Sağlık Kurum ve Kuruluşlarının Elektronik Ortamlarda Paylaşımlarına İlişkin Kılavuz" 2016 yılında Türk Tabipleri Birliği tarafından kabul edilmiştir (Türk Tabipleri Birliği Derneği, 2017). Literatür taramasında ülkemizde diyetisyenlere yönelik sosyal medyanın etik kullanımı için bir kılavuza ulaşılamamıştır. Bu eksiklik sosyal medya paylaşımlarında etik ihlallere kapı aralayabileceğinden ve mesleki değerlere zarar verebileceğinden bu içerikte bir kılavuza ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmada öğrencilerin %88.3'ü sosyal medyada diyetisyenlere yönelik bir etik kılavuzun gerekli olduğuna katılmıştır ve en fazla oran (%37.9) dördüncü sınıf öğrencilerine aittir. Son sınıf öğrencilerinin mesleğe adım atma noktasındaki yakınlıklarıyla paralel olarak etik kaygılarının daha çok olduğu ve bu noktadaki eksikleri daha iyi fark ettiklerini söylemek mümkündür. Bu bağlamda öğrencilerin mesleğin etik değerleri hakkındaki bakış açılarının umut verici yönde olduğunu söyleyebiliriz.

SONUÇ

Öğrencilerin bilinç düzeyini artırmak ve bakış açılarını geliştirmek amacıyla "Mesleğin Etik Kuralları ve Sosyal

Medyada Etik” konusunun lisans eğitim-öğretim ders planında yer alması önemlidir. Ülkemizde diyetisyenlere yönelik sosyal medyanın etik kullanımına kaynak olacak bir kılavuz oluşturulmalıdır. Diyetisyenlerin sosyal mecralarda paylaşım yaparken meslek etik kurallarına ne kadar dikkat ettiği ve diyetetik öğrencilerinin bu konuya hakimiyeti bilinmemektedir. Bu durum Türkiye’de diyetisyenlere yönelik sosyal medyayı etik kullanmaya ilişkin daha geniş kapsamlı çalışmalara gereksinim doğurmaktadır.

Araştırmanın sınırlılığı olarak; diyetisyenlere yönelik ulusal etik ilkeler kılavuzu olmadığı için araştırmada uluslararası alanda geçerli olan ilkeler araştırmada dikkate alınmıştır.

Çıkar çatışması: Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

KAYNAKLAR

Abbott, E. (2018). How college students access nutrition information: A study on social media and health literacy [Master thesis, California State University]. ProQuest Dissertations & Theses Global. <https://www.proquest.com/dissertations-theses/how-college-students-access-nutrition-information/docview/2132025406/se-2>

Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>

Appetite Communications & Dietitian Connection. (2018). A “healthy diet” of social media: Trends in dietitians’ social media habits. https://appetitecommunications.com.au/wp-content/uploads/2018/12/2018_dieticians_social_media_usage_report.pdf adresinden 31 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.

Ayres E. J. (2013). The impact of social media on business and ethical practices in dietetics. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 113(11), 1539–1543. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2013.09.020>

Centers for Disease Control and Prevention. (2011). The health communicator’s social media toolkit. https://www.cdc.gov/healthcommunication/toolstemplates/socialmediatoolkit_bm.pdf adresinden 31 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.

Chan, T., Drake, T., & Vollmer, R.L. (2020). A qualitative research study comparing nutrition advice communicated by registered dietitian and non-registered dietitian bloggers. *Journal of Communication in Healthcare*, 13(1), 55-63. <https://doi.org/10.1080/17538068.2020.1749351>

DeNardis, L., & Hackl, AM. (2015). Internet governance by social media platforms. *Telecommunications Policy*, 39(9), 761-770. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.04.003>

Deniz, L. ve Tutgun Ünal, A. (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. <https://doi.org/10.26466/opus.557240>

Eroglu, El., & Buyuktuncer, Z. (2018). What images and content do professional dietitians share via Instagram? *Nutrition & Food Science*, 48(6), 940-948. <https://doi.org/10.1108/NFS-03-2018-0087>

Hamurcu, Özkefeli T.G. (2019). Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Ortoreksiya Nervoza Üzerine Etkisi [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa]. Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=TXP5OHacia-B1prFFPYdlg&no=acnyhL7Nr9Zq0P2S0nbCEQ>

Helm, J., & Jones, R. M. (2016). Practice paper of the Academy of Nutrition and Dietetics: social media and the dietetics practitioner: opportunities, challenges, and best practices. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(11), 1825-1835. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.09.003>

Knight, A., Brown, F., & Reidlinger, D. (2017). Social media use by registered dietitians and pre-registration dietetic students in the UK and Ireland. *Proceedings of the Nutrition Society*, 76(OCE4). <https://doi.org/10.1017/S0029665117003792>

Lin, X., & Kishore, R. (2021). Social media-enabled healthcare: A conceptual model of social media affordances, online social support, and health behaviors and outcomes. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120574. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120574>

Mendeş, B. (2018). Diyetisyenlerin Sosyal Medyadaki Paylaşımlarının Bilimsel ve Etik Yönden İncelenmesi (Instagram Örneği) [Yüksek lisans tezi, Biruni Üniversitesi]. Dspace@Biruni Akademik Arşiv Sistemi. <https://openaccess.biruni.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12445/995>

Ongan, D., Ayer, Ç., Çankaya, E., Çiftçi, Z., Bozdağ, & Songür AN. (2021). Diyetisyenlerin bireysel beslenme danışmanlığını etkileyen etmenler hakkındaki düşünceleri ve iş doyumunu. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 315-332. <https://doi.org/10.46237/amusbfd.890247>

- Probst, Y. C., & Peng, Q. (2019). Social media in dietetics: Insights into use and user networks. *Nutrition & dietetics: the journal of the Dietitians Association of Australia*, 76(4), 414–420. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12488>
- Saboia, I., Almeida, A. M. P., Sousa, P., & Pernencar, C. (2020). Are you ready for the challenge? Social Media Health Challenges for Behaviour Change. *Perspectives on behavior science*, 43(3), 543–578. <https://doi.org/10.1007/s40614-020-00261-z>
- Sipahi, S., & Demirel, B. (2021). Sosyal Medyadaki Beslenme ile İlgili Paylaşımların Yetişkin Bireylerin Yeme Tutum ve Davranışlarına Etkisi. *Beslenme Ve Diyet Dergisi*, 49(1), 57–66. <https://doi.org/10.33076/2021.BDD.1389>
- Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and weight disorders: EWD*, 22(2), 277–284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>
- We are social. (2021). Digital 2021: Turkey. https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-turkey-january-2021-v01?qid=c03f4e50-8e5f-412a-ab7b-0e68fd38d32d&v=&b=&from_search=7 adresinden 18 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.
- YökAtlas. (2020). Beslenme ve diyetetik (fakülte) programı bulunan tüm üniversiteler. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=10020> adresinden 14 Aralık 2020 tarihinde alınmıştır.
- Türk Tabipleri Birliği Derneği. (2017, 15 Şubat). Hekimler ile Sağlık Kurum ve Kuruluşlarının Elektronik Ortamlardaki Paylaşımlarına İlişkin Kılavuz. https://www.ttb.org.tr/yazisma_goster.php?Guid=f2e81512-8840-11e7-8318-948af52f0cac adresinden 31 Ocak 2021 tarihinde alınmıştır.
- Vardarlier, P. & Zafer, C. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.472>