



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

**DİJİTALLEŞMENİN MESLEK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:  
DİYETİSYENLER ÖRNEĞİ**

Hilal KAŞIK

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024



DİJİTALLEŞMENİN MESLEK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:  
DİYETİSYENLER ÖRNEĞİ

Hilal KAŞIK

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024

## **KABUL VE ONAY FORMU**

## YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan “*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*” kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. <sup>(1)</sup>
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren... ay ertelenmiştir. <sup>(2)</sup>
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. <sup>(3)</sup>

...../...../.....

[İmza]

Hilal KAŞIK

<sup>1</sup>“*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*”

- (1) *Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.*
- (2) *Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internette paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.*
- (3) *Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir \*. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.*  
*Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.*

\* Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

## ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Doç. Dr. Sevgi ÇOBAN** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

*[imza]*

***Hilal KAŞIK***

## TEŞEKKÜR

Araştırmam boyunca desteğini hissettiğim, akademik bilgi birikimiyle araştırmamın gelişmesine önemli katkılar sunan, metinlerimi titizlikle okuyan, hızlı ve yapıcı geri dönüşleriyle bu zorlu süreci kolaylaştıran kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Sevgi ÇOBAN'a çok teşekkür ederim.

Tez savunmama katılmayı kabul edip tezi okuyan ve olumlu geri bildirimlerde bulunan Prof. Dr. Birsen ŞAHİN KÜTÜK'e çalışmama sunmuş olduğu öneriler için teşekkür ederim. İstanbul'da Dijital Sosyoloji Atölyesi ile tanıdığım, dijital sosyoloji alanına ilişkin ilham veren dersleriyle bu alana ilişkin merakımı ve heyecanımı artıran, tez jürimde yer alarak önerileri, katkılarıyla tezimin gelişmesine katkı sunan Doç. Dr. Cem Koray OLGUN'a teşekkür ederim.

Bu araştırmayı tamamlamamı sağlayan, vakitlerini ayırıp benimle değerli bilgilerini ve deneyimlerini paylaşan tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Tüm fedakarlıkları ve destekleri için aileme çok teşekkür ederim. Son ama en büyük teşekkür elbette her zaman yanımda olan ikiz kardeşim, meslektaşım, Arş. Gör Elif KAŞIK'a. Bu süreçte sosyolojik bakışını esirgemediği, eleştirileri ve katkılarıyla tezimin zenginleşmesini sağladığı, heyecanımı paylaştığı ve her konuda bana destek olduğu için çok teşekkür ederim.

## ÖZET

KAŞIK, Hilal. *Dijitalleşmenin Meslek Üzerindeki Etkisi: Diyetisyenler Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2024.

Bu araştırma dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiğini, bu süreçte diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma koşullarının nasıl bir dönüşüm yaşadığını anlamayı amaçlamaktadır. Diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatlarında dijital araçların ve dijital platformların nasıl bir rol oynadığı araştırılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış, meslek ve çalışma hayatlarında dijital araçları ve dijital platformları aktif bir şekilde kullanan 23 diyetisyenle yarı yapılandırılmış soru formu eşliğinde derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. MAXQDA 2024 analiz programı kullanılan araştırmada, veriler tematik analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Dijital sosyolojinin kavramsal ve kuramsal çerçevesi kullanılarak araştırmanın teorik çerçevesi inşa edilmiştir. Araştırma sonucunda iki ana temaya ulaşılmıştır. Mesleki kimliğin inşası ve dijitalleşme süreci temasında, diyetisyenlik mesleği ve mesleki kimliğin inşasında dijital araçların ve dijital platformların önemli bir rol oynadığı ve meslek hayatında dijital becerilerin kazanımı ve sürdürülmesinin iş piyasasında avantajlara yol açtığı görülmüştür. Çalışma koşullarının dijitalleşmesi temasında ise dijitalleşmenin diyetisyenlerin çalışma koşullarını dönüştürdüğü; dijital emek, duygusal emek süreçlerinin çalışma hayatında deneyimlendiği ve çalışmanın, emek sürecinin dijitalleştiği sonucuna varılmıştır. Araştırmada ulaşılan temalar çerçevesinde dijital araçların ve dijital platformların diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma hayatının önemli bir parçasına dönüştüğü; mesleki kimliğin inşasında ve çalışma koşullarının dijitalleşmesinde önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra görüşme gerçekleştirilen katılımcıların deneyimlerinden hareketle dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatına avantajlarının yanı sıra dezavantajlarının da olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma sonuçları dijital dönüşümü meslek ve çalışma hayatlarında deneyimleyen diyetisyenlerin, mesleğin bugünkü konumunda dijital araçların ve dijital platformların aktif bir rol oynadığını ve mesleğin geleceğinde de bu rolün devam edebileceğini ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Diyetisyenlik, Dijital dönüşüm, Meslek



## ABSTRACT

KAŞIK Hilal. *The Impact of Digitalization on the Profession: The Sample of Dietitians*, Master's Thesis, Ankara, 2024.

This research aims to understand how the digitalization process is experienced in professional and working life and how the dietitian profession and working conditions have been transformed in this process. The role of digital tools and digital platforms in the professional and working lives of dietitians was investigated. Qualitative research method was used in the study and in-depth interviews were conducted with 23 dietitians who actively use digital tools and digital platforms in their professional and working lives, accompanied by a semi-structured questionnaire. In the research using MAXQDA 2024 analysis program, the data were analyzed using thematic analysis technique. The theoretical framework of the research was built using the theoretical and conceptual framework of digital sociology. As a result of the research, two main themes were reached. In the theme of the construction of professional identity and digitalization process, it was seen that digital tools and digital platforms play an important role in the construction of the dietitian profession and professional identity, and that the acquisition and maintenance of digital skills in professional life leads to advantages in the job market. In the theme of digitalization of working conditions, it was concluded that digitalization transforms the working conditions of dietitians; digital labor, emotional labor processes are experienced in working life and the labor process is digitalized. Within the framework of the themes reached in the research, it was concluded that digital tools and digital platforms.

**Keywords:** Digitalization, Dietetics, Digital Transformation, Profession

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT .....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
TABLolar DİZİNİ .....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	xi
GİRİŞ .....	1
1. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE KAPSAMI .....	5
1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	5
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	7
1.3. ARAŞTIRMANIN LİTERATÜR TARAMASI VE TANITIMI .....	11
2. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KATILIMCILARIN PROFİLİ ...	18
2.1.YÖNTEM VE ARAŞTIRMA SÜRECİ.....	18
2.1.1. Araştırmanın Yöntemi .....	18
2.1.2. Araştırmanın Soru Cümleleri.....	19
2.1.3. Veri Toplama Tekniği ve Süreci.....	19
2.1.4. Veri Analiz Tekniği Ve Süreci .....	21
2.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	23
2.2. ARAŞTIRMANIN KATILIMCIMLARIN BELİRLENME SÜRECİ VE KATILIMCILARIN ÖZELLİKLERİ .....	25
2.2.1. Görüşme Süreci.....	25

2.2.2. Araştırmanın Katılımcılarının Belirlenme Süreci.....	29
2.2.3. Katılımcıların Çalışma Biçimleri.....	31
2.2.4. Katılımcıların Mesleki Deneyim Süresi .....	32
<b>3. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ ..</b>	<b>34</b>
<b>3.1. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....</b>	<b>34</b>
3.1.1. Dijitalleşme ve Dijital Toplum .....	34
3.1.2. Dijital Platform, Dijital Gözetim ve Kitleleşme Öz İletişim .....	37
3.1.3. Dijital Emek ve Dijitalleşen Çalışma.....	41
<b>3.2. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ .....</b>	<b>44</b>
3.2.1. Dijital Dönüşümün Meslek ve Çalışma Hayatına Etkileri.....	44
3.2.2. Yeni Kapitalizm Teorisi ve Dijital Emek Tartışması .....	49
3.2.3. Çalışmanın Değişen Biçimi: Duygusal Emek .....	55
3.2.4. Dijital Toplumda Gözetim: Gözetimin Dijitalleşmesi.....	56
<b>4. BÖLÜM DİYETİSYENLİK MESLEĞİNİN TANITIMI, TARİHSEL VE TOPLUMSAL GELİŞİMİ .....</b>	<b>62</b>
<b>5. BÖLÜM DİJİTALLEŞMENİN MESLEK VE ÇALIŞMA HAYATI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ .....</b>	<b>70</b>
<b>5.1. MESLEKİ KİMLİĞİN İNŞASI VE DİJİTALLEŞME SÜRECİ.....</b>	<b>71</b>
5.1.1. Diyetisyenlik Mesleğinin Tercih Edilme Nedenleri ve Mesleki Kimliğin İnşası .....	71
5.1.2. Diyetisyenlik Mesleği İçin Dijital Becerilerin Kazanımı Ve Önemi.....	83
5.1.3. Mesleki Kimlik ile Dijital Platformlarda Var Olmak: İmkanlar ve Sınırlılıklar .....	88
5.1.4. Dijital Platformlarda Diyetisyenler Arası İlişkiler.....	101
<b>5.2. ÇALIŞMA KOŞULLARININ DİJİTALLEŞMESİ.....</b>	<b>108</b>

5.2.1. Diyetisyenlerin Çalışma Hayatı ve Çalışma Koşullarında Dijital Gündelik Pratiklerin Rolü.....	109
5.2.2. Gözetim Pratiklerinin Dönüşümü: Diyetisyen Danışan İlişkilerinde Dijital Gözetim.....	120
5.2.3. Dijitalleşmenin Çalışma Biçimine Etkileri Ve Esnek Çalışma .....	125
5.2.4. Dijitalleşmeyi Hızlandıran Bir Süreç: Pandemide Diyetisyen Olmak.....	135
5.2.5. Diyetisyenlik Mesleğinin ve Çalışma Koşullarının Dönüşümü .....	143
<b>GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ .....</b>	<b>160</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>172</b>
<b>EK 1. ORJİNALLİK RAPORU .....</b>	<b>186</b>
<b>EK 2. ETİK KURUL / KOMİSYON İZİNİ .....</b>	<b>188</b>
<b>EK 3. GÖRÜŞME SORULARI .....</b>	<b>189</b>

## TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri .....	30
--	----

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2. Katılımcıların Çalışma Biçimleri.....	32
Şekil 3. Katılımcıların Mesleki Deneyim Süresi.....	33
Şekil 1. Birbirine Bağlı Dijital Teknolojilerden Oluşan Bir Ekosistem.....	48
Şekil 4. Katılımcıların Diyetisyenlik Mesleğini Tercih Etme Nedenleri.....	72
Şekil 5. Mesleki Kimliğin İnşasında Rol Oynayan Faktörler .....	76
Şekil 6. Dijital Becerilerin Kazanımında Etkili Olan Unsurlar.....	84
Şekil 7. En Sık Kullanılan Platform.....	89
Şekil 8. Mesleki Kimlikle Dijital Platformlarda Olmanın Avantajları ve Dezavantajları .....	92
Şekil 9. Dijital Platformlarda Diyetisyenler Arası İlişkiler.....	102
Şekil 10. Çalışma Rutinleri .....	110
Şekil 11. Yüz Yüze Diyet ile Çevrim İçi Diyetin Karşılaştırılması.....	112
Şekil 12. İletişim ve Gözetim.....	120
Şekil 13. Özel Sektörde Çalışmak.....	129
Şekil 14. Pandemi Sürecinin Meslek ve Çalışma Hayatına Etkileri .....	136
Şekil 15. Diyetisyenlik Mesleğinin ve Çalışma Koşullarının Dönüşümü.....	144

## GİRİŞ

Dijitalleşme çalışma, meslek, sağlık, eğitim, aile gibi toplumsal yapının birçok alanında deneyimlenmektedir. Toplumsal yapının birçok alanında etkili olan dijitalleşme olgusu, beraberinde birtakım dönüşümlere de neden olmaktadır. Örneğin meslek ve çalışma hayatında endüstriyel çalışmanın yerine dijital araçların ve dijital platformların kullanıldığı uzaktan çalışma biçimi almıştır. Bu durum pek çok mesleği ve çalışma koşullarını etkilemiştir. Bu bağlamda dijital teknolojilerin gelişmesinin meslek ve çalışma hayatını nasıl etkilediği ve ne türden bir dönüşüm yarattığı bu araştırma için önemli bir soru olmaktadır.

Sanayi sonrası toplum, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimler, dijital araçların ve dijital platformların yaygınlaşması, çalışma hayatı ve mesleklerin dönüşümü bağlamında önemli bir dönüm noktasıdır. Nitekim günümüzde bilgi ve teknoloji, toplumun merkez kaynağı haline gelmiştir (Bell, 1999, s. 534). Dolayısıyla meslekler de bu dönüşümden etkilenmekte ve bu dönüşüm çalışma koşullarından çalışma alanları ve ilişkilerine kadar pek çok alanı etkilemektedir. Başka bir deyişle, “meslekler, başta Batı toplumları olmak üzere birçok ülkede sanayi-sonrası üretim, paylaşım ve tüketim ilişkilerinin ağırlık kazandığı günümüzde toplumsal dönüşümün merkezindedir” (Koçak, 2022, s. 2). Bu bağlamda araştırmada toplumsal dönüşümün merkezinde olan diyetisyenlik mesleği ve çalışma hayatındaki dönüşümün izlerini sürmek amaçlanmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimler sonucunda meslek ve çalışma hayatında dijital araçlar kullanılarak yapılan işler artış göstermiştir. İnternetin gelişimi ve dijital araçların yaygınlaşması meslekler ve çalışma hayatının mekâna ve zamana olan bağlılıklarını ortadan kaldırmıştır. Bunun bir sonucu olarak çalışma koşulları da dijitalleşmeye başlamıştır. Nitekim tek bir cihaz üzerinden her zaman ve her yerde çalışabilmek mümkün olmuştur. Diğer yandan Web 2.0 teknolojisiyle pek çok kullanıcı istediği alanda içerik üreterek bunları kitleleriyle paylaşabilmekte; kendi takipçi kitlelerini yaratarak paylaşımlarda bulunabilmektedir. Bu bağlamda dijital platformlar, içerik üreten kullanıcıların aktif olarak bu platformlarda var olmalarını talep etmektedir

(Beer & Burrows, 2007). Bu bağlamda mesleki kimlikleriyle dijital platformlarda olan kişiler de birer içerik üreticisi olabilmektedirler. Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan diyetisyenlik mesleği de bu durumdan etkilenen bir meslek grubudur. Nitekim diyetisyenler de kendi uzmanlık alanlarına ilişkin içerikler üreterek paylaşımlar yapabilmektedirler ve bu paylaşımlar yoluyla daha fazla kişiye ulaşabilme imkânı bulabilmektedirler. Elbette bu süreçte mesleki kimlikleri ile dijital platformda var olan diyetisyenler bir emek sarf etmekte ve bu durum çalışma hayatının bir parçasına dönüşmüş durumdadır. Dolayısıyla günümüzde diyetisyenlik mesleğinin çalışma hayatında dijital araçların ve dijital platformların rolü araştırma açısından önemli olmaktadır.

Bunun yanı sıra dijital platformlar milyonlarca insanın işini kolaylaştırmakta ve artık işgücü piyasaları da dijital platformlar aracılığıyla giderek daha fazla organize olmaktadır (Schmidt, 2017, s. 9). Bu bağlamda işgücü piyasasında meydana gelen değişimleri dijitalleşme olgusundan ayrı düşünmek mümkün değildir. Çünkü bilgi ekonomisinin genişlemesi, hizmet sektörünün yükselişi ve kimlik enflasyonu ile birlikte işgücü piyasası da dönüşmüştür (Adams, 2010, s. 50). Dolayısıyla dijitalleşme süreci toplumsal yapının pek çok alanına yayılmakta toplumsal değişmeyi de etkilemektedir. Bu araştırmada da özellikle meslek ve çalışma hayatındaki dijital dönüşüm unsurlarının neler olduğu üzerinde durulmuştur.

Günümüz toplumunu dijital toplum olarak tanımlayan Lupton'a göre, aile, sağlık, kültür, iş, çalışma ve meslek ya da diğer başka bir konuda araştırma yaparken bu konuları dijital teknolojilerden ve gelişmelerden bağımsız düşünmek mümkün değildir (2015, s. 5). Çünkü bu gelişmeler doğrudan ya da dolaylı toplumsal pratikleri etkilemekte ve birtakım dönüşümlere neden olmaktadır. Örneğin yüz yüze iletişim biçiminin yerini dijitalleşme süreciyle birlikte dijital iletişim biçimi almıştır. Nitekim araştırmanın ele aldığı çevrim içi diyet danışmanlığı sürecindeki diyetisyen ile danışan arasındaki iletişim süreci de dijital platformlar aracılığıyla gerçekleşmektedir ve bu süreçte yüz yüze iletişimin yerini dijital iletişim pratikleri almıştır.



Araştırmada dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği diyetisyenler örneğinde ele alınmaktadır. Özellikle dijitalleşme sürecinin ne tür bir dönüşüm yarattığı açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu araştırma ile mesleki kimliğin inşasında etkili olan unsurlar ve çalışma koşullarının dönüşümü, meslek ve çalışma hayatlarında aktif bir şekilde dijital araçları ve dijital platformları kullanan diyetisyenlik mesleği bağlamında açıklanmaktadır.

Araştırma toplamda beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırmanın konusu, amacı ve öneminin yanı sıra araştırmanın literatür taramasına yer verilmektedir. İkinci bölümde, dijital sosyoloji bağlamında kavram ve kuramlara yer verilerek dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatındaki etkileri üzerine kuramsal çerçeveler açıklanmaktadır. Öncelikle kavramsal arka planda dijitalleşme, dijital toplum, dijital platform, dijital gözetim, kitlesel öz iletişim, dijital emek ve dijital çalışma kavramlarına yer verilmektedir. Kuramsal arka planda öncelikle dijitalleşme sürecinin temelini oluşturan bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen dönüşümler ve bu dönüşümlerin meslek ve çalışma hayatına etkileri ele alınmaktadır. Burada teknoloji alanında yaşanan gelişmeler sonucu meslek ve çalışma hayatında meydana gelen dönüşüm açıklanmaktadır. Özellikle Sanayi 4.0 ve Toplum 5.0 gibi kavramlarla ilişkilendirilen dijital dönüşümün meslek ve çalışma hayatındaki etkileri, araştırmanın kuramsal çerçevesinde ele alınmaktadır. Daha sonra Sennet'in yeni kapitalizm teorisi, Fuchs'un dijital emek teorisi ve Hochschild'in duygusal emek teorisi son olarak ise gözetim kuramlarına değinilerek dijitalleşme süreciyle gözetimin nasıl dönüştüğü açıklanmaktadır.

Üçüncü bölümde araştırmanın örneklem grubunu oluşturan diyetisyenlik mesleğinin tercih edilme nedenleri, mesleğin tarihsel ve toplumsal gelişimi açıklanmaktadır. Böyle bir bölüme yer verilmesinin nedeni, mesleğin bugünkü koşullarındaki dijitalleşme olgusunu ele alırken mesleğin tarihsel ve toplumsal gelişiminden bağımsız düşünülmemeyeceğidir. Dolayısıyla bu bölüm sayesinde diyetisyenlik mesleğinin güncel durumunu ve meydana gelen değişimi anlamak kolaylaşacaktır.

Dördüncü bölümde araştırmanın soru cümlelerinin neler olduğuna yer verilmektedir. Bu soru cümleleri araştırmanın amacı ve konusu dikkate alınarak hazırlanmıştır. Araştırmada neden nitel araştırma yönteminin kullanıldığına, veri toplama tekniğine ve veri toplanan katılımcı gurubunun nasıl oluşturulduğuna değinilmektedir. Bunun yanı sıra görüşme süreci ele alınarak katılımcıların tanıtımı yapılmaktadır. Son olarak bu bölümde araştırmada kullanılan tematik veri analiz tekniği anlatılmış ve veri analiz süreci açıklanmaktadır. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bazı kısıtlılıklar vardır. Bu kısıtlılıklara da yer verilerek bu bölüm tamamlanmıştır.

Beşinci bölüm araştırmanın veri analiz bölümüdür. Sahadan elde edilen bulgular MAXQDA 2024 veri analizi programı kullanılarak dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatındaki etkilerini ortaya çıkarabilecek şekilde düzenlenmiş ve yorumlanmıştır. Bu bağlamda dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatı üzerindeki etkileri araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesinden hareketle açıklanmıştır. Araştırmada 2 ana tema, 9 alt temaya ulaşılmıştır. Mesleki kimliğin inşası ve dijitalleşme süreci başlıklı temada diyetisyenlik mesleğinin dijitalleşmeden nasıl etkilendiği, hangi açıdan dönüşümlere neden olduğu ve bu dönüşümlerin diyetisyenlerin meslek hayatlarında nasıl bir rolünün olduğu açığa çıkarılmıştır. Burada öncelikle mesleki kimliğin inşasında etkili olan faktörleri anlamak için mesleğin tercih edilme nedenleri açıklanmış daha sonra ise dijital becerilerin kazanımı ve sürdürülmesinin meslek hayatı için önemine değinilmiştir. Dolayısıyla burada dijitalleşmenin mesleki kimliğin inşasında ve sürdürülmesindeki rolünü ortaya çıkarabilecek faktörler açıklanmaktadır.

İkinci temada ise çalışma koşullarının dijitalleşmesi üzerinde durularak çalışma koşullarında, çalışma ilişkilerinde, çalışma biçimlerinde dijitalleşmenin nasıl deneyimlendiği, ne tür dönüşümlere neden olduğu ve bu durumun diyetisyenlik mesleğinin çalışma koşullarını nasıl etkilediği konuları üzerinde durulmaktadır.

# 1. BÖLÜM

## ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE KAPSAMI

### 1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Dijitalleşme; ekonomi, siyaset, sağlık, eğitim, hukuk, göç, medya gibi pek çok alanı çeşitli biçimlerde etkilemektedir. Etkilediği alanlardan birisi de çalışma hayatı ve mesleklerdir. Nitekim internetin ortaya çıkışı, bilgi ve iletişim teknolojilerinde (BT) meydana gelen gelişmeler, çalışma hayatını ve mesleki becerileri de dönüştürmüştür. Dolayısıyla bu araştırma, dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatını nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymaya yöneliktir. Diyetisyenler örneğinde meslek ve çalışma yaşamında dijitalleşme sürecinin nasıl deneyimlendiğini konu edinmektedir.

Toplumsal değişme, sosyolojinin kuruluşundan bu yana mevcut toplumsal yapıyı açıklamak için önemli konulardan birisi olarak görülmektedir. Buradan hareketle toplumsal değişmeyi göz önünde bulundurarak yeni toplumsal düzeni açıklamak adına son dönemlerde yapılan çeşitli toplum tanımlamaları bulunmaktadır. Bu tanımlamalardan bazıları “post-endüstriyel toplum”, “bilgi toplumu”, “enformasyon toplumu”, “gözetim toplumu”, “risk toplumu”, “ağ toplumu” ve “dijital toplum” olarak sıralanmaktadır. Bu tanımlamaların her biri birbirleriyle ilişkilidir. Fakat hepsi toplumsal değişmeyi açıklarken farklı yapı ve dinamikleri önceleyerek bir tanımlama yapmaktadır. Araştırmanın konusu bağlamında bu toplumsal dönüşüm sürecinde “dijital toplum” kavramına odaklanılmıştır. Dijital toplum tanımlaması dijitalleşmenin sosyal, kültürel ve politik boyutlarını içeren geniş bir tanımlamadır (Lupton, 2015). Özellikle de 21. yüzyıl itibarıyla teknolojik gelişmelerin toplumsal yapının her alanında aktif bir şekilde kullanılması ve dijital araçların bireysel ve toplumsal hayatı etkisi altına almasıyla birlikte dijital toplumdaki bahsetmek mümkün hale gelmiştir. Başka bir deyişle, dijital teknolojilerin bireysel ve toplumsal hayatın her alanına yayılmasıyla birlikte dijital topluma doğru bir gelişme yaşanmıştır.

Lokke (2020, s. 27), tarihsel olarak toplumsal yapıda kökten değişime neden olmuş süreçleri üçe ayırmaktadır. Bu süreçler: “tarım devrimi”, “sanayi devrimi” ve sanayi devrimi sonrası günümüzü içeren üçüncü devrim olarak “dijital devrimdir”. Ona göre günümüz toplumu dijital bir devrim yaşamaktadır. Çünkü teknolojik gelişmeler toplumsal hayatın her alanına yayılmış ve bir değişim yaratmıştır. Tarihsel olarak 1970’li yıllarla birlikte internetin keşfi ve daha sonra bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkisiyle dijitalleşme süreci hız kazanmıştır. Bu süreçte web; 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, dijital platformlar, büyük veri, yapay zekâ teknolojisi, bulut bilişim, internet, robotlar, dijital medya, nesnelerin interneti gibi gelişmeler dijitalleşme sürecinin hızlanması ve yaygınlık kazanmasında önemli bir rol oynamıştır. Teknolojik araçlar yoluyla teknolojik gelişmeler yaşanmış ve bu değişimler toplumsal yapıyı etkilemiştir.

Dijitalleşme her şeyden önce bir süreci ifade etmektedir. Çünkü gelişmeye başlamış ve ilerlemeye devam eden bir olgu olarak dijitalleşme, henüz tamamlanmış bir süreç ya da sınırları belli bir olgu değildir. Bu nedenle dijitalleşme kavramı en genel anlamıyla bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişimi ve bunun insanlar ile olan etkileşimini içermektedir. Dijitalleşme ile birlikte zaman ve mekâna olan bağlılık ortadan kalkmaya başlamıştır. Bunun sonucu olarak çalışma koşulları ve mesleki becerilerde de dijital araçların yaygın olarak kullanıldığı bir dönem başlamıştır. Çalışma yaşamında bilişim teknolojileri önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bilişim teknolojileri sağladıkları avantajlarla çalışma yaşamını kolaylaştırmıştır (Ersöz ve Özmen, 2020, s. 171). Dolayısıyla bu gelişmelerin etkisiyle mesleklerin bilgi ve becerileri de bu doğrultuda değişmeye başlamıştır.

Meslek, toplum hayatının merkezinde konumlanmaktadır. Toplumsal yapıda meydana gelen değişimler ve dijital teknolojilerin toplumu etkilemesi sonucu çalışma ve meslek hayatında da birtakım değişimler yaşanmıştır. “1950’lerin ortalarında başlayan, 1970’lerin ortasında belirginleşen, 1990’ların ortasında artık bütünüyle etkin hale gelen bilgi teknolojileri çalışma hayatı ve mesleklerde yepyeni bir görünüm oluşturmuştur” (Sunar, 2020a, s. 41). Nitekim en temelde internetin gelişimi; çalışma, yaşama ve düşünme biçimlerimizi etkilemiş ve kapsamlı bir toplumsal dönüşüm sürecine neden olmuştur (Bozkurt, 2014, s. 39). Çalışma hayatı ve mesleklerin de bir dönüşüm

geçirmesinde teknolojik gelişmeler temel bir rol oynamıştır. Bu bağlamda araştırma konusu itibarıyla dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleği örneğinde nasıl deneyimlendiği bu araştırmanın en temel sorularından birisidir. Çünkü günümüzde meslekler toplumsal değişime neden olan diğer aktörlerden doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkilenmektedir. Bunun bir sonucu olarak mesleğin de toplumsal koşullara göre değiştiğini ve dönüştüğünü gözlemlemek mümkündür. Bu bağlamda dijitalleşme ve uzaktan çalışma, dijitalleşme ve dijital beceriler, dijitalleşme ve mesleklerin dönüşümü, dijitalleşme ve gözetim pratiklerinin dönüşümü gibi konu başlıkları ile dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatındaki durumu ele alınmaya çalışılmıştır.

Günümüzde iş, meslekler, görev tanımları, çalışma koşulları ve çalışma kültürü, üretim ve tüketim süreci dijitalleşme ile birlikte değişmektedir. Bu çalışma, toplumsal gelişmenin bir sonucu olan dijitalleşmeyi meslek üzerinden analiz etmektedir. Dolayısıyla dijitalleşmenin diyetisyenlik mesleği üzerinde nasıl bir etki yarattığı mesleki kimliğin inşa süreci ve dijitalleşme, çalışmanın ve çalışma koşullarının dijitalleşmesi ana başlıklarından hareketle ele alınmıştır.

## **1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Araştırmanın amacı, dijitalleşme sürecinin meslek ve hayatını nasıl dönüştürdüğünü diyetisyenlik mesleği örneğinde açıklamaktır. Böylece 2000’li yıllardan başlayarak sosyal bilimlerin önemli konularından birisi olan dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği, dijitalleşmenin ne tür bir değişim yarattığı, bu değişimin meslek ve çalışma hayatı için sağladığı avantaj ya da dezavantajların neler olduğu sorularına yanıt aranmaktadır. Bu araştırma ile dijitalleşmenin meslek üzerinde nasıl bir etki yarattığı ortaya konulmakta ve Türkiye’nin toplumsal değişiminde önemli bir olgu olan dijitalleşmenin gelişimi, günümüzdeki seyri ve geleceğine ilişkin meslek ve çalışma hayatı bağlamında bir analiz yapılmaktadır.

Dijital platformların kullanım alanları büyük çeşitlilik göstermektedir. Bu araştırmanın amacı, meslek ve çalışma hayatında dijitalleşme etkilerini çalışanların bakış açısıyla ortaya koymaktır. Pek çok farklı meslek grubundan kişiler mesleki kimlikleriyle dijital platformları aktif bir şekilde kullanmakta ve mesleklerine ilişkin çeşitli içerikler üretmektedir. Sosyal medya ve dijital alanlarda var olan ve görünürlüğü oldukça yüksek olan meslek gruplarından birisi de diyetisyenlerdir. Bu çalışmada diyetisyenlerin dijital platformları mesleki amaçlarla kullanımları ile ilgili deneyimlerine odaklanılmaktadır. Bu deneyimlerden hareketle dijitalleşmenin bir meslek olarak diyetisyenlik üzerindeki dönüştürücü etkilerinin açığa çıkarılması, araştırmanın başlıca odak noktasıdır.

Dijitalleşme süreci hızla yaygınlaşarak toplumsal dünyayı dönüştürmektedir. Sözgelimi Dijital We Are Social'ın "Digital 2023" raporunun sonuçlarına göre Türkiye'de 2023 yılında nüfusun %83'ü internet kullanırken %73'ü de aktif sosyal medya kullanıcısıdır. 2022 yılına göre internet kullanıcılarında %6'luk bir artış görülürken aktif sosyal medya kullananlarda ise önemli bir artış söz konusu değildir. Öte yandan 16-64 yaş arasındaki internet kullanıcılarının internet kullanım nedenlerine bakıldığında %73'ü interneti bilgiye ulaşmak, %67'si haber ve etkinliklerden haberdar olmak için kullandığını ifade etmiştir. Buradan hareketle Türkiye'de internet ve sosyal medya kullanımının önemli bir şekilde devam ettiğini söylemek mümkündür. Ayrıca internet kullanımı sağlık, eğitim, meslek ve çalışma hayatında önemli bir unsur haline gelmiştir. Bununla birlikte artık pek çok işlem internet sayesinde dijital ortamda daha hızlı yapılabilmektedir. Nitekim raporda 14-64 yaş aralığındaki kişilerin internete erişim için kullandığı dijital araçlara bakıldığında %94 oranıyla mobil telefon, %62 laptop veya masaüstü bilgisayar, %36 tablet, %57 ise kişisel laptop veya masaüstü bilgisayardan oluşmaktadır (We are social, 2023). Buradan hareketle internete erişim için kullanılan dijital araçlar oldukça yaygındır. Kullanım amaçları birbirinden farklılık gösterse de bu dijital araçlar toplumsal yaşamın bir parçası olmuştur. Bu durum psikolojik danışma, banka hizmetleri, alışveriş pratikleri, dijital eğitim platformları, sağlık hizmetleri gibi diğer alanlarda olduğu gibi beslenme üzerine danışmanlık alan insanların da hizmet taleplerinin dijital mecralara yönelmesi ve mesleğin dijitalleşmesi gibi sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir.

Teknolojilerin gelişmesi, çalışma ve meslek hayatına dahil olmasıyla birlikte pek çok iş daha hızlı, daha ucuz ve daha kolay yapılabilir hale gelmiştir (Volti, 2014, s. 4). Bu gelişmenin neden olduğu etkiler olumlu ve olumsuz olabilir. Literatüre bakıldığında teknolojik gelişmelerin olumlu yönüne odaklanan araştırmalar, daha çok dijital teknolojilerin sosyalleş(tir)me yönüne vurgu yapmışlardır (Amichai-Hamburger vd., 2002). Eleştirel bir perspektiften yaklaşan çalışmalar ise teknolojik gelişmelerin daha çok olumsuz yönlerine; emek, sömürü, eşitsizlik, gözetim konularına vurgu yapmışlardır (Brindle, 2018; Hayles, 2012; Kuss & Griffiths, 2011; Lanier, 2010; Zuboff, 2019). Oysa teknolojik gelişmelerin neden olduğu etkiler daha kapsamlı ve bütün boyutlarıyla ele alınmalıdır (Petani vd., 2021). Dolayısıyla bu araştırma, diyetisyenlerin dijital platformları kullanım deneyimlerine odaklanırken dijitalleşme sürecinin çalışma ve meslek hayatında yarattığı etkilerin avantajlarının ve dezavantajlarının neler olduğu sorusuna yanıt aramaktadır. Araştırmanın önemi, sosyoloji alanında meslekler düzleminde dijital teknolojilerdeki güncel gelişmelerin etkilerine ilişkin kısıtlı literatüre katkı sağlamasından ileri gelmektedir. Özetle, araştırmada Türkiye’de dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatını nasıl etkilediği üzerinde durulmaktadır. Fakat konu hakkında genellemeler yapılmadan diyetisyenlik mesleği örneğinde açıklamalar yapılmaktadır.

Türkiye’nin sosyoekonomik yapısında meydana gelen değişimler meslekleri de etkilemektedir. Makro ve mikro anlamda yaşanan değişimler mesleğin piyasa ve sosyal konumu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Sunar, 2020b, s. 34). Bu bağlamda Türkiye’de dijitalleşmenin, diyetisyenlik mesleğinin piyasa ve sosyal konumunu nasıl etkilediği sorusu önemli olmaktadır. Öte yandan dijitalleşmenin iş ve toplumdaki önemli meslekleri nasıl etkilediği ve daha geniş bir alanda iş piyasasının dijitalleşmeden nasıl etkilendiğini anlamak önemlidir (Petani vd., 2021, s. 2). Çünkü teknolojik gelişmeler ve neden olduğu etkiler bugün toplumun önemli meselelerinden birisi haline gelmiştir. Teknolojik gelişmeler, özellikle çalışma hayatını, çalışma becerilerini, çalışma şekillerini ve çalışma kültürünü etkileyerek birtakım değişimlere neden olmuştur. Bu değişimin boyutlarına anlamak bu araştırma kapsamında oluşturulan katılımcı grubu dahilinde açığa çıkarılacaktır.

Bilişim teknolojilerinin etkisiyle dijitalleşme süreci hız kazanmıştır. Böylece dijitalleşmenin toplumsal hayatın pek çok alanını etkilediği ve dönüştürdüğü fikirlerine ek olarak üzerinde durulan konulardan bir tanesi de dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatını dönüştürdüğü yönündeki fikirlerdir. Teknolojinin ve iletişim yollarının hızla geliştiği ve çeşitlendiği bir çağda uzmanlaşmanın ve profesyonel meslek gruplarının toplumsal hayatta çok daha aktif olacağı ifade edilmektedir (Cirhinlioğlu, 2010, s. 7). Profesyonel meslek grupları da dijital araçları aktif bir şekilde çalışma ve meslek hayatlarında kullanmaktadır. Nitekim Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması” 2022 raporuna göre %99,8 oranıyla en çok internet kullanım oranı profesyonel meslek gruplarına aittir. Buradan hareketle artık çalışma hayatında dijital teknolojileri mesleki becerilerde aktif bir şekilde kullanma, mesleki kimlik ve tecrübenin önüne geçmeye başlamıştır (Sunar, 2020a, s. 50). Çünkü profesyonel meslek grupları için dijital teknolojiler çalışma hayatının vazgeçilmez bir parçası olmuştur.

Dijitalleşmenin hızlı bir şekilde deneyimlendiği alanlardan birisi de sağlık sektörüdür. Dijital dönüşümün etkileri sağlık alanlarındaki meslek ve çalışma koşullarını da dönüştürmektedir. Nitekim Avrupa Sağlık Parlamentosu sağlık alanındaki profesyonellerin dijital becerilerini geliştirmek amacıyla Sağlık Profesyonelleri İçin Dijital Beceriler Komitesi oluşturmuştur. Burada doktorlar, hemşireler, eczacılar, diş hekimleri ve diyetisyenler gibi sağlık alanındaki profesyonellerin dijital okuryazarlığı, bulut depolama, dijital teknolojileri kullanabilme, veri koruma, dijital sağlık uygulamalarının öğrenimi ve takibi gibi çeşitli eğitimler düzenlemektedir (EU, 2016). Nitekim Türkiye’de de dijital dönüşümün meslek ve çalışma hayatlarındaki etkilerine yönelik çalışmalar ve araştırmalar yapılmaktadır.

Akademik literatürde dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatına etkilerine yönelik araştırmaların artmaya başladığını ifade etmek mümkündür. Fakat dijitalleşmenin, dijital dönüşümün diyetisyenler tarafından nasıl deneyimlendiği, diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatlarını nasıl etkilediğine yönelik araştırmalar oldukça sınırlı sayıda kalmıştır. Dolayısıyla bu araştırma, ulusal akademik literatürde yeni yeni çalışılmaya başlanan dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatını nasıl etkilediği sorusu bağlamında meydana



gelen değişimleri diyetisyenler örneğinden hareketle sosyolojik bir perspektiften analiz etmeye çalışmaktadır. Araştırmada dijital çağda mesleklerin güncel konumundan hareketle diyetisyenlik mesleğinin dijital alanlarla olan ilişkilerini, dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatında nasıl bir dönüşüm yarattığı araştırılarak literatüre katkı sağlanmaktadır.

### 1.3. ARAŞTIRMANIN LİTERATÜR TARAMASI VE TANITIMI

Araştırmanın literatür taraması, araştırmaya başlamadan önce araştırmacının konunun eksik yanlarını tespit edebilmesi açısından önemlidir. Bunun yanı sıra literatür taraması, araştırmanın çalışılmasının önemli olup olmadığına karar verme noktasında veya araştırmanın kapsamının sınırlarını netleştirmek noktasında önemli bir adımdır. Bu bağlamda burada araştırma konusundan hareketle bir literatür taraması yapılmış ve konuya ilişkin literatürde nelerin tartışılmakta veya eksik bırakılmış olduğuna ilişkin bir tanıtım yapılmaktadır.

Dijitalleşme konusu, son yıllara kadar hem ulusal hem de uluslararası literatürde sosyolojinin yanı sıra daha çok medya ve iletişim alanında çalışılmıştır. 2000’li yılların başına kadar dijital sosyoloji çok kullanılan bir kavram değildir bunun yerine sosyal medya sosyolojisi, yeni medya sosyolojisi gibi kavramlar kullanılmıştır. Fakat bu araştırmada da özellikle dijital sosyoloji kavramsallaştırması dikkate alınmaktadır çünkü bu kavramsallaştırma çok daha geniş bir yelpazede kullanılmaktadır ve diğer kavramları da içeren daha kapsayıcı bir tanımdır. Dolayısıyla bu bölümde sosyolojinin de önemli konularından birisi haline gelen dijitalleşmenin sosyoloji alanında ulusal ve uluslararası literatürde nasıl ele alındığı “dijital sosyoloji” bağlamında incelenecektir.

Ulusal literatürde dijitalleşme konusunu sosyolojik bir perspektiften kapsamlı bir şekilde ele alan bazı çalışmalar vardır. Bunların ilki, “Dijital Sosyoloji Çalışmaları” (Zinderen, 2021) kitabıdır. Burada dijitalleşmenin toplumsal boyutu ele alınmaktadır. Eğitim, meslek, çalışma hayatı, sağlık, diplomasi gibi birçok alan dijitalleşme süreciyle birlikte birtakım değişim ve dönüşümler yaşamış ve yaşamaya devam etmektedir. Bu kitapta dijital eşitsizlik, dijital çağda gözetim, dijital aktivizm, dijital göçmenler, dijital sağlık,

dijital eğitim, dijital ebeveynlik ve dijital diploması gibi dijitalleşmenin pek çok farklı boyutu ele alınmıştır. Örneğin bireylerin internete erişim noktasında eşit avantaja sahip olup olmadığı konusu “dijital eşitsizlik” bağlamında tartışılmıştır. Teknolojinin nesiller arasında bir fark yarattığı fikrinden hareketle “dijital yerliler”, “dijital göçmenler”, “dijital melezler” gibi çeşitli kavramsallaştırmalar ile dijitalleşmenin nesiller üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bunun yanı sıra dijitalleşmenin sağlık alanında nasıl deneyimlendiği, Covid-19 pandemi sürecinin de etkisi vurgulanarak dijital sağlık uygulamalarından örneklerle açıklanmıştır. Eğitimin dijitalleşmesi konusu ele alınırken mekân ve zaman sınırlaması olmadan eğitime erişimin kolaylaşması ve çeşitlilik kazanması üzerinde durulmuştur. Farklı disiplinlerden dijitalleşme konusunun pek çok farklı boyutu ele alınsa da bu kitapta dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatını nasıl etkilediği konusu üzerinde durulmamıştır. Bu bağlamda bu araştırmanın da odağı olan dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği ve nasıl bir etki yarattığı konusu dijital sosyoloji alanı için katkı sunacaktır.

İlgili alandaki diğer çalışma ise “Dijital Toplumun İnşası” (Al, 2022) kitabıdır. “Dijital Toplumun İnşası” (2022) kitabında da dijital toplumu oluşturan unsurlar üzerinde durulmaktadır. Dijital teknolojilerin toplumsal, bireysel, eğitim, politika, ekonomi ve medya alanlarını doğrudan ya da dolaylı yönde etkilediği iddia edilmektedir. Ulusal literatürde yer alan diğer çalışmalardan farklı olarak bu kitap dijitalleşme sürecinin toplumsal ve tarihsel bağlamı üzerinde daha kapsamlı olarak durmaktadır ve dijitalleşme olgusuna eleştirel yaklaşmaktadır. Dijital teknolojilerin neden olduğu etkileri çok boyutlu bir şekilde ele almaktadır. Dijital bir toplumun oluşum sürecine etki eden teknolojik gelişmelerin ve dijital araçların yeni bir toplumsal düzene işaret ettiği vurgulanmaktadır. Ancak bu kitap dijital sosyoloji alanına önemli bir katkı sunsa da dijitalleşme konusunun pek çok konusuna değinmediği ve makalelerin çoğunluğunun kuramsal bir zeminde ele alındığı, dolayısıyla ampirik araştırmalar bakımından yetersiz olduğu görülmüştür.

Dijital sosyoloji alanına ilişkin ulusal literatürde değinilecek son kitap ise “Dijital İnsan ve Dijital Toplum” (Eke & Uysal, 2022) kitabıdır. Bu kitap ise dijitalleşme konusunun çok farklı boyutlarını ele alan kapsamlı bir eserdir. Adalet, eğitim, çalışma, ekonomi, güvenlik, kültür, sağlık, e-spor, tüketim, iletişimi gibi dijitalleşmenin etkili olduğu birçok

konuyu ele almıştır. Bu anlamda kitap dijitalleşme sürecinin toplumsal hayatta etki edebileceği alanların neredeyse tamamına ilişkin makalelerden oluşmaktadır. Özellikle de dijitalleşme sürecinin geçmişi, bugünü ve geleceği tartışmalarıyla dijital dönüşümü de tartışmaktadır.

Özetle, bu çalışmalar özellikle dijital sosyoloji çalışmaları için başlangıç niteliğinde oldukları için önemlidir. Aynı zamanda konuya ilişkin sonraki çalışmalara katkı sağlayacak bağlam ve boyutlar içermektedir. Ancak bu çalışmalar elbette dijital sosyoloji gibi güncel ve çok boyutlu bir olgunun anlaşılması için yeterli değildir. Bu nedenle daha fazla çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Nitekim bu araştırma bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Son olarak ulusal literatürde yapılmış çalışmalar incelendiğinde dijitalleşmenin bir değişim ve dönüşüme neden olduğu bu değişimin çok boyutlu bir şekilde incelenmesi, araştırılması gerektiği vurgulanmıştır. Fakat ilgili alandaki ampirik çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Zaman zaman kuramsal ve kavramsal çerçevede ele alınmış pek çok makale bulunsa da dijitalleşmenin etkilerinin neler olduğunu anlamak adına ilgili literatürde ampirik araştırmalar sınırlıdır. Dolayısıyla ilgili literatürde dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatını nasıl dönüştürdüğü konusu üzerinde yeni yeni çalışmalar yapılmaya başlanmış olsa da diyetisyenler bağlamında dijital sosyoloji alanında yapılmış çalışmalar sınırlıdır. Bu anlamda bu tez ile gelişmekte olan alana önemli bir katkı sunulması planlanmaktadır.

Uluslararası literatüre bakıldığında ise öncelikle dijital sosyoloji kavramı üzerinde duran ve bu alanın gelişmesinde önemli çalışmalar yapan Lupton'un "Digital Sociology" (2015) kitabıdır. Kitap'a Lupton, dijitalleşme sürecinin tarihsel arka planına değinerek başlamaktadır. Lupton, sosyologların dijital teknolojilere bakışının nasıl olması gerektiği, dijital teknolojilerin yarattığı toplumsal etkilerin neler olduğu ve dijitalleşmenin yarattığı avantaj ve dezavantajlara değinmektedir. Dijitalleşmenin bütün boyutlarıyla ele alınmasını amaçlayan bu eser, dijital toplumun sosyal, kültürel ve politik boyutunu tartışmaya açmıştır. Dijital toplum ve teoriler, dijital data analizi, beden, kimliğin dijitalleşmesi, dijital politikalar, dijital eşitsizlik ve dijital çağda araştırma yöntemleri, akademinin dijitalleşmesi, üzerinde durulan bazı konulardır. Bu kitabı araştırma için önemli kılan noktalardan birisi mesleki dijital aktivitelerin önemli olduğunun

vurgulanmasıdır. Lupton, akademisyenler örneğinden hareketle dijital medya araçlarını kullanmanın mesleki hayat açısından hem olumlu hem de olumsuz yönleri nedeniyle dikkat çekmiştir (2015, s. 84). Dijital aktivitelerin ve dijital medya araçlarının kullanımının oldukça yaygın olduğu günümüzde bu olgunun meslekler için de önemli olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda bu eserin ilgili literatürdeki önemli eksiklere değindiğini ve dijitalleşme sürecinin neden olduğu etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönlerini dikkate alarak kapsamlı bir şekilde ele almaya çalıştığı söylenebilir.

Uluslararası literatürde dijital sosyolojiye ilişkin temel eserlerden bir diğeri: “Digital Sociology: Critical Perspectives” (Orton-Johnson & Prior, 2013) kitabıdır. Bu kitapta dijitalleşmenin bireysel ve sosyal ilişkileri nasıl değiştirdiği, dijital ilişkilerin ne olduğu, e-sağlık ve hastalığın sosyolojik olarak nasıl ele alınabileceği ve dijital çağda toplumun nasıl olduğu tartışılmaya açılmıştır. Bunun yanı sıra bu kitap dijitalleşmeye eleştirel bir perspektiften yaklaşmakta ve bazı konuları yeniden düşünmeye ve tartışmaya açmaktadır. Örneğin dijital çağda mekân, eğitim, savaş muhabirliğini ve toplumu yeniden düşünmek başlığıyla bu konuların dijital çağda nasıl değiştiği ve dönüştüğü ele alınmıştır. Bunun yanı sıra toplumsal cinsiyet konusuna ilişkin de tartışmalara teknoloji ve cinsiyet, dijital çağda feminist kuram çerçevesinde değinilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma literatürdeki dijitalleşme sürecine ilişkin yaşanan toplumsal dönüşümü açığa çıkarması bakımından önemlidir.

İlgili literatürdeki bir diğer önemli çalışma ise “Digital Sociology: The Reinvention of Social Research (Marres, 2017)” başlıklı kitaptır. Burada dijitalleşmenin sosyal yaşamı ve araştırmaları nasıl etkilediği üzerinde durulmaktadır. Dijitalleşmenin sosyoloji alanında pratik, metodolojik ve politik alanları nasıl dönüştürdüğü vurgulanmıştır. Dolayısıyla teknoloji ve toplum arasındaki ilişki çok boyutlu tartışmalara neden olmaktadır. Marres özellikle dijital yöntemlerin üzerinde durarak sosyal bilimlerde yeni yöntemleri tartışmıştır. Bu nedenle bu eser özellikle dijital sosyoloji çalışmalarının metodolojik olarak nasıl yapılması konusunda özgün tartışmaları içermektedir. Bu anlamda kitap, dijital sosyoloji çalışmalarının metodolojik olarak nasıl ve ne şekilde yönetileceğini ortaya çıkardığı için önemli olmaktadır.

“Sociological Theory in The Digital Age (2020)” bu eserle sosyolojik teorinin dijital çağ ile birlikte nasıl etkilendiğini ele alan Ignatow, dijitalleşme olgusunun sosyolojik teoriye yeni bir alan yarattığını ifade etmiştir. Sosyal bilimciler dijital çağa çeşitli şekillerde adapte olmuşlardır ve dijital çağda sosyolojik araştırmalar yeni fırsatlar ve zorluklar yaratmaktadır. Bu yüzden dijital çağda internet, sosyal medya, büyük veri konuları sosyolojik teoride tartışılmaya başlanmıştır. Bu yüzden Ignatow ve pek çok yazarın yer aldığı bu kitapta sosyal bilimlerin dijital topluma nasıl uyum sağlayacağı konusunda çeşitli tartışmaları gündeme getirmektedir ve dijital çağda sosyal bilim araştırmaları yapmanın zorluklarını ve fırsatlarını ele almaktadır. Bu çalışma sosyal bilimlerin dijitalleşme sürecinde nasıl konumlanması gerektiğini ortaya çıkardığı için diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır ve sosyal bilim alanının dijital çağdaki konumu üzerinde tartışmaktadır.

Her ne kadar doğrudan dijital sosyoloji olarak yayınlanmasa da dijital sosyolojiden bahsederken değinilmesi gereken iki önemli çalışma vardır. Bunlardan ilki “The Rise of the Network Society (Castells, 2011)” kitabıdır. Castells bir iletişim sosyoloğudur ve ağ toplumunun yükselişi tartışmalarında öncü bir rol oynamıştır. Bu anlamda dijital toplumu ve dijital sosyolojiyi anlamak noktasında Castells’in ağ toplumunun yükselişi üzerine ortaya koyduğu 3 ciltlik eseri önemlidir. Bu kitaplarıyla Castells 20. yüzyıl sonu yeni toplumsal yapının oluşumunu ele alarak meydana gelen dönüşümleri açıklamada yeni kavramsal ve kuramsal çerçevelere ihtiyaç olduğunu vurgulamıştır. Nitekim ağ toplumu kuramı ile Castells, bilgi ve iletişim teknolojilerinde gelişmelere odaklanarak toplumsal dönüşümü açıklamıştır.

Diğer önemli kitap ise The “Network Society (Dijk, 2006)” dir . Bu çalışma dijital iletişim süreçlerini, geçmişini ve geleceğini ele almaktadır. Özellikle sosyal medya Web 2.0’ın toplumsal hayattaki pratiklerimizi nasıl etkilediği ve dönüştürdüğü üzerinde durmaktadır. Dijk, Castells’in ifade ettiği ağ toplumu kuramını geliştirmiş bir sosyologtur. Dijk’a göre ağ toplumu; internet ve sosyal medya ağlarının gelişmesinin bir sonucu olarak toplumsal yapıdaki ilişkilerin ve gündelik pratiklerin dijitalleştiği anlamına gelir. Dolayısıyla dijital sosyoloji çalışmalarında ağ toplumu kuramı önemli bir yerde konumlanmaktadır.

Son olarak dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği konusu bağlamında yapılan tez çalışmalarına bakılmıştır. Dijitalleşmenin aile, eğitim, sağlık, politika, medya ve iletişim gibi pek çok alanı değiştirip dönüştürdüğü üzerine çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Fakat bu tez çalışması için önemli bir konu olan mesleğin dijitalleşmeden nasıl etkilendiği sorusuna ilişkin yapılan çalışmalar sınırlı kalmıştır. Dijitalleşmenin meslek üzerindeki etkisine yönelik çalışmaların daha çok bankacılık, muhasebe, gazetecilik, işletme ve çevirmenlik alanlarında olduğunu ifade etmek gerekmektedir (Bakırtaş & Ustaömer, 2019; Bayram, 2022; Dursun vd., 2019; Eş & Atasoy, 2022; Öztürk Baydere, 2022). Diyetisyenlik mesleği örneğinde sosyolojik olarak meydana gelen değişimleri çalışma ve meslek hayatı bağlamında ele alan çalışmalar ise sınırlı kalmıştır.

Diyetisyenlik mesleğine ilişkin yapılan tez çalışmalarının büyük çoğunluğu beslenme ve diyetetik anabilim dalında yapılmıştır. Dolayısıyla çalışmaların çoğunluğu sağlıklı beslenme, beslenme takıntısı, halk sağlığı üzerinedir. Ulusal literatürde beslenme ve diyetetik bölümünü meslek sosyolojisi perspektifinden ele alan herhangi bir tez çalışması bulunmamaktadır. Fakat bu çalışma için önemli olan ve diyetisyenlerin sosyal medya kullanımını üzerine yapılan iki tez çalışması bulunmaktadır. “Diyetisyenlerin Sosyal Medyadaki Paylaşımlarının Bilimsel ve Etik Yönden İncelenmesi (Instagram Örneği)” (Mendeş, 2018) ve “Diyetisyenlerin Sosyal Medya Kullanımı, Bilgi ve Farkındalık Düzeylerinin Araştırılması” (Çalık, 2021) başlıklı bu iki tez çalışması da diyetisyenlerin sosyal medya kullanımına odaklanmaktadır. Diyetisyenler için sosyal medyada var olmak, hem kendi meslek grubundan diğer kişilerle iletişim kurma noktasında hem de yeni araştırmalardan haberdar olmak, yeni iş imkânı sunması, mesleki gelişim ve danışanlarını sağlıklı beslenme ve tavsiyeler vermesi açısından önemli görülmektedir. Bu bağlamda bu iki tez diyetisyen mesleğinin dijital alanlardaki görünümüne odaklansa da sosyolojik bir analizi içermemektedir. Bunun yanı sıra sosyoloji alanında diyetisyenler üzerine yapılmış bir yüksek lisans tezi vardır. “Bodily Surveillance in Medicilized Cyberspace: Case of Online-Dieting” başlıklı tez (Cılızoğlu, 2022), çevrim içi diyetlerde gözetim nasıl işlemektedir ve diyetisyen danışan arasındaki ilişkide bu gözetim pratikleri nasıl deneyimlenmektedir sorusu etrafında yapılmış bir araştırmadır. Bu araştırmada dijital gözetim ve çevrim içi diyet, önemli bir konu olarak yer almaktadır. Çünkü meslek

ve çalışma hayatlarında dijital araçları ve platformları aktif bir şekilde kullanan diyetisyenlerle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde de gözetim konusu ayrı bir başlık olarak ele alınmıştır. Fakat bu araştırma daha çok gözetim ve sağlık sosyolojisi bağlamında yapılmış bir araştırmadır. Dolayısıyla dijitalleşme bağlamı meslek ve çalışma hayatı bakımından kapsamlı bir şekilde açıklanmaya ihtiyaç duymaktadır.

Sonuç olarak ilgili literatür dikkatle incelendiğinde özellikle de dijitalleşme ile birlikte meydana gelen değişimler meslek ve çalışma hayatını da dönüştürmüştür. Bundan dolayı dijital platformlarda var olan mesleklerin neden bu platformları tercih ettikleri, ne kadarının bu platformlarda var olduğu, dijital platformlarda var olmanın meslek ve çalışma hayatlarına nasıl bir etkisinin olduğu araştırılması gereken sorulardır. Bunun yanı sıra diyetisyenlerin dijital platformlardaki rolünü sosyolojik perspektiften ele alan çalışmalar da sınırlı kalmıştır. Dijital dönüşüm sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği sorusu önemli olmaktadır. Fakat ilgili literatürde dijital sosyoloji bağlamında konuyu ele alan araştırmalar çok yeni gelişmeye başlamaktadır. Toplumsal yapıyı etkileyen dijitalleşme olgusunun meslekleri nasıl etkilediği ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği sorusuna ilişkin daha çok araştırmanın yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda bu araştırma ilgili literatürdeki eksikliğe katkı sunmayı amaçlamaktadır.

## 2. BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KATILIMCILARIN PROFİLİ

#### 2.1.YÖNTEM VE ARAŞTIRMA SÜRECİ

##### 2.1.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma dijitalleşme olgusunun beslenme ve diyetetik alanında çalışma ve meslek hayatını “nasıl” etkilediği sorusu temelinde tasarlanmıştır. Araştırmanın amacı, diyetisyenlerin deneyimleri üzerinden bu soruyu yanıtlamak olduğu için nitel bir yöntem izlenmiştir. Buna uygun olarak çalışma ve meslek hayatında dijital araçları ve sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan diyetisyenlerin deneyimleri ele alınmaktadır.

Araştırmada toplumsal değişimin önemli bir dinamiğini oluşturan dijitalleşme olgusunun diyetisyenler tarafından nasıl deneyimlendiği onların bakış açıları çerçevesinde ele alınmıştır. Nitel yöntem aktörlerin bakış açısından toplumsal dünyayı anlamaya çalışır (Burcu Sağlam, 2018, s. 116). Öte yandan toplumsal dünyayı anlama noktasında toplumsal bağlamın önemi, nitel araştırmacılar tarafından üzerinde durulan bir noktadır. Buradan hareketle bir toplumsal olgunun bağlamdan bağımsız olmadığını ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla bir olguyu, eylemi veya olayı onun ortaya çıktığı toplumsal bağlamından ayrı düşünmek bir konunun önemini ve anlamını sınırlandıracaktır (Neuman, 2020, s. 234). Bu bağlamda araştırmada mevcut toplumsal değişimi anlamlandırabilmek adına toplumsal bağlamı esas alarak değerlendirilmeler yapılmıştır.

Diyetisyenlik mesleğinin dijitalleşme sürecinden nasıl etkilendiğini anlamayı amaçlayan bu tezin odağında, dijital araçların, dijital platformların meslek ve çalışma hayatındaki yeri, mesleğin dijitalleşme süreciyle birlikte nasıl bir değişim ve dönüşüm yaşadığı ve bu süreçte etkili olan diğer yapı ve dinamiklerin neler olduğu soruları bulunmaktadır. Bu bağlamda diyetisyenlerin bu süreci nasıl deneyimledikleri ve nasıl anlamlandırdıkları anlaşılacak istendiği için nitel araştırma yöntemi uygun olmuştur. Nitekim Craswell, (2013) bir problemin nedenlerini keşfedebilmek için nitel araştırmaların uygun bir



yöntem olduğunu ifade etmektedir (s. 47). Öte yandan dijitalleşme olgusu tamamlanmış bir süreci ifade etmemektedir. Dolayısıyla bu araştırmada devam etmekte olan bir sürecin diyetisyen mesleği örneğinde nasıl deneyimlendiği ele alınmaktadır.

### **2.1.2. Araştırmanın Soru Cümleleri**

Araştırma, diyetisyenlik mesleği özelinde dijitalleşmenin çalışma koşullarına, çalışma ilişkilerine, mesleki becerilere, mesleki kimliğe etkilerine yönelik deneyimleri anlamaya yönelik olarak aşağıda sıralanan soru cümlelerinden hareket etmektedir.

1. Dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleği üzerinde nasıl bir etkisi vardır?
2. Dijital platformların kullanımı diyetisyenlik mesleği için ne anlama gelmektedir?
3. Dijital platformlarda görünür olmanın meslek açısından avantaj ve dezavantajları nelerdir?
4. Diyetisyenlerin dijital platformlarda kendi meslektaşları ile aralarında nasıl bir ilişki vardır?
5. Dijitalleşme süreciyle birlikte mesleğin eğitim süreci, beceri gelişimi ve çalışma şartları hangi bakımlardan değişiklikler göstermektedir?
6. Dijital teknolojileri çalışma hayatında aktif bir şekilde kullanan diyetisyenlere göre mesleğin günümüzdeki konumu ve geleceği nasıl açıklanabilir?
7. Dijitalleşme, diyetisyenler ve danışanları arasındaki iletişimi nasıl etkilemektedir?
8. Dijital teknolojileri meslek hayatında aktif bir şekilde kullanan diyetisyenlere göre çalışma hayatları ve çalışma düzenleri nasıldır?

### **2.1.3. Veri Toplama Tekniği ve Süreci**

Bu araştırmada veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Buradan hareketle araştırmada derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşmeler, araştırma konusunun detaylı bir şekilde incelenmesini mümkün kılmakla birlikte açık uçlu sorular sayesinde ilave soruların sorulmasına da imkân vermektedir (Kümbetoğlu, 2008, s. 71). Görüşme formunda

kullanılan sorular, dijitalleşme sürecinin çalışma ve meslek hayatı üzerinde yarattığı dönüşümlere yönelik kuramsal alan yazından hareketle oluşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan bir diğer veri toplama tekniği ise gözlemdir. Derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmeden önce katılımcıların sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları ve çeşitli dijital platformlar üzerinden yaptıkları güncel paylaşımlar takip edilmiştir. Aynı zamanda meslek ve çalışma hayatlarına ilişkin çevrim içi olarak yaptıkları sunumlara, eğitimlere, paylaşımlara dijital platformlar yoluyla katılım sağlanarak gözlem yapılmıştır. Bu süreç boyunca diyetisyenlerin sosyal medya platformlarında mesleki kimlikleri ile var olan ve paylaşım yapan diyetisyenler aktif olarak takip edilmiştir. Araştırmanın bu aşamasında dijital platformlar yoluyla yapılan bu gözlem sürecinde toplanan veriler, daha sonra katılımcılarla yapılan görüşmelerde toplanan verilerin karşılaştırılmasını ve araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini test edebilmeyi mümkün kılmıştır.

Araştırmada çalışma ve meslek hayatında dijital teknolojileri ve dijital platformları kullanan diyetisyenler ile öncelikle İstanbul'da yüz yüze görüşme planlanmıştır. Fakat katılımcıların bazılarının çevrim içi görüşmeyi talep etmesi durumunda ve farklı şehirlerden de katılımcılara ulaşabilmek için çevrim içi görüşmeler yapılmıştır. Görüşme sürecinin başında çevrim içi görüşmeler ile yüz yüze görüşmelerin verimliliği kıyaslanmıştır. Her iki görüşme arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varılmıştır. Elbette çevrim içi görüşmenin yüz yüze görüşmeden farklılık göstermemesinde görüşme yapılan kişilerin meslek ve çalışma hayatlarında da Zoom platformunu ve dijital teknolojileri aktif bir şekilde kullanıyor olmaları önemli bir etken olmuştur. Dolayısıyla araştırmada 3 katılımcı ile yüz yüze görüşme, 20 katılımcı ile de çevrim içi görüşme yapılmıştır.

İnsanlarla iletişim kurma noktasında bilgi teknolojileri oldukça işlevsel olmuştur ve son dönemlerde de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Silverman, 2021, s. 312). Özellikle de sosyal bilimler araştırma yöntemlerinde dijital araçlar, veri toplama sürecinde etkin bir rol oynamaya başlamıştır. Nitekim günümüzde Zoom, Skype ve Facebook gibi dijital iletişim platformları araştırmaların pek çoğunu çevrim içi yapabilme imkânı sunmuştur.

Bu platformlarda çalışmaların mekânsal sınırlılıklarını ortadan kaldırarak çevrim içi çalışmayı olanaklı kılmıştır (Howlett, 2022, s. 387). Bu dijital iletişim platformlarından sadece Zoom görüşme platformu, araştırma süreci boyunca kullanılmıştır. Araştırma sorusu bağlamında yeni ve farklı şehirlerden kişilere ulaşmayı mümkün kılan bu dijital platform sayesinde araştırmaya dahil olan katılımcıların tecrübeleri veri toplama sürecini zenginleştirmiştir. Bunun yanı sıra İstanbul'da yaşıyor olmasına rağmen görüşmeyi Zoom platformu üzerinde gerçekleştirmek isteyen pek çok katılımcı da olmuştur. Buradan hareketle araştırmanın ele aldığı konu ile paralellik gösteren bu durum, dijitalleşme sürecinin toplumsal hayatın her alanında aktif bir şekilde kullanıldığını göstermiştir. Özellikle de araştırmanın örneklem grubuna dahil edilen kişiler, dijital platformları meslek ve çalışma hayatlarında aktif bir şekilde kullandıkları için veri toplama süreci oldukça verimli ve sorunsuz bir şekilde gerçekleşmiştir.

Sonuç olarak bu tezde araştırma konusunun doğası gereği hem görüşme hem de gözlem teknikleri, veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Gözlem yoluyla elde edilen verilerin görüşme süreci ile birlikte teyit edilmesi ve gözlemler ile görüşme sürecindeki verilerin karşılaştırılması, araştırma sonuçlarına önemli bir katkı sağlamıştır.

#### **2.1.4. Veri Analiz Tekniği ve Süreci**

Dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleği bağlamında nasıl deneyimlendiğini anlamaya çalışan bu araştırma açısından gelinen noktada temel amaç sahadan elde edilen verilerin sunumu ve yorumlanmasıdır. Dijitalleşmenin çalışma ve meslek hayatını nasıl etkilediğine ilişkin araştırmaların yetersizliği dikkate alındığında yapılan saha çalışması araştırmayı önemli kılmaktadır çünkü kuramsal tartışmaların yanında sahadan elde edilen bulgular sayesinde doğru ve açıklayıcı bilgiye araştırmanın bilgi kaynağı olan diyetisyenlerin yorumları sayesinde ulaşılmıştır. Bu bağlamda sürecin diyetisyenlik mesleğinde nasıl deneyimlendiği sorusunun yanıtı görüşmecilerin yorumları ve açıklamalarıyla mümkün olmuştur.

Verilerin analiz sürecine bakıldığında katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerden sonra öncelikle ses kayıtları deşifre edilmiştir. Görüşme deşifreleri MAXQDA 2024

programına aktararak kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Kodlar, araştırma sorusuyla ilgili verilerin belirli anlam ve örüntülerin oluşmasına katkı sunan en küçük analiz birimleridir. Kodlama sürecinde her bir veri ögesi tekrar tekrar okunmakta ve kodlanmaktadır. Buradan hareketle kodlama süreci, temaların geliştirilmesinde önemli bir adımdır (Braun & Clarke, 2022, ss. 80-81). Tema ise araştırma konusu ve sorusundan hareketle elde edilen veriler arasından örüntüleri veya anlamları temsil eder. Dolayısıyla temalar, araştırma sorusuna yönelik önemli noktaları sınıflandırır ve açıklar (Braun & Clarke, 2006, s. 82). Bütün bu süreçler veri analiz sürecini sistemli bir şekilde yapmayı kolaylaştıran MAXQDA 2024 programı ile yapılmıştır.

Araştırmada tematik analiz tekniği kullanılmıştır. Bu analiz tekniğinde verilerin yorumlanması, verilerin sınıflandırılması ve verilerin birbirine bağlanması için temalar oluşturulur (Kiger & Varpio, 2020, s. 848). Tematik analiz süreci, araştırmacının verilerini yorumlamasını kolaylaştıran bir süreçtir. Bu analiz sürecinde Braun ve Clarke'ın geliştirdiği altı aşamalı bir süreç izlenmiştir (2006, s. 87). Birinci aşama verilerin deşifre edilmesi ve ortaya çıkan ilk fikirlerin not edilmesidir. İkinci aşama verilerin kodlanmasıdır ve kodlarla ilgili uygun verilerin bir araya getirilmesidir. Üçüncü aşama, elde edilen kodların olası temalar altında birleştirilmesidir. Dördüncü aşama, temaların kodlarla uyumunun kontrol edilmesidir ve tekrar okunmasıdır. Beşinci aşama temaların tanımlanması ve adlandırılmasıdır. Bu süreçte analiz süreci devam etmektedir. Veri analiz sürecinin son aşaması ise raporlama sürecidir. Altıncı aşama olan bu süreçte kodlar ve temalar gözden geçirilir ve analiz sonuçları araştırma konusu ve ilgili kuramsal çerçeve bağlamında tekrar incelenir. Bunun yanı sıra tematik analiz yapmak için yine Braun ve Clarke'ın geliştirmiş olduğu sürece benzer bir şekilde Creswell'in "veri analiz sarmalı" olarak tanımladığı veri analiz süreci de dikkate alınmıştır. Bunlar; "i) verileri düzenleme, ii) okuma ve hatırlatıcı notlar alma, iii) verilerin kodlar ve temalar halinde tanımlanması, sınıflandırılması ve yorumlanması (iv) verilerin yorumlanması, (v) verilerin görselleştirilmesi ve sunulması" (2013, ss. 182-189). Dolayısıyla araştırmanın veri analiz süreci tematik analiz tekniği kullanılarak ve adım adım bu süreç takip edilerek gerçekleştirilmiştir.

Kodlamanın doğası döngüsel bir süreci içerir. Bu yüzden tek seferde ideal kodlar elde etmek mümkün olmayabilir. Döngüsel kodlama ile verilerin özellikleri sınıflandırılır, vurgulanır ve belirgin olanları ön plana çıkarılır ve buradan hareketle kodlar, kategoriler ve temalar oluşturulur (Saldana, 2023, s. 9). Kodlama sürecinde ise açık kodlama, eksenel kodlama ve seçici kodlama yaklaşımından yararlanılmıştır. Öncelikle açık kodlama yapılmıştır. Açık kodlama: verilerin tüm detaylarıyla ele alarak parçalara ayırma ve potansiyel geçici kodlar oluşturma sürecidir. Eksenel kodlama: belirlenen kodların ilgili kavramlarla ilişkilendirilmesi ve birleştirilmesi sürecidir (Corbin & Strauss, 2008, ss. 194-195). Bu süreçte kategoriler veya alt temalar oluşturulur. Alt temalar ise kodlardan hareketle bir bütün oluşturabilmeyi kolaylaştıran ve kodların sınıflandırıldığı aşamadır. Üçüncü ve son kodlama ise seçici kodlamadır. Seçici kodlama ise, şimdiye kadar elde edilen kod ve alt temalardan yararlanarak ve bunları birleştirerek temaların oluşmasına olanak veren bir kodlamadır. Burada teorik çerçeve de göz önünde bulundurularak analiz süreci gözden geçirilir (Draucker vd., 2007, s. 1138). Araştırmada elde edilen verilerin olabildiğince dikkatle analiz edilmiş ve bu süreçte MAXQDA 2024 programı ile veri analiz süreci daha sistematik bir şekilde gerçekleştirilmiştir ve aynı zamanda olası veri kaybı önlenmiştir.

### **2.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da sınırlılıkları bulunmaktadır. Nitel bir yöntem kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada bilgi toplama ve analiz süreci de dikkate alınarak araştırma örneklemini sınırlı tutulmuştur. Bunun yanı sıra araştırma sürecinde yaşanan sınırlılıklardan birisi Zoom'un ücretsiz aboneliklere getirdiği zaman kısıtlamasıdır. Zoom platformu üzerinden 40 dakika kesintisiz görüşme yapmak mümkün olmuştur fakat görüşmeler çoğunlukla daha uzun sürmüştür. Bu süreçte de katılımcıların tekrar platforma bağlanması rica edilmiş ve görüşmeler bu şekilde tamamlanmıştır. Ancak bu durumu hiçbir katılımcı olumsuz olarak değerlendirmemiştir. Dolayısıyla araştırma için bir dezavantaja dönüşmemiştir.

Dijitalleşme süreci tamamlanmış değil devam eden bir süreçtir. Dolayısıyla yapılan incelemelerde konuya ilişkin kesin bir tasvir yapmaktan ziyade devam etmekte olan bir

sürecin ele alınan katılımcılar örneğinde nasıl deneyimlendiği kuramsal çerçeveden hareketle yorumlanmıştır.

Araştırmada yer alan katılımcıların tamamı herhangi bir devlet hastanesinde çalışmamaktadır. Katılımcıların tamamı özel sektörde çalışan diyetisyenlerdir. Aslında bu durum araştırmanın konusu bakımından anlaşılabilir. Çünkü devlet kurumlarında çalışan diyetisyenler çevrim içi diyet danışmanlıkları vermemekte 9-5 mesai saatleri içerisinde yalnızca yüz yüze danışan bakmaktadırlar. Burada danışanlarıyla olan iletişim süreçlerinde dijital araçların ve dijital platformların rolü oldukça sınırlıdır. Çünkü gün içerisinde belirli sayıda hastaya bakması gerekmekte ve bu hastalara ayrılan vakit ise özel sektöre göre oldukça sınırlıdır. Dolayısıyla dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiğini anlamaya çalışan bu araştırma için özel sektörde çalışan diyetisyenlerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırma 23 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların cinsiyet dağılımına bakıldığında 21'i kadın 2'si erkektir. Kadın katılımcı sayısının erkek katılımcı sayısına göre daha fazla olmasının bir nedeni vardır. Beslenme ve Diyetetik bölümünü tercih eden öğrencilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında daha çok kadın öğrencilerin bu bölümü tercih ettiği görülmüştür. Nitekim Beslenme ve Diyetetik bölümünün ilk açıldığı üniversite, Hacettepe Üniversitesi'dir ve (*Yök Atlas*) da paylaşılan verilerden hareketle 2022 yılında bölümü tercih edenlerin sayısı şu şekildedir: %91,3'ü kadın, %8,7'si erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Bu bölümü 2022 yılında tercih eden 94 kadın öğrenci, 9 erkek öğrenci olarak belirtilmiştir. Dolayısıyla araştırmada kadın katılımcıların daha fazla olması anlaşılabilir bir durumdur. Çünkü bölümden mezun olan öğrencilerin cinsiyet dağılımına bakıldığında çok yüksek bir oranda kadınların daha fazla olduğu görülmektedir.

## 2.2. ARAŞTIRMANIN KATILIMCIMLARIN BELİRLENME SÜRECİ VE KATILIMCILARIN ÖZELLİKLERİ

### 2.2.1. Görüşme Süreci

Çalışma boyunca kuramsal okumalarla saha çalışması birlikte yürütülmüştür. Her iki alandan elde edilen bilgilerle araştırma zenginleştirilmeye çalışılmıştır. Araştırma konusunun yeni bir olgu olması nedeniyle sahada elde edilen bilgilerle kuramsal çerçeve genişletilmiştir. Dolayısıyla araştırma sürecinde hem saha hem de kuramsal okumalar eş zamanlı olarak devam etmiş ve döngüsel bir araştırma süreci işlemiştir. Görüşme sürecinde 3 temel aşama dikkate alınmıştır. Birinci aşama, araştırmanın amaç ve hedeflerinin katılımcılara açıklandıktan sonra katılımcının onayını alarak görüşme saati ve gününe karar verilmesidir. İkinci aşama, katılımcının kendini rahat bir şekilde ifade edebileceği bir ortam yaratılmasıdır. Üçüncü aşama ise katılımcı ve araştırmacının karşılıklı bir etkileşim kurarak derinlemesine görüşmeyi mümkün kılan bir etkileşim sürecini başlatmasıdır (Kümbetoğlu, 2008, ss. 82-83).

Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu E-12908312-300-00002684433 sayılı kurum onayı 24 Ocak 2023 tarihinde verilmiştir. Onay alındıktan sonra saha araştırılmasına başlanmıştır. Araştırma süreci boyunca gerçekleştirilen görüşmelerin takvim aralığı 20 Mart-10 Mayıs 2023'tür. Görüşme yapılan kişiler için soruların anlaşılır olup olmadığını ön görmek amacıyla pilot görüşmeye ihtiyaç duyulmuştur. 2 pilot görüşme ile mülakat sürecine hazırlık yapılmış ve görüşme boyunca soruların anlaşılmadığı ya da beklenmedik soruların ortaya çıktığı durumlarda sorular tekrardan gözden geçirilmiştir (Polat, 2022, s. 172). Soruların denetlenmesi açısından pilot görüşmeler önemli olmuştur. 2 pilot görüşmeden sonra soru formunda önemli bir değişiklik gerekli görülmediği için yapılan pilot görüşmeler araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırmaların tasarım aşamasında verilerin nasıl toplanacağına ilişkin hiçbir katı kural yoktur. Amaç ve hedef kitle dikkate alınarak bir yöntem tercih edilir (Patton, 2018, s. 12). Bu bağlamda veri toplama sürecinde öncelikle İstanbul'da yaşayan diyetisyenlerle görüşme amaçlanmış olsa da daha sonra çevrim içi görüşmenin de mümkün olacağı farklı

şehirlerden katılımcılara ulaşılmıştır. Hedef grubundaki katılımcıların dijitalleşme sayesinde mekân ve zamana bağlı olmadan mesleklerini icra edebilen, online diyet veya dijital araçlar yoluyla aktif bir şekilde danışanlarıyla iletişim ve etkileşim halinde olan aktif bir şekilde çalışma hayatında olan diyetisyenler arasından seçilmiştir.

Görüşmeye öncelikle araştırmaya dahil edilmeye uygun tanıdık bireylerden başlanmıştır. Daha sonrasında bu kişilerin önerdiği diğer katılımcılarla iletişim kurulmuş ve görüşme saati ve günü belirlenmiştir. Böylece kendileriyle mülakat yapıldığı için katılımcı olan bireyler araştırma için uygun olan diğer kişilere ulaşma noktasında kapı tutucu (gatekeeper) olmuştur ve diğer katılımcılara ulaşma noktasında tavsiyelerde bulunmuşlardır. Bu bağlamda mülakat taleplerinin olumlu sonuçlanmasında kapı tutucuların rolünün önemli olduğunu ifade etmek mümkündür.

Katılımcılara ulaşmanın bir diğer yolu ise mail ve sosyal medya hesapları ile mümkün olmuştur. Katılımcılara, araştırmayı açıklayacak temel bir mesaj gönderilmiştir. Bu mesajlara yapılan geri dönüşler sayesinde de katılımcılar ile görüşme sağlanmıştır. Nitel araştırmalarda görüşme süreci bir etkileşim sürecidir. Görüşme sürecinde katılımcıların kendilerini rahatça ifade edebileceği bir ortamda görüşme yapmak önemlidir. Araştırma için katılımcılarla öncelikle yüz yüze bir görüşme yapmak planlanmıştır. Fakat katılımcılarla iletişime geçme sürecinde görüşmelerin çevrim içi yapılıp yapılmayacağını soran çok fazla diyetisyen olmuştur. Hatta görüşme yapılan katılımcıların tamamı aktif olarak iş yaşamında oldukları için görüşmelerin çevrim içi yapılmasının onlar için daha kolay olabileceğini ve bu şekilde araştırmaya yardımcı olabileceklerini belirtmişlerdir. Bu talep aslında araştırmanın konusuyla da doğrudan ilgi olarak dijital araçların kullanımının diyetisyenler arasında yaygınlığı ve çevrim içi görüşme yapmak onlar için çok “aşına” oldukları bir deneyime gönderme yapmaktaydı. Dolayısıyla araştırmada katılımcıların jest ve mimiklerini gözlemlemenin mümkün olduğu Zoom platformu üzerinden görüntü ve sesleri açarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Buradan hareketle 3 katılımcı ile yüz yüze, 20 katılımcı ile de çevrim içi görüşmeler yapılmıştır.

Katılımcıların görüşlerini kısıtlamadan rahatça ifade edebilmesi için onların müsait oldukları saat ve gün içerisinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çevrim içi görüşmelerin



tamamı sesli ve görüntülü görüşme imkânı sunan Zoom platformu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde kullanılan dijital araçlar araştırmacı ve katılımcılara dijital bir ortamda konuşma, tartışma imkânı sunabilmektedir. Dijital platformlar ve web kameralar, fotoğraf veya videoya dayalı iletişim kurma olanaklarını genişletir (Salmons, 2015, s. 124). Platformların sunduğu özellikler sayesinde araştırma sürecinin verimli geçmesi mümkün olmaktadır.

Yüz yüze görüşmelerin 3'ü de İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. Bunlardan 2'si diyetisyenlerin kendi ofisinde, diğeri ise İstanbul'da bir alışveriş merkezinin kafesinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar görüşme sürecinin en başından sonuna kadar oldukça güler yüzlü ve içtenlikle soruları yanıtlamışlardır. Hem yüz yüze hem de çevrim içi yapılan görüşmelerde katılımcıların iletişim becerilerinin çok iyi olduğu, kendilerini çok rahat ifade edebildikleri dikkat çekmiştir. Bu noktada katılımcıların meslek ve çalışma hayatlarında da sürekli insanlarla iletişim ve etkileşim içerisinde olmalarının etkisiyle kendilerini ifade etmek noktasında oldukça iyi oldukları gözlemlenmiştir.

Çevrim içi görüşme süreci boyunca bütün katılımcılar hem kamera hem de seslerini açmışlardır. Çevrim içi görüşmeler sırasında bazı diyetisyenler kendi ofisinden görüşmeye katılırken bazıları da evlerinden görüşmeye katılmışlardır. Görüşme sırasında en dikkat çekici unsur; katılımcıların dijital platform olan Zoom uygulamasına çok aşina olmaları kendilerini çok rahat ve açıkça ifade edebilmeleridir. Bu noktada profesyonel bir şekilde bu platformu meslek ve çalışma hayatlarında kullanıyor olmalarının önemli bir faktör olduğu gözlemlenmiştir. Nitekim bu araştırmada yüz yüze görüşme süreci ile çevrim içi görüşme süreci kıyaslandığında iki görüşme arasında herhangi bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir. Herhangi bir farklılık yoktur çünkü yüz yüze yapılan görüşmelerde de çevrim içi görüşmelerde de katılımcıların görüşme süreçlerinde kendilerini çok iyi ifade ettikleri sorulara rahat cevap verdikleri gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra yüz yüze görüşmelerin dışındaki görüşmeler Zoom platformu üzerinden yapıldığı için ve bu platform, katılımcıların ses ve görüntülerini açmalarına imkân veren bir platform olduğu için görüşmeler yüz yüze görüşmelerden bu anlamda bir farklılık yaratmamıştır.

Günümüzde dijital yöntemler, araştırma sürecinde sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır (Howlett, 2022, s. 399). Özellikle de farklı şehirlerden yeni katılımcılara ulaşma noktasında dijital iletişim araçları araştırma sürecini kolaylaştırmaktadır. Bu araştırmada Zoom platformunun tercih edilme nedeni; Zoom'a farklı araçlardan bağlantı sağlanabilmesi, ses ve görüntünün kullanılabilmesi, herhangi bir üyeliğe ihtiyaç olmaması ve katılımcıların tamamının bu platforma olan yatkınlığı önemli bir etken olmuştur. Katılımcıların tamamı "online beslenme danışmanlığı" vermekte ve bu süreci tamamen dijital platformlar yoluyla yapmaktadırlar. Dolayısıyla görüşmeye başlamadan önceki süreçte Zoom platformu üzerinden görüşme yapabileceklerini çok rahat ifade etmişlerdir. Görüşme sürecinde Zoom platformu dışında 1 katılımcı görüşmeyi telefon ile konuşarak yapabilmeyi mümkün olup olmadığını sormuş olsa da sesli görüşmenin yanı sıra görüntülü görüşmenin daha uygun olacağı Zoom platformu üzerinden görüşme yapmayı kabul etmiştir.

Araştırmada bütün katılımcılar görüntülerini açmıştır ve görüşme sırasında yanlarında herhangi bir kimse bulunmamıştır. Katılımcılar ile görüşme sağlanmadan önce onların arzu ettikleri ve kendilerini en iyi ifade edebileceklerine inandıkları gün ve saat içerisinde görüşmeler yapılmıştır. Her bir görüşmeye başlamadan önce, her bir katılımcıya araştırmanın amaçları tekrar açıklanmış, katılım için rızaları sözlü olarak alınmıştır. Yine kendilerinin rızalarına dayalı olarak görüşmelerde ses kaydı alınmıştır. Bu ses kayıtları yazılı metin haline getirilmiştir. Toplamda 250 sayfa metin oluşmuştur. 23 katılımcı ile yapılan görüşmelerin ortalama süresi ise 1 saattir. Zoom platformunun süre kısıtlaması olmasından dolayı pek çok katılımcı ile görüşmenin sonlanmasına 1 dakika kala tekrar platforma bağlanmaları rica edilmiş ve görüşmeler tamamlanmıştır.

Veriler doygunluğa ulaştığında, Charmaz'ın (2006, s.113) ifade ettiği şekliyle yeni veriler toplanırken artık yeni teorik iç görüler yaratmaz veya özellikler ortaya çıkarmaz hale geldiğinde, veri toplama süreci tamamlanmıştır. Yapılan görüşmeler problem cümleleri bağlamında doyum sağladığında bütün katılımcılara bu araştırmanın görüşmelerinin Zoom üzerinden çevrim içi olarak yürütülmesi hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Katılımcılar bununla ilgili bir sorun yaşamadıklarını, onlar için bu platform üzerinden görüşme yapmanın keyifli ve kolay olduğunu dile getirmişlerdir.

### 2.2.2. Araştırmanın Katılımcılarının Belirlenme Süreci

Araştırmada amaçlı örnekleme ve kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Merriam'ın (2018, s. 334) ifade ettiği gibi “amaçlı örnekleme, araştırmacının keşfetmek, anlamak, iç görü kazanmak istediği ve çoğu şeyi öğrenebileceği bir örneklem seçiminin zorunlu olduğunu varsayar.” Dolayısıyla araştırmada örneklem belirli bir amaç dahilinde seçilmiştir. Buradan hareketle beslenme ve diyetetik mezunu, dijital platformları aktif bir şekilde kullanan, online danışmanlık hizmeti veren, özel sektörde çalışan ve sosyal medya hesaplarında içerikler üreten diyetisyenler örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada öncelikle amaçlı örnekleme, ardından yeni katılımcılara ulaşma noktasında kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu anlamda yeni katılımcılara ulaşma noktasında daha önce görüşme yapılan katılımcılar önemli bir rol oynamıştır. Toplamda 23 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada katılımcılara ilişkin çeşitli bilgiler toplanmıştır. Katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, yaşadıkları şehirler, mezun olunan okul ve mesleki deneyim süresi ile ilgili bilgiler aşağıdaki Tablo 1’de belirtilmiştir. Katılımcılar, tabloda da görüldüğü gibi görüşme sıralarına göre numaralandırılarak kodlanmıştır. Bu bağlamda katılımcıların tamamı üniversitelerin beslenme ve diyetetik bölümlerinden mezun olmuş ve halihazırda çalışma hayatını deneyimleyen ve meslek ve çalışma hayatlarında dijital teknolojileri kullanan kişilerden oluşmaktadır.

Katılımcıların cinsiyet dağılımına bakıldığında 21 kadın, 2 erkek katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Cinsiyet dağılımında kadınların daha çok olmasının bir nedeni vardır. Bunun nedeni; diyetisyen yetiştiren beslenme ve diyetetik bölümlerinin daha çok kadın öğrenciler tarafından tercih edilmesidir. Dolayısıyla çalışma hayatında da diyetisyen kadınlar, erkeklere göre çoğunluğu oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında ise çoğunlukla 22-30 yaş arası olduğu fakat katılımcılardan birinin 71 yaşında olduğu görülmüştür. Elbette katılımcıların yaş aralığının genç olması araştırma konusuyla da ilişkilidir. Çünkü dijital teknolojileri ve çevrim içi diyet danışmanlığı meslek ve çalışma hayatında aktif bir şekilde daha çok son yıllarda kullanılmaktadır. Medeni duruma bakıldığında ise 5 katılımcının evli, 18 katılımcının bekar olduğu ortaya

çıkıştır. Ayrıca katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında 11 katılımcının lisansüstü 12 katılımcının ise lisans eğitime sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan katılımcıların ikamet ettikleri şehirlere bakıldığında büyük çoğunluğu İstanbul olsa da diğer şehirlerden de katılımcılara ulaşılmıştır. Bu noktada büyük şehirler dışında diğer şehirlerde yaşayan diyetisyenlerle görüşülmüş olmanın araştırmaya önemli bir katkı sunduğu ifade edilebilir. Çünkü İstanbul ve Ankara gibi merkezi şehirlerin yarattığı imkânlardan uzak olan diyetisyenlerin Anadolu şehirlerinde meslek ve çalışma hayatlarını nasıl sürdürdükleri ve hangi pratiklerin daha ön planda olduğunu anlamak mümkün olmuştur. Nitekim bu anlamda dijitalleşme sürecinin büyük şehirler dışında nasıl deneyimlendiği, meslek ve çalışma hayatında ne tür avantaj ya da dezavantaja neden olduğu açıklanmıştır. Bunların yanı sıra katılımcıların meslek deneyim sürelerine bakıldığında 5 ay gibi çok yeni çalışma hayatını deneyimleyen diyetisyenler olduğu gibi 49 yıldır bu mesleği yapan ve mesleki bilgi ve tecrübesi oldukça fazla olan bir katılımcı da vardır. Fakat mesleki deneyim süresine bakıldığında genellikle genç diyetisyenlerden oluştuğu ifade edilebilir. Bunun temel sebebi ise genç diyetisyenlerin dijital teknolojileri ve dijital platformları meslek ve çalışma hayatlarında daha aktif bir şekilde kullanıyor olmalarıdır.

**Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri**

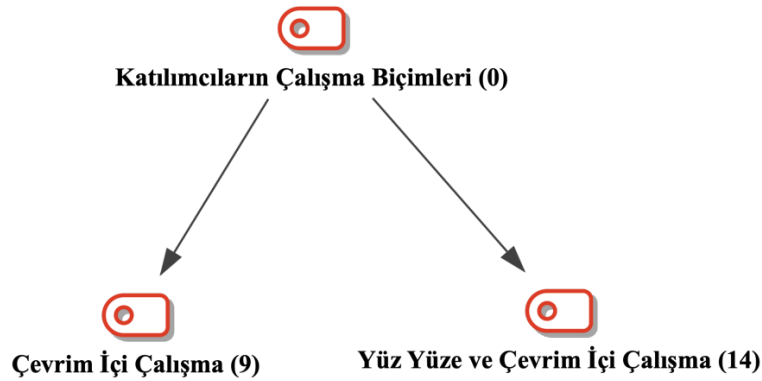
Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	İkamet Edilen Şehir	Mezun Olduğu Üniversite
K1	23	Kadın	Bekar	Lisans	Denizli	Gelişim Üniversitesi
K2	24	Kadın	Bekar	Lisansüstü	İstanbul	Sabahattin Zaim Üniversitesi
K3	24	Erkek	Bekar	Lisansüstü	Antalya	Hacettepe Üniversitesi
K4	22	Kadın	Bekar	Lisans	Eskişehir	Ankara Gazi Üniversitesi
K5	24	Kadın	Bekar	Lisans	İstanbul	Sağlık Bilimler Üniversitesi
K6	26	Kadın	Bekar	Lisansüstü	İstanbul	Medipol Üniversitesi

K7	30	Kadın	Bekar	Lisans	İstanbul	Haliç Üniversitesi
K8	27	Kadın	Bekar	Lisansüstü	Ankara	Medipol Üniversitesi
K9	24	Kadın	Bekar	Lisansüstü	İstanbul	Sabahattin Zaim Üniversitesi
K10	25	Kadın	Bekar	Lisansüstü	İstanbul	Biruni Üniversitesi
K11	25	Kadın	Bekar	Lisans	İstanbul	Medipol Üniversitesi
K12	28	Kadın	Evli	Lisans	İstanbul	Gelişim Üniversitesi
K13	26	Kadın	Bekar	Lisansüstü	İstanbul	Sabahattin Zaim Üniversitesi
K14	71	Kadın	Evli	Lisansüstü	İzmir	Hacettepe Üniversitesi
K15	23	Kadın	Bekar	Lisans	Artvin	Hacettepe Üniversitesi
K16	31	Kadın	Evli	Lisansüstü	Ankara	Başkent Üniversitesi
K17	24	Kadın	Bekar	Lisansüstü	İstanbul	Bahçeşehir Üniversitesi
K18	26	Kadın	Bekar	Lisans	Erzincan	Fırat Üniversitesi
K19	26	Kadın	Bekar	Lisans	Uşak	Hacettepe Üniversitesi
K20	24	Kadın	Bekar	Lisans	İstanbul	Kültür Üniversitesi
K21	29	Kadın	Evli	Lisans	İstanbul	Gelişim Üniversitesi
K22	31	Kadın	Evli	Lisansüstü	İstanbul	Medipol Üniversitesi
K23	25	Erkek	Bekar	Lisans	Giresun	Medipol Üniversitesi

### 2.2.3. Katılımcıların Çalışma Biçimleri

Katılımcıların çalışma biçimlerine bakıldığında iki başlık ön plana çıkmaktadır: Yüz yüze ve çevrim içi çalışma ve yalnızca çevrim içi çalışmadır. Buradan hareketle katılımcıların çalışma hayatlarında hem yalnızca çevrim içi çalışan diyetisyenler olduğu gibi hem çevrim içi hem de yüz yüze çalışan diyetisyenler bulunmaktadır. Burada araştırmanın

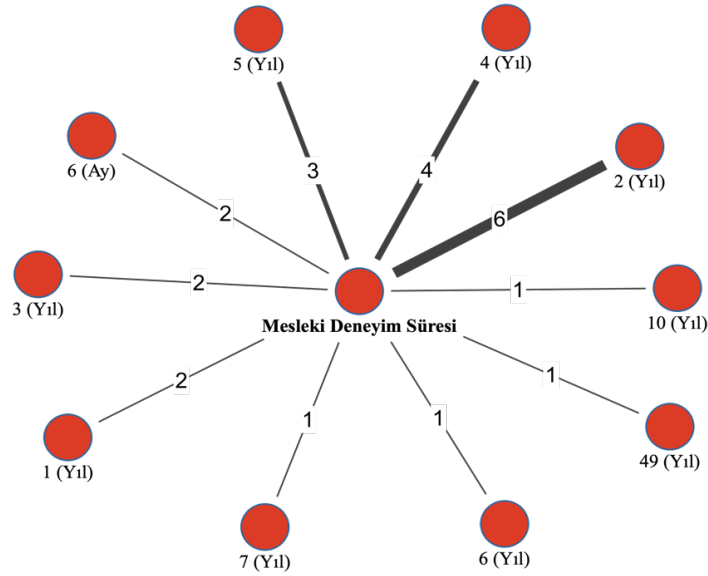
konusundan hareketle dikkat çekici bir durum vardır o da katılımcıların hiçbirinin yalnızca yüz yüze çalışmayı tercih etmiyor oluşudur. Bu anlamda dijitalleşme süreciyle birlikte çalışma ve meslek hayatında aktif bir şekilde bu süreç deneyimlenmektedir. Sadece fiziksel bir iletişimi gerektiren çalışma biçiminin yerine çeşitli dijital araç ve platformlar yardımıyla da mesleklerini icra edebildikleri gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra araştırmada katılımcıların pek çoğu pandemi süreciyle birlikte çevrim içi çalışma pozisyonunun daha da hızlandığı ve tercih edilebilirliğinin arttığı yönünde fikirlerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla Şekil 2’de de görüldüğü üzere 9 katılımcının yalnızca uzaktan çevrim içi çalışarak mesleğini icra ettiği görülürken 14 katılımcının ise hem çevrim içi hem de yüz yüze çalıştığı görülmüştür.



**Şekil 1. Katılımcıların Çalışma Biçimleri**

#### 2.2.4. Katılımcıların Mesleki Deneyim Süresi

Araştırmada katılımcıların deneyim süresi önemlidir. Dijital araçları meslek ve çalışma hayatında aktif bir şekilde kullanan ve çevrim içi diyet danışmanlığı veren diyetisyenler araştırmanın çalışma grubunu oluşturduğu için meslek ve çalışma hayatında mesleki tecrübe sürelerine bakıldığında genellikle uzun yıllar olmadığı ön plana çıkmıştır. Örneğin, Şekil 3’te de görüldüğü gibi 6 katılımcının 2 yıl, 4 katılımcının 4 yıl, 3 katılımcının ise 5 yıldır mesleğini icra ettiği görülmektedir. Bu süreler kalın çizgiler ile gösterilmiştir çünkü diğer mesleki tecrübe yıllarına göre bu yıllar daha fazla katılımcı tarafından deneyimlenmiştir.



**Şekil 2. Katılımcıların Mesleki Deneyim Süresi**

Öte yandan katılımcılardan K14'ün 49 yıldır mesleğini icra ettiği görülmektedir. Nitekim bu katılımcı, 71 yaşındadır ve şu an çevrim içi diyet danışmanlığı vermekte ve sosyal medya hesaplarında sağlıklı beslenme üzerine içerikler paylaşmaktadır. Bu katılımcının araştırmaya dahil edilmesi özellikle de dijital dönüşümü anlama noktasında önemli olmuştur. Katılımcı, uzun yıllar kamuda çalıştıktan sonra kendi kliniğini açmış daha sonra ise kliniği kapatıp şu an tamamen uzaktan çalışmaktadır. Araştırmada daha çok 24-31 yaş aralığındaki diyetisyenlerle görüşülmüş olsa da 71 yaşında bir diyetisyenin de meslek ve çalışma hayatındaki tecrübeleri dinlenmiş ve araştırmaya dahil edilmiştir.

### 3. BÖLÜM

#### ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Araştırmanın kavramsal çerçevesinde dijitalleşme, dijital toplum, dijital platform, dijital gözetim, kitlesel öz iletişim, dijital emek, dijital çalışma kavramlarına dair açıklamalara yer verilmiştir. Kuramsal çerçevede ise dijital dönüşümün meslek ve çalışma hayatındaki dönüşümleri, yeni kapitalizm teorisi ve dijital emek tartışması, çalışmanın değişen biçimi: duygusal emek, dijital toplumda gözetim: gözetimin dijitalleşmesi başlıklı kuramsal perspektifler ele alınmıştır.

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

##### 3.1.1. Dijitalleşme ve Dijital Toplum

20. yüzyılın sonlarında internetin ortaya çıkışı ve gelişimi toplumsal yapıda değişimlere neden olmuştur. Bu bağlamda dünya çapında binlerce bilgisayar ağını birbirine bağlayan internetin kullanılmaya başlanması 1969 yılına kadar uzanmaktadır. Öncelikle ARPA adı verilen ve savunma amacıyla kullanılan bu proje 1974’de farklı işletim sistemlerinin birbirlerinden veri akışı sağlayabilmesi için bir iletişim protokolü olarak imzalanmıştır. Bunun sonucu olarak daha fazla bilgisayar ağı dahil olmuş ve sistem daha çok büyümüştür. Dolayısıyla bu sistem savunma alanıyla sınırlı olmaktan çıkarak akademisyenlerin, araştırmacıların bilgi alış süreçlerini hızlandırmış ve kolaylaştırmıştır. Önemli bir diğer gelişme ise 1989’da World Wide Web’in (www) geliştirilmesiyle olmuştur. İnternet hem ticari hem de multimedia için uygun bir platform haline gelmiş ve kullanımı yaygınlık kazanmıştır. İnternet kullanımı için gerekli alt yapı sağlandıktan sonra ilerleyen zamanlarda daha gelişmiş ve ilerlemiş yeni kullanım alanları ortaya çıkmıştır. Nitekim günümüzde internetin kullanım alanları iş, seyahat, alışveriş, sosyal paylaşım ağları, eğitim, sağlık, çalışma hayatı, diplomasi ve daha birçok alanı kapsamaktadır.



Teknolojinin özünü oluşturan internet, yalnızca teknolojik bir yenilik ile sınırlı değildir (Dreyfus, 2016, s. 13). Çünkü internet, dijital bir toplumun oluşması ve gelişmesinde de önemli bir rol oynamıştır. Dolayısıyla günümüz toplumunu da dijital toplum olarak tanımlamak mümkündür. Dijital toplum, teknolojik gelişmeler çerçevesinde dijital araç ve cihazların kullanımının her daim mümkün olduğu bir yaşamsal alana tekabül etmektedir. Her şeyin bir ağa bağlı olduğu bu toplumsal düzende birçok eylem dijital ortamlarda gerçekleşmektedir (Al, 2022, s. 1). Nitekim artık pek çok insan internete bağlı bir yaşam sürmektedir. Neredeyse her yerde çevrim içi olabilen dijital cihazlara kolayca erişebilmek mümkündür. Akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlar sürekli yanımızda taşıyabileceğimiz kadar küçüktür. Hatta (kısaca 'giyilebilir') olarak bilinen bazı cihazlar, gece ve gündüz vücudumuza takılabilir ve vücut fonksiyonları ve aktiviteler kontrol edilebilir. Bunların yanı sıra çeşitli haberlere, müziklere, televizyon ve filmlere dijital platformlar ve cihazlar üzerinden kolaylıkla erişim sağlanabilir. Çeşitli sosyal medya uygulamaları, örneğin binlerce insanın yer aldığı LinkedIn, farklı iş ve meslek gruplarından binlerce insanla iş ile ilgi ilişkiler kurulmasını sağlayan önemli bir platformdur (Lupton, 2015, ss. 1-2). Dolayısıyla dijitalleşme sürecinin tarihsel gelişiminde önemli bir rol oynayan internet, gündelik yaşam pratiklerinde kullanımı yaygınlaşmasıyla ve kullanım alanları genişlemesiyle birlikte toplumsal hayatta merkezi bir rol oynamaya başlamıştır.

Dijital teknolojinin toplumsal hayat için ne kadar önemli olduğunu vurgularken “dijital” terimine de değinmek gerekmektedir. Dijital ve dijitalleşme birbirlerinden farklıdır. Dijital kelimesi, sayısallaşma, veri anlamına gelmektedir. Bilgisayar teknolojisi ve dijital teknoloji zamanla aynı anlama gelmeye başlamıştır. Toplanan bilgilerin verileri dijital biner formlarda birler ve sıfırlar olarak saklandığı için bilgisayarlar dijitaldir. Bu anlamda dijital kelimesi, verilerin kullanılması ve ayrıştırılmasını sağlamanın yanı sıra dijital teknolojinin aynı anda her yerde bulunması, medya ve iletişim ağlarının anlık iletişimi sağlaması ve yüksek teknolojinin yaşam pratiklerimizde etkili olması gibi kapsamlı ve küresel bir bağlantıya gönderme yapmaktadır (Gere, 2019, ss. 17-18). Dolayısıyla teknoloji tarihi için önemli bir gelişme olan dijital teknolojiler her türlü mesajın ses, görüntü ya da veri olarak işlenmesini sağlamıştır. Böylece mesajları iletebilen bir ağ oluşmuş ve bu ağ küresel iletişim için gerekli teknolojik koşulları hazırlamıştır (Castells,

2011, s. 45). Teknolojik koşulların sağlanması ve kullanımın yaygınlaşmasıyla birlikte dijitalleşme süreci hız kazanmıştır.

Dijitalleşmeye ilişkin bağlam dikkate alınarak çeşitli tanımlamalar mevcuttur. Birincisi, iş dünyasında dijitalleşme, çoğunlukla dijital teknolojilerden ve dijitalleştirilmiş verilerin daha geniş bir kullanımından ve bağlamından yararlanarak iş operasyonlarını, iş fonksiyonlarını ve iş süreçlerini ve iş aktivitelerini iyileştirmeyi veya dönüştürmeyi ifade etmektedir. İkincisi, daha çok belirli bir çevrenin ya da iş alanının dijitalleşmesidir. Dijital iş yeri buna örnek verilebilir. İşin dijitalleşmesi işi dijital bir ortamda yapmak ve iş gücünün dijital hale gelmesidir. Dijitalleşmenin üçüncü anlamı ise iş dünyasının ötesine geçer ve tüm olası toplumsal ve insani faaliyetlerde dijital teknolojilerin sürekli olarak benimsenmesi anlamına gelir (i-SCOOP). Bunun yanı sıra sayısallaştırma, dijitalleşme ve dijital dönüşüm tanımlarını açıklamak gereklidir. Bu tanımlamalar da şu şekildedir: “Sayısallaştırma analog veri ve süreçlerin makine tarafından okunabilir bir formata dönüştürülmesidir. Dijitalleşme, dijital teknolojilerin ve verilerin yanı sıra mevcut faaliyetlerde yeni veya değişikliklerle sonuçlanan ara bağlantıların kullanılmasıdır. Dijital dönüşüm, sayısallaştırma ve dijitalleşmenin ekonomik ve toplumsal etkilerini kapsamaktadır” (OECD, 2019, s. 18). Bu bağlamda araştırmada dijital dönüşüm kavramı önemli olmaktadır. Bu araştırma kapsamında dijital dönüşüm kavramı, dijital teknolojilerin bireysel ve toplumsal hayatta aktif bir şekilde kullanıldığı bir sürece atıfla kullanılmaktadır. Örneğin, giderek dijitalleşen müşteri ilişkilerini, dijital sağlık hizmetlerinin yükselişini, diplomasinin, pazarlamanın, müşteri hizmetlerinin, eğitimin, mesleklerin ve çalışma ilişkilerinin dijital teknolojiler yoluyla gerçekleştiğini ifade etmek mümkündür.

Nitekim Dijck'e göre (2006, ss. 57-58) internet uygulamalarının yaygınlaşmasıyla 2000 yılı sonrasında dijital teknolojilerinin gelişmesi sonucu tele-okul, tele-çalışma, tele-oyun, video-konferans, video-telefon gibi kullanımlar ortaya çıkmıştır. Bütün bunlar dijitalleşme süreci sayesinde herhangi bir mekân ve zaman kısıtlaması olmadan erişimi kolay kılan gelişmelerdir. Dolayısıyla internetin gelişimi ve ilerleyen tarihsel süreçte dijital teknolojilerin ortaya çıkması ve günümüzde de gelişmesi dijitalleşme sürecinin bir parçasını oluşturmaktadır.

Dijitalleşme tamamen tamamlanmış ve bitmiş bir olgu değildir. Günümüz toplumunu etkilemiş ve etkilemeye devam eden bir olgu olarak ele alınmalıdır. Dolayısıyla dijital teknolojiler ekonomik ve sosyal yapıda bir değişime neden olmaktadır. Dijitalleşmenin tarihsel süreç içerisindeki seyrine odaklanıldığında toplumsal yapıda belirli bazı değişimler yarattığını ifade etmek mümkündür. Örneğin, özel alan ve kamusal alan ayrımının muğlaklaşması, gözetim biçimlerinin değişmesi ve gözetimin sınırlarının belirsizleşmesi, yeni sosyalleşme biçimlerinin ortaya çıkması, çalışma biçimlerinin değişmesi, meslek hayatını etkilemesi gibi pek çok alanda doğrudan ya da dolaylı olarak etki etmiştir.

### 3.1.2. Dijital Platform, Dijital Gözetim ve Kitleleşme Öz İletişim

Teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelere takiben ortaya çıkan yeni platformlar, toplumsal değişim üzerinde rol oynayan önemli faktörlerdir. Nitekim “dijital platformlar, dünya çapında iş dünyasında ve işgücü piyasalarında büyük bir dijital dönüşüm dalgasına yol açmıştır” (Fu vd., 2021, s. 309). Bu dönüşüm meslek ve çalışma hayatından gündelik yaşam rutinlerine kadar toplumsal yapının pek çok alanına nüfuz etmiştir. Örneğin, çalışma saatleri ve çalışma koşulları değişmiştir ve günlük rutinlerimizde alışveriş, ulaşım, sağlık gibi pek çok alanda dijital platformların kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu anlamda dijital platform; aynı anda birden fazla kullanıcıya hizmet veren ve diğer kullanıcılar ile bir etkileşim ve iletişim imkânı sunan uygulamalardır. Dolayısıyla bir dijital platform kullanıcısı, içerik veya hizmetlere erişim sağlayabilir, ticari işletmeler ile işlem yapabilir, kendi içeriklerini üretip paylaşabilir ve dijital platformları kullanarak çevrim içi kitlelere rahatlıkla ulaşabilir (ACCC, 2019, s. 41). Dolayısıyla dijital platformların sağladığı bu imkânlar pek çok insan tarafından kullanıldığı gibi günümüzde farklı meslek grubundan pek çok kişinin de bu platformlarda mesleki kimlikleri ile var olduğu ve daha fazla kişiye ulaşabilmek ve daha kolay bir şekilde kendini ve mesleğini anlatabilmek adına bu platformları kullandığı görülmüştür.

Dijital platformların ortaya çıkması ve kullanımının yaygınlaşması ile birlikte ödeme platformlarından sağlık hizmetlerine kadar her şey dijital platformla ilişkili üretken faaliyetlerin etrafında şekillenmeye başlamıştır (De Reuver vd., 2018, s. 124). Dijital

platformların gündelik yaşam pratiklerinde önemli bir rol oynamasıyla beraber artık pek çok işlem dijital araçlar yoluyla gerçekleşmeye başlamıştır. Bunun yanı sıra dijital platformların gelişimi ve yükselişiyle beraber teknolojik gelişmeler de ilerlemeye ve gelişmeye devam etmektedir. Bu gelişmeler bireylere yeni bir iş kurma, dijital çalışma ve farklı ülke ve bölgeden kişilerle bilgi alışverişinde bulunmayı mümkün kılmıştır. Bunun yanı sıra dijital platformların zenginliği, bağlantı kurma sürecini ve çeşitliliğini artırmıştır. Örneğin bireyler, kurumsal yapılara ve şirketlere bağlı olmadan dijital olarak doğrudan ürün ve hizmetlerden faydalanabilmektedir (Dijck vd., 2018, ss. 1-2). Dolayısıyla özellikle 90'lı yılların sonunda kurulmuş ve sonrasında hızla gelişmiş olan dijital platformlar pek çok meslek grubunu ve çalışma ilişkilerini de etkilemiştir.

Dijital platformlardan birisi de sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları sosyal ağ oluşturma, yeni arkadaş toplulukları kurma, işbirliği yapma, içerik üretim ve paylaşımını mümkün kılan web tabanlı platformlardır (Fuchs vd., 2011, s. 3). Çeşitli sosyal medya platformları hem bireysel hem de toplumsal etkileşim ve paylaşım biçimlerini değiştirmiştir. Sosyal medya platformları kullanım amacına göre farklılık göstermektedir. Facebook ve Instagram gibi büyük sosyal medya platformları daha fazla kullanıcı çekme potansiyeline sahip dijital platformlardır. Bu durumun sebebi ise, platformun kullanıcı sayısı ile ve o platformun kullanıcıya sağladığı fayda ile doğrudan ilişkilidir (*Digital Platforms Inquiry*, 2019, s. 9). Öte yandan dijital platformların teknik altyapı olarak sağladığı imkânlar tercih edilebilirliği artırmakta; bu durum meslek ve çalışma hayatı bağlamında sektörel bir değişime neden olmaktadır (Hein vd., 2020, s. 87). Nitekim pek çok meslek grubu için dijital platformlar çalışma hayatında kullanılan ve önemli bir işleve sahiptir. Bunun yanı sıra farklı meslek grubundan pek çok kişi mesleki kimleri ile birlikte sosyal medya platformlarında yer almakta ve meslek hayatlarına yönelik içerikler üreterek görünür olmaktadır. Bu anlamda Fuchs'un (2016, s.14) belirttiği gibi sosyal medya platformları sosyal ortamlar olarak düşünülebilir. Çünkü bu platformlar toplumsal ilişkilerin sürdürüldüğü alanlardır ve sosyal ilişkilerin somutlaşmış dijital mekânlarıdır.

Dijitalleşme süreciyle birlikte gözetim pratikleri de dönüşmüştür. Han'a (2020a, s. 18) göre, dijitalleşme sürecinin ilk başlarında dijital ağlar birer özgürlük ortamı olarak

görülmüştür ve “sınırsız bir özgürlük ve hareketlilik” sağlayan alanlar olarak oldukça ilgi görmüştür. Fakat günümüzde özgürlük alanı olmaktan çok, gözetleme alanına dönüşmüş durumdadır. Buradan hareketle sosyal medya artık günümüzde “dijital panoptikon”a dönüşmüştür. Bu bağlamda dijital toplumda gözetimin de değiştiğini ve dönüştüğünü ifade etmek mümkündür.

Yeni gözetim pratikleri, dijitalleşme sürecinin de etkisiyle daha çok bilgiyi işlemeye dayalı bir gözetim sistemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Herkesin devamlı kontrol edildiği, gözetlendiği ve izlendiği bir sistemin içerisinde yaşantımızı devam ettirmekteyiz. Buradan hareketle günümüzde gözetim unsurları da değişmiştir. Nitekim “Bentham’ın panoptikonundaki yalıtılmış mahkumların aksine günümüz panoptikonunun sakinleri birbirleriyle yoğun bir şekilde iletişimde bulunur ve ağlar kurarlar. Şeffaflığı garantileyen yalıtılmışlığın getirdiği yalnızlık değil hiper-iletişimdir” (Han, 2020b, s. 68). Dijital araçların ve dijital platformların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte aslında dijital iletişim de ön plana çıkmaya başlamıştır. İnsanlar pek çok farklı gruptan ve çok farklı ülkelerden kişiler ile iletişim kurabilmekte; sosyal medya hesaplarından birbirlerini takip edebilmektedirler. Örneğin Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, Twitter gibi sosyal ağ siteleri sayesinde bireyler, herkese açık veya kapalı bir profil oluşturabilmekte, dijital bir platform yoluyla çeşitli paylaşımları diğer kullanıcılar ile paylaşabilmekte, kendi bağlantılarını ve diğer bağlantıları görüntüleyebilmekte ve farklı kişilerle iletişim sağlayabilmektedir (Boyd & Ellison, 2007, s. 211). Her ne kadar bu özellikler platformdan platforma farklılık gösterse de platformun kullanıcılara sunduğu özellikler sayesinde bireyler çeşitli biçimde iletişim kurma imkânı bulmaktadır.

Dijital platformlar, çoğu kullanıcının farkında olmadan bir gözetim pratiğine de dönüşmektedir. Öte yandan izlenmek ya da görülmek günümüzde bir tehdit unsuru olarak görülmemekte ve hatta cezp edici bir unsura dönüşmektedir. Bunun yanı sıra görünür olmak toplumsal kabul görme ile ilişkilendirilen bir durum haline gelmiştir (Bauman & Lyon, 2013, s. 26). Bu bağlamda sosyal medya platformlarında içerikler üreterek çeşitli paylaşımlar yaparak görünür olmaya çalışan çok fazla insan vardır. Sosyal medya platformları gönüllü katılım ilkesine dayanıyor olsa da gözetim anlamında bazı etik sorunları beraberinde getirmektedir. Bu sosyal medya kuruluşlarının bir mülkiyeti

olmaması ya da içerik üreticilerinin çeşitli biçimlerde sınırlandırılması, zaman zaman paylaşılan içeriklere sınırlandırılma ya da kontrol uygulanması platformu kuran şirketlerin dijital gözetimle kişisel amaçlarına yönelik içeriklerin görünür kılınması ya da kaldırılmasına neden olmaktadır (Thwaites Diken, 2017, s. 71). Buradan hareketle dijitalleşme süreci ile birlikte birçok alanda çeşitli avantajlar yaratan durumlar meydana gelmiş olsa da gözetim ve kontrol mekanizmaları bağlamında da bazı sınırlılıklar da söz konusu olmuştur. Öyle ki, gözetim günümüzde çok daha kapsamlı ve geniş ölçekte uygulanabilir bir mekanizmaya dönüşmüştür.

Pek çok farklı dijital platform, kullanıcı verilerine erişebilmektedir. Teknolojik gelişmelerin artmasıyla beraber dijital platform kullanıcı verilerine erişim de artmaktadır. Bununla birlikte gözetim teknolojisi daha da ilerlemekte ve gözetim pratikleri genişlemektedir. Buradan hareketle Manokha'ya göre (2018), mevcut toplumsal yapının temel özelliklerinden birisi de her yerde gözetimin olmasıdır. Bunun yanı sıra yapılan her türlü online faaliyet (alışveriş, sosyal medya, internette gezinme vb) kaydedilmekte ve işlenmektedir (s. 231). Dolayısıyla teknolojik gelişmeler ve neden olduğu etkilerin hem olumlu hem de olumsuz yanlarının olduğunu ifade etmek mümkündür. Mekân ve zaman kısıtlaması olmadan her yerden farklı kişilerle iletişim kurabilmek, iş yapabilmek, eğitim alabilmek gibi olumlu yanları olsa da kişisel bilgilerin paylaşımı ya da şeffaflık adı altında farklı gözetim pratiklerinin doğmasına da neden olmaktadır.

Kitlesel öz iletişim kavramını Castells, Communication Power adlı eserinde ele almıştır. “Son yıllarda iletişimde en önemli dönüşüm, kitlesel öz iletişime kayması olmuştur; kitlesel öz iletişim, bir izleyici, dinleyici kitlesine ulaşma olanağına sahip, ama mesaj üretiminin kişinin kendisine bağlı olduğu, mesaj alımını kişinin kendisinin yönlendirdiği, elektronik iletişim ağlarından içerik kabulü ve bir araya getirme işinin kişinin kendi seçimlerine dayandığı karşılıklı etkileşime dayalı iletişim biçimidir.” (Castells, 2013, s. xix) Buradan hareketle dijital toplumda iletişim biçimleri de dönüşmüştür. Nitekim artık dijital platform kullanıcıları kendi kitlelerini kendileri belirleyebilmekte ve çeşitli platformlar yoluyla kendi ürettikleri içerikleri paylaşabilmektedir. Burada karşılıklı iletişimi mümkün kılan dijital ağların rolü önemli olmaktadır. Buradan hareketle Castells dijital çağın başlıca bir iletişim ortamına dönüştüğünü ve internetin dijital çağın en temel

iletişim aracı haline geldiğini vurgulamaktadır (2013, s. xx). Dolayısıyla bu araştırmanın da ele aldığı örneklem grubundan hareketle diyetisyenler çeşitli dijital platformlar aracılığıyla diğer insanlarla iletişim kurmaktadır. Bu kitlesel öz iletişim, karşılıklı etkileşimi mümkün kılan zaman ve mekân kısıtlamasını ortadan kaldıran dijital araçlar yoluyla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda kitlesel öz iletişim kavramı diyetisyenlerin danışanlarıyla olan iletişim süreçlerini ele alırken açıklayıcı bir kavram olmaktadır.

### **3.1.3. Dijital Emek ve Dijitalleşen Çalışma**

Teknolojik gelişmeler ve internet üzerindeki ağların yaygınlaşması, meslekleri ve çalışma koşullarını da etkilemiştir. Dijital teknolojiler yoluyla çalışma biçimleri ve çalışma ilişkileri de değişmiş ve profesyonel meslek grupları için dijital teknolojiler önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Özellikle son 30 yılda meydana gelen yenilikler süreci hızlandırmıştır. Bunlar; küreselleşme, serbest piyasa egemenliği, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve dijital teknolojilerin kullanımının yaygınlaşmasıdır (Gere, 2019, s. 16). Buradan hareketle dijital teknolojiler meslek ve çalışma hayatı üzerinde birtakım değişimlere neden olmuştur. Çalışma mekânları, çalışma saatleri, çalışma koşulları ya da meslekler bu değişimden etkilenmiş ve bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönüşüm sonucunda günümüzde dijital çalışma ve dijital emek konuları önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Harties'e (2018, s. V) göre, çalışmanın dijitalleşmesi teknolojinin sadece üretim süreçleri üzerindeki etkisene vurgu yapmamakta aynı zamanda insanların ve siber-fiziksel sistemlerin uygulanması anlamına da gelmektedir. Öte yandan dijital çalışma, çalışanların yerel işgücü piyasalarını aşmasına ve uluslararası pazara girmesine izin vermektedir. Bu anlamda dijitalleşme, meslek ve çalışma hayatı için bir dizi önemli ve somut faydalar sağlamaktadır. Fakat özellikle dijital çalışma, çalışanları etkileyen bir dizi risk ve maliyetleri de barındırmaktadır (M. Graham vd., 2017, s. 138). Buradan hareketle araştırmada dijitalleşmenin hem dezavantajlarına hem de avantajlarına değinilerek bir açıklama yapılmaktadır. Teknolojinin ilerlemesi ve dijital araçların gelişmesi çalışanların mekân ve zaman bağımlılığını ortadan kaldırmıştır. Nitekim dijital formatlar ve dijital platformlar pek çok çalışanın işlerini yaptıkları bir sisteme dönüşmüştür. Bu anlamda

teknolojik gelişmeler, çalışma hayatında ve çalışanların yaşam tarzında önemli bir role sahip olmuştur (Ersöz & Özmen, 2020, s. 177). Dolayısıyla meslek ve çalışma hayatında meydana gelen değişimler dikkate alındığında dijitalleşmenin önemli bir faktör olduğunu ifade etmek mümkündür. Nitekim, çalışmanın da dijitalleşmesini mümkün kılmakta ve çevrim içi çalışma imkânı sunarak çalışma koşullarını etkilemektedir.

Dijitalleşmesiyle birlikte, çalışmanın mekâna ve zamansallığına ilişkin değişimler meydana gelmiştir. Çalışma alanları dijital teknolojiler sayesinde heterojenlik göstermeye başlamıştır. Dolayısıyla son yıllarda yeni çalışma formları ve çalışma mekânları ortaya çıkmıştır. Örneğin son dönemlerde teleçalışma olarak bilinen uzaktan çalışma formu yaygınlaşmıştır (Vayre, 2022). Günümüzde işgücü piyasalarının çoğu internete yönelmiştir. Bu yüzden geleneksel çalışma yerini dijital çalışmaya bırakmıştır (Scholz, 2013). Dolayısıyla çalışma formlarının da dönüştüğünü ifade etmek mümkündür. Artık daha “esnek” bir çalışma formu yaygın hale gelmiştir. Bu yeni formlar bazı değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Örneğin esnek çalışma, beyaz yakalı çalışanlar üzerinde nitelik baskının artmasına yol açmıştır. Artık üniversite mezunu olmak ya da iyi bir işe sahip olmak yeterli bir kriter değildir. Rekabetin artması bireylerin niteliklerinin artırmak için yeni kazanımlar elde etmesini gerekli kılmıştır (Çoban, 2016, s. 331). Dolayısıyla dijitalleşme süreci çalışma ve meslek hayatında yeni rekabet alanları yaratmıştır ve çalışma saatleri, çalışma koşulları ve çalışma mekânları çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda mevcut toplumsal düzende artık müşteriler, patronlar, işçiler ve işin son ürünlerinin kullanıcıları, dünyanın herhangi bir yerinde bulunabilirler (M. Graham vd., 2017, s. 136). Buradan hareketle dijitalleşen çalışmada bilgi edinmek, iş birliği kurmak veya iş yapmak noktasında dijital araçların ve dijital platformların önemli bir rolü vardır.

Dijitalleşen çalışmadan sonra üzerinde durulması gereken bir diğer kavram dijital emektir. Dijital emek kavramına ilişkin henüz üzerinde uzlaşa sağlanmış bir tanımlama yoktur. Fakat Fuchs, dijital emek kavramını; “dijital medyanın var olması, üretilmesi, yayılması ve kullanılması için gereken karşılığı ödenen ve ödenmeyen tüm emek biçimlerini” (2015, s. 15) içeren bir tanımlama yapmaktadır. Araştırmada da dijital emek kavramı bu çerçevede ele alınmaktadır. Fuchs dünyadaki en yaygın platformlar olan Facebook, YouTube, Twitter, Blogger, LinkedIn, Instagram gibi pek çok platformun



kullanıcılara dünyaya açılma, yenilikleri takip etme, eğlenme, yeni şeyler keşfetme, paylaşma ve iletişim kurma, takip etme ve özgürlük gibi çağrışımlarla çeşitli vaatlerde bulunduğunu ifade etmiştir (2015, s. 354). Bu anlamda da dijital emeğin arkasında yatan nedenleri anlayabilmek adına bu platformların kullanım amacı ve kullanım vaatlerine dikkat çekmek önemlidir. Çünkü platform kullanıcıları bu platformları meslek ve çalışma hayatları için önemli bir şekilde kullanmakta ve bu platformlara içerik üretmek amacıyla bir emek harcamaktadırlar.

Dijital emek, dijital platformlar yoluyla üretilen ürüne verilen emeği ifade etmek için önemlidir. 2005 yılından bu yana dijital platformlar giderek daha önemli olmaya başlamıştır ve pek çok sektörde de değişikliklere neden olmuştur (Schmidt, 2017, s. 9). Buradan hareketle dijital platformları ve dijital araçları meslek ve çalışma hayatı için kullanan çok fazla meslek grubu vardır. Mesleki kimliği ile bu platformu kullanan kişiler, vakitlerinin büyük bir çoğunluğunu burada geçirmektedir. Bireyler, belirli bir süre sonra emeğine, emeğin araç ve nesnelere yabancılaşmaktadır (Fuchs & Sevignani, 2013, s. 288). Fakat dijital alanların profesyonel meslek grubundaki kişiler için sağladığı bazı avantajlar da vardır. Örneğin, dijital platformları aktif bir şekilde kullanan meslek grupları bu alanlar sayesinde bir prestij oluşturmakta ve çok daha fazla insana ulaşma imkânı bularak çevresini genişletebilmektedir. Nitekim Gandini (2016) bu durumu şu şekilde özetlemektedir: dijital alanlar profesyoneller için bir öz markalaşma alanı sunmaktadır. Çoklu etkileşim dinamiği sayesinde dijital alanlar, mesleki itibarın bir değer olarak kabul görmesine neden olmaktadır. İster çevrim içi ister çevrim dışı olsun bu alanlar işlevsel olarak kullanılmaktadır (s. 132). Dolayısıyla bu çalışmada da dijital platformları meslek ve çalışma hayatında aktif bir şekilde kullanan diyetisyenlerin tecrübelerine odaklanarak çalışmanın dijitalleşmesi ve dijital emek kavramlarının hem sağladığı avantajlara hem de neden olduğu dezavantajlara odaklanılmıştır.

## 3.2. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

### 3.2.1. Dijital Dönüşümün Meslek ve Çalışma Hayatına Etkileri

Toplumsal yapıda meydana gelen değişimlere neden olan pek çok etken vardır. Bunlardan birisi de şüphesiz endüstriyel devrimlerdir. Birinci sanayi devriminden günümüze kadar meydana gelen değişimler toplumsal, ekonomik, politik olmak üzere pek çok alanda bir dönüşüm yaratmıştır. Bu bağlamda dijital teknolojilerin neden olduğu etkilere değinmeden önce bu sürecin tarihsel ve toplumsal arka planını kısaca sunmak ve o dönüşümün nasıl olduğuna yer vermek önemlidir. Öte yandan bu bölümde özellikle araştırmanın konusundan hareketle Toplum 4.0 (Bilgi Toplumu) ve Toplum 5.0 (Süper Akıllı Toplum) tanımlamaları üzerinde de durulmuştur. Bu tanımlamalar toplumsal yapıda meydana gelen değişimlerin farklı boyutlarına odaklanarak veya değişimin bazı faktörlerini diğerlerine göre daha ön planda tutarak yapılan sınıflandırmalardır. Dolayısıyla araştırmanın kuramsal çerçevesinden hareketle öncelikle endüstri 1.0'dan 5.0'a olan süreç ele alınmıştır daha sonra ise Toplum 4.0 ve Toplum 5.0 tanımlamaları açıklanmıştır.

Birinci sanayi devrimi 18. yüzyılda buhar gücünün kullanılmaya başlanması ve üretimin makineleşmesi süreci ile başlamıştır. Ürün ve hizmetlerin üretimi, uzun yıllar insanlar tarafından fiziksel güç gerektiren emek süreciyle yapılmaktayken 18. yüzyılda sanayi devriminin etkisiyle birlikte bir gelişme ve büyümenin ilk adımı atılmıştır (Pilevari & Yavari, 2020, s. 46). İkinci sanayi devrimi üretim süreçlerinde makinelerin performans ve verimliliği artırmıştır. Bunun yanı sıra iş bölümü uygulamalarıyla üretkenlik süreci hızlanmıştır. Dolayısıyla 19. yüzyılın başlarında üretim sürecini hızlandıran makineler ile üretim performansı artış göstermeye başlamıştır. 20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise bilgisayar teknolojileri ve elektronik teknolojiler kullanılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla bu dönem üretim sürecinde seri üretimin başladığı zamanlardır. Bu dönemde meydana gelen gelişmeler dördüncü sanayi devrimi olarak nitelendirilecek sürecin de zeminini oluşturmuştur. Bu bağlamda dördüncü sanayi devrimi, bilgi ve iletişim teknolojilerin kullanılmaya başlandığı ve büyük veri ile tanımlanan bir dönemdir. Artık tüm sistemlerin ağa bağlandığı ve internetin merkez bir rol oynadığı toplumsal düzenden

bahsedilmektedir (George & George, 2020, ss. 217-218). Bu dönemde internet sayesinde yazılım ve dijital teknolojilere entegre edilmiş ağlar kurulmuştur. İnternete bağlı olan bu ağlar günümüz toplumsal yaşamı için önemli bir rol oynamaktadır (Raja Santhi & Muthuswamy, 2023, s. 956). Günümüzde alışveriş pratiklerinden sağlık hizmetlerine kadar bu ağlar ve teknolojik araçlar toplumsal hayatın merkezinde yer almaktadır. Beşinci sanayi devriminde ise teknolojinin gelişen hızı ve uygulama alanlarının yaygınlaştığı bir durum söz konusudur. Örneğin dijital gerçeklik, yapay zekâ, akıllı ev ve şehirler, teknolojik dönüşümün birer parçası olmuştur. Dolayısıyla insanlığın hayatta kalmak amacıyla verdiği mücadelede ürettiği ilk araçtan günümüzde kullanılan dijital teknolojiler ve yapay zekâ makinelerine kadar meydana gelen her gelişme toplumsal yapıyı dönüştürmüştür (Özden, 2022, s. 38). Özellikle Endüstri 4.0 ve Endüstri 5.0 tarihsel olarak son dönemlerde üzerinde durulan önemli süreçlerdir. Bu iki endüstriyel devrim arasındaki temel fark; Endüstri 4.0'ın daha çok teknoloji odaklıyken Endüstri 5.0'ın teknolojinin yanı sıra değer odaklı olmasıdır. Aslında Endüstri 4.0 ve Endüstri 5.0 birbirinden bağımsız süreçler değildir. Her iki süreçte meydana gelen yenilikler ve gelişmeler birbirlerini tamamlayıcı niteliktedir. Örneğin Endüstri 4.0 toplumsal ihtiyaçları nihai hedef olarak belirlerken Endüstri 5.0 toplumsal değer ve ihtiyaçların yanı sıra teknolojinin itici gücü ve yenilikleri için Endüstri 4.0'ın imkânlarından yararlanmaktadır (Xu vd., 2021, s. 535). Dolayısıyla ele alınan endüstriyel devrimlere bakıldığında teknolojik yeniliklerin ortaya çıktığı ve yeni teknolojik aletlerin kullanılmaya başlandığı dönemler olarak sınıflandırıldığı görülmektedir.

Endüstri 1.0'dan 5.0'a meydana gelen teknolojik yenilikler ve gelişmeler toplumsal gelişmenin ve dönüşümün nasıl oluştuğunu anlama noktasında önemli tarihsel dönemlerdir. Nitekim endüstriyel devrimlerin; teknolojide, iş organizasyonlarında, ekonomik ilişkilerde, emek süreçlerinde, büyük değişikliklere yol açtığını ifade etmek mümkündür. Yukarıda da değinildiği gibi meydana gelen bu yenilikler ekonomik ve toplumsal dönüşümde rol oynayan önemli süreçlerdir. Endüstri 1.0'dan 5.0'a her süreçte teknolojik değişim dalgasının yaratacağı etkiler üzerinde durulmuştur. Özellikle de emek sürecinde insan emeğinin dönüşümünde teknolojik gelişmeler temel bir faktöre dönüşmüştür. Günümüzde de emek süreci dönüşmeye devam etmektedir. Dijital

teknolojilerin çalışma ve meslek hayatına entegrasyonu ile birlikte emek sürecinin ve çalışma koşullarının da dijitalleşmesinden bahsetmek mümkün olmuştur.

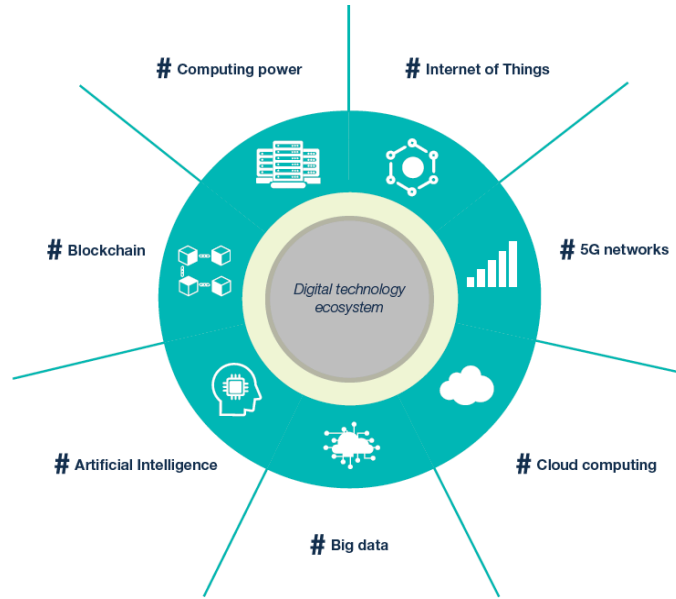
Toplumsal yapıda meydana gelen değişimlerde teknolojilerin nasıl bir rol oynadığını sormak veya teknolojik gelişmelerin toplumları nasıl değiştirdiğine odaklanmak bu araştırma için oldukça önemlidir. Çünkü meydana gelen değişimi anlamlandırabilmek için sürecin tarihsel ve toplumsal seyrini takip etmek ve incelemek gereklidir. Bu bağlamda meydana gelen değişimleri ve toplumsal faktörleri ön planda bulundurarak bir sınıflandırma biçimine yer vermek gereklidir. Özellikle Toplum 4.0 ve Toplum 5.0 tanımlamaları bu bakımdan önemlidir. Toplum 4.0 ve Toplum 5.0 tanımlamaları, Endüstri 4.0 ve 5.0 tanımlamalarından büyük oranda farklılık göstermemektedir. Fakat Toplum 4.0 ve Toplum 5.0 tanımlamaları toplumsal hayatın gelişimini ve işleyişini merkeze alan ve daha çok toplumsal yapıya ilişkin tanımlamaları mümkün kılan bir sınıflandırmadır. Dolayısıyla bu iki sınıflandırmaya yer vermek araştırmanın kuramsal çerçevesi için önemlidir.

Toplum 4.0, gelişen teknolojiler, bilimsel ilerlemeler, dijital platformların yaygınlaşması gibi süreçleri kapsayan bir sınıflandırmadır. Bunun yanı sıra dijital teknolojilerin desteğiyle dijital yetkinliklerin arttığı ve dijitalleşmenin ekonomi, sağlık, eğitim ve pek çok alanda kullanıldığı bir toplumsal düzeni ifade etmektedir. Toplum 4.0'da bilginin artan önemi vurgulanmaktadır. Özellikle bilgisayar ve otomasyon kullanımı toplumsal hayatın pek çok alanında aktif bir şekilde kullanılmıştır. Toplum 5.0 ise 2016 yılında ilk kez Japonya'nın 5. Bilim ve Teknoloji Temel Planı'nda temel kavram olarak kullanılmıştır. Bunun yanı sıra "Toplum 5.0, fiziksel alan ve siber uzayın güçlü bir şekilde entegre edildiği bir "zeka toplumu" olarak tanımlanabilir" (Salgues, 2018, s. 1). Toplum 4.0 dijital dönüşümün gerçekleşmesinde önemli bir süreci kapsarken Toplum 5.0 toplumun farklı katmanına yayılan dijital araçların daha da geliştiği ve ivme kazandığı bir süreci kapsar. Özellikle de bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişim ile Toplum 5.0 hızlı bir şekilde küresel bir trend haline gelmiştir. Bunun yanı sıra bu iki toplumsal sürecin karşılıklı bir etkileşim içerisinde olduğunun altını çizmek gerekmektedir (Nair vd., 2021, s. 1). Çünkü bu süreçler birbirinden bağımsız değildir. Toplumsal yapıda meydana gelen bu değişimler bir sonraki sürecin gelişimine ve

ilerlemesine katkılarda bulunmaktadır. Bu bağlamda bu dönüşümler meslekleri ve çalışma hayatını da dönüştürmüştür.

Toplum 5.0 hem ekonomik kalkınmayı hem de toplumsal sorunları çözmeyi amaçlayan ve buradan hareketle “insan merkezli” bir toplum yaratmayı hedefleyen bir toplum modeline dayanmaktadır (Fukuyama, 2018). Japonya’nın ele aldığı bu toplumsal sistem, yeni değerler ve sistemler yaratarak insanı merkeze alan bir düzen yaratmaktır. Bu anlamda özellikle toplumsal sorunların çözülmesini merkeze koyan bu sistem teknolojik gelişmelerin toplumsal yaşam üzerindeki etkisine odaklanmaktadır.

Dijital dönüşüm özellikle son 60 yıl içerisinde toplumsal yaşamın pek çok alanında tecrübe edilmiştir. Buradan hareketle OECD’nin Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives raporunda dijital dönüşüm bağlamında günümüz toplum yapısını birbirine bağlı dijital teknolojilerden oluşan bir ekosistem olarak ele almaktadır. Bu ekosistem günümüz toplum yapısını anlamının yanı sıra gelecekteki toplumsal değişimleri anlama noktasında da bir kılavuz olmaktadır. Şekil 1’de de gösterilen bileşenlerin her biri birbirleriyle ilişkilidir ve birlikte çalışmaktadırlar (2019, ss. 18-19). Nitekim bu ekosistemden de hareketle dijital dönüşümün bu bileşenlerin bazıları Türkiye’de de kullanılmaktadır ve toplumsal yaşamın büyük bir parçasını oluşturmaktadır. Şekilde de görüldüğü üzere; nesnelere interneti (internet of things), 5G ağlar, bulut programlama (cloud computing), büyük veri (big data), yapay zeka (artificial intelligence), blok zinciri teknolojisi (blockchain) ve programlama gücü (computing power), dijital dönüşümde önemli rol oynayan teknolojilerdir.



**Şekil 3. Birbirine Bağlı Dijital Teknolojilerden Oluşan Bir Ekosistem**

Kaynak: Going digital: Shaping policies, improving lives (2019)

Özellikle de dijital dönüşümün meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği konusunu ele alan bu araştırma açısından yukarıdaki dijital teknoloji ekosistemi önemli olmaktadır. Çünkü bu ekosistem dijital dönüşüm sürecinde toplumsal hayatı etkileyen, dönüştüren ve dönüştürecek olan teknolojileri ele almaktadır.

Sonuç olarak toplumların gelişim evrelerine baktığımızda; avcı-toplayıcı toplum, tarım toplumu, sanayi toplumu, bilgi toplumu ve son olarak süper akıllı toplum tanımlamaları toplumların geçirdikleri dönüşümü anlamak ve toplumsal değişimin izlerini sürmek açısından önemlidir. Elbette bu tanımlamalar değişimi açıklayan sınıflandırmalardan yalnızca birkaçıdır. Özellikle de literatürde aynı dönemi anlatan çeşitli sınıflandırmaların olduğunun altının çizilmesi gerekir. Fakat sınıflandırmalar farklı olsa da süreçte meydana gelen değişimler ve neden olduğu etkiler her sınıflandırmada ele alınmıştır. Dolayısıyla bu dönüşümlerin meslek ve çalışma hayatına etkileri de sosyolojik bir perspektiften anlamaya ve açıklanmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu araştırma dijital dönüşümün meslek ve çalışma hayatındaki etkilerini diyetisyenlik mesleği örneğinde ele almıştır.

### 3.2.2. Yeni Kapitalizm Teorisi ve Dijital Emek Tartışması

Kapitalist ekonomik sistem, tarihsel ve toplumsal koşullar içerisinde belirli bazı değişimler geçirmiştir. Bu yüzden yeni kapitalizm kültürünü anlayabilmek adına üretim ilişkilerinde meydana gelen değişimlere değinmek gerekir. 1970’lerde yaşanan ekonomik kriz sonucunda Fordist üretim biçimi etkisini yitirmeye başlamış ve sonrasında post-Fordist üretim biçimine geçilmiştir. “Post-Fordizm, gerçekte önceki kitlesel üretim yöntemlerinden tamamen farklı yeni yöntemlerin kullanıldığı yeni bir ekonomik çağı anlatır” (Slattery, 2015, s. 441). Fordist üretimden post-Fordist üretim biçimine geçildikten sonra çalışma ve meslek hayatı da değişmiştir. Çünkü üretim biçiminde yaşanan değişim, üretim ilişkileri ve tüketim alışkanlıklarını da doğrudan etkilemiştir. Nitekim, post-Fordist üretim biçiminde tüketim taleplerinin karşılanması için kitlesel üretimin yerine esnek üretime bırakmıştır. Dolayısıyla “esnek uzmanlaşma, Fordizmde vücut bulan üretim sisteminin tam antitezidir” (Sennett, 2017, s. 56). Dolayısıyla artık kitle üretiminin yerine esnek üretim almış diğer bir deyişle Fordizmden post-Fordizme geçilmiş ve yeni kapitalizmin kültürel mantığı inşa edilmeye başlanmıştır.

Böylece bu üretim biçimiyle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin üretim sürecinde yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla işgücü piyasasında değişimler olmuştur. Dolayısıyla kitle üretim, tüketim ve standartlaşmanın yerini esnek üretim almıştır. Ekonomik alanda meydana gelen bu değişimin toplumsal boyutuna odaklanan Sennett’e göre, 20. yüzyılın sonu üç yeni sayfa açmıştır. Bunlardan birincisi; büyük şirketlerde, yönetici iktidarından hissedar iktidarına bir geçiş yaşanmasıyla olmuştur. Servet artık yerel girişimlerle sınırlı olmayıp çok daha kolay hareket eden bir duruma gelmiştir. İkinci yeni sayfa ise; yatırım alanında uzun vadeden ziyade kısa vadeli sonuçları olan yatırımlar ön plana çıkmaya başlamıştır. İletişim ve imalat sektöründe meydana gelen değişimler ise üçüncü yeni sayfa olarak adlandırılmıştır. Özellikle de 1990’lardaki teknolojik gelişmelerle beraber, artık pek çok işlem küresel ölçekte gerçekleştirilebilir hale gelmiştir (2011, ss. 34-37). Bütün bu değişimlerin sonucunda üretim, yönetim ve toplumsal ilişkiler dönüşmeye başlamıştır.

Öte yandan Sennett'e göre, (2011, ss. 10-11) yeni kapitalizm kültüründe bireyi bekleyen üç temel zorluk vardır. Bunlar; zaman, yetenek ve tüketim alanında meydana gelebilecek olan zorluklardır. Çok parçalı bir toplumsal yapının içerisinde birey, bu güçlüklerle mücadele etmeye çalışmaktadır. Ortaya çıkan yeni iş koşulları, kurumların uzun vadeli olmayan çalışma koşulları bireyi öngöremediği ve planlamakta zorluk çektiği bir zaman kavramının içerisinde almaktadır. Burada plandan ziyade “doğaçlama” ön plana çıkmaya başlamaktadır. Çünkü birey, gelecek yıllarına dair herhangi bir ön görüye sahip değildir. İkinci güçlük ise yetenekle ilgilidir. Önceki toplumsal düzene ait olan zanaatçılık fikri yeni toplumsal düzende geçerliliğini yitirmiştir. Başka bir deyişle zanaatçılık; tek bir işe odaklanarak onu en iyi şekilde tamamlama fikrinin yerine sürekli değişen koşullarla birlikte bireyin belirli aralıklarla yeni beceriler kazanmak zorunda olduğu ve tek bir iş yerine pek çok farklı işi bir arada yapması gerektiği fikrine dayanır. Multitasking olarak adlandırılan bu durum bireyin birden fazla yeteneğe sahip olması gerektiği fikrini temel alır. Üçüncüsü ise, daha önce sahip olunan deneyimlerin geçmişte bırakılarak yeni toplumsal sistem içerisinde sürekli yeni beceriler elde etmesi beklenir. Dolayısıyla yeni kapitalizmin “iş, yetenek, tüketim” alanında çeşitli değişim ve dönüşüme neden olduğu açıkça söylenebilir. Dijitalleşme de bu iş, yetenek ve tüketim sürecinde doğrudan etkili olmuş önemli bir süreci ifade etmektedir. Bu bağlamda hız ve hareketlilik kavramları, yeni kapitalizm kültürü ve dijital dönüşümle doğrudan ilgilidir.

Sennett, esnek uzmanlaşmanın olduğu bir toplumsal yapının içerisinde işin ve çalışma koşullarının anlamının nasıl değiştiği ve duygusal deneyimlerin nasıl dönüştüğü üzerinde oldukça durmaktadır. Nitekim Sennett'in ekonomik düzenin değişimiyle esnekliğin yaygın olduğu bir sistemin içerisinde bireyin karakteri üzerinde de bir aşınmanın olduğu yönünde fikirleri vardır. Buradan hareketle Sennett, ortaya çıkan bu yeni sistemin birey ve toplumsal ilişkiler üzerinde olumsuz bir etki yarattığını düşünmektedir. Nitekim “Karakter Aşınması” kitabında “sürüklenme”, “rutin”, “esnek”, “okunaksız”, “risk”, “başarısızlık” gibi başlıklar altında ortaya çıkan bu yeni ilişkileri açıklamaya çalışmaktadır. Burada özellikle risk kavramı önemli olmaktadır. Sennett risk almak konusunda geçmişten günümüze bir değişim olduğunu ifade etmiştir. Önceden risk almak zorlu bir süreçle başa çıkmaya çalışmak gibi algılanırken günümüzde risk almak “kitleler tarafından her gün omuzlanması gereken bir zorunluluk” olmaktadır (Sennett, 2017, s.



90). Gündelik hayatta riski yönlendiren pek çok durum vardır. Sennett'e göre, riski yönlendiren önemli durumlarda birisi de hareket halinde olamama korkusudur. Başka bir deyişle, sürekli akış halinde olan dinamik bir toplumun içinde yaşayan birey, hareket halinde olmayı bir zorunluluk olarak hissetmektedir. Bunun birer sonucu olarak da sürekli risk almak zorunda kalan birey geleceğine yönelik kaygılıdır.

Değişen kapitalist sistemin yapısına dikkat çeken teknolojik gelişmelerin insanları sürekli yeni beceriler kazanma konusunda zorunlu hale getirmektedir. "Otomasyon yayıldıkça, sabit insan becerileri alanı daralır. Bundan eli yıl önce insanın banka hesabını gösteren bir makineden bahsetmek bir bilim kurgu fantezisi gibi görünüyordu; şimdise hayatın ayrılmaz bir parçası. Burada yine idealleştirilmiş yeni benlik ortaya çıkıyor: Sürekli yeni beceriler öğrenen, "bilgi temelleri"ni durmadan değiştiren bir birey" (Sennett, 2011, s. 34). Bu nokta, araştırma için de önemli bir vurgudur. Çünkü görüşme yapılan katılımcıların tamamı yeni dijital becerileri kazanmak için çaba göstermişlerdir ve bu becerileri kazanmanın meslek hayatları için önemli olduklarını vurgulamışlardır.

Mesleklerin ve çalışma koşullarının dönüşümünü anlama noktasında yeni kapitalizm teorisi önemli olmaktadır. Nitekim yeni kapitalizm kültüründe değişimin önemli bir yönünü mesleki kimliklerin anlamının değişmesiyle açıklanabileceğini söylemek mümkündür. Çünkü dijitalleşme süreci toplumsal yapının birçok alanına etki ettiği gibi meslek ve çalışma hayatını da etkilemiştir. Dolayısıyla günümüz toplumunda emek süreçlerinde bir dönüşümün olduğunu ifade etmek mümkündür. Çünkü bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler üretim ve tüketim süreçlerini de dönüştürmüştür. Günümüzde emek sürecinde dijital emek, sanal emek, dijital çalışma gibi kavramlar daha çok ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla bu araştırma da dijitalleşme süreciyle birlikte emek süreçlerindeki bu değişimlerin nasıl olduğu, meslek ve çalışma hayatını nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur.

Dijital emek kavramına değinmeden önce emek ve çalışma kavramı üzerinde durulmalıdır. Fuchs'a göre "emek, üretime ait araç ve sonuçların insanların denetiminde olmadığı, çalışmanın zorunlu olarak yabancılaştırılmış bir biçimidir. Bunun aksine çalışma, tüm toplumların ortak özelliği olarak çok daha genel bir kavramdır" (Sennett,

2011, s. 34). Marx ise emek sürecini insan ve doğa arasındaki ilişkinin yanı sıra insan hayatını var eden doğal bir zorunluluk olarak görmektedir (2015, s. 56). Fakat günümüz toplumsal yapısında meydana gelen değişimlerden hareketle emek süreci yeni tartışmalarla ele alınmaktadır.

Marx'ın emek-değer kuramı önemini sürdürse de günümüzde emeğin farklı formları kuramsal çerçevede tartışılmaya başlanmıştır. Bu nedenle günümüzdeki dijital platformlardaki emek sürecinin anlaşılması ve açıklanması açısından dijital emek kavramı önem taşımaktadır. Bu anlamda dijital emek konusundan bahsederken Fuchs'un "Dijital Emek ve Karl Marx" kitabı önemli bir eser olarak karşımıza çıkmaktadır. Fuchs, marksizmin temel kavramlarından hareketle emek süreçlerini açıklamıştır. Kitap genel olarak dijital emeğin ne olduğu, bilgisayar, internet ve sosyal medya platformlarının emek sürecini nasıl değiştirdiği sorusu etrafında şekillenmiştir (Fuchs, 2015, s. 24). Bu bağlamda dijital emek teorisinden bahsederken bu çalışma öncü bir rol oynamaktadır. Buradan hareketle "dijital emek, bir meta olarak satılan dijital teknolojilerin, içeriğin ve verilerin yaratılmasına yardımcı olan tüm ücretli ve ücretsiz emektir" (Fuchs, 2016a, s. 61).

1990'lı yıllarla birlikte internetin kullanım olanağı oldukça genişlemiştir. Özellikle de sosyal medya platformları bu dönemde oldukça yaygınlaşmıştır. Bu dönemde sosyal medya platformlarının daha çok özgürlükçü ve demokratik tarafları üzerinde durulmuştur. Oysa ki sosyal medya platformlarının kâr amacı güden ticari platformlar olduğu üzerinde tartışmalar yapılmamıştır. Bu yüzden daha çok Web 2.0'in kullanıcılara da içerik üretme ve paylaşma özelliği sunmasıyla birlikte sosyal medya platformları eşit ve yatay bir ilişkiler ağı kuruyor gibi yorumlanmıştır (Fuchs, 2015, s. 12,13). Fakat yukarıda da değinildiği gibi bu platformların birer emek sömürsüne dönüşmesi de mümkün hale gelmiştir. Her ne kadar kullanıcılar diğer insanlarla etkileşim kurmak, iletişim halinde olmak ya da eğlenceli vakit geçirmek için bu platformları kullanıyor olsa da bir süre sonra bu "olumlu" etkilerinin dışında bireylerin bu platformda aktif olarak var olmak içerik üretmeleri ve içerikleri üretmek için zaman ve emek harcamaları önemli bir unsur olarak ele alınmalıdır. Nitekim bu araştırmada da görüşme yapılan diyetisyenlerin tamamı meslek ve çalışma hayatlarında aktif bir şekilde sosyal medya platformlarını

kullandıklarını ve bunun yanı sıra bu platformlar için günlük çalışma saatleri dışında ek bir zaman ayırarak bu platformlara içerik oluşturmak için hazırlıklar yaptıklarını ve bunun için emek harcadıklarını belirtmişlerdir.

Dünyada en yaygın kullanılan üç sosyal medya platformları sırasıyla: WhatsApp, Instagram, Facebook'tur. Dünyada aylık sosyal medya platformlarında vakit geçirilen ortalama süre ise: TikTok 23.5 saat, YouTube 23.1 saat, Facebook 19.7 WhatsApp 17.3, Instagram 12 saattir (We are social, 2022). “Bu medya sosyaldır çünkü paylaşım, iletişime, topluluğa ve iş birliğine olanak sağlar ve bunların aracıdır. Aynı zamanda kapitalizmin meta mantığına derinlemesine gömülüdür ve bu nedenle bireysel özel mülkiyeti, bireyciliği ve sömürü yapılarını yansıtır” (Fuchs, 2016a, ss. 114-115). Buradan hareketle dünyanın en gözde bu sosyal medya platformları, bir yandan kullanıcılara paylaşmayı, izlemeyi, bilgi edinmeyi, irtibat kurmayı, öğrenmeyi, eğlenmeyi ve özgürlüğün keyfini çıkarmayı vaat ederken diğer yandan hedefli reklamcılığa ve kullanıcıların verilerini kullanım, gözetim ve metaya çeviren bir sisteme dönüşmüştür (Fuchs, 2015, ss. 354-356). Dolayısıyla çevrim içi yapılan faaliyetler sosyal ağlar, beğeniler, içerik ve tıklama hareketleri bireysel tercihler bakımından tüketim alışkanlıkları hakkında birer veri üretir (Fuchs & Sevignani, 2013, s. 237). Buradan hareketle bu veriler ya da bu platformlar için vakit ayırdığınız her bir saat platform sahibi şirketlerin kâr elde etmesine ve kapitalist sistemin işleyişine katkı sunmaktadır.

Teknolojik dönüşümler zaman, mekân ve toplumsal biçimleri değiştirmiştir. Dijitalleşme sürecinin çalışma hayatını, meslekleri hatta bir bütün olarak toplumsal ilişkileri değiştirdiği ifade edilebilir (Scribano & Lisdero, 2019, s. 2). Buradan hareketle meydana gelen bu değişiklikler emek gücünü ve emek biçimlerini de etkilemiştir. Artık emek maddi olmayan bir emek biçimine dönüşmüştür. Çünkü dijitalleşme ve kültürün etkisiyle metalar birer enformasyonel özellik kazanmış, ortaya çıkan üretimler somut ve kalıcı ürünler olmadığı için de emek biçimi değişmiştir (M. Ö. Yıldırım, 2020, s. 48). Bu durumun en iyi örneği dijital emek ve dijital çalışmadır. Dolayısıyla dijital toplumla birlikte çalışma deneyimleri de dönüşmüştür. Deneyimlerin dönüşümü insanların da değişmesine neden olmuştur. Örneğin dijital emek deneyimleri bireylere dijital dünyanın sunduğu “duyarlılık politikası”na göre hareket etmeyi söylemektedir (Scribano &

Lisdero, 2019, s. 11). Bu bağlamda emek süreçleri değişmiştir ve değişmeye de devam etmektedir. Bu yüzden bugün yapılan tanımlamalar her ne kadar günümüz toplumundaki emek sürecini tanımlıyor olsa da dijitalleşme sürecinin geçireceği gelişmelere göre de ileride farklılıklar olacaktır.

Toffler (2008), bu değişimleri “üçüncü dalga” olarak nitelendirdiği bir süreç olarak ele almıştır. Bilgisayarın ve internetin hayatın her alanında aktif bir şekilde var olduğu ve kullanıldığı bir dönem olarak bu süreç, özellikle de beyaz yakalı meslek grubundan pek çok kişinin çalışma ve meslek hayatlarını doğrudan etkilemiştir. Özellikle de ofis ortamına bağlılık ortadan kalkarak bilgisayarınızın olduğu her yer, bir çalışma mekanına dönüşmüştür. Hatta yeterli dijital araçlara sahip olarak evden çalışma olgusu da oldukça mümkün olmuştur (ss. 250-253). Dijital toplumda becerilerin de hızla değiştiği söylenebilir. Bu beceriler daha çok yeni teknolojilere uyum sağlamayı gerektiren becerilere dönüşmüştür (Huws, 2014, s. 24). Nitekim çalışma ve meslek hayatlarında dijital araçları kullanan diyetisyenler de sürekli olarak kendilerini geliştirmeleri gerektiğini ve meslekleriyle ilgili yeni çıkan bir dijital uygulama ya da dijital platformda meydana gelen yenilikleri takip etmek ve hızlıca uyum sağlamaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

Fuchs’a göre “dijital emek, yabancılaşmış dijital çalışmadır” (2015, s. 407). Dijital emek bugün sürekli kendini güncelleyen sömürü ilişkilerinin bir parçasıdır. Sömürü günümüzde dijital platformlar yoluyla bir eğlence formunda karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 2020, s. 49). Bu bağlamda Fuchs dijital platform sahiplerini, kullanıcıların karşılığı ödenmeyen emeklerinin sömürü unsuru olarak görür. Kullanıcılar kendi emeklerinin sömürüldüğünün çok da farkında değildirler. Çünkü dijital emek, sömürüyü gizleyen ve sosyal medya platformlarının da etkisiyle bir eğlence ortamı, yeni etkileşimler kurulan alanlar olarak oyun emeğidir (2015, s. 407).

Bir kapitalist üretim ilişkisi içerisinde olan dijital platformlar, sömürüyü daha da yoğunlaştırmaktadır. Çünkü artık daha kısa sürede daha fazla emek sömürüsü mümkün hale gelmiştir. Diğer taraftan daha fazla kâr elde etmek için daha fazla artı değer ve daha fazla meta üretilmektedir (Fuchs & Seignani, 2013, s. 247). Örneğin sosyal medya

platformlarında belirli aralıklarla sürekli içerik üretmediğinizde ya da paylaşımlarınızı azalttığınızda belirli bir süre sonra etkileşimlerin azaldığını ve algoritmanın sizi unutmaya başladığını görebilirsiniz. Çünkü bu platformlar sürekli etkileşim içerisinde olmayı, yeni şeyler paylaşmayı ve yeni şeyler izlemeyi tavsiye etmektedir. Dolayısıyla dijital emek tartışmalarında sosyal medya platformlarında geçirilen zaman ve burada harcanan emeğin karşılığının olmaması kullanıcıların emeklerinin bu platform sahipleri tarafından sömürülmesine neden olmaktadır. Bu anlamda kullanıcılar ürettikleri içeriklerle yani dijital emekleriyle dijital platformların kazanç sağlamasına neden olmaktadır.

### 3.2.3. Çalışmanın Değişen Biçimi: Duygusal Emek

Çalışma hayatında üretim ve istihdam alanında meydana gelen değişimler emek biçimlerini de etkilemiştir. Dijital emek teorisinden sonra araştırmada üzerinde durulacak diğer emek kuramı duygusal emektir. Özellikle de hizmet sektörünün arttığı Türkiye’de, bireylerin hizmet alışı süreçlerindeki davranışlarında duygusal emek yoğun bir şekilde deneyimlenmektedir. Dolayısıyla günümüzde bireyler, fiziksel ve zihinsel emeğin yanı sıra duygusal olarak da bir emek sarf etmektedirler. Duygusal emek, literatürde ilk kez 1983 yılında Hochschild’in yayımladığı “The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling” adlı kitabında ele alınmıştır. Duygusal emek, zihinsel ve fiziksel emeğin yanı sıra çalışanların müşterileriyle olan iletişim süreçlerinde duygularını kontrol ettikleri ve duygularını yönlendirdikleri bir süreci ifade etmektedir. Bu emek, zihin ve duygu koordinasyonunu harekete geçirmeyi gerekli kılan bir emek sürecini içerir. Dolayısıyla çalışanlar, işin gerektirdiği duyguları sergilemek için belirli bir çaba sarf etmek durumunda kalmaktadırlar (Hochschild, 2012, ss. 6-7). Bunların yanı sıra duygusal emeği dijitalleşme sürecinden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Çünkü dijital araçların ve dijital platformların meslek ve çalışma hayatında önemli bir rol oynadığı dijital toplumda emek sürecinde duygular da merkezi bir rol oynamaya başlamıştır.

Çalışma hayatında çalışanların iş memnuniyeti, çalışma motivasyonu gibi konular duygusal emek ile ilgilidir. Çünkü odak noktası işyerindeki duygulardır ve çalışanların etkileşimde buldukları insanlarla olan iletişim süreçlerinde iş ile ilgili duygular rol

oyunmaktadır. Dolayısıyla duygusal emek, çalışanların hizmet verdikleri kişilerle olan iletişim süreçlerinde sözlü ya da sözsüz araçlarla duygularını göstermeleri, yönetmeleri sürecidir (Noon & Blyton, 2002, s. 175). Dolayısıyla dijital emek olgusu çalışma yaşamındaki çok daha kapsamlı boyutları içeren bir kavram olmaktadır.

Duygusal emeğe ilişkin teorik çerçeveye bakıldığında çok kapsamlı ve çeşitli açıklamaların olduğu gözlemlenmiştir. Fakat bu araştırmada duygusal emek, araştırma konusundan hareketle diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatlarındaki deneyimlerinden hareketle ele alınmıştır. Bu bağlamda duygusal emek, çalışma yaşamında genellikle diyetisyenlerin danışanlarıyla iletişim süreçlerindeki duygularını kontrol etmesi ve hizmet alan kişilerin memnuniyeti için iletişim sürecinde gösterdikleri emektir.

Duygular; bir meslekten diğerine, bir çalışma koşulundan diğerine farklılık göstermektedir. Dolayısıyla duygu yönetimi de pek çok alana farklı şekillerde uygulanabilir. Bu anlamda Hochschild, çalışma hayatındaki “olması gereken duygular”ın meslek ve çalışma hayatlarında nasıl deneyimlendiği ve farklılaştığına odaklanmanın önemli olduğunu dile getirmiştir (1979, s. 572). Bu bağlamda hizmet sektörü çalışanlarına odaklanan Hochschild, iş yükümlülükleri ve işlerin gereklilikleri bağlamında çalışma hayatında başkalarının olumlu duygularını geliştirmeye çalışırken kendi duygularını kontrol eden çalışanların ortaya çıktığını duygusal emek bağlamında ele almıştır (Thoits, 1989, s. 324). Araştırmanın konusundan hareketle duygusal emek ve dijitalleşme birbirinden bağımsız düşünülmemelidir. Çünkü dijitalleşme süreciyle birlikte duygusal emek süreci dijital alanlara taşınmış, meslek ve çalışma hayatında da etkili olmuştur.

#### **3.2.4. Dijital Toplumda Gözetim: Gözetimin Dijitalleşmesi**

Gözetim olgusu elbette dijital teknolojilerin kullanılmaya başlanmasıyla ortaya çıkan bir olgu değildir. Gözetim, çok eski dönemlerden beri var olan ve insanların birbirlerini izlemek, kontrol etmek, kayıt altına almak ve organize etmek amacıyla çeşitli şekillerde yaptığı eylemlerdir. Lyon’un da ifade ettiği gibi gözetim, toplumun yeni bir özelliği değildir fakat modernleşme ile birlikte gözetim daha yoğun ve daha kapsamlı bir sistem

haline gelmiştir (Noon & Blyton, 2002, s. 172). Sosyoloji alanında da gözetim konusunu ele alan pek çok çalışma vardır. 20. yüzyılın sonlarına doğru Foucault'nun çalışmaları sayesinde gözetimin çerçevesi genişlemiş ve gözetim bir disiplin mekanizması olarak ele alınmıştır. Foucault (2006) gözetim konusunu daha çok iktidar eksenli ele almıştır. Ona göre modern iktidar hastane, tımarhane gibi kurumlarla bireyleri kuşatarak birer sayısal hale getirmiştir ve denetim altına alarak gözetim altında tutulmuştur. Çünkü Foucault modern toplumları, iktidar mekanizmasının başat bir rol oynadığı “disiplin toplumu” olarak tanımlamaktadır (Lyon, 1994, s. 26). Öte yandan özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimle birlikte gözetimin yaygınlaştığı ve dijital hale geldiğine yönelik önemli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin Bauman ve Lyon (2013), “akışkan gözetim” Han, (2020a) “dijital panoptikon”, Lyon (1994) “elektronik gözetim”, Andrejevic (2007) “dijital kuşatma”, Boyne (2000) “panoptikon sonrası” gibi kavramlarla gözetimin günümüz toplum koşullarında nasıl tanımlanabileceğine ilişkin kavramsallaştırmalarda bulunmuşlardır.

Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve internetin pek çok işlevi yerine getirmek amacıyla kullanılması insanların bedenlerinin, yaşamlarının, sağlıklarının gözetlenmesine ve birer veri haline dönüşmesine neden olmuştur (Rich & Miah, 2014, ss. 296-297). Bu anlamda her ne kadar dijital ağlar ilk zamanlarda bir özgürlük ortamı ve sınırsız bir hareketlilik imkânı sağlıyor gibi düşünülse de bunun bir yanılsama olduğunu ifade etmek mümkündür. Çünkü bütün bu imkân gibi görünen noktalar bir kontrol ve gözetim mekanizmasına dönüşmüştür. Nitekim bu durumu dijital panoptikon olarak adlandıran Han, yoğun iletişimin olduğu dijital platformlar ile bireyler kendilerine ilişkin pek çok bilgiyi gönüllü olarak paylaşarak gözetim pratiklerine hizmet etmekte olduğunu düşünmektedir (Han, 2020a, s. 18). Bunun yanı sıra günümüz toplumsal yaşam pratiklerinde istediğimiz şeyleri yapmak için gelişmiş teknolojiler arasında seçim yapıyoruz. Bu da yeni teknikler geliştirmeye gerek olmadan var olan teknolojik gelişmeleri kullanmayı mümkün kılmaktadır. Fakat bu bağlamda dijital teknolojiler her ne kadar toplumsal yaşamı kolaylaştırıyor gibi görünse de diğer yandan kendisine zorunlu bir bağıllık da yaratmaktadır. Örneğin Türkiye’de de kullanılan dijital sağlık uygulamalarını kullanmadan sağlık hizmeti almak zorlaşmıştır. Kişisel ve sağlık bilgilerinizin yer aldığı bu dijital uygulamalar gündelik yaşamı oldukça kolaylaştırırsa da

diğer yandan bilgilerinizin birer veriye dönüşmesi ve gözetim pratiklerinin bir parçası olması oldukça muhtemeldir.

Dijital toplum ile birlikte gözetim olgusunun sosyal, siyasi ve kültürel yaşamın bir parçasına dönüştüğünü ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda teknoloji ve toplum arasındaki ilişkiyi anlamak toplumsal yapıyı açıklayabilmek adına önemlidir. Nitekim Lyon'a göre gözetim toplumunu incelemek teknoloji ve toplum arasındaki etkileşime dair bir şeyler söylemektedir (1994, ss. 8-9). Buradan hareketle içerik üretimini ve tüketimini mümkün kılan sosyal medya platformları da gözetim olgusuna örnek önemli dijital alanlardır. Bu platformlarda paylaşılan veya tüketilen bilgiler birer veri olarak gözetim pratiğine dahil olmaktadır. Örneğin YouTube'da birçok kişi hem içerik üreterek hem de içerikleri izleyerek üretim ve tüketim döngüsüne dahil olmakta; bir yandan fayda sağlarken diğer yandan büyük veriye hizmet etmektedir. Bu algoritmalar elde ettikleri tüm verileri bireylerin üretim ve tüketim pratiklerine göre sayısallaştırmaktadır ve gözetim sisteminin bir parçası olarak kullanabilmektedir (Özüz Dağdelen & Tacoğlu, 2022, s. 183). Öte yandan bu gözetimin dijitalleşmesiyle bireyler, artık kalabalıktan biri olmaktan çıkıp bireyselleşmiş bir meta haline dönüşmüşlerdir (Lyon, 2006, ss. 7-8). Dolayısıyla dijital toplumda internet ve dijital teknolojiler gündelik yaşam pratiklerinde başat bir rol oynamaktadır. Sağlıktan eğitime pek çok alanda kullanılan bu dijital platformlar bireylerin hayatını kolaylaştırdığı kadar onların hayatlarını kayıt altına da almaktadır. Bu noktada gözetimin sınırlarının ne olduğu muğlaktır.

Bu anlamda dijitalleşme süreciyle birlikte devamlı birileri tarafından izlenmek, binlerce göz tarafından takip edilmek, teknolojiler yoluyla kaydedilmek ve analiz edilmek sıradan hale gelmiştir. Her tıklamayla sürekli bir değerlendirme ölçütü haline gelen bireyler, sürekli olan bakışların hızı ve yoğunluğu arasındadırlar (Zuboff, 2019, s. 852). Bu anlamda gözetim konusunun göz ardı edilmemesi gereken noktaları ahlaki ve siyasi boyutlardır. Çeşitli dijital platformlar yoluyla pek çok bilgi paylaşılmaktadır. Diğer yandan paylaşılan bu bilgilerin hangi kuruluş ya da platformlar tarafından nasıl ve hangi amaçla kullanıldığına ilişkin bilinçli olmak önemlidir. Bu durumu gözetimin interneti çevreleyen en önemli endişe kaynaklarından biri olarak değerlendirmek mümkündür (Rich & Miah, 2009, s. 164). Çünkü dijital platformlar gelirlerini reklamların yanı sıra



kullanıcıların verilerini kullanarak elde etmektedir (ACCC, 2019, s. 43). Dijitalleşme sürecinin gözetimin yoğunluğunu ve kapsamını genişlettiğini ifade etmek ve gözetimin her yerde olduğunu vurgulamak gerekmektedir (S. Graham & Wood, s.228). Nitekim sosyal medya platformları arasındaki gözetim de dinamik, sürekli olan bir gözetimdir. Bu platformlar kişisel verileri, çevrim içi faaliyetleri kaydeder ve sürekli izlerler. Elde ettikleri verileri bir araya getirir ve analiz ederler. Bunun sonucunda da kullanıcılara ait profilleri tanımlarlar ve kullanıcıların ilgi alanları, çevrim içi faaliyetlerinin daha çok hangi şekilde olduğu, daha çok hangi sayfaları izlediği ya da takip ettiği gibi pek çok şey konusunda bilgi sahibi olurlar (Fuchs, 2015, s. 153). Dolayısıyla bu durum gözetimin dijitalleşmesinin en somut örneklerinden birisidir. Bunun yanı sıra meydana gelen tüm bu gelişmeler sonucunda 1990'lı yıllarla birlikte kamusal ve özel alan ile ilgili tartışmalar yapılmıştır. Çünkü dijital toplumun bir unsuru olan sürekli çevrim içi olma durumu bir müddetten sonra bu ayrımların aşınmasına neden olmuştur. Kişiyeye özel olan pek çok durumun sınırları aşılmış ve dijital platformlar yoluyla bu ayrımlar bulanıklaşmıştır.

Dijitalleşme sürecinin toplumsal yapıda etkili olmaya başlamasıyla birlikte elbette birçok beyaz yakalı meslek grubundan kişiler de bilgisayar teknolojisinin imkânlarını çalışma ve meslek hayatlarında kullanmaya başlamıştır. Buradan hareketle günümüzde birçok meslek grubunun gözetimden muaf olmadığını ifade etmek gerekmektedir. Dolayısıyla gözetim, toplumsal hayatın hemen her noktasına nüfuz etmiştir. Nitekim dijital sağlık hizmetleri, tanıyı belirleme üzerine olan dijital siteler ve siber tıp uygulamalarının gelişmesi sağlık alanında çalışan profesyonel meslek grupları için oldukça işlevsel kullanılan bir sisteme dönüşmüştür (Rich & Miah, 2009, s. 165). Bu anlamda doktora başvuru yapan birçok vatandaş, internette mevcut olan kendisine ait bir dizi bilgiyle dijital sağlık hizmetlerine kayıt olmaktadır. Bu sağlık hizmetlerini kolaylaştırmakla birlikte kişisel verilerin kayıt altına alınarak kullanılmasını da mümkün hale getirmektedir. Elbette yalnızca sağlık hizmetleri değil dijital platformlar üzerinden yaptığımız her tüketim pratiği de bir gözetim mekanizması haline gelmiş durumdadır. Örneğin daha önce alışveriş yaptığımız bir site size sürekli yeni ürünler önererek ve sizin alışveriş pratiklerinizi göz önüne alarak karşınıza dikkatinizi çekecek yeni reklamlar çıkarmaktadır. Bütün bunlar bir piyasa değerine dönüşmektedir. Dolayısıyla toplumsal hayatı kolaylaştırmak adına yapılan sağlık hizmetlerinden gündelik yaşamın çok temel

bir pratiği olan tüketim alışkanlıklarına kadar her şey dijital araçlar ve platformlar yoluyla kayıt altına alınmaktadır. Bu kayıt altına alınma ya da gözetim olgusu pek çok kişi tarafından farkında olmadan yapılan birer eyleme dönüşmüştür. Gönüllü olarak yapıyor olsa da verilerin hangi amaçla ve neden kullanıldığı pek çok kişi tarafından bilinmemekte ya da sorgulanmamaktadır.

Bu araştırmada gözetim bağlamında Foucault'nun "benlik teknolojileri" kavramı önemli olmaktadır. Benlik teknolojileri; insanların teknolojileri kullanarak kendi bedenleri, ruhları, günlük hareketleri, yaşam tarzlarını paylaşmaları ve böylece belirli bir mutluluk, rahatlık, eğlence yaratarak kendilerini dönüştürmeleridir (Foucault vd., 2003, ss. 36-37). Araştırmada da diyetisyenler online marka yaratma sürecinde dijital teknolojileri kullanmakta ve mesleki kimlikleriyle birer benlik inşa etmektedirler. Bu benlik inşa sürecinde ise çoğunlukla mesleki kimleri ve mesleki görünürlükleri ön planda olmaktadır.

Dijital gözetimin sosyal, siyasi ve ekonomik koşullar tarafından yönlendirilmesi mümkündür (S. Graham & Wood, 2003, s. 229). İnternetin kendi doğasında var olan hegemonya da gözetimin bir parçasıdır. İnternet, güçlü olana ayrıcalık atfedebilirken görünmez olanı görünür de kılabilir (Fuchs vd., 2011, s. 15). Dolayısıyla araştırmının ele aldığı meslek grubundan da hareketle internetin ve dijital platformların herkes için bir paylaşım ağı yarattığı doğrudur. Farklı sosyoekonomik statüden çok fazla kişi bu platformları kullanabilir. Fakat bazıları daha görünür olabilirken diğerleri daha geri planda kalabilir. Bunun nedeni ise internetin ve dijital platformların kapitalist işleyen doğasıdır. Bunun yanı sıra meslekler ve çalışma hayatı dijitalleştikçe başka bir deyişle dijital araçlara ve dijital teknolojilere bağlı hale geldikçe dijital ağlarda veri üretme ve dolayısıyla gözetime hizmet etmek kolaylaşmış ve hızlanmışır.

Gözetim çalışmalarında Jeffrey Rosen'in ortaya koyduğu omniptikon kavramı da önemlidir. Bu kavram, herkesin her zaman her yerde birbirlerini gözetlemesi anlamına gelmektedir. (Sprague, 2007, s. 2). Dolayısıyla bu durum karşılıklı bir gözetime neden olmaktadır. Burada dijitalleşmenin rolü önemlidir çünkü artık insanlar dijital araçları ve dijital platformları kullanarak çok rahat bir şekilde başka birisinin hayatını izleyebilmekte ve aynı şekilde kendi hayatını da paylaşabilmektedir. Burada bir zorunluluğun

olmadığının altını çizmek gerekir çünkü herkes gönüllü olarak birbirlerinin hayatlarını izlemekte ve paylaşmaktadır. Örneğin sosyal medya platformları yoluyla dünyanın çok farklı bölgelerinden insanların gündelik rutinleri, çalışma hayatlarına dair yaptıkları paylaşımları, gezdikleri yerleri vs insanlar tarafından izlenmektedir. Bu bağlamda araştırmada da diyetisyenlerin danışanlarıyla olan iletişim süreçlerinde sosyal medya paylaşımlarıyla, günlük mesajlaşma yoluyla karşılıklı olarak birbirlerini nasıl izledikleri ve takip ettikleri ele alınmıştır.

Gözetim konusunun bu araştırma için önemli bir noktası “çevrim içi diyet” olgusudur. Çevrim içi diyet olgusuna bakıldığında gözetim ve dijitalleşmenin içi içe geçtiğini söylemek mümkündür. Araştırmada da çevrim içi diyetisyen ve danışanların iletişim ve etkileşim biçimleri de birer gözetim mekanizması olarak çalışmaktadır. Bunun sebeplerinden birisi de dijital teknolojilerin ve sağlık uygulamalarının aktif bir şekilde kullanılmasıdır. Çünkü diyetisyenler dijital araçlar yoluyla danışanları ile sürekli iletişim halinde olarak onların gündelik besin alım ve tüketim pratiklerini takip etmektedir aynı zamanda danışanlar da diyetisyenlere günlük bu tüketim pratiklerine ilişkin sürekli bilgi vermektedir. Dolayısıyla bu sürecin nasıl işlediğini daha iyi anlayabilmek için gözetimin dijitalleşmesi önemli bir kuramsal çerçeve olmaktadır.

İş yerlerinde çalışanlar dijital ağlara bağlandıkça aslında yaptıkları her işte bir “dijital izler” bırakmaktadır. Buradan hareketle internetin, çalışma ve meslekler için işyeri ve işgücü gözetimi bakımından tehditler oluşturması muhtemeldir (Fuchs vd., 2011, s. 8). Dolayısıyla gözetimin dijitalleşmesinden bahsederken çalışma hayatının da mesleklerin de bu gözetim pratiklerinin bir parçası olduğunu ifade etmek gerekir. Nitekim günümüz toplumunda çalışanlar, kendi kişisel panoptikonlarını sırtlarında taşımak ve büyütme zorundadır (Bauman & Lyon, 2013, s. 54). İnternet ve sosyal medyayı nasıl ve hangi amaçla kullandığımız aslında toplumsal yapıda neyin değiştiğini ve sosyal ilişkilerin nasıl deneyimlendiğine ilişkin bize bilgiler sunar. Sonuç olarak, internet ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması gözetimi de dijitalleştirmiştir ve gündelik yaşam pratiklerinin bir parçası haline dönüştürmüştür.

## 4. BÖLÜM

### **DIYETİSYENLİK MESLEĞİNİN TANITIMI, TARİHSEL VE TOPLUMSAL GELİŞİMİ**

Bu bölümde diyetisyenlik mesleğinin tarihsel ve toplumsal gelişiminin nasıl olduğu açıklanmaktadır. Araştırmada böyle bir bölüme yer verilmesinin sebebi, bir sonraki bölümde saha araştırması bulgularından yola çıkarak analiz edilen dijitalleşme sürecinin mesleği nasıl etkilediği ve ne tür bir dönüşüme neden olduğu sorularını tarihsel, toplumsal bağlamdan bağımsız olmadığı ve bu bağlamda meydana gelen dönüşümün daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır. Dolayısıyla diyetisyenlik mesleğinin güncel durumunu anlamak ve meydana gelen değişimi analiz etmek için mesleğin tarihsel gelişiminin açıklanması gerekmektedir. Bu anlamda burada diyetisyenlik mesleğini nasıl ortaya çıkarmıştır, diyetisyen kimdir, nasıl olunur soruları sayesinde tarihsel ve toplumsal gelişimine ilişkin bilgiler verilecektir.

Her ne kadar beslenme ve sağlık ilişkisinin çok uzun ve eski bir tarihi olsa da diyetisyenlik mesleğinin tarihi bu kadar eski değildir. Özellikle de diyetisyenlik mesleğindeki ilerlemeler ve gelişmelerin son yüz yıl içerisinde gerçekleştiğini ifade etmek mümkündür. Ekonomik, toplumsal, siyasal faktörlerin yanı sıra bilimsel araştırmalar, mesleğin doğuşu ve gelişiminde önemli bir rol oynamıştır. Beslenme, tarih boyunca çeşitli anlamlar atfedilmiş bir kavramdır. 18. yüzyıla kadar daha çok ampirik sınırlar içerisinde kalmış daha sonra bilimsel araştırmalar ile 19. yüzyılın ortalarında hızla gelişmeye başlamış ve besinlerin bileşimlerinin analiz edilmesi, besin fonksiyonlarının neler olduğu, hastalıklardan korunmak ve hastalık tedavisinde besinlerin nasıl kullanılması gerektiği soruları çerçevesinde gelişmeye devam etmiş ve 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra ise beslenmenin sağlıklı yaşam ve hastalıkların tedavisi sürecinde önemli bir rolü olduğu kabul edilmiştir. Böylece yapılan araştırmalarla hastalıkların tedavi sürecinde başarılı olabilmesi için hastanın beslenme düzeninde değişiklik yapmak ve kişiye özel diyet planlarının hazırlanması gerektiğine karar verilmiştir. Bu süreçte danışmanlık yapabilecek ve sağlıklı yaşam ve hastalıkların tedavisinde önemli bir rol üstlenecek olan

diyetisyenlik mesleği ortaya çıkmıştır (Merdol, 2016, s. 1). Dolayısıyla mesleğin doğuşu ve gelişiminde dönemin ihtiyaçları etkili olmuştur.

Diyetler 20. yüzyılın sonuna kadar diyet hemşireleri olarak adlandırılan kişiler tarafından doktor eşliğinde uygulanmıştır. Diyetisyen kontrolünde bir diyetin kontrolü ve paylaşımı ilk kez 1899 yılında gerçekleşmiştir. Böylece ilk olarak Amerika’da doktor ve hemşirenin dışında sağlıklı beslenme ve hastalıkların tedavisinde önemli rol oynayan diyetlerin hazırlanması için yeni bir sağlık personeline ihtiyaç duyulduğu ifade edilmiştir. Diyetisyenlik mesleğinin tarihsel ve toplumsal gelişimi için önemli bir adım olan 1877 yılında Diyetetik Gazete adıyla sağlıkla ilgili yazıların yer aldığı ve besinlerin sağlıkla ilişkisine değinen yayınlar yapılmaya başlanmasıdır. Daha sonra ise 1880’de hastanelerde diyet mutfağı açılmaya ve yaygınlaşmaya başlamış ve bu gelişmelerin ardından diyet alanında çalışmak için diyetisyenlere ihtiyaç duyulmuştur. Bu bağlamda meslek ünvanı olarak diyetisyenlik ilk kez 1899 yılında tanımlanmıştır. Bu tanıma göre besin değerleri ve beslenme konusu hakkında eğitimler almış ve tedavi uygulayabilecek yetkinlikteki kişilere diyetisyen denilmeye başlanmıştır (*Türkiye Diyetisyenler Derneği Tarihi*). Diyetisyenlerin ne yaptığı ise şu şekilde açıklanabilir: “diyetisyenler ve beslenme uzmanları, gıda ve beslenmenin insan sağlığı üzerindeki etkisini artırmak için programları değerlendirir, planlar ve uygularlar” (ILO, 2012, s. 135). Diyetisyenlik mesleğinin gelişiminde önemli bir rol oynayan diğer bir etken ise 1917 yılında Amerikan Diyetetik Derneği (ADA) adı ile dünyada ilk olan Diyetisyenler Derneği kurulmuştur. Bu anlamda ADA, dünyada en büyük gıda ve beslenme kurumu haline gelmiştir. Önemli bir organizasyon haline gelen ADA, beslenme ve diyetetik alanının gelişmesinde önemli katkıları olmuştur (Payne-Palacio & Canter, 2011, s. 27). Türkiye’de ise 1969 yılında Diyetisyenler Derneği kurulmuştur. 1972 yılında ise Beslenme ve Diyet başlıklı bilimsel dergi ile yayın hayatına başlanmıştır. Günümüzde de Beslenme ve Diyet Dergisi yayın hayatına devam etmektedir (Merdol, 2016, s. 4). Bu bağlamda Türkiye Diyetisyenler Derneği (TDD) bir meslek örgütüdür. Diyetisyen ünvanına sahip kişilerin bir araya toplamak ve tüzüğünde belirtilen faaliyetleri devam ettirmek en temel amaçlarından. Dolayısıyla diyet ve beslenme konusunun Türkiye’de daha çok bilinmesi ve çeşitli eğitim faaliyetleriyle bu alana ilişkin bilimsel yayınlar yapmak ve alandaki mesleki zorlukları gidermek için çözümler üretmeye çalışmak derneğin özelliklerindedir. Bunun yanı sıra

dernek diyetisyenlerin sağlık personeli arasındaki konumlarını tayin etmek için çaba göstermektedirler (Atilla, 1996, s. 15). Dolayısıyla hem Türkiye’de hem de yurt dışında diyetisyenlik mesleğinin gelişiminde sağlıklı beslenme ve sağlıklı yaşam üzerine çıkan gazeteler, dergiler, sivil toplum kuruluşları önemli bir rol oynamıştır.

Beslenme ve Diyetetik eğitiminin Türkiye’deki gelişimine daha detaylı bakıldığında 1962 yılı önemli bir tarih olmaktadır. Çünkü diyetisyenlik eğitimi ilk kez bu yılda Hacettepe Üniversitesi’nde Prof. Dr. İhsan Doğramacı tarafından başlatılmıştır. Programın açıldığı ilk yıllar ismi Diyetetik bölümü olarak açılrsa da 1963’de Beslenme ve Diyetetik olarak değiştirilmiştir. Türkiye’de Hacettepe Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik bölümü yaklaşık 36 yıl tek bölüm olarak eğitimine devam etmiştir. Bu kadar uzun bir yıldan sonra 1998 yılında Erciyes Üniversitesi’nde, 1999’da da Başkent Üniversitesi’nde Beslenme ve Diyetetik bölümü açılmıştır. Sonraki yıllarda ise pek çok üniversitede Beslenme ve Diyetetik Bölümü açılmıştır (Merdol, 2016, s. 4). Bunun yanı sıra beslenme ve diyetetik kavramlarının anlamına bakıldığında beslenmenin; besinlerin analizi, vücuttaki fonksiyonlarını incelerken diyetetik biliminin ise daha çok besinlerin hastalıklardan korunma, sağlıklı yaşama ve hastalıkların tedavisi için nasıl bir beslenme planı hazırlanması gerektiği üzerinde çalışır (Merdol, 2016, s. 5). Dolayısıyla beslenme ve diyetetik bölümü her iki alana ilişkin de eğitimler alan ve uzmanlaşan kişileri kapsamaktadır.

Mesleğin eğitim sürecine değinmek önemlidir. Çünkü alınan eğitim ve pratikte uygulanan arasındaki ilişkiyi görmek önemli olmaktadır. Türkiye’de ve pek çok ülkede beslenme ve diyetetik bölümü 4 yıllık bir eğitimle yürütülmektedir. Türkiye’de farklı üniversitelerde beslenme ve diyetetik bölümlerinde işlenen dersler farklılık gösterse de eğitim ve öğretim sürecinde alınan bazı temel dersler: kimya, biyokimya, fizyoloji, anatomi gibi temel ve sağlık bilimleri dersleridir. Bunun yanı sıra beslenme ve diyetetik bölümünde doğrudan uygulamalara yönelik bazı dersler de verilmektedir bunlar; beslenme ilkeleri, besin kimyası, beslenme biyokimyası, ana-çocuk beslenmesi, hastalıklarda beslenme, toplum sağlığında beslenmedir. Eğitim programı kapsamında diyetisyenlik mesleğinin ilke ve esaslarını dikkate alarak saha gözlem ve deneyimi elde edinebilmeleri adına staj çalışması da yapılmaktadır.

Türkiye’de Beslenme ve Diyetetik Bölümü Sağlık Bilimler Fakültelerinde yer almaktadır. Diyetisyenlik mesleği pek çok mesleğin aksine çalışma alanları çok çeşitli bir meslek grubudur. Sağlık sektörünün yanı sıra çok çeşitli alanlarda istihdam edilmeleri mümkündür. Çok farklı ortamlarda ve çeşitli işlerde çalışma imkânları vardır (Webster-Gandy vd., 2020, s. 12). Örneğin, diyetisyenler; eğitim kurumlarında, hastanelerde, okullarda, bankalarda, kamu kurumlarında, özel danışmanlık ofislerinde, uluslararası yardım kuruluşlarında, sağlık klüplerinde, fitness merkezlerinde çalışabilmektedirler.

Tarihsel olarak bakıldığında 26 Nisan 2011 yılında 6225 sayılı kanun ile çıkan meslek yasası yasal sorunların çözümü için de önemli bir gelişmedir. Bu kanun mesleği şu şekilde tanımlamıştır: “Diyetisyen; beslenme ve diyetetik alanında lisans eğitimi veren fakülte veya yüksekokullardan mezun; sağlıklı bireyler için sağlıklı beslenme programları belirleyen, hastalar için tabibin yönlendirmesi üzerine gerekli beslenme programlarını düzenleyen, toplu beslenme yerlerinde beslenme programları hazırlayan ve besin güvenliğini sağlayan sağlık meslek mensubudur” (*Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü*). Bu tanımlama diyetisyen kimdir ve ne iş yapar sorusu için önemlidir.

2003 yılı, Türkiye’de sağlık sisteminin dönüşümü için önemli bir tarihtir. Çünkü 2003 yılında hükümet tarafından Sağlıkta Dönüşüm Programı (SDP) uygulanmaya başlanmıştır ve o tarihten bu yana sağlık alanında dönüşümler yaşanmıştır (Yılmaz, 2013, s. 56). Uygulanacak politikaların halkın sağlık düzeyini yükseltmesini amaçlayan bu program, Türkiye’de sağlık alanında bir dönüşüm için önemlidir. SDP ile birlikte kamu hastaneleri Sağlık Bakanlığına bağlanmış ve hükümet özel sektörün sağlık hizmeti sunumunda daha fazla rol oynaması için teşvikler sağlamıştır ve zamanla sağlık hizmeti sunumunda özel sektörün rolü de önemli ölçüde artmıştır (Yılmaz, 2013, s. 66). Dolayısıyla sağlık alanındaki özel sektör, sağlık piyasasında önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Nitekim diyetisyenlerin pek çoğu da özel sektörde çalışma alanları bulmaktadırlar. Üniversite lisans mezunlarının işgücü piyasa performanslarına bakıldığında diyetisyenlerin kamuda istihdam oranları %50’nin oldukça altında (*Üniveri*) olduğunu göstermektedir. Bu anlamda Türkiye’de çalışma yaşamı ve mesleklerin önemli bir konusu olan iş gücüne katılım ve iş gücü niteliği (Sunar & Kaya, 2018, s. 22)

olduğu düşüldüğünde diyetisyenlerin yarısında fazlasının kamuda istihdam edilmediğini çoğunlukla özel sektörde çalıştıkları söylenebilir.

Mevcut toplumsal yapıda meydana gelen, siyasi, ekonomik ve sosyal faktörler de beslenme konusunu önemli ölçüde etkilemektedir. Başka bir deyişle, meslekler teknolojik, sosyal, politik, küresel ve çevresel faktörlerden etkilenmektedir (Hwalla & Koleilat, 2004, s. 278). Dolayısıyla beslenme ve diyetetik alanı da pek çok meslek grubunda olduğu gibi dönemin toplumsal, ekonomik, siyasal koşullarından etkilenmektedir. Nitekim dijital teknolojilerde meydana gelen gelişmeler diğer pek çok mesleği etkilediği gibi sağlık sektöründeki çalışanları, sağlık hizmetlerini, halk sağlığını da büyük oranda etkilemiştir (Lupton, 2014, s. 1344). Bu bağlamda diyetisyenler de çalışma ve meslek hayatlarına teknolojik araçları entegre etmişlerdir. Öyle ki, günümüzde pek çok diyetisyen, mesleğini dijital araçları ve dijital platformları kullanarak icra edebilmektedir.

Meslek ve çalışma hayatı için önemli bir diğer gelişme ise esnek çalışma modelinin ortaya çıkmasıdır. 1980'li yıllarla birlikte uygulanmaya başlanan neoliberal politikalar sonucu esnek çalışma modeli yaygınlaşmaya başlamıştır (Çoban, 2016, ss. 329-330). Esnekleşme sonucu, çalışma saatleri ve çalışma süreci de farklılaşmıştır. Esneklik, çalışma hayatında rekabet edebilirlik ve üretkenlik kavramlarıyla bir arada ele alınmaktadır (Casey vd., 1999). Özellikle de teknolojik gelişmelerin yaygınlaşması, çalışma ve meslek hayatında aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte esnek çalışmanın daha da yaygınlaştığını ifade etmek mümkündür. Günümüzde teknolojik gelişmeleri takip etmek ve meslek pratiklerinde dijital teknolojileri kullanmak pek çok meslekte olduğu gibi diyetisyenler için de oldukça önemli olmaktadır. Mesleki gelişim amacıyla ve danışanlarına ulaşmak amacıyla diyetisyenler aktif bir şekilde dijital araçları kullanmaktadır. Halk sağlığı uzmanları, sağlık çalışanları, sosyal medya platformlarını dijital teknolojileri akıllı telefonlar ve akıllı nesnelere gibi teknolojileri veri toplamak için kullanabilir. Böylece insanların sağlıkla ilgili faaliyetlerini izlemek ve sağlık hizmeti sunmak için önemli olmaktadır (Lupton, 2014, s. 1345). Bunun yanı sıra diyetisyenler de sosyal medya platformlarını da aktif bir şekilde meslek ve çalışma hayatlarında kullanmaktadırlar. Nitekim yapılan görüşmelerde de katılımcılar sıklıkla sosyal medya



platformlarının önemini vurgulamışlardır. Bu anlamda özellikle de Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformlarına bakıldığında sırasıyla Instagram %90, WhatsApp %88, Facebook %72, Twitter %66, Telegram %52 oranında kullanılmaktadır (We are social, 2023). Bu veriler araştırma için oldukça önemlidir çünkü bu platformlar çok farklı meslek grubundan kişiler tarafından mesleklerini tanıtmak ve icra etmek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla günümüzde sosyal medya platformları yalnızca eğlence ya da boş zaman aktivitesi olmanın ötesinde meslekler için kendilerini tanıtacakları ve iş yapabilecekleri yeni kişilere ulaşmanın da bir aracı olmuş durumdadır. Öyle ki, bu sosyal medya platformlarında aylık ortalama geçirilen süreler bakıldığında 21 saat 24 dakika ile Instagram ilk sırada yer alırken, 11 saat 54 dakika ile WhatsApp ikinci sırada yer almaktadır (We are social, 2023). Dolayısıyla bu platformlarda harcanan süreler bakıldığında bu platformların ne kadar sık kullanıldığını anlamak mümkündür.

Dijitalleşme sürecinin sağlık alanında da bazı yeniliklere neden olduğu söylenebilir. Dijital sağlık, e-sağlık ve tele-sağlık, tele-izleme kavramları birbirleri yerine kullanılan kavramlardır. Bu üç kavram da esasen sağlık bakım hizmetlerinde dijital teknolojilerin kullanılmasını ifade etmektedir. Dijital teknolojiler sayesinde önleme, tanı, karar verme, tedavi/müdahale ve izleme aşamaları sağlık mesleği çalışanları tarafından mümkün hale gelmiştir (Pekcan, 2022, s. 1). Dolayısıyla diyetisyenler de gelişen bu teknolojileri çalışma hayatlarında aktif bir şekilde kullanmaktadırlar. Öte yandan bazı olağanüstü durumlar hızlı ve büyük dönüşümlere de neden olmaktadır. Örneğin Covid-19 pandemisi sağlık hizmetlerinin dijitalleşmesini hızlandırmıştır. Nitekim We Are Social’ın 2023 raporunun verilerine bakıldığında internet kullanıcı sayısında ve internet kullanımında her yıl artışlar söz konusudur. Örneğin pandemi öncesinde yani 2019 yılında internet kullanıcı sayısı 61 milyon iken 2020 yılında 65 milyon, 2021 yılında 68 milyon, 2022 yılında 71 milyon, 2023 yılında ise 71.4 milyon olarak bir yıllık internet kullanıcı sayılarında bir değişim söz konusudur. Dolayısıyla rapordan da hareketle internet kullanımının günden güne arttığını ifade etmek mümkündür.

Günümüzde sosyal medya, profesyonel bir imajın oluşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle mesleki başarı ve çalışma hayatı için profesyonel bir imaj yaratmak konusunda sosyal medya önemli bir araç olarak kullanılabilir. Bu

bağlamda dijital ortamlar çeşitli sosyal etkileşim alanları yaratmaya imkân tanır ve sosyal sermayenin bir temsiline dönüşür (Gandini, 2016, s. 124). Diyetisyenlik mesleği de diğer meslekler gibi sosyal medya platformlarında görünürlüğe sahip bir meslek grubudur. Özellikle de sosyal medya aracılığıyla görünür olmanın vurgulandığı ve önemsendiği bu dönemde bedenler ön plandadır. Burada diyetisyenlik mesleğinin çok sınırlı ve basitleştirici olan insan bedeninin görünürlüğünün ötesinde sağlıklı beslenmenin diyetisyenler tarafından vurgulanması önemlidir. Elbette pek çok sosyal medya platformlarında danışanlarının bedenlerini “before-after” (önce-sonra) şeklinde kilo değişimlerini paylaşan ve mesleki etik kurallarını ihlal eden diyetisyenler vardır fakat diğer yandan mesleki etik kurallarına riayet ederek bu platformları insanlara doğru bilgi vermek ve sağlıklı beslenme konusunda farkındalıklarının artması için kullanan diyetisyenler de vardır. Araştırmanın bulgular kısmında diyetisyenlerin hangi amaçla bu platformları kullandıkları detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Sağlık çalışanları Twitter gibi sosyal medya sitelerinde veya kendi meslek gruplarının kullandığı dijital platformlarda profesyonel paylaşımlarda bulunan meslektaşlarıyla fikir ve deneyim alışverişinde bulunabilmeleri mümkündür (Lupton, 2014, s. 1345). Dolayısıyla çeşitli sosyal medya platformları mesleki kimlikleriyle var olan pek çok meslek grubu vardır. Öte yandan dijitalleşme süreci ile birlikte dijital uygulamalar farklı meslek grubundan pek çok meslek için önemli olmaktadır. Sağlık alanında da dijital sağlık uygulamaları önemli bir rol oynamaktadır. Toplumsal hayatın her alanını etkileyen dijitalleşme her sektörde olduğu gibi sağlık alanında da önemli bir rol oynamaktadır. Dijital sağlık uygulamaların yayılmasında sağlık hizmetlerinin hız kazanması sağlık hizmetlerinin sürdürülebilirliğini artırmak, daha verimli sonuçlar alabilmek adına önemlidir. Bilgi almak için kullanılan internet sayfaları ve dijital uygulamalar, dijital günlükler ve dijital eğitim platformları, giyilebilir ve beslenme bakım süreçlerinde kullanılan birçok uygulamalar hayatın her aşamasında vardır (Pekcan, 2022, s. 2). Nitekim yapılan araştırmalar, sağlık çalışanı olmayan pek çok kişinin de sağlık ve tıbbi uygulamalarının bir parçası olarak dijital teknolojilerin bazı biçimlerini sıklıkla kullandığını göstermiştir. Bunun yanı sıra sağlıkla ilgili merak edilen bilgileri çevrim içi bulmak ve araştırmak oldukça yaygın olmuştur (Lupton, 2014, s. 1353). Örneğin e-nabız uygulaması vatandaşların ve sağlık alanındaki profesyonellerin erişim sağlayabildikleri

bir dijital uygulamadır. Bu uygulama sayesinde sağlık geçmişine dair her bilgi kayıt altına alınmaktadır. Bu dijital uygulamalar elbette bireylerin ve sağlık alanındaki profesyonellerin hayatını oldukça kolaylaştırmaktadır. Fakat diğer yandan bu verilerin güvenliği konusundaki soru işaretleri de tartişılması gereken bir konudur.

Sonuç olarak, diyetisyenlik mesleğinin tarihsel ve toplumsal gelişiminin ele alındığı bu bölümden hareketle dijitalleşme sürecinin bir meslek grubu olarak diyetisyenler tarafından nasıl deneyimleniyor olduğu bu araştırmada ele alınmıştır.

## 5. BÖLÜM

### DİJİTALLEŞMENİN MESLEK VE ÇALIŞMA HAYATI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Araştırmada toplam iki ana tema bulunmaktadır. Bu temalardan ilki, mesleğe ve mesleğin dijitalleşmesine odaklanırken ikinci tema çalışma hayatı ve çalışma koşullarındaki dijitalleşmeye odaklanmaktadır. Araştırmanın konusundan ve elde edilen bulgulardan hareketle mesleğin inşası ve mesleğin dijitalleşmeden nasıl etkilendiğine odaklanan ilk tema, mesleki kimliğin inşası ve dijitalleşme süreci olarak adlandırılmıştır. Burada diyetisyenlik mesleğini tercih etmede etkili olan unsurlar neler, mesleki kimliğin inşasında dijital platformların rolünün ne olduğu, dijital becerilerin nasıl kazanıldığı ve bu sürecin diyetisyenler tarafından nasıl deneyimlendiği, dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenlerin yaşadığı zorluklar ve kolaylıklar, son olarak diyetisyenlerin dijital platformlarda meslektaşlarıyla olan ilişkileri ele alınmıştır. Dolayısıyla ilk temada daha çok diyetisyenlik mesleği ve mesleki kimliğin inşasında dijitalleşmenin rolüne değinilmiştir.

İkinci temada ise çalışma koşullarının dijitalleşmesine odaklanılmıştır. Burada çalışma ve çalışma koşullarının dönüşen anlamına vurgu yapılarak beş alt tema oluşturulmuştur. Bunlar: diyetisyenlerin çalışma hayatı ve çalışma koşullarında dijital gündelik pratiklerin rolü, gözetim pratiklerinin dönüşümü: diyetisyen danışan ilişkilerinde dijital gözetim, dijitalleşmenin çalışma biçimine etkileri ve esnek çalışma, dijitalleşmeyi hızlandıran bir süreç: pandemide diyetisyen olmak ve son olarak diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma koşullarının dönüşümüdür. Dolayısıyla bu temada dijitalleşme sürecinin çalışma hayatını, çalışma koşullarını ve çalışma ilişkilerini nasıl dönüştürdüğü ele alınmıştır.

Araştırmada toplam iki ana tema, dokuz alt tema vardır. Burada böyle bir temalaştırma yapılırken araştırmanın kuramsal ve kavramsal çerçevesinin yanı sıra araştırma soruları da dikkate alınmıştır. Dolayısıyla dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleğinde nasıl deneyimlendiğini anlamaya amaçlayan bu araştırma açısından mesleğin ve mesleki kimliğin inşasında dijitalleşme teması ile çalışma koşullarının dijitalleşmesi teması

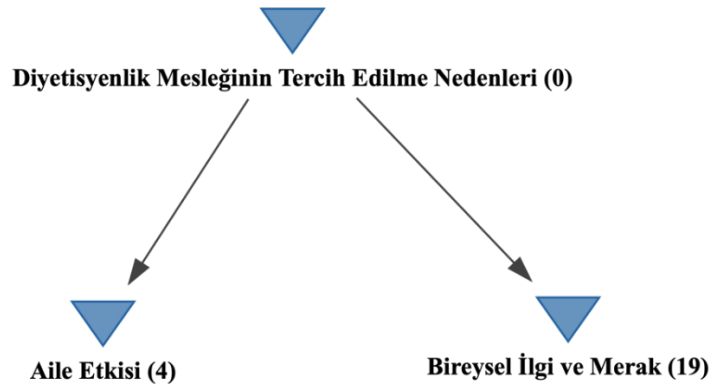
oluşturulmuştur. Bu bağlamda araştırmada diyetisyenlik mesleği ve çalışma koşulları iki ayrı temada dijitalleşme bağlamında detaylıca ele alınmış ve alt temalar oluşturulmuştur.

## **5.1. MESLEKİ KİMLİĞİN İNŞASI VE DİJİTALLEŞME SÜRECİ**

İlk tema, katılımcıların çalışma hayatlarında mesleki kimliği inşa etme ve dijitalleşme sürecini içermektedir. Bu temada katılımcıların meslek hayatındaki deneyimlerine ilişkin elde edilen bulgulardan 4 alt tema oluşturulmuştur. Bu alt temalar arasında diyetisyenlerin mesleği tercih etme nedenleri gibi temel unsurlar olduğu gibi mesleki kimlik ve dijital becerilerin meslek hayatında kullanımına dair unsurlar da bulunmaktadır. Dolayısıyla alt temalar katılımcıların meslek hayatlarındaki dijitalleşme sürecine odaklanarak diyetisyenlerin mesleki hayatlarında dijitalleşme sürecinin nasıl bir rol oynadığını ortaya çıkarmaya yöneliktir.

### **5.1.1. Diyetisyenlik Mesleğinin Tercih Edilme Nedenleri ve Mesleki Kimliğin İnşası**

Mesleki kimliğin inşası ve dijitalleşme süreci teması altında ele alınacak ilk alt temalardan birisi diyetisyenlik mesleğinin tercih edilme nedenleri ve mesleki kimliğin inşasında rol oynayan faktörlerdir. Diyetisyenlerin dijitalleşme sürecini nasıl deneyimlediğine değinmeden önce mesleği tercih etme nedenlerine odaklanmak gerekmektedir. Çünkü katılımcıların mesleği hangi gerekçelerle tercih ettiği meslek ve çalışma hayatlarına ilişkin tutum ve davranışlarını da belirlemektedir. Bu bağlamda Şekil 4'te de görüldüğü üzere iki temel kod ön plana çıkmıştır. Bunlar: aile etkisi, bireysel ilgi ve meraktır. Burada “beslenme ve diyetetik bölümünü okumaya nasıl karar verdiniz?” sorusundan yola çıkarak katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar kodlanmıştır. Buradan hareketle 19 katılımcının bireysel ilgi ve merak nedeniyle bu mesleği tercih ettiği görülürken 4 katılımcının ise aile faktörünün etkisiyle bu mesleği tercih ettiği ortaya çıkmıştır.



**Şekil 4. Katılımcıların Diyetisyenlik Mesleğini Tercih Etme Nedenleri**

Mesleği tercih etmede bireysel ilgi ve merakın daha çok ön planda olduğu, katılımcılarının ifadelerine bakıldığında lise yıllarında sosyal, sayısal gibi alanlara göre daha çok sağlık alanına yatkınlıkları üzerinden bir tercih yaptıkları dikkat çekmiştir. Bu anlamda katılımcılar sağlık alanındaki meslek gruplarını önceliklediklerini ifade etmişlerdir. Fakat sağlık alanındaki diğer mesleklere göre diyetisyenlik mesleği daha çok insanlarla iletişim kurmayı ve karşılıklı bir iletişim ve etkileşim sürecini gerekli kılan bir meslektir. Çünkü beslenme ve diyetetik alanı doğrudan insanların sağlıklı beslenme, sürdürülebilir beslenme süreçlerinin takibini içeren bir süreçtir.

Sağlık alanını sevdiği için bu mesleği seçtiğini ifade eden bazı katılımcıların ifadeleri aşağıda yer verilmiştir. Bu bağlamda mesleğin tercih edilme aşamasında katılımcılar, sağlık alanında bir meslek olmasını gözetmişlerdir. Dolayısıyla katılımcılar diyetisyen mesleğinden önce sağlık alanında bir meslek tercih etmeyi önemsediklerini dile getirmişlerdir. Çünkü mevcut eğitim sistemi içerisinde yapılan sınavlardan elde edilen puanlardan sonra hangi mesleğin tercih edilebilirliğine karar verilmektedir. Burada da öncelikle sağlık, fen bilimleri, sosyal bilimler gibi daha genel alanlar düşünülmekte daha sonra ise mesleğin tercihine karar verilmektedir. Nitekim görüşme gerçekleştirilen katılımcılardan elde edilen veriler de bu yönde olmuştur.

*Sağlık okumak istediğimi biliyordum ama neyi okumak istediğimi bilmiyordum. Diyetisyenliği araştırdım ve hoşuma giden bir bölüm oldu. Açıkçası işin içine girince öğreneceğimi de biliyordum. (K4)*

*Ben sağlık alanını çok seviyordum ve sağlık alanında olmak için ve insanlarla birebir iletişimde olmak istiyordum. Eczacılık ve diyetisyenlik benim için uygun mesleklerden biriydi. İstanbul'da da olmak şartım vardı o yüzden diyetisyenliği tercih ettim ve daha iyi oldu benim için. (K11)*

*Zaten sağlık okumayı düşünüyordum ve başka bir seçenek yoktu benim için. Ben sayısalcıydım ve sayısal derslerim çok çok iyiydi. Dolayısıyla da hep sağlık okumak istedim. Tercih zamanı araştırmaya başladım bu mesleği ve yapabileceğimi düşünerek tercih ettim. Bu şekilde lisansı bitirdim sonra aynı üniversitede yüksek lisansa başladım. (K13)*

Yukarıdaki ifadelere bakıldığında diyetisyenlik mesleğinin sağlık alanında yer almasının bir tercih nedenine dönüştüğünü ifade etmek mümkündür. Bunun yanı sıra diyetisyenlik mesleğinin sağlık alanında yer alsa da sağlık alanındaki diğer mesleklerden iletişim becerilerini yüksek olması, birebir danışmanlık verebilme imkânı gibi özellikler bakımından farklılaştığı görülebilir. Bu anlamda diyetisyenlik mesleği daha çok insanlarla etkileşim ve iletişim kurabilecek bir meslek olarak görülmektedir. Nitekim katılımcılardan K5 bu durumu diyetisyenlik mesleğinin “danışmanlık” tarafıyla ilişkilendirerek vurgulamaktadır.

*Ben lise sondayken hatta 11. sınıftayken orayı çok hatırlamıyorum, üzerinden bayağı zaman geçti ama bu bölümü hep istedim. Çünkü benim biyoloji tarafına çok ilgim vardı ve hep sağlık alanıyla da ilgileniyordum ama o hemşirelik, doktorluk gibi direkt kanla, doktor gibi insanın anatomisiyle birebir temas halinde bulunmak istemiyordum. İnsanlığın sağlığına etki edebilecek “danışmanlık” tarafında olan diyetisyenlik mesleğini istiyordum. (K5)*

Bireysel nedenlerden önemli bir diğer faktör ise sağlık üzerine yaşadıkları bireysel deneyimler, çok küçük yaşlardayken hayal ettikleri mesleklerden birisi olması ve mesleğin çalışma koşulları, mesleği tercih etmede etkili olan faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin K1'in bir dönem yaşadığı sağlık sorunları nedeniyle diyetisyen mesleğini öğrendiği ve sonrasında da mesleki tercih aşamasında bu deneyiminin önemli bir etken olduğu görülmüştür.

*Bir dönem mide problemlerim vardı ve çok rahatsız oluyordum. Sürekli doktora gidiyordum bir çözüm bulunamıyordu ve aslında sonradan ben yanlış doktora gittiğimi fark ettim. Diyetisyene gitmem gerekiyormuş ondan sonra gittiğim doktorların da etkisi büyüktür. Sonra dedim ki ben bu bölümü okuyabilirim yani tamamen kendimi tedavi edebilmek için diye düşündüm. (K1)*

Bireysel faktörlerde öne çıkan diğer bir nokta ise mesleğin çalışma koşullarıyla ilgilidir. Pek çok katılımcı esnek çalışma saatleri, bireysel klinik açma fikri nedeniyle bu mesleği tercih ettiğini ifade etmiştir.

*Çalışma alanları değişiklik gösteriyor aynı zamanda nöbet yok kendi özel kliniğini açabiliyorsun ve imkânları biraz daha istediğim şekildeydi. Bir de mesleği araştırdım ve insanlara katabileceğim, kendim için yapabileceğim şeylerin farkına vardım. Fayda sağlayabileceğim şeyleri gördükçe tercih etmeye karar verdim. (K21)*

Diyetisyenlik mesleğinin tercih edilme nedenleri başlıklı bu bölümde katılımcıların bireysel ilgi ve merak kodu çerçevesinde kodlanan faktörlerin neler olduğuna yer verilmiştir. Dolayısıyla burada katılımcıların diyetisyen mesleğini tercih ederken, sağlık alanına duydukları ilgi, mesleğin çalışma koşulları ve çalışma alanının çeşitliliği, insanlara faydalı olma fikri gibi faktörlerin etkili olduğu görülmüştür. Buradan hareketle mesleğin hangi nedenlerle tercih edilmiş olduğu meslek ve çalışma hayatlarındaki süreçlerinde de etkili olmuştur. Çünkü mesleği severek tercih ettiğini ifade eden pek çok katılımcı şu an meslek ve çalışma hayatında da memnun olduklarını ve mesleklerini severek yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Mesleği tercih etmede önemli bir rol oynayan diğer kod ise aile bireylerinin etkisidir. Katılımcılardan 4'ü aile etkisinin mesleği tercih etmede yönlendirici olduğunu belirtmiştir.

*Diyetisyenliği annem tavsiye etmişti onun aracılığıyla o yıl ben araştırmalara başladım. Diyetisyen kimdir, ne yaparlar, nasıl çalışırlar gibi olanak çok fazlaydı. Şöyle olanak çok fazla, çalışma olanağı çok fazla, yemek bulunan her yerde diyetisyenler çalışabiliyor. Ben de bu yönde kendimi geliştirebileceğime inandığım için bu bölümü tercih ettim. (K3)*

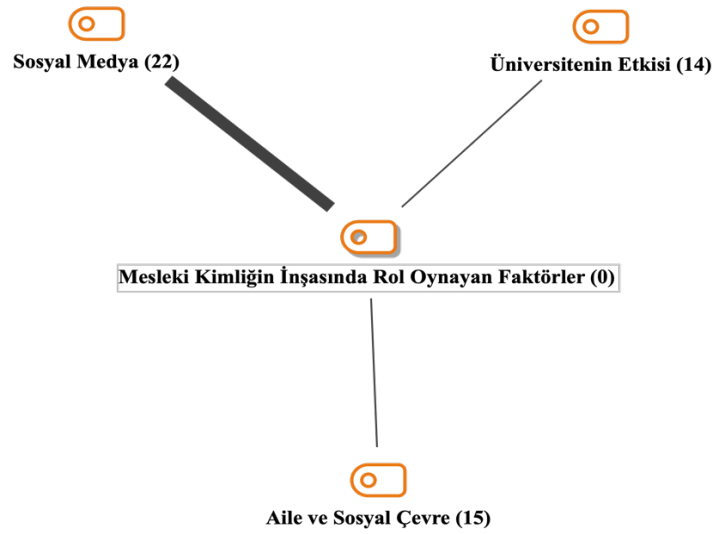
*Açıkçası benim öyle hayalim yoktu bu bölümü okumaya dair sınavdan sonra karar verdim. Normalde aileler olur ya sayısal alanı seç ve sağlık alanı seç diye ben de onları dinleyerek o tarafa doğru yöneldim. Diyetisyenlik bana daha uygun gibi geldi ve o yüzden tercih ettim. (K9)*

Katılımcı ifadelerinde de görüldüğü üzere mesleğin seçiminde aile faktörü de rol oynamıştır. Dolayısıyla diyetisyenlik mesleğinin tercih edilme nedenlerinin ele alındığı



bu bölümde diyetisyenlerin hangi nedenlerle bu mesleği tercih ettiğine değinilmiştir. Şekil 4'te de görüldüğü gibi 23 katılımcının 19'u mesleği tercih ederken bireysel ilgi ve merak 4 katılımcının ise tercihlerinde aile faktörü önemli olmuştur. Bu bağlamda mesleği tercih etme sürecinde katılımcıların pek çoğu diyetisyenlik mesleğine ilgi duyarak ve sağlık alanına duydukları yatkınları nedeniyle ve insanlarla birebir iletişim kurabilme, insanlara sağlıklı yaşam sunma konusunda danışmanlık yapabilecekleri için bu mesleği tercih ettikleri görülmüştür. Bu alt tema, diyetisyenlerin dijitalleşme sürecini nasıl deneyimlediği, meslek hayatlarında nasıl bir etki yarattığını anlama noktasında ilk adımdır. Bu alt tema ile mesleği tercih etme nedenleri ile katılımcıların diyetisyenlik mesleğine başlamadan önceki nedenleri gerekçelendirilmiştir. Bu, araştırma açısından önemlidir. Çünkü mesleklerini şu an aktif bir şekilde yapan diyetisyenlerle görüşmeler gerçekleştirildiği için beslenme ve diyetisyenlik alanlarını hangi gerekçelerle tercih etmiş olmaları meslek ve çalışma hayatında da önemli bir faktördür.

Bu temada üzerinde durulması gereken başlıklardan diğeri ise mesleki kimliğin inşasında rol oynayan faktörlerdir. Dijitalleşme sürecinin diyetisyenler tarafından nasıl deneyimlendiğini ele alan bu çalışmada diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatlarına geçiş sürecinin nasıl olduğuna ve deneyimlerinin neler olduğuna değinmek gerekmektedir. Bu bağlamda dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl bir dönüşüm yarattığı da katılımcıların ifadelerinden hareketle ele alınmıştır. Aşağıdaki şekilde de görüldüğü üzere mesleki kimliğin inşasında; sosyal medya, aile ve sosyal çevre, üniversitenin etkisi olmak üzere 3 kodlama yapılmıştır. Kodlarda belirtilen sayılar kod frekansını yansıtmaktadır. Buradan hareketle sosyal medya diğer kodlara göre daha kalın bir çizgiyle gösterilmiştir. Çünkü katılımcılar tarafından en çok tekrar eden kod, sosyal medyadır. Diğerleri ise aile ve sosyal çevre ile üniversitenin etkisidir. Bu kodlar daha ince çizgiler ile gösterilmiştir çünkü kodlama sıklığı sosyal medya koduna göre biraz daha azdır. Dolayısıyla katılımcıların meslek ve çalışma hayatlarına geçiş sürecindeki deneyimlerine değinilerek bu süreçte etkili olan faktörler ortaya konulmaya çalışmıştır.



**Şekil 5. Mesleki Kimliğin İnşasında Rol Oynayan Faktörler**

Öncelikle mezun olduktan sonra meslek hayatına geçişte sosyal medyanın nasıl bir rol oynadığına değinmek gerekmektedir. Sosyal medya, dijital dönüşüm bağlamında düşündüğümüzde meslek hayatında diyetisyenler için önemli bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Pek çok katılımcı mesleki kimliğin inşasında, mesleğe geçiş sürecinde ve sonrasında sosyal medyanın önemli bir rol oynadığını belirtmiştir. Bu bağlamda araştırmanın da konusundan hareketle dijitalleşme sürecinin mesleğe geçiş sürecindeki deneyimler ortaya konulmuştur.

Araştırmanın da ele aldığı konudan hareketle sosyal medyanın etkisi başlığında dijitalleşme sürecinin meslek hayatına geçiş sürecinde katılımcılar tarafından nasıl deneyimlendiğine odaklanılmıştır. Bu bağlamda dijital araçların ve sosyal medyanın mesleğe geçiş sürecinde önemli bir rol oynadığı, görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinden hareketle ortaya konulmuştur. Bu durum, dijitalleşme sürecinin mesleklerin geleneksel iş bulma ve çalışma biçimlerini ve ilişkilerini de değiştirdiğini göstermektedir.

Mesleğe geçiş sürecinde sosyal medya platformlarının önemli bir rolü vardır. Pek çok katılımcı, öğrenciliği devam ederken sosyal medya hesapları açtığını ve orada beslenme ve diyetetik öğrencisi olarak paylaşımlar yaptığını fakat elbette mezun olmadan danışan

almadığını bunun bir etik ihlal olduğunu vurgulamışlardır. Burada önemli olan katılımcıların mezun olmadan önce sosyal medya platformlarında kendilerini takip eden bir takipçi kitlesi yaratmak ve mezun olduktan sonra da kendilerini tanıtan ve hangi alanda çalışacaklarını belirten bir duyuru ile danışan bakmaya başlamalarıdır. Dolayısıyla mesleki kimliğin inşa süreci öğrencilik yıllarında başlamaktadır. Bu sürecin nasıl deneyimlendiği K1 ve K11 adlı katılımcıların tecrübelerinden hareketle açıklanmıştır.

*Instagram hesabımdan resmi olarak duyurdum mezun olduğumu ve artık danışan aldığımı ve hangi alanda danışmanlık yapıyorum önce onu paylaştım sonrasında ise ilk aşamalarda yine Instagram çevremden yakın çevremden ki, çok aşırı geniş değildir ama sonra arkadaşlarım ve çevrem öneriyle daha da büyümeye başladı Instagram sayfam. Bizde önermeyle çok iş yapılır. Mesela biriyle başlarsın o senden memnun kalırsa başkasına önerir, böyle böyle büyürsün yani. (K1)*

Burada sosyal medyanın mesleğe geçiş sürecinde bir adım olarak kullanıldığını ifade etmek gerekmektedir. Çünkü yeni mezun olmuş, mesleki tecrübesi çok sınırlı olan pek çok kişi öncelikle sosyal medya platformları ile kendilerine bir mesleki kimlik yaratmaktadırlar sonrasında ise bu platformlar aracılığıyla kendilerine ulaşan kişilere beslenme ve diyet danışmanlığı vermektedirler. Bu süreç mesleki kimliklerini inşa etmede ve meslek ve çalışma hayatına geçiş sürecinde tecrübe kazanmak açısından katılımcılar tarafından önemli görülmektedir.

*Şöyle, diyetisyenliğin en güzel yanlarından bir tanesi de online süreci kullanabiliyor ve içerisinde olmasıydı. Ben öğrenciliğim yıllarımdan beri sosyal medyayı aktif olarak kullanıyordum. Daha sonrasında mezun olur olmaz benim çok işime yaradı sosyal medyada olmam ve online diyet duyurularına, kampanyalarına başladım hesaplarımda. (K11)*

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere katılımcılar sosyal medya platformunu kullanarak çalıştıkları alanlara ilişkin paylaşımlar yaparak bir danışan portföyü oluşturmaktadır. Böylelikle mezun olduktan sonra iş bulma sürecindeki zorluklarla böyle mücadele ettiklerini ve özellikle çevrim içi diyet danışmanlığı vererek mesleğe geçiş yaptıkları görülmüştür. Nitekim Hacettepe Üniversitesi'nden daha yeni mezun olmuş K15 mezun olduktan sonra ailesinin yanına Artvin'e taşındığını ve mesleğini çevrim içi diyet danışmanlığı vererek ve uzaktan çalışarak yürüttüğünü dile getirmiştir.

*Mezun olur olmaz ben zaten iş aramaya başladım. Sonrasında herhangi bir yerde çalışmak istemediğimi ve bana hitap etmediğini düşündüm. O yüzden mezun olunca ailemin yanına döndüm ve online beslenme danışmanlığı vermeye başladım şu an da online çalışıyorum. Burada da sosyal medya etkili oldu tabii. Sonrasında burada da güzel bir düzen oturtturunca başka herhangi bir alternatif denemedim. (K15)*

Yukarıdaki katılımcının da ifadesinden hareketle dijital araçların ve dijitalleşme sürecinin meslek hayatında ne tür bir etkisinin olduğunu görmek mümkündür. Bu anlamda dijitalleşme sürecinin diyetisyenlerin meslek piyasasındaki dezavantajlı durumu bir ölçüde azaltmaktadır. Çünkü diyetisyenler mezun olmalarının ardından iş bulma konusunda zorluklar yaşarken sosyal medya platformlarından bir danışan portföyü oluşturarak çevrim içi beslenme danışmanlığı verebilmekte ya da evden çalışarak mesleklerini icra edebilmektedir. Elbette bu konunun boyutları çok daha kapsamlı bir şekilde diğer temalarda ele alınmıştır. Bu bölümde meslek hayatında dijital araçların ve dijital platformların meslek ve çalışma hayatına geçiş sürecinde kolaylaştırıcı bir rol oynadığı iddia edilebilir. Nitekim Ankara Gazi Üniversitesi'nden 2022 yılında mezun olmuş olan K4, mesleğe geçiş sürecinde yaşadıklarını şu sözlerle ifade etmiştir:

*İş arayışlarına girdim ben de, iş başvuruları yaptım. İş görüşmelerine gittim. Ama Eskişehir bu anlamda kısıtlı diyetisyen istihdamı açısından Ankara ve İstanbul'a göre özellikle de. Yani iş bulamadım açıkçası sonra Ankara'ya gittim zaten orda okumuştum ve orda da ablam oturuyordu. Ankara'da da daha çok hastanelere başvuru yapmayı tercih ettim. Orda da açıkta bir personel açığı yoktu bu yüzden cv'ni beğenseler bile seni alamıyorlar. Sonra Eskişehir'e geldim geri ve sonra dedim ki ben Instagram üzerinden devam edeceğim dedim. Sonra Instagram'a paylaşımlar hazırlamaya başladım ve şu an online diyet danışmanlığı vererek mesleğimi yapıyorum. (K4)*

Yine yukarıdaki katılımcı ifadesinden de hareketle yeni mezun olan diyetisyenler için meslek hayatına geçiş sürecinde sosyal medya platformlarının ve dijital araçların önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bunun yanı sıra meslek ve çalışma hayatında tutunma noktasında sosyal medya platformları ve dijital araçlar önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim katılımcılar çalışma hayatında süreklilik sağlamada ve yeni danışanlara ulaşma konusunda tekrar sosyal medyanın önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu önemli bir vurgudur çünkü günümüzde dijital platformlar, pek çok meslekte olduğu gibi görüşme yapılan diyetisyenlerde de hem mesleğe başlama hem de meslek ve çalışma hayatını sürdürülebilir kılmada işlevsel bir rol oynamaktadır.

*Yani açıkçası şöyle: Bu dönemde sosyal medya olmadan bu işi yapma şansınız peken yok, hatta hiç yok çünkü sürdürülemez. Farklı danışan bulma şansın yok burada. Atıyorum diyeteye başlayan danışanların önerisiyle gelenler oluyor. Çoğunluk öyle ama sosyal medyadan yeni danışan çekmek zorundasın ki bu işi sürdürebilesin. Yani sonuçta maddi de bir şey var burada. Mesela buranın kirası var, vergi var sigorta, bir sürü masrafı var o masrafı karşılayıp ekstra gelir kazanman gerekiyor ki hayatını sürdürebilesin bu durumda sosyal medyayı kullanmak zorundayız. (K23)*

Sosyal medyayı kullanmanın meslek hayatı için bir zorunluluk olarak görülmesi, dijitalleşmenin meslek hayatı üzerindeki anlamını açıklama noktasında önemli bir vurgudur. Diğer katılımcılar da sosyal medyanın meslek hayatı için artık bir zorunluluğa dönüştüğünü ifade etmişlerdir. Bu bağlamda meslek ve çalışma hayatında bir dijital dönüşüm yaşandığını söylemek mümkündür. Çünkü katılımcıların hepsi en az bir sosyal medya platformu kullandığını, örneğin bilgisayar, telefon, kamera gibi araçları meslek ve çalışma hayatlarında çok daha aktif kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra diyetisyenler danışanlarıyla iletişim kurmayı mümkün kılan Zoom, Skype, Google Meet gibi dijital platformları çok aktif bir şekilde kullandıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla hem mesleki kimliğin inşasında hem de meslek hayatına geçiş sürecinde dijital platformlar önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle de görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinde hareketle yeni mezun olmuş pek çok diyetisyen bu dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olmak ve dijital araçları da kullanmak durumundadır.

Bu alt temada bir diğer ön plana çıkan kod; aile ve sosyal çevrenin etkisidir. Meslek hayatına geçiş sürecinde katılımcılar, ailenin ve sosyal çevrenin de önemli bir faktör olduğunu vurgulamışlardır. Meslek hayatına geçiş sürecinde staj deneyimleri, staj yapılan yer ve oradaki diyetisyenin de rolü önemli olmaktadır. Staj sürecinde alanlarında uzmanlaşmış diyetisyenler, stajyerlerle bilgi ve tecrübelerini paylaşmaktadırlar. Bu tecrübe paylaşımının ötesinde bazı diyetisyenler stajyerlerin mezun olduktan sonra da meslek hayatına geçiş sürecinde iş bulma noktasında yardımcı olmaktadır.

*Stajımın son haftasında tanıştığım diyetisyenden mesaj geldi. “Mezun oldun mu?” diye ben de mezun oluyorum bir hafta sonra dedim. Dedi ki “bir tane spor salonu var arkadaşımın, diyetisyen arıyor ne dersin?” dedi. Ben de neden olmasın dedim yani ben mezun olduğumda işim hazır gibi bir şeydi. (K20)*

Lisans sürecinde öğrenci topluluklarında ya da vakıflarda görev alarak ya da etkinliklere katılarak bir çevre edinmenin önemli olduğunu belirten katılımcılar da olmuştur. Örneğin K6, staj için yurt dışında bulunduğu süre boyunca yeni insanlarla tanıştığını ve burada kurduğu ilişkilerin mezun olduktan sonra danışmanlık vermeye başladığında avantaja dönüştüğünü dile getirmiştir.

*Üniversite dönemimde çok fazla vakıflarda topluluklarda çok fazla çalışmalarım oluyordu. Üniversitenin son senesinde staj için Berlin'e iki kez gittim ben Berlin'e son sınıf stajlarımın bir kısmını Berlin'de tamamladım. Dolayısıyla bu bana çok fazla yeni insan tanıma şansı verdi ve insan tanıdıkça aslında diyetisyene ihtiyaç olduklarında insanlar şöyle birisi vardı diyorlar açıkçası. Tabi bu şöyle oluyor Almanya'dan bir danışan alıyorum ve Almanya'daki danışanımın Fransa'daki teyzesini de görüyorum artık ve benim artık Fransa'da da bir danışan kitlem oluyor. Amerika'dan İngiltere'den Hollanda'dan Çin'den dahi hasta görüyorum. (K6)*

Aile ve sosyal çevrenin geniş olması meslek hayatına geçiş sürecini kolaylaştırıcı bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü üniversiteden yeni mezun olan bir diyetisyenin kendine ait bir ofis açtığında sürekli ve düzenli danışan alırsa ofisin giderleri ve bireysel giderleri karşılayabilmesi mümkün olabilir. Bu anlamda 23 katılımcının da yalnızca aile ve sosyal çevrenin olmasının yeterli olmadığını dijital platformlarda var olmanın da önemli olduğunu vurgulamışlardır. Çünkü dijital platformlar yoluyla yeni insanlara ulaşabilme imkânı daha çok artabilmektedir. Farklı ülkelerden ya da şehirlerden pek çok kişi internet aracılığıyla kolayca iletişime geçebilmektedir. Bu bağlamda da diyetisyenler çevrim içi danışmanlık vererek farklı bölgelerden ve ülkelerden pek çok danışanı olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra ailenin ve sosyal çevrenin mesleki kimliği inşa sürecindeki etkisi özellikle meslek hayatına geçiş sürecinde rol oynayan bir faktör olarak karşımıza çıkmıştır. Meslek hayatına geçiş sürecinde ailenin ve sosyal çevrenin geniş olması ve mesleğini icra edebilecek alanları yaratabilecek olması katılımcıların meslek hayatlarında önemli bir rol oynamıştır.

Mesleki kimliğin inşasında mezun olunan üniversitenin nasıl bir rol oynadığı sorusu bağlamında üniversitenin etkisi kodu, katılımcıların ifadelerinden yola çıkarak açıklanmıştır. Örneğin katılımcılardan birisi mezun olduğu okulun sağlık alanında iyi bir eğitime sahip olması ve bilinir olması nedeniyle orada eğitim almanın önemli olduğuna

ve mesleki kimliğinin inşasında da önemli olduğuna dikkat çekmiştir ve yaşadığı bir deneyimi şu şekilde ifade etmiştir:

*Bir yere diyetisyen aranıyordu, ben de oraya cv'mi gönderdim. Buraya gittiğimde baktım ki oranın kurucusu bizim Medipol Üniversitesi'nde eğitim bünyesinden doktormuş. Benim de Medipol Üniversitesi'nden mezun olduğumu görünce çok kaliteli bir yer olduğunu biliyor sağlık açısından. O yüzden gel bir dene dedi, öyle başladım çalışmaya. (K22)*

Burada üniversite etiketinin toplumsal olarak nasıl bilindiği konusu, iş piyasasında önemli olmaktadır. Bunun yanı sıra üniversite eğitiminin mesleğe hazırlanma sürecinde, mesleki kimliğin oluşumunda önemli olduğunu ve mesleğe bakışını değiştirdiğini düşünen bir katılımcı bunu şöyle açıklamıştır:

*Tabii ki okuduğum okul bana mesleğimi sevdirdi. Ben sadece bölüme başlamadan önce diyetisyenlerin sadece zayıflama ile ilgili çalıştıklarını zannediyordum ama kronik hastalıklarda hekimlerle birlikte ortak çalıştığımızda öğrenmiş oldum ve ben yoğunluk olarak zaten yetişkin hastalıkları üzerine çalışan bir diyetisyenim. Bu alana yönelmemi sağladı okul diyebilirim. (K10)*

Buradan hareketle eğitim alınan okulun ve eğitiminin “mesleği sevdirme” ve mesleğe ilişkin uzmanlık alanı kazandırma konusunda önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Katılımcın ifadesinden de hareketle diyetisyenler ne iş yapar sorusu toplumda çok basit cevaplarla karşılık bulmaktadır. Nitekim yukarıda katılımcı ifadesinden ve diğer katılımcılardan elde edilen verilerden hareketle diyetisyenlerin sadece insanları zayıflattıkları fikri toplumda oldukça yaygındır. Burada pek çok katılımcı beslenme ve diyetetik bölümünü okurken diyetisyenliğin zayıflatma dışında insan sağlığı için çok daha hayati roller üstlendiğini öğrendiklerini ifade etmişlerdir.

Hacettepe Üniversitesi Türkiye’de beslenme ve diyetetik bölümünün ilk kurulduğu üniversitedir. Bu yüzden de katılımcılar ifadelerinde sık sık Hacettepe Üniversitesi ve eğitiminden bahsetmişlerdir. Aşağıda yer verilmiş katılımcı ifadesinden üzerinde durulması gereken noktalardan birisi de üniversite eğitimi sonrasında da meslek ve çalışma hayatında eğitim sürecinde öğrenilen bilgilerin işlevsel bir şekilde kullanılıyor

olmasıdır. Bu noktada kurumsalmış bir üniversite olan Hacettepe'nin beslenme ve diyetetik alanında eğitimi katılımcılar tarafından özellikle belirtilmiştir.

*Benim okulum çok iyiydi. Özellikle bir hocam Hacettepeliydi. Çok severek derslerine giriyordum. Kendisi Hacettepe beslenme ve diyetetik bölümünün kurucu hocaların öğrencisiydi. Öyle olunca biz temelden almış gibi eğitim aldık. Yani eski hocadan ders almak farklıdır ya, onun gibi. Hâlâ bu hocamın derslerinden aldığım notlar ofisimdedir yani. Yeri geldiğinde bilmediğim bir hastalık olduğunda ya da unuttum, tekrar kontrol etmem gereken şeyler olduğunda açıp bakarım. Bir de bizim bilgiler çok güncel oluyor. Aşırı derecede bilgiler güncelleniyor. Örneğin yumurtanın birkaç sene önceye kadar kolesterol artırdığı ve tüketilmemesi gerektiği söyleniyordu ama yeni bilgilerde kolesterolün o kadar da yumurtadan etkilenmiyor dendi. Güncel literatürü de sürekli takip etmem gerekiyor yani. (K2)*

Öte yandan Hacettepe Üniversitesi'nden mezun olmuş birisi her ne kadar eğitiminin çok iyi olduğunu ifade etmiş olsa da mezun olup mesleğe geçtikten sonra üniversite etiketinin iş bulmak konusunda çok önemli olmadığını dile getirmiştir. Bu önemlidir, çünkü Türkiye'de mevcut eğitim sistemi göz önünde bulundurulduğunda yüzlerce üniversitede beslenme ve diyetetik bölümü vardır ve her yıl binlerce mezun vermektedir. Burada da iş bulma konusunda beslenme ve diyetetik bölümünün ilk kurulduğu ve kurumsallaşmış iyi bir üniversiteden eğitim alıyor olmak tek başına yeterli olmamaktadır. Özellikle de mezun olduktan sonra Anadolu'daki bir şehirde meslek hayatına başlamayı planlayan katılımcıların deneyimleri göstermektedir ki iyi bir üniversiteden mezun olmak iyi bir iş bulmanın garantisi olmamaktadır.

*Hacettepe Türkiye'nin en iyi üniversitesi, bilgi donanımı açısından çok yukarıda olduğunu ben de farkındaydım çünkü başka diyetisyenlerle karşılaştığım zaman da bunu görebiliyorum. Ama iş olanağı açısından ya da şöyle söyleyeyim mesela atama konusunda hangi üniversiteden mezun olduğunuzun hiçbir önemi yok ve ben atanamadım. Ama eğer küçük bir şehirdeyseniz Malatya da çok büyük bir şehir değildi. Şu an Uşak da çok büyük bir şey değil. Hacettepe Üniversitesi mezuniyet diploması ile gittiğimiz zaman insanların birazcık ben bu diyetisyenin maaş anlamında beklentisini karşılayamam dediği ve ret yediğim zamanlar oldu. Yani şunu söyleyebilirim; Hacettepeliyim diye bütün kapılar bana açıldı, çok değer gördüm, çok iyi iş fırsatları buldum diyemeyeceğim. (K19)*

Yukarıdaki katılımcının ifadeleri dikkat çekicidir çünkü iyi bir üniversiteden mezun olmak her ne kadar alana dair mesleki bilgi birikimi konusunda büyük avantajlar sağlasa da mezun olduktan sonra iş bulma konusunda herhangi bir avantaj yaratmamaktadır.



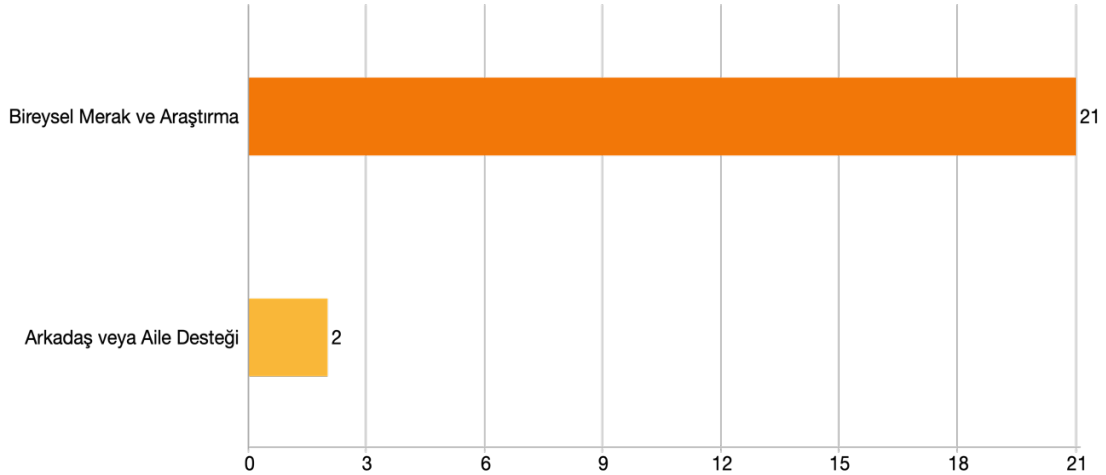
Dolayısıyla mezuniyet diplomasının tek başına anlamlı olmadığı ve aslında mezun olunan üniversitenin etiketinin iş piyasasında sanıldığı kadar bir avantaj yaratamayacağı ifade edilmiştir.

Eğitim alınan üniversitenin eğitimi, staj imkânı, büyük hastanelerle anlaşmasının olup olmaması, eğitim sürecini ve sonrasında meslek hayatını ve mesleki kimliğin inşasını da etkileyen bir unsurdur. Buradan hareketle meslek hayatına geçiş sürecinde etkili olan unsurlar mesleki kimliğin inşasında etkili olmaktadır. Burada sosyal medya, aile ve sosyal çevrenin etkisi, üniversitenin etkisi, hepsi bir arada önemli olmaktadır.

Dolayısıyla diyetisyenlerin mesleği tercih etme motivasyonları, eğitim süreci ve sonrasında mesleki kimliğin inşasında rol oynayan faktörlerin ele alındığı bu alt temada katılımcıların ifadelerinden hareketle dijitalleşme süreci ve dijital platformlarda var olmak mesleki kimliğin inşasında temel rol oynayan unsurlardan birisine dönüşmüş durumdadır.

### **5.1.2. Diyetisyenlik Mesleği İçin Dijital Becerilerin Kazanımı ve Önemi**

Bu alt temada, diyetisyenlerin dijital becerileri nasıl kazandıkları ya da bu becerilerin meslek hayatlarında nasıl bir önemi olduğu ele alınmıştır. Buradan hareketle görüşme gerçekleştirilen katılımcılara, dijital teknolojilerden yararlanmayı nasıl öğreniyorsunuz diye bir soru sorulmuştur. Bu sorudan hareketle Şekil 6 oluşturulmuştur. Şekilden de anlaşılacağı üzere; 21 kişi bireysel merak ve araştırmalar yaparak öğrendiğini dile getirirken 2 kişi de ailesinden veya arkadaşlarından yardım alarak dijital teknolojilerden yararlanmayı öğrendiklerini dile getirmişlerdir. Diyetisyenlerin dijital içerik oluşturma, dijital araçları ve platformları kullanmaya yönelik dijital becerileri kazanmasında formel yollardan ziyade enformel yollar önemli bir rol oynamıştır. Çoğu katılımcı dijital platform kullanmak ve bu platformlarda içerik üretmek için herhangi bir eğitim almadıklarını bu bilgileri süreç içerisinde öğrendiklerini dile getirmişlerdir. Bu bağlamda aşağıdaki şekilden de anlaşılacağı üzere dijital becerilerin kazanımı konusunda büyük oranda bireysel merak ve araştırma ön planda olmaktadır.



**Şekil 6. Dijital Becerilerin Kazanımında Etkili Olan Unsurlar**

Burada üzerinde durulması gereken noktalardan birisi katılımcıların yaş ortalamasıdır. Çünkü dijital teknolojilerden yararlanmayı öğrenmek ve dijital beceriler kazanmak elbette katılımcıların yaşları ile doğrudan ilgilidir. Bu bağlamda katılımcıların yaş ortalaması 26'dır. Sonuç olarak genç katılımcıların dijital teknolojileri kullanmak ve dijital becerileri kazanmak noktasında çok zorlanmadıkları sık sık dile getirilmiştir. Hatta birçok katılımcı “bizim jenerasyon için bu becerilerin kazanılması zaten zor değil” ifadelerini kullanmıştır. Bu önemlidir çünkü dijital dönüşüme kolayca entegre olan genç diyetisyenler, meslek hayatlarında da bu teknolojileri rahatlıkla kullanabilmektedir. Fakat 71 yaşındaki K14, dijital becerilerin kazanılmasında ve dijital teknolojilerin kullanılmasında zaman zaman zorluklar çektiğini ve bu durumda da çocuklarından yardım aldığını dile getirmiştir. Burada K14'ün 49 yıldır meslek hayatında olduğu dikkate alındığında bu durum önemli olmaktadır. Çünkü son birkaç yıldır mesleğini sadece çevrim içi diyet danışmanlığı vererek sürdüren katılımcı, bu süreçte dijital teknolojileri kullanmayı daha da iyi öğrendiğini ve danışmanlarıyla olan görüşmelerini de dijital platformlar aracılığıyla yaptığını dile getirmiştir.

*[...] Artık şimdi yeni nesil bu konuya hâkim zaten. Ben kendim de bu konuda bilen kişiler tarafından bilgilendirildim. Çocuklarımdan yardım aldım zaman zaman. Bilgili kişilerden eğitim aldım. Danışanlarımla da görüşürken yani daha orta ve eski kuşağa gelince de onların bir kısmı zaten bazı uygulamaları kullanıyordu. İleri bir yaş grubu var; yani yaşı ilerlemiş olmasına rağmen ilime bilime ilgisi olan teknolojik gelişmeleri takip eden, öğrenen günü gününe takip eden ben onlara genç yaş*

*almışlar diyorum. Bir de böyle bir grup var çok iyiler, gençlere yakın kullanıyorlar bu teknolojileri, onun için bu konuda yani ben çok sorun yaşamıyorum. (K14)*

Burada K14'ün dijital teknolojileri merak eden birisi ve meslek hayatı için dijital beceriler kazanma konusunda oldukça istekli olduğu görülmüştür. Çünkü bu durumdan şikayet etmek yerine sık sık bu becerileri kazanmanın önemli olduğunu, mesleğin değişim ve dönüşümüne ayak uydurulması gerektiğini vurgulamıştır. Nitekim katılımcı ile Zoom platformu üzerinden çevrim içi gerçekleştirilen görüşme esnasında da görülmüştür ki dijital alanda kendisini çok iyi ifade edebilmekte ve dijital araçların kullanımında da büyük sorunlar yaşamamaktadır. Burada elbette bu yaş aralığındaki kişiler adına bir genelleme olamayacağının altının çizilmesi gerekmektedir. Dijital teknolojileri kullanmak ve dijital becerilerin kazanılması noktasında orta-üstü yaş grubunun deneyimleri ayrı bir araştırma sürecini gerekli kılmaktadır. Burada araştırmada yer alan katılımcının deneyimi bağlamında sınırlı bir açıklama yapılmaktadır.

Bireysel merak ve araştırma ile dijital becerileri kazandığını söyleyen 21 katılımcı da özellikle üniversitede bu konuya dair herhangi bir eğitim almadıklarını, bireysel olarak kendilerinin öğrendiklerini dile getirmişlerdir. Aşağıda meslek hayatını tamamen çevrim içi diyet danışmanlığı ile yürüten katılımcının ifadelerine yer verilmiştir. Burada katılımcıya peki dijital araçları kullanırken zorlandığınız oluyor mu diye de sorulmuştur ve burada da zorluğun dijital bankacılık alanında meydana gelen bazı aksaklıklar olduğu durumda meydana geldiği söylenmiştir.

*Tamamen bireysel bence ama maalesef okullarımızda bazı yönlendirmeler olsa bu teknolojileri yönelik çok daha güzel sonuçlar alınabilir. Benim de bu konuya ilişkin takip ettiğim sayfalar oluyor kendimi geliştirmek için. Örneğin sosyal medya yönetimi, algoritma yönetimi vs veya teknoloji ile ilgili herhangi bir şeyde baktığım, araştırdığım, fikir aldığım sayfalar oluyor. Ama herhangi bir danışmanlık vs almadım genellikle kendim deneyerek ve deneye yanıla öğrendim bu süreçte. Bunun dışında yani zorluk olarak çok bir şeyle karşılaşmadım zaten bizim jenerasyon teknolojileri hâkim olduğu için kolaylıkla uyum sağlayabiliyoruz. Ama sadece bazen online danışmanlık verdiğim için ödeme alırken sanal pos cihazı ile ilgili bazı sorunlar yaşadım. Banka bazen parayı anında yatırmıyor, bekletiyor, şüpheli işlem vs deyip paranızı içeride tutabiliyorlar. Yani böyle fiziksel olarak elden ödeme almak gibi olmuyor ama yine de bu büyük bir problem değil bence yani bunun dışında da herhangi bir problemle karşılaşmadım. (K15)*

Öte yandan katılımcılar her ne kadar dijital araçları kullanmayı büyük oranda bildiklerini ve bu anlamda çok zorluk çekmediklerini dile getirmiş olsalar da bilgilerin olmadığı konularda araştırma yaparak dijital platformlardan yardım aldıklarını dile getirmişlerdir. Burada katılımcıların tamamının meslek hayatlarında dijital araçları aktif bir şekilde kullandıkları ve danışanları ile olan iletişim süreçlerini dijital araçlar ve dijital platformlar yoluyla gerçekleştirdikleri dikkate alındığında bu süreçte dijital becerilerin kazanılmasında büyük zorluklar yaşanmadığı görülmüştür. Nitekim zorlandıkları ya da bilgi sahibi olmadıkları konularda da yine dijital platformlardan yararlanarak bir öğrenme sürecini tecrübe ettikleri görülmüştür.

*Aslına dijital araçların kullanımına ilişkin herhangi bir eğitim almıyoruz. Yani okulda falan öğretilmiyor. Kendi şu ana kadarki mevcut bilgilerimizi kullanıyoruz ama diyelim ki bir paylaşım yapacağım; o zaman kullanmam gereken dijital bir uygulama var ve ben onu bilmiyorum. Mesela reels paylaşacağım, edit yapmam gerekiyor; o edit için YouTube'dan nasıl kullanıldığına baktım. Yani kullanımını bilmediğim uygulamalar için ben YouTube'a bakıyorum. Orda her şey var zaten nasıl kullanılır vs diye oradan bakıyorum. (K1)*

Dolayısıyla görüşme yapılan katılımcılar, dijital araçların ve dijital platformların meslek hayatları için çok önemli bir rol oynadığını ve bu süreçte de dijital becerilerin kazanmasında çoğunlukla bireysel ilgi ve meraklarıyla araştırmalar yaparak ya da aile veya arkadaşlarından yardım alarak süreçteki zorlukları aştıkları görülmüştür. Bu bağlamda katılımcıların çok zorluk yaşamamasının sebeplerinden birisi, çoğunluğunun genç diyetisyenler olmasından kaynaklandığını ve dolayısıyla dijital araçlara ve dijital platformlara ilişkin bilgilerinin zaten süreç içerisinde kazanılmış olmasıyla ilgili olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla dijitalleşme sürecini gündelik yaşam pratiklerinde de aktif bir şekilde deneyimleyen katılımcılar, meslek hayatlarına geçtikten sonra da bu becerilerini kullanmakta ve geliştirmektedirler.

Burada üzerinde durulması gereken noktalardan birisi de dijital becerilerin kazanılmasının meslek ve çalışma hayatındaki rekabet konusunda avantajlı yaratmasıdır. Bu anlamda yukarıda da yer verilen dijital becerilerin nasıl kazanıldığı konusu araştırma açısından oldukça önemlidir. Özellikle de katılımcıların ifadeleri dikkate alındığında dijital becerilerin kazanılması ve meslek hayatına entegrasyonunda bireysel faktörlerin ön plana çıktığı görülmüştür. Burada katılımcıların dijital becerilerin kazanılmasının yanı

sıra dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan kişiler için dijital pazarlama uzmanlarının olduğunu dile getirmişlerdir. Dijital pazarlama uzmanları, dijital platformlar için içerik üretirken nelere dikkat edilmesi gerektiği, beslenme ve diyetetik alanına dair sağlıklı ürünlerin tanıtımının nasıl yapılacağı, paylaşımların nasıl ve hangi sıklıkla yapılmasının daha verimli olabileceği ya da meslek grubundan kişilerin daha fazla insana nasıl ulaşabileceğini anlatan ve bu konuda eğitimler veren kişilerdir. Nitekim aşağıda katılımcılar da bu durumu şu şekilde açıklamıştır:

*[...] Bana sosyal medyadan dijital pazarlama uzmanı olarak birkaç kişi yazmıştı. Yani diyetisyensiniz; sayfanızın takipçi kitlesini artırmak ve daha çok danışana ulaşmak ister misiniz gibi. Ben kullanmadım ya da kimseyle çalışmadım ama neden olmasın yani, ilerde tercih edebilirim. Çünkü o mecralarda farklı şeyler işliyor, onların verdikleri taktikler [...] İçeriklerde nelere dikkat edilmesi gerekiyor gibi birçok etmen var yani. Mesela en basitinden bir reels paylaştığında bile 2 dakika video paylaşırsan kimse izlemez ama 15 saniyelik ama vurucu ana fikir direkt o sürenin içerisinde olursa çok izlenir ve yani o 2 dakikada verdiğin şeyi 15 saniyede vermen gerekiyor. (K1)*

*Bunun yanı sıra ben çok fazla yanaşmadım ama dijital pazarlama uzmanlarından vs yararlanılabilir meslek hayatı için. Ben yavaş da olsa kendim öğrenmeyi tercih ediyorum. İnsanın belirli bir temposu var ya o tempoya göre ilerlemek istedim ama dijital pazarlama uzmanları ya da sosyal medya danışmanlığının da elbette etkisi vardır ama ben tercih etmedim açıkçası. (K9)*

Burada rekabetin temel unsurlarından dijital becerilerin nasıl kazanıldığı ve bu süreçte hangi güçlüklerin yaşandığına da yer verilmiştir. Bu bağlamda dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatına etkileri göz önüne alındığında mesleğin giderek girişimselleştiğini ifade etmek mümkündür. Nitekim lisans eğitiminde yer almayan dijital beceriler giderek önem kazanmakta; meslek piyasasında rekabet edilebilirliği artırmaktadır. Meslek ve çalışma hayatındaki rekabet ortamında dijital becerilerin olması diyetisyenlerin çalışma hayatını kolaylaştırmaktadır. Özellikle de yeni mezun olmuş, meslek ve çalışma hayatına dair hiçbir tecrübesi olmayan kişiler için dijital becerilere sahip olmak ve bunları meslek ve çalışma hayatında kullanabiliyor olmak bir avantaj olmaktadır.

Görüşme gerçekleştirilen katılımcılardan K2, dijital platformlara içerik üretirken dijital becerileri nasıl kazandığını ve sürece ilişkin tecrübelerini şu sözlerle açıklamıştır:

*Yani içerik oluşturmak için haftalık 5-6 saatimi ayırıyorum. Mesela eskiden bir tarif için 2 saatimi harcıyordum. Örneğin bu masa, masayı camın önüne çekmem lazım, arka planı hazırlamam lazım, yani hangi tabağı kullanacağım nasıl çekeceğim, tripotu, ışıkları, kameranın ayarları nasıl olacak gibi oo, bir sürü bir şey yani! Mesela içerik oluştururken dijital araçları kullana kullana öğrendim. Bilmiyorsam bile kurcaladım vs öyle öğrendim. Mesele videolar için bazen uygulamalara ihtiyaç oluyor indiriyorum sonra onu kullana kullana öğreniyorum. Zaten şu an 3 tane kullandığım uygulama var ama eskiden daha fazlaydı. Telefonumun hafızası 64gb olduğu için daha aza indirdim bazı uygulamaları sildim. Cut-put ile video yapıyorum, Canva'da post yapıyorum, vs. Yani bunlara inanılmaz emek harcıyorum. Bunlar olmasa atamam mesela. (K2)*

Burada üzerinde durulması gereken nokta, dijital becerilerin zamanla kazanılmasının yanı sıra süreçteki bireysel merak ve araştırmanın beceriler kazanmada önemli bir rol oynamasıdır. Çünkü görüşme gerçekleştirilen katılımcılar dijital becerilere yönelik herhangi bir eğitim almadıklarının altını sürekli çizmişlerdir. İş piyasasındaki rekabet ortamına karşı dijital becerilerin kazanımı ve meslek çalışma hayatında kullanımının önemi, katılımcıları yeni becerilerin kazanmaya zorlamaktadır. Nitekim bu becerilerin kazanımı ve sürdürülmesi de onların çalışma hayatlarındaki birtakım dezavantajlı durumların ortadan kalkmasına neden olmaktadır. Örneğin, dijital becerilere hâkim olan diyetisyenler, mezun olur olmaz dijital platformları kullanarak meslek ve çalışma hayatlarına başlayabilmekte, farklı şehir ve ülkelerden danışanlara ulaşarak beslenme ve diyet danışmanlığı verebilmektedir. Burada dijital dönüşümün diyetisyenlik mesleği örneğinde nasıl deneyimlendiğini anlamak açısından bu durum önemli olmaktadır. Diğer taraftan dijitalleşme süreci her ne kadar meslekleri ve çalışma hayatlarını etkilese de üniversite eğitimi sürecinde dijital etik, dijital okur yazarlık ya da dijital becerilere yönelik herhangi bir eğitimin olmaması görüşme gerçekleştirilen katılımcı ifadelerinde de hareketle bir eksiklik olarak görülmektedir.

### **5.1.3. Mesleki Kimlik ile Dijital Platformlarda Var Olmak: İmkanlar ve Sınırlılıklar**

Bu alt temada katılımcıların mesleki kimlikleri ile dijital platformlarda var olmalarının nedenleri ve bu platformların meslek hayatı için nasıl bir öneme sahip olduğu ortaya konulmuştur. Fakat öncelikle katılımcıların en çok hangi platformu, hangi gerekçelerle kullandıkları sorulmuş ve bu sorudan hareketle Şekil 7'de görülen görsel oluşturulmuştur.

Aşağıdaki şekilden hareketle ön plana çıkan ve katılımcıların en çok kullandığı platform Instagram olmaktadır. İkinci en sık kullandıkları platform WhatsApp olurken en az kullandıkları platform ise Facebook olmaktadır. Katılımcılar bu platformlarda mesleki kimlikleri ile var olduklarını ve bu platformları mesleklerine dair paylaşımlar yapmak ve yeni danışanlara ulaşabilmek amacıyla kullandıklarını dile getirmişlerdir.



**Şekil 7. En Sık Kullanılan Platform**

Katılımcılardan elde edilen verilerden hareketle tamamının Instagram platformunu aktif bir şekilde kullandıkları ve meslek hayatları için bu platformun önemli bir rolü olduğu görülmüştür. Katılımcılar mesleki kimlikleri ile bu platformda var olarak beslenme ve diyet sürecine ilişkin bilgilendirici paylaşımlar yapmaktadırlar. Bu paylaşımların tamamı Instagram platformunun mümkün kıldığı görsel ağırlıklı ve kısa videolardan oluşan reels şeklindedir. Burada da katılımcılar yine günlük çalışma rutinlerinden bazı kesitler sunmanın yanı sıra sağlıklı tarifler paylaşma, belirli hastalığı olan kişiler için hangi besinleri tüketmemeleri gerektiği ya da sağlıklı kilo verebilmek için hangi besinlerin tüketilmesi gerektiği gibi meslek hayatlarına ilişkin paylaşımlarda bulunmaktadır.

Katılımcılara Instagram platformunu diğer platformlara göre neden daha çok tercih ettikleri sorulmuştur. Bu soruya cevap veren katılımcılar Instagram platformunun diğer platformlara göre daha çok görsel ve video paylaşmaya uygun olduğunu ve platformun özelliklerinin meslekleri ile var olabilecek bir ortam yarattığını düşündüklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra kendi uzmanlık alanlarından hareketle hitap ettikleri grubun bu platformda daha aktif olduğunu ve buradan iletişim kurmanın daha kolay olduğunu düşünen katılımcılar da olmuştur.

*Instagram'ı tercih etme sebebim ise şu: Benim hitap etmem gereken kitle aktif bir şekilde orayı kullanıyor çünkü. Ben bir de hastalıklar üzerine çalıştığım için şu an fonksiyonel tıp diyetisyeni olma yolundayım bu hastalıklar da zaten bu yaş grubunda çok oluyor. [...] Genel olarak hitap ettiğiniz kişileri dikkate alarak bu dijital platformlarda olmak önemli. (K4)*

*Instagram'ı tercih etme sebebim ise daha çok kullanılan ve yaygın bir dijital platform olduğunu düşünüyorum. Reklam vermenin daha kolay olduğunu düşünüyorum [...] İnsanlara ulaşım daha kolay, bu yüzden tercih ediyorum. (K9)*

Katılımcıların ifadelerinden de hareketle bu platformların kullanım nedeni; mesleki kimlikleri ile var olabilecek bir profil yaratarak insanlara ulaşabilmek ve bir diyetisyenin yaşam tarzına ilişkin paylaşımlar yaparak hem mevcut danışanlarına hem de kendisinden beslenme üzerine danışmanlık alacak olan kişilere kolayca ulaşabilmektir. Nitekim pek çok katılımcının ifade ettiği gibi aşağıdaki katılımcı da bu platformların meslek hayatlarının bir parçası haline geldiğini ve işlevsel bir rol oynadığını düşündükleri gerekçesiyle kullanmaktadırlar.

*Instagram ve WhatsApp yani bunu kullanma sebebim iş hayatım için, yani danışanlarımla buradan iletişim sağlıyoruz. Zaten çoğumuz artık bu platformları kullanıyoruz. Buralarda iletişime geçmek çok daha kolay, görüntülü konuşabilmek çok daha kolay, sesli mesaj atmak çok daha kolay. O yüzden bu platformda tercih ediyorum. (K20)*

Diğer platformlar kadar sık olmasa da pek çok katılımcı doğrudan mesleki kimliklerine yönelik dijital platformlardan olan DoktorTakvimi uygulamasını kullandıklarını ifade etmişlerdir. DoktorTakvimi dijital uygulaması, sağlık alanındaki pek çok meslek grubundan kişilerin yer aldığı dijital bir platformdur. Bu platform aracılığıyla diyetisyenler mesleki kimlikleriyle burada yer almakta ve buradan yeni danışanlara ulaşabilmektedir. Bu uygulamada pek çok farklı uzmanlık alanında diyetisyen, mesleki bilgi ve deneyimlerini içeren kısa bir tanıtım yazısı ile var olmakta ve yeni danışan alabilmesi için uygun olduğu saat ve gün aralığını paylaşmaktadır. Üzerinde durulması gereken nokta ise, bu dijital uygulamanın çevrim içi diyet danışmanlığı merkezinde ilerliyor olmasıdır ve herhangi birisinin beslenme ve diyetetik alanına ilişkin bilgi almasını “hızlandıran” bir uygulama mantığı vardır. Hızlı olması önemlidir çünkü dijitalleşme ile hız kavramı birbirleriyle ilişkili iki önemli kavram olmaktadır. Örneğin, bu dijital uygulamada diyetisyen aramak mümkündür ve bu platform danışanlara çok



sayıda diyetisyen önermektedir ve önerdiği diyetisyenlerin çevrim içi görüşme için müsait olduğu saat ve tarihleri de belirtmektedir. Böylece o saatlerde uygulama üzerinden görüşmek istenilen diyetisyenle hızlı bir şekilde iletişime geçmek mümkün olmaktadır.

*DoktorTakvimi'ni kullanıyorum. DoktorTakvimi hem benim takvim uygulamam hem de danışanlarla mesajlaştığım, danışanlarıma randevu oluşturduğum, onun dışına randevu takiplerini sağlayabildiğim, görüntülü ve sesli görüşme gerçekleştirebildiğimiz dijital bir platform. (K21)*

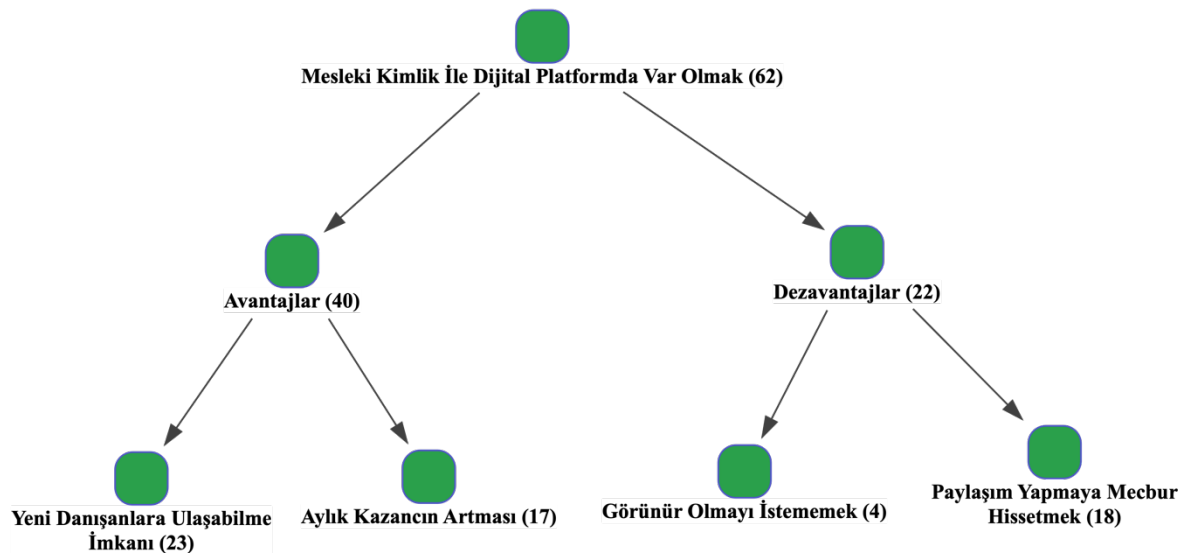
*Ben aynı zamanda DoktorTakvimi diye bir uygulama kullanıyorum. Doktorlar, dişçiler, psikiyatristler, psikologlar falan var bu platformda. Buradan da danışanlar gelebiliyor. (K8)*

Bunun yanı sıra görselde yer alan diğer bir dijital uygulama ise Armut'tur. Bu dijital uygulama da DoktorTakvimi uygulaması gibi bir çalışma şekli vardır ve yine diyetisyenler kullanmakta ve buradan da yeni danışanlara ulaşarak mesleklerini icra edebilmektedirler. Burada dikkat çekilmesi gereken nokta, katılımcıların çoğunun diğer platformlara göre Instagram'ı daha çok kullandıkları ve buradan daha çok kişiye ulaşabildiklerini düşünmeleridir. Çünkü Instagram, diğer platformlara göre çok daha fazla kişi tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Burada da diyetisyenler, Instagram'ın dm ("direct message"/doğrudan mesaj gönderme) özelliğiyle öncelikle kendilerine ulaşan kişilerle iletişime geçebilmekte, sonrasında ise bir randevu talebi oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla katılımcıların bu platformları kullanmalarının en temel sebebi, meslekleri için bu durumun bir gereklilik haline geldiği yönündeki fikirlerdir. Buradan hareketle araştırmanın da konusu bağlamında dijitalleşme sürecinin meslek hayatını dönüştürdüğü ve araştırmanın örneklem grubunda yer alan katılımcılar için dijital platformlar ve dijital araçlar meslek hayatlarının bir parçası haline dönüştüğü görülmüştür.

Dijitalleşme sürecinin toplumsal yapının bir parçası olduğunu ifade etmek mümkündür. Nitekim Digital 2024 raporuna göre, Türkiye'de internette geçirilen süre önceki yıllara göre artmaktadır ve sosyal medya kullanım sürelerinde de artışlar söz konusudur (We are social, 2024). Bu rapordan da hareketle internet ve dijital araçların kullanımı her geçen gün artmaktadır ve dolayısıyla pek çok farklı meslek grubundan kişiler mesleklerini ve işlerini dijital alana entegre etmeye başlamıştır. Bu bağlamda mesleki kimleri dijital

platformlarda var olan diyetisyenlerin bu platformları kullanım amaçları; mesleklerine dair bilgi paylaşımı, yeni danışanlara ulaşabilme, mesleki bir tanınırlık sağlamaktır. Her ne kadar platformların kullanım sıklığı birbirinden farklılık gösterse de katılımcıların çoğu her bir platformu meslek hayatları için bir işleve sahip olduğu için kullanmaya devam ettiklerini ifade etmişlerdir.

Bu alt temadaki diğer bir görsel ise mesleki kimleri ile dijital platformlarda olan diyetisyenlerin yaşadıkları avantaj ve dezavantajların neler olduğudur. Katılımcıların dijital platformların daha çok avantajlarına odaklandıkları ve dezavantajlarına daha az değindikleri dikkat çekmiştir. Nitekim Şekil 8’de de görüldüğü gibi avantajlara yönelik toplam 40 kod yer alırken dezavantajlar 22 kod ile sınırlı kalmıştır. Bu durumda katılımcılar meslek hayatları için dijital araçları ve dijital platformları kullanırken daha çok avantajları olmasının en temel iki nedeni olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bunlar yeni danışanlara ulaşabilme imkânı ve aylık kazancın artmasıdır. Bu bağlamda öncelikle katılımcıların mesleki kimlikleri ile dijital platformlarda var olmalarının avantajlarına değinmek gerekmektedir.



**Şekil 8. Mesleki Kimlikle Dijital Platformlarda Olmanın Avantajları ve Dezavantajları**

Dijital platformların diyetisyenler için en büyük avantajı danışan portföyünü genişletmek ve yeni danışanlara ulaşabilme imkânıdır. Örneğin sağlık alanındaki profesyonellerin

kullandığı Armut ve DoktorTakvimi gibi uygulamalar ile yeni insanlara ulaşabilme imkânı kolaylaşmaktadır. Benzer şekilde diyetisyenler sosyal medya platformlarında mesleki kimliklerine yönelik açılan hesaplarda kendilerini tanıtan ve mesleklerine ve uzmanlık alanlarına yönelik paylaşım yaparak çok daha fazla kişilere ulaşabilme imkânı bulabilmektedirler. Bu sayede dijital platformlar aracılığıyla diyetisyenler ile iletişime geçerek beslenme ve diyet danışmanlığı almak isteyen kişilerin sayısı artmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da diyetisyenler mesleklerini sürdürebilmek ve çok daha farklı şehir, ülkeden kişilere ulaşarak mesleklerini icra edebilmektedir.

Artvin’de ikamet eden ve 1 yıldır mesleğini icra eden K15, dijital araçların ve dijital platformların meslek hayatı için çok önemli olduğunu, hatta tamamen çevrim içi çalışarak şu an mesleğini icra edebildiğini ifade etmiştir. Bu durumda araştırmanın kuramsal çerçevesinde ele alınan dijital dönüşüm sürecinin görüşme yapılan katılımcılar tarafından da meslek ve çalışma hayatında aktif bir şekilde deneyimlendiği sonucuna varılmıştır. Burada dijital platformların ve dijital araçların farklı şehir ve bölgede yaşayan kişiler için yarattığı avantajlar katılımcılar tarafından sık sık dile getirilmiştir.

*Gerçekten çok çok büyük bir avantaj bence, benim bu işe yatırdığım tek sermaye şu an görüşme yaptığım bilgisayarımdı. Aileme dedim ki bana yalnızca iyi bir bilgisayar alın ve başka bir şeye karışmayın. Gerçekten sonrasında da öyle oldu; ihtiyaçlarımı kendi kazandığım paramdan daha sonra karşılamaya başladım zaten. Ama başka bir şekilde bir girişim yapmaya kalksam ya da bir ofis açmaya çalışmış olsaydım tutacak mı tutmayacak mı, depozito, kira, doğalgaz derken mobilya, tabela, reklam gerçekten işin içinden çıkmak çok zor oluyor. Çok ciddi bir maddi gücünüz ya da arkanızda sizi destekleyen insanların olması gerekiyor. O anlamda bence dijital medya platformları herkese bir fırsat eşitliği veriyor. Eğer hani elinizde belirli bir paranız yoksa, insanlara ulaşabilecek özgüveniniz yoktur, tecrübeniz yoktur vs çok rahat sosyal medya platformlarıyla mesleğini yapabilirsiniz. O nedenle bence bir fırsat eşitliği yaratması anlamında bu dijitalleşme önemli bir yer ediniyor bence ve çok değerli olduğunu düşünüyorum. Benim de hayatımı olumlu anlamda değiştiren bir şey oldu. (K15)*

Yukarıdaki katılımcının ifadelerinde yer alan fırsat eşitliği konusunun üzerinde durulması gerekmektedir. Çünkü katılımcı, dijitalleşme sürecinin eşitsiz iş piyasasında yeni mezun olan ve deneyimi olmayan pek çok diyetisyen için bir fırsat yarattığını düşünmektedir. Bu bağlamda farklı şehirlerde yaşayan katılımcılarla yapılan görüşmelerde de dijitalleşmenin mekân ve zaman sınırlılığını ortadan kaldırması Türkiye’deki pek çok

farklı şehirdeki diyetisyenlerin dijital araçları ve platformları kullanarak mesleklerini çevrim içi bir şekilde uzaktan icra edebilmesine yol açmıştır. Bu durum elbette farklı şehirlerden ve hatta ülkelerden yeni danışanlara ulaşabilme noktasında bir avantaj olarak değerlendirmektedirler. Buna ek olarak katılımcıların ifadelerinden hareketle dijitalleşme sürecinin diyetisyenlerin meslek hayatlarında merkezi bir konumda yer aldığını ifade etmek mümkündür. Dijital sosyoloji literatürü bağlamında düşünüldüğünde dijitalleşmenin bir fırsat eşitliği yarattığı konusu önemli olmaktadır. Çünkü ilgili literatürde dijitalleşmenin eşitsizliği derinleştirdiğini ileri süren araştırmacılar olduğu gibi eşitsizliği azalttığı ya da bir fırsat eşitliği yarattığını ifade eden araştırmalar da söz konusudur. Görüşme yapılan katılımcılardan elde edilen verilerden hareketle, dijital dönüşümün diyetisyenler tarafından bir fırsat eşitliği olarak tanımlanıyor olması önemlidir. Bu anlamda görüşme yapılan katılımcıların mesleki deneyimlerine bakıldığında çoğunlukla mesleğe yeni başlamış ya da 4-5 yıldır mesleğini icra eden kişiler vardır. Bu önemlidir çünkü dijitalleşmeyi bir fırsat eşitliği olarak tanımlayan grup mesleğine yeni başlamış ya da 4-5 yıldır mesleğini icra eden genç diyetisyenlerdir. Burada dikkat çekilmek istenen nokta, orta-üstü yaş grubunda yer alan ve uzun yıllardır mesleğini icra eden diyetisyenlerin dijitalleşme sürecine ve dijital becerilerin kazanımına dair fikirlerinin farklılık gösterebilecek olmasıdır. Nitekim araştırmada görüşme yapılan K14, 49 yıldır mesleğini icra ettiğini ifade etmiştir ve görüşme sırasında kendisine yöneltilen sorulara verdiği cevaplardan hareketle dijital araçların ve dijital platformların kullanımında sorunlar yaşadığını ve zorlandığını dile getirmiştir. Ama bunu bir dezavantaj olarak nitelendirmemiştir. Zorlandığı zamanlarda çocuklarından yardım aldığını ve o şekilde dijital araçların kullanımını öğrendiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla dijital dönüşümün mesleğine yeni başlamış ya da mesleğini 5-10 yıldır icra eden diyetisyenler tarafından deneyimlenme biçimiyle dijital araçlardan ve dijital platformlardan uzun yıllar uzak bir şekilde mesleğini icra etmiş kişilerin deneyimleri elbette farklılık göstermektedir. Bu araştırma dijital dönüşümün kuşaklararası deneyimlerinin nasıl olduğuna odaklanmadığı için bu konu, görüşme yapılan katılımcıların deneyimlerinden hareketle açıklanmıştır.

Katılımcılar dijital platformlarda var olmak ile görünür olmak arasında karşılıklı bir ilişki kurmaktadır. Çünkü mevcut dijital toplumda görünür oldukları sürece var

olabildiklerini ve olabileceklerini düşünmektedirler. Bu düşünce elbette ki dijitalleşmenin meslek hayatı için bir dönüşüme neden olduğu sonucuna işaret etmektedir. Çünkü dijitalleşme sürecinden önce yüz yüze yapılan pek çok meslek, günümüzde çevrim içi uzaktan çalışma ile de yapılabilmektedir.

*Mesela en basitinden bir doktora gideceksin; doktorun bir Instagram hesabına girip bakıyorsun, nasıl bir doktor ya da hastalıklarla nasıl ilgilenmiş, danışanlarıyla nasıl ilgilenmiş; bakıyorsun hemen. Kendinle alakalı bir şeyler araştırıyorsun, bulmaya çalışıyorsun. Bence kişilerin biyografisi sosyal medyadan geçiyor biraz diye düşünüyorum. (K12)*

*Çok çok büyük bir öneme sahip [dijital platformlarda var olmak]. Bizde eğer kişi referansla gelmiyorsa mutlaka internete yazıyor, ordaki yorumları okuyor, diğer dijital platformlarda araştırma yapıyor, sizi araştırıyor, görünürlüğünüze bakıyor, sosyal medyada paylaştığımız şeylere bakıyor, düzeni, içeriği takipçi sayısı... Bizim için dijital platformlarda görünürlük, aynı zamanda her alandaki görünürlük en üst seviyede olmalı. Görünürlüğünüzün olması mesleğiniz açısından çok çok kıymetli. Elbette böylece size yeni danışanlar geliyor. (K21)*

Yukarıdaki katılımcı ifadelerinden hareketle, herhangi bir sağlık hizmeti almadan önce de birtakım küçük araştırmalar yaparak tercihte bulunuyor olmak dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü internet ve dijital araçlar yoluyla merak edilen pek çok bilgiye kolayca ulaşım sağlanabilmektedir. Bu anlamda da katılımcılar dijital alanlarda görünür olmanın önemini vurgulamaktadırlar. Mesleki kimlik ile bu platformlarda var olarak dijital bir kimlik yaratan diyetisyenler, yaptıkları paylaşımlar, ürettikleri içeriklerle kendilerine özgü bir takipçi kitlesi yaratmaktadırlar. Bu takipçi kitlesi de diyetisyenlere yeni danışanlara ulaşma imkânı sunmaktadır. Dolayısıyla dijital platformların diyetisyenler için yeni danışanlara ulaşma ve sürekli olarak bir danışan portföyü oluşturmada kolaylaştırıcı bir rol oynadığı söylenebilir. Nitekim bu durum, katılımcılar tarafından bir avantaj olarak değerlendirilmektedir.

Dijital platformlarda mesleki kimlik ile var olmanın bir diğer avantajı ise aylık kazanç artışıdır. Aslında bu kod yukarıda değinilen yeni danışanlara ulaşma kodu ile ilişkilidir. Çünkü katılımcılar yeni danışanlara ulaşmayı kolaylaştıran bu platformların aylık kazançlarını da artırmalarına yol açtıklarını düşünmektedirler.

Aşağıda yer alan katılımcı ifadesine de bakıldığında dijital platformların danışanlara ulaşmak ve bu sayede de aylık kazancı artırmak gibi bir avantaj sağladığı ifade edilmektedir. Burada vurgulanması gereken bir diğer nokta ise katılımcıların doğrudan platformlardan herhangi bir kazanç sağlamamalarıdır. Katılımcıların kazanç sağlaması, kendilerine ulaşan ve beslenme ve diyetetik alanında destek almak isteyen ve bir diyetisyenle çalışmak isteyen kişiler sayesinde olmaktadır.

*Aylık kazancı tabii ki etkiliyor. Sonuçta danışanlarınıza o platformlar yoluyla ulaşıyorsunuz, onlar size o platformlar sayesinde iletişime geçiyor. Dolayısıyla da bu kazancınızı etkiliyor. (K15)*

Burada önemli olan bir diğer nokta ise örneğin Anadolu'daki bir şehirde diyetisyen olan bir kişinin hiçbir dijital platform kullanmadan mesleğini icra etmesinin günümüz koşullarında git gide zorlaşmasıdır. Burada elbette büyük şehirlerde yaşayan diyetisyenlerin mesleğini icra edebilme koşullarının çok daha kolay olduğu ya da iş bulabilme olanaklarının daha fazla olduğu ifade edilmemektedir. Elbette iş piyasasındaki zorluklar büyük şehirlerde yaşayan diyetisyenlerin de karşılaştığı zorluklardır. Fakat burada üzerinde durulmak istenen nokta daha küçük bir şehirde mesleğini icra etmeye başlayacak olan diyetisyen için sadece fiziksel bir danışmanlık yaparak mesleğini icra edebilmedeki sürekliliği sağlamada yaşayacak olduğu zorluklardır. Nitekim mezun olduktan sonra Rize'de ailesinin yanında yaşamaya başlayan ve bir ofis açıp mesleğini de bu şehirde icra eden K23, küçük şehir ile büyük şehirde yaşamının meslek ve çalışma hayatı için farklılıklara neden olduğuna dikkat çekmiştir.

*[...] Burda, atıyorum, diyete başlayan danışanların önerisiyle gelenler oluyor. Çoğunluk öyle ama sosyal medyadan yeni danışan çekmek zorundasın ki bu işi sürdürebilesin. Yani sonuçta maddi de bir şey var burada. Mesela buranın kirası var, vergisi var, sigortası bir sürü masrafı var. O masrafı karşılayıp ekstra gelir kazanman gerekiyor ki hayatını sürdürebilesin. Bu durumda sosyal medyayı kullanmak zorundayız. O yüzden bu platformlar insanların avantajı oluyor tabii ki. Ama bir İstanbul'daki biriyle Giresun'daki, Ordu'daki, işte farklı illerdeki, ortalama Anadolu şehirlerindeki insanlar aynı olmaz. Orda ulaşabileceğin insan sayısı, ulaşabileceğin kurum, kuruluş, işte spor kulüpleri, STK'lar falan, sporcular falan farklı şeyler. Yani İstanbul, İzmir, Ankara'da ulaşabileceğin çok daha geniş bir havuz var. (K23)*

Çünkü beslenme ve diyetetik alanı sağlık alanındaki diğer meslekler gibi sürekli danışan sirkülasyonunun olduğu bir meslek değildir. Dolayısıyla küçük şehirlerde bu durum şehrin nüfusu ve imkânları göz önünde bulundurulduğunda sınırlı olmaktadır. Nitekim özellikle de yeni mezun olmuş bir diyetisyen kendine ait bir ofis açıp çevre oluşturup danışan bakmaya başlayana kadar uzun süreler geçmektedir. Bu çevreyi kazanmak ve sürekli yeni danışanların da gelmesini sağlamak küçük bir şehirde mesleğini icra etmeye çalışan bir diyetisyen için oldukça zorlu olmaktadır. Bu anlamda pek çok katılımcı dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olarak ve burada da mesleklerine dair içerikler geliştirip paylaşarak çok daha geniş kitlelere ulaşabilme imkânı bulabilmektedir. Dolayısıyla dijitalleşme süreci bu zorlu durumlarla baş edebilmekte bazı imkânlar yaratmaktadır. Örneğin çevrim içi beslenme danışmanlığı ile çok farklı şehirlerden, hatta ülkelerden kişilerle diyetisyenlerin çalışması mümkün olmaktadır.

Öte yandan K1 adlı katılımcı dijital platformlarda çok takipçili bir hesaba sahip olmanın aylık kazanç ile doğrudan bir ilişkisinin olduğunu ifade etmiştir. Çünkü takipçi sayısının fazla olması, diyetisyenin görünürlüğünü artırmakta ve onu takip eden kişilerin beslenme ve diyet danışmanlığı alma potansiyelini artırmaktadır. Dolayısıyla bu durumda diyetisyen hesaplarını takip eden kişiler belirli bir süre sonra “beğendikleri” diyetisyenlerle iletişime geçmekte ve beslenme danışmanlığı talep etmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak da diyetisyenlerin aylık kazançları artmaktadır.

*Dijital alanda olmak tabii ki etkiliyor kazancı. Mesela benimle aynı yıl mezun olmuş ama çok içerikler üreten ve sosyal medya hesaplarını aktif kullanan bir kız vardı. Aynı dönem mezunuz ve aynı yaştayız ama onun 150k takipçisi vardı, şu an daha fazla da olabilir, emin değilim yani. Onun kazandığı ile benim kazandığım tabii ki bir değil. (K1)*

Buradan hareketle dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenlerin bu platformları ne kadar sık kullandığı ve ne kadar çok takipçileri olduğu meselesi aylık kazancı etki eden bir durum olmaktadır. Dolayısıyla elde edilen verilerden hareketle dijital platformlarda görünür olmak aynı zamanda meslek piyasasında görünür olmak anlamına gelmektedir. Bu durumda da katılımcılar daha çok avantaj olarak adlandırdıkları olumlu faktörlere işaret ederek açıklama yapmışlardır. Burada da dijital dönüşümün meslek hayatında nasıl bir deneyim yarattığını anlamak kolaylaşmaktadır.

Çünkü dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak bu dönüşümler meydana gelmiş ve beraberinde değinildiği gibi avantajları ve dezavantajları da getirmiştir.

Mesleki kimlik ile dijital platformlarda var olmanın dezavantajlarına bakıldığında ise “paylaşım yapmaya mecbur hissetme” en büyük dezavantaj olarak görülmektedir. Çünkü meslek ve çalışma hayatını sadece dijital olarak yürütmeyen katılımcılar, hem fiziksel olarak var oldukları ofislerinde danışanlarına bakmakta hem de dijital platformları kullanarak danışanlarıyla iletişim halinde olmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak da dijital platformlarda her zaman aktif olmadıkları ve bu durumun zaman zaman onları zorladığını ifade etmişlerdir. Üzerinde durulması gereken konulardan birisi de bu platformların işleyiş mantığıdır. Bu platformlarda mesleki tanınırlık elde edebilmek ve yeni danışanlara ulaşabilmek için her zaman çevrim içi olmak önemli olmaktadır. Ulaşılabilir olmak da sürekli aktif olmak ile mümkündür. Fakat bu durum hem iş-yaşam dengesine zarar vermekte hem de diyetisyenlerin gündelik yaşam pratiklerinin büyük bir çoğunluğunu dijital platformlarda geçirmelerine neden olmaktadır. Bu durumla baş edebilmek için bazı katılımcılar asistanlarından yardım aldıklarını dile getirmişlerdir. Örneğin katılımcılar, hangi günler hangi içeriklerin paylaşılacağı ya da hangi danışan ile ne zaman ve saat kaçta görüşme yapılacağı gibi durumların planlanmasında yardım aldıklarını dile getirmişlerdir. Fakat asistanları olmayan diğer katılımcılar bu durumun zorlayıcı olduğuna dikkat çekmişlerdir.

*Sosyal medya öyle bir yer ki kullanmadıkça seni unutuyor. Yani “keşfet”e düşmüyorsun farklı insanlara ulaşamıyorsun vs. Mesela diyelim, ben iki güne bir post atan ya da video paylaşan biriyim. İki günde bir mutlaka atarım bunu ama bunu bir kez yapma; unutuyor, seni öne çıkarmıyor. Yani kendi klinikteki mesai dışında bir de bu dijital alanlar için mesai harcıyorum. (K2)*

*Aktif kullanıyor olmak çok zaman alan bir şey bence, zaman noktasında birazcık zaman alıyor. Ha şu olabilir; o platformlara bir girdiniz mi ya da aktif olmaya başladıktan sonra o aktifliğin düşmemesi adına aktif olmaya devam etmek gerekiyor. Bu bir taraftan yorucu, ypratıcı bir şey. Sürekli orayla ilgileniyor olmak yıpratıcı bir şey. (K8)*

Görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinden de hareketle bu platformlar özellikle ciddi bir zaman ayırmayı gerekli kıldığı için katılımcılar çevrim içi alanda mesleki kimliklerini sürdürmekte zorlanabilmektedirler. Bu platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan ve



aktif bir şekilde bu platformları kullanan katılımcıların birçoğu bu durumun birçok avantajının olduğunu dile getirmiş olsa da uzun vadede dijital bağımlılık yarattığının da altını çizmişlerdir. Bu durum dijitalleşmenin toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmesiyle yaratabileceği dezavantajları anlama noktasında önemli bir örnek olmaktadır.

*Bence dezavantajı şu; çok fazla ekrana bağlı hale getiriyor. Özellikle de normal fonksiyonel hayatınızda da çok fazla bilgisayar kullanan biriyseniz benim gibi artık hani yani onlarsız hiçbir şey yapamıyor hale geliyorsunuz. (K15)*

*Dezavantajı şu olabilir, bağımlılık konusu, yani teknolojiye bağımlı oluyorsunuz ve onlar sizin eliniz kolunuz bizim meslek için özellikle de. Yani otomatikman her gün elin sosyal medya hesaplarına gidiyor ve bu istemsizce oluyor. Bir müddet sonra kendi çevrenden tepki almaya başlıyorsun. Misafirlikte olsan bile o WhatsApp'a bakma gereği duyuyorsun çünkü sen biliyorsun; danışan, hızlı cevap verdiğinde danışan diyetle daha iyi uyuyor. Danışan bir şey için seni bekliyor orda, çünkü sana ihtiyacı var ve senin de ona ihtiyacın var, Danışanı elinde tutmak için ve onu güvende hissettirmek ve diyet yapmasına devam ettirmesi için de ister istemez bağımlı oluyorsun dijital teknolojilere. (K22)*

Katılımcıların ifadelerinden hareketle sürekli paylaşımlar yapma mecburiyeti danışanlarla olan iletişim sürecinde de etkilidir. Çünkü gün içerisinde diyetisyenlere beslenme ile ilgili herhangi bir soru sormak ya da beslenme öğününü paylaşmak ve diyetisyenden onay almak isteyen danışanlar olmaktadır. Görüşme yapılan katılımcıların bu durumu çok önemsediklerini ve danışanlarının onlara istedikleri her an ulaşabilmelerini önemli bulduklarını dile getirmişlerdir. Çünkü danışan ile sağlıklı bir süreç deneyimlerken karşılıklı iletişim ve etkileşimin önemli olduğunu düşünmektedirler. Aynı zamanda bu durumun uzun vadede danışan memnuniyeti ile daha fazla kişiye ulaşabilmelerini ve mesleki anlamdaki başarılarını gösterebilmeleri için bir fırsat olarak görmektedirler. Bu durum elbette diyetisyenlerin dijital araçlardan uzun süre uzak kalmasına engel olmaktadır.

Sonuç olarak, katılımcıların dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olmada en çok zorluk yaşadıkları konu, sürekli paylaşımlar yapmak ve dolayısıyla da dijital alanlarda aktif olmak olarak ortaya çıkmaktadır. Bu, mevcut dijital uygulamaların algoritmasında görünür olmayı düşürmemek adına ve kendilerini takip eden pek çok diğer takipçilerini de dikkate alarak bir zorunluluk haline gelmektedir. Burada unutulmamalıdır ki görüşme

yapılan katılımcıların birçoğu fiziksel olarak kendilerine ait ofislerinde de danışanlarıyla görüşmekte ve dolayısıyla gündelik yaşamlarında hem dijital platformlar için vakit ayırmaktadırlar hem de yüz yüze ofis görüşmeleri için de vakit ayırmaktadırlar. Dolayısıyla diyetisyenler hem yüz yüze görüşme yaptığı danışanlarına vakit ayırmaktadırlar hem de dijital platformları ve dijital araçları kullanarak aktif olmayı ve görünür olmaya çalışmaktadırlar. Bu durumun da planlı bir şekilde yürütülmezse uzun vadede yorucu ve yıpratıcı olduğunu dile getirmişlerdir.

Katılımcıların yaşadıkları bir diğer dezavantaj ise görünür olmayı istememe durumudur. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların çoğu bu platformlarda mesleki kimleri ile var olmaktan ve kendi meslek hayatlarına dair paylaşım yapmaktan dolayı mutlu olduklarını ifade etmiş olsalar da bazı katılımcılar bu durumun zaman zaman bir dezavantaja neden olabileceğini vurgulamışlardır.

*Şöyle, bazı insanlar sosyal medya kullanmayı çok sevmiyor olabiliyor. Çok görünür olmayı sevmiyor olabilir. Ben mesela görünür olmayı severim, benim için sıkıntı yok. Ama bazı insanlar karakter olarak çok çekingen olabilir, mesleğinde çok iyidir ama konuşurken mesela kalabalığın içinde reels çekemez ya da Instagram'da çok fazla paylaşım yapamaz, aktif olamaz, belki buna yeteneği yoktur ya da nasıl yapacağını bilmiyordur. Yani her şey olabilir. Öyle olanlar için bir dezavantaj oluşturuyor yani. (K1)*

Burada dijital platformlara dair ilgisi olmayan ya da bireysel nedenlerle görünür olmayı istemeyen diyetisyenlerin de olduğu görülmüştür. Çünkü görünür olmak; diyetisyenlerin çoğunlukla video paylaşımları ya da bir konu hakkındaki bilgilerinin görsel ya da yazılı paylaşımı olduğu için orada meslek hayatına ilişkin içerik paylaşıyor olsa da bireysel olarak görünür olmayı tercih etmeyen diyetisyenlerin de olduğu dile getirilmiştir. Fakat katılımcıların ifadelerinden hareketle görünür olmama durumu birtakım dezavantajlara yol açmaktadır.

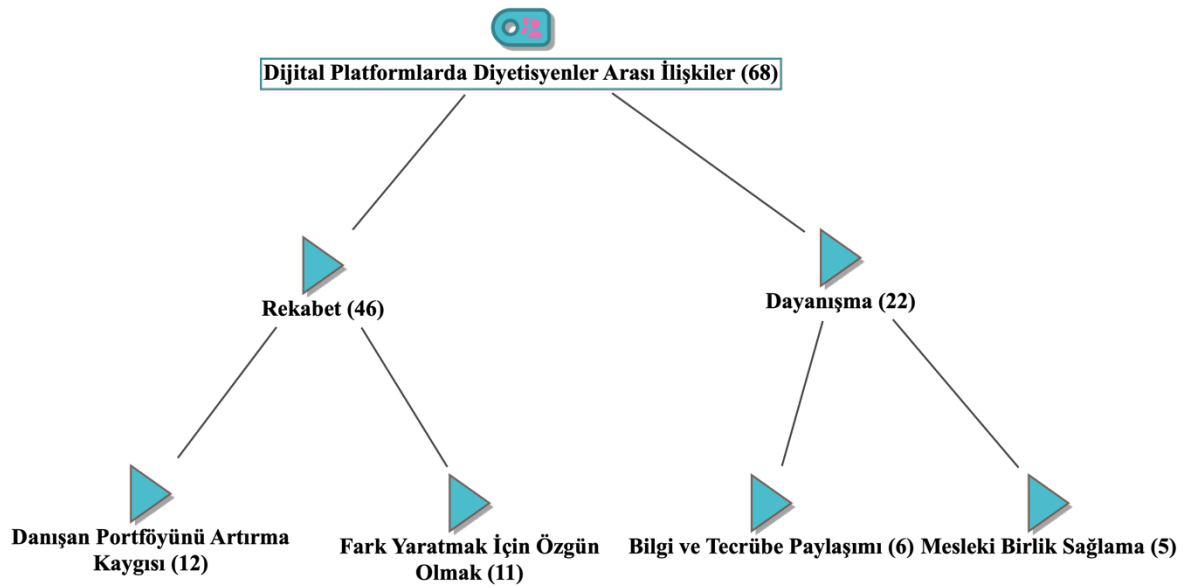
*Bazen gerçekten –insanız- ve bazen sosyal medya detoksu falan yapmak istiyorum yani. Bu mümkün değil mesleğim için, çünkü etkileşim düşüyor, profilimi ziyaret edilmesi düşünüyor. Bu sefer bu da sizin ordan ulaşabilecek potansiyel danışanlara ulaşmanızı engelliyor. (K20)*

Mesleki kimlikleri ile bu platformlarda yer almak ayrı bir zaman ve emek gerektirdiği için bazı katılımcılar ara vermek isteseler de bu durumun zor olduğunu dile getirmişlerdir. Katılımcılar bu durumun her zaman yaşanmadığını fakat meslek hayatlarında çok yoğun olan süreçlerde dijital alanlardan kolayca ayrılamayacak olmalarının onlar için dezavantaja neden olduğunu düşünmektedir. Bu durum aslında mesleğin dijital araçlarla ve dijital platformlarla çok iç içe olduğunun da bir göstergesidir. Çünkü katılımcılar bunların meslek ve çalışma hayatlarının bir parçası olduğunu ve kolayca bırakılabileceğini mümkün olmadığını dile getirmişlerdir. Nihayetinde mesleklerini bu platformlar aracılığıyla icra eden diyetisyenler için bu platformlardan tamamen ayrılmak oldukça zor görünmektedir.

Sonuç olarak dijital platformlarda mesleki kimlik ile var olmak katılımcılar tarafından daha çok avantajlarına odaklanarak cevaplanmış olsa da yukarıda değinildiği gibi elbette dezavantajları da vardır. Buradan hareketle dijitalleşme süreci görüşme yapılan katılımcılardan elde edilen verilerden hareketle, mesleki kimliğin inşasında ve mesleği icra etmede rol oynayan önemli bir faktör haline dönüşmüştür.

#### **5.1.4. Dijital Platformlarda Diyetisyenler Arası İlişkiler**

Bu alt temadaki katılımcılara dijital platformlarda diyetisyenler arası nasıl bir ilişki vardır diye sorulmuştur. Bu soruya aşağıdaki görselden de anlaşılacağı üzere daha çok rekabet olduğuna yönelik yanıtlar gelmiştir. Rekabetin temel kaynakları ise danışan portföyünü artırma kaygısı ve fark yaratmak için özgün olmak başlığı olmak üzere 2 kodlama ile ele alınmıştır.



**Şekil 9. Dijital Platformlarda Diyetisyenler Arası İlişkiler**

Dijital platformlarda diyetisyenler arası rekabet başlığında ele alınacak ilk kod, danışan portföyünü artırma kaygısıdır. Burada katılımcılar, dijital platformlar ile yeni danışanlara ulaşabildikleri için bu platformları önemli bulmaktadırlar. Katılımcılar, danışan portföyünü artırmak için dijital platformları birer araç olarak kullandıklarını dile getirmişlerdir. Fakat dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan çok fazla diyetisyen vardır. Bu platformlarda kendilerini tanıtan, uzmanlık alanlarına yönelik içerikler paylaşan, başarılarını paylaşan ve oldukça fazla takipçisi olan birçok diyetisyen vardır. Tam da burada rekabet önemli bir faktör olmaktadır.

*Rekabet tabii ki var. Mesela bir diyetisyen var; İstanbul Nişantaşı'nda çalışıyor. Ona gelip giden danışanın haddi hesabı yok. Ama mesela ben de çalışıyorum hani danışanım var ama sayılı. Böyle olunca ister istemez sosyal medyada da neyi paylaşısam daha çok işte öne çıkarım, danışan yakalayabilirim gibi ister istemez rekabet oralara da yansıyor tabii. Mesela bizim atamalarımız genelde çok az olduğu için çoğumuz özel sektördeyiz. Doğal olarak özel sektörde ne kazanırsan onu yersin. Herkes de çok kazanmak istiyor doğal olarak da rekabet artıyor. (K19)*

Araştırmada yer alan katılımcıların tamamı herhangi bir devlet hastanesinde çalışmamaktadır. Katılımcıların tamamı özel sektörde çalışan diyetisyenlerdir. Bu anlamda da özel klinikleri olan diyetisyenler olduğu gibi tamamen çevrim içi şeklinde mesleğini icra eden katılımcılar da vardır. Bu durum araştırma için de önemlidir çünkü

katılımcının yukarıda ifade ettiği gibi rekabet alanı devlet hastanelerinden ziyade özel sektörde çok daha fazla yoğun deneyimlenmektedir. Bu rekabet ortamı dijital platformlara da yansımaktadır.

Dijital platformlarda danışan portföyünü artırmak adına bazı paylaşımlar yapılmaktadır. Bunlardan birisi danışanlarının öncesi-sonrası fotoğraflarının paylaşımıdır. Bu fotoğraf paylaşımı ile diyetisyenler sürecin başarılı bir şekilde sonuçlandığını vurgulayarak zaman zaman da kısa sürelerde ne kadar hızlı kilo verdirdiklerini ima eden paylaşımlar bulunmaktadır. Bunun sonucunda da dijital platformlarda diyetisyenin ne kadar başarılı bir diyetisyen olduğuna dair bir imaj yaratılmış olmaktadır. Nitekim görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinden hareketle bu paylaşımlar pek çok kişi tarafından beğenilmekte ve diyetisyenlerin yeni danışan çekmesinde çok büyük bir rol oynamaktadır. Burada katılımcıların üzerinde durduğu konu, mesleki etikdir. Bazı katılımcılar bu durumu etik dışı bulmamakta danışanlarından izin alarak bu paylaşımları yaptıklarını dile getirmektedirler. Bazıları da bu durumun danışan mahremiyetini ihlal ettiği için mesleki etik dışı olarak görmektedir.

*Rekabet özellikle de dijital platformda kesinlikle var, daha çok reels. Ben üreteyim daha çok post paylaşayım, daha çok benim danışanım olsun. Before-after fotoğrafları paylaşayım falan gibi ama burada da diyetisyenler arasında ayırım oluyor. Bazıları before-after'ın paylaşılması gerektiğini -çünkü bu daha çok danışan çekiyor, bakın böyleydi böyle oldu gibisinden-; bazıları da bunun mahremiyet olduğunu ve kesinlikle paylaşılmaması gerektiğini ifade edebiliyor. Yani hem düşünce farklılığından kaynaklanan bir rekabet var hem de onun dışında bir çekememezlik var yani. Mesela ben diyetisyenim; dijital platformlarda hesabım var. Arkadaşım da diyetisyen mesela. Onun hesaplarını niye tavsiye edeyim ki ya da önereyim? Çünkü kitleyi ben kendime çekmek isterim. (K1)*

Görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinden hareketle anlaşılacağı üzere dijital platformlar, danışan portföyünü genişletme konusunda önemli bir rol oynamaktadır.

*Daha çok rekabet üzerine bir ilişki olduğunu düşünüyorum. Yani şöyle işte: En çok kimin takipçisi var, en çok kim ordan para kazanıyor veya en çok kim etkileşim alıyor? Onun rekabeti var, net! Bu rekabet uğruna da etik olmayan şeyler bu yüzden yapılıyor zaten, yoksa yapılmaz. O rekabet ortamı, takipçi sayısını artması; işte diyorum ya o takipçi sayısının artması danışan sayısının artması demek. Haliyle dediğim gibi, bu iş ilk başta sağlık işi ama bir yandan da para kazanmak için de yapılan bir iş. (K23)*

Dolayısıyla görüşme yapılan katılımcıların ifadelerinden hareketle dijital platformlarda meslektaşlar arasındaki ilişkiler dayanışmadan çok rekabete dayanmaktadır. Çünkü en temelde bütün diyetisyenler, kendilerine ait bir danışan kitlesi yaratmak ve bunun bir sonucu olarak düzenli danışan alarak meslek hayatlarını sürdürebilmek ya da daha fazla kazanmak istemektedirler.

Diyetisyenlerin dijital platformlarda paylaştıkları içeriklerin mümkün olduğunca özgün olması için paylaşım öncesinde diğer meslektaşlarıyla bilgi paylaşımı yapmaktan kaçınılmaktadırlar. Bu durum, fark yaratmak için özgün olmak olarak ifade edilmiştir. Fark yaratma kaygısına ek olarak katılımcılar sık sık dijital platformlarda diyetisyenlerin benzer içerikler paylaşabildiğini, dolayısıyla da kendine özgü içerikler oluşturmak adına bir dayanışmadan ziyade rekabetin olduğunu vurgulamışlardır. Bu durum dijital platformlardaki diyetisyenlerin fazlalığı göz önüne alındığında anlaşılabilir bir durumdur. Pek çok diyetisyen bu rekabet alanında kendi kitlesini yaratmak adına çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bunlardan birisi de meslektaşlarıyla ya da mesleğe yeni başlamış ya da başlayacak olan kişilerle mesleki tecrübe ya da bilgi birikimlerini paylaşmamaktır.

*Rekabet olduğunu düşünüyorum tabii, bizim beslenme ve diyetetiğe ilişkin eğitimlerimiz oluyor. Mesela ben onu yaptığımda 70 kişi başvurdu benim stajıma ve 1 haftalık stajdı ve WhatsApp üzerinden herkesle konuştum ve aslında hepsi daha başka bir sürü eğitime katılmış ve bir sürü diyetisyenle görüşmüşler ama kimse onlara doğru dürüst bir bilgi aktarmamış. Sonra onlarla diyet listelerimi paylaştım; nasıl anemnez alınır, psikolojik olarak diyet sürecine nasıl bakmamız gerekir, diyetisyen burada nerede durmalı ve nerede bir psikoloğa sevk etmeli; yani biz bu sunumları verdikten sonra onu anlamıştık. Demiştim ki o zaman demek ki mesleki bir dayanışma yok, dayanışma olsaydı eğer bu kişiler bunları çoktan biliyor olurlardı. Maalesef diyetisyenlik mesleği çok rekabetli bir alan iyi bir diyetisyenle karşılaşır ve yollarınız geçerse size öğretir ama onun dışında yok maalesef. (K22)*

Yukarıdaki katılımcı ifadesinin yanı sıra başka bir katılımcı da rekabet ortamının staj sürecinde de deneyimlendiğine dikkat çekmiştir. Burası önemlidir çünkü aslında staj süreci diyetisyenlerin mesleğe yeni başlayacak olan diyetisyen adaylarına mesleki bilgi ve tecrübelerini aktarabilecek en uygun alanlardan birisidir. Fakat bazı diyetisyenler, staj sürecinde bile kendisine potansiyel rakip olarak gördükleri diyetisyen adaylarıyla bilgi

ve tecrübelerini paylaşmamaktadır. Buradan hareketle mesleğin dijital platformların yanı sıra diğer alanlarda da rekabet içerdiğini ifade etmek mümkündür.

*Bir rekabet var kesinlikle. Ben çok karşılaşmadım ama staj sürecinde bazı arkadaşlarım karşılaşmış. Bazı diyetisyenler çok fazla bir şey öğretmeye hevesli değilmiş ileride o benim rakibim olacak diye. Ben bunu doğru bulmuyorum kesinlikle, sürekli bir rekabet içerisinde bir dayanışma olmuyor. Hem böyle olursa mesleğin ilerlemesi de zor olur. (K1)*

Öte yandan katılımcılar bu rekabetin kendilerini diğer diyetisyenlerden ayırmak adına, başka bir deyişle mesleki kimlikleriyle tanınırlığını artırabilmek ve özgün olarak fark yaratabileceklerini düşündükleri gerekçesiyle yapmaktadırlar. Bunun yanı sıra katılımcılar rekabetin fazla olmasının temel nedenlerden birisi olarak mesleklerini icra ettikleri şehirlerdeki diyetisyenlerin fazla olmasıyla ilişkilendirmektedirler. Çünkü onlara göre İstanbul'da diyetisyen olan bir kişinin rekabet alanı çok daha fazladır. Bu durumda danışanların da diyetisyen tercihleri çeşitlilik göstermekte, dolayısıyla diyetisyenler bu rekabet alanında kendilerini var edebilmek için çalışmaktadırlar.

*Dijital platformlardaki diyetisyenler arasında tabii ki rekabet var. Diyelim ki aynı semtte bulunduğun, çaprazında, yani benim ofisimin bulunduğu caddede 30 tane diyetisyen var ve bu 10 tramvay durağı arasında yani böyle olunca da tabii ki rekabet oluyor. Çünkü gelen danışan diyor ki şu diyetisyene gittim, kilo veremedim. Yani kıyaslıyor ve şey diyor “sizde kilo verebilecek miyim” diyor. [...] Bence diyetisyenlerin aşırı derecede bir hırsı var. Senin takipçin çok fazla sen şunları yapıyorsun vs. Yani aslında yüksek takipçi olmanın ötesinde önemli olan etkileşim, yani ne kadar kişi sana bakıyor ne kadar kişi gönderilerini görüyor, bunlar daha önemli. Çünkü takipçi satın alabilirler parayla. Mesela on bin takipçi 500 tl’miş, geçen gün öğrendim. Ama bunların gerçek bir danışan potansiyeli olacak mı yani? Ne kadar çok takipçi o kadar çok danışan olduğu anlamına da gelmiyor. Sosyal medya yanılıgısı işte bu da. (K2)*

Dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenlerin karşılaştıkları diğer bir durum ise takipçi sayılarının azlığı ve çokluğu meselesidir. Bu durum zaman zaman diyetisyenler arası rekabete neden olmaktadır. Çünkü takipçi sayısı fazla olan diyetisyen hesaplarının daha çok danışanı olduğu ya da daha iyi bir diyetisyen olduğu fikri yaygındır. Oysa yukarıdaki ifadeden de anlaşılacağı gibi takipçi sayısının çok olması o diyetisyenin niteliği ile ilgili bir gösterge değildir.

Katılımcılar meslek ve çalışma hayatlarına başladıkları şehirdeki diyetisyenlere ve uzmanlık alanlarına ilişkin araştırmalar yaptıklarını dile getirmişlerdir. Bu durum önemlidir çünkü rekabet edecekleri kişilerin uzmanlık ve çalışma alanlarını bilmek alanda fark yaratabilmek ve kendi danışan kitlesini oluşturmak noktasında önemli olmaktadır. Aşağıda bu duruma örnek oluşturabilecek bir katılımcı ifadesine de yer verilmiştir.

*Aynı şehirde olan diyetisyenler arasında bir rekabet olabilir veya aynı şehirde olup aynı alanda çalışmalar yapan kişiler arasında da bir rekabet olur ama muhakkak onlar Instagram üzerinden birbirlerini takip ediyorlardır; kendisine rakip gördüğü kişiyi takip ediyordur bence. Mesela ben fonksiyonel tıp alanına ilk girdiğim zaman hemen baktım işte Eskişehir’de diyetisyenler bu alanla ilgileniyor mu ve bu alanda bu şehirde kimler var? Çünkü insan merak ediyor ve araştırdım ben de. Çok güzel danışan kitlesi olan bir diyetisyen buldum ve incelemeye başladım sayfasını. Acaba nasıl danışan buluyor ve bu alanda nasıl ilerliyor diye baktım ve şeyi fark ettim gerçekten düzenli paylaşımlar yapıyor, reels videoları yapıyor, videolarda kendini gösteriyor. Bu konuda mesela ben bu diyetisyeni kendime rakip olarak gördüğüm için takip etmedim. Onun danışanı ona, benim danışanı bana, yani o noktada bence kişisel olduğunu düşünüyorum bu durumun. (K4)*

Katılımcının ifadelerinden hareketle, aynı şehirde mesleğini icra eden diyetisyenlerin birbirlerini olası rakip olarak görme ihtimalleri daha yüksektir. Çünkü mesleklerini icra ettikleri şehirdeki diyetisyen sayısının azlığı ya da çokluğu kendilerinin tercih edilebilirliğini etkilemekte; rekabet alanı zayıflamakta ya da artmaktadır. Sonuç olarak diyetisyenlerin dijital platformda meslektaşlarıyla olan iletişimleri daha sınırlı ve rekabet üzerine dayalıdır.

Dijital platformlarda diyetisyenler arası ilişkilerin ele alındığı alt temanın bir diğer başlığı ise dayanışmadır. Katılımcıların bazıları dijital platformların bilgi ve tecrübe paylaşımı noktasında meslektaşlar arası bir dayanışma yarattığını düşünmektedir.

*Mesela diyetisyen arkadaşım ile birlikte birbirimizi motive ederek başladık işe ve paylaşımlarımızın altına yorumlar yazıyoruz. Hikayelerimizde birbirimizin paylaşımlarını paylaşıyoruz. Bu mesleki birlik ve dayanışma açısından çok güzel bir şey. İnsan kendini yalnız hissetmiyor. (K4)*

*Mesleki dayanışmanın sosyal medyada da olması gerektiğini düşünüyorum. Onun dışında ben şu an [...] akademisindeyim. Online bir akademi bu. Akademinin kurulma amacı aslında mesleki birlik ve burada ben şeyi görüyorum, bu rekabet durumu asla yok. İçinde bulunduğumdan dolayı çok mutlu olduğum bir aile*



*diyebilirim. Demek ki online'dan da bu şekilde mesleki birlik sağlanabiliyormuş, bunu gördüm. Mesela tecrübe paylaşımı oluyor hani sosyal medya üzerinden de bizimle bir şeyler paylaşıp kendi sayfaları üzerinden bizim paylaşımlarımızı yapma fırsatı tanıyorlar bize. Onların sayfası çok büyük bir sayfa ve yeni diyetisyeniz ama bizim paylaşımlarımızı kendi sayfalarında paylaşabiliyorlar. Ya da ünlü diyetisyenler bizim hesaplarımızı paylaşabiliyorlar. Bu tamamen birlikte ilişkili. Ama tabii benim içerisinde bulunduğum akademide karşılıklı bir ilişki de var yani aslında. Ben de akademiye girerek aslında o hocalara bir şeyler kazandırdım. Onlar da bana bir şeyler kazandırdı tabii. Bazı şeyler karşılıklı yani. (K4)*

Mesleki dayanışmanın sağlanmasında çeşitli eğitim platformları ve topluluklar da önemli olmaktadır. Bu bağlamda bu topluluklar, diyetisyenlerin sayfalarının görünürlüğünü artırmak ve daha çok kişiye ulaşabilmesini sağlamak adına diyetisyenlerin hesaplarını sayfalarında paylaşmaktadırlar. Katılımcıları çoğu da mesleki dayanışmanın diyetisyenler tarafından kurulmuş topluluk ile sağlandığını ifade etmişlerdir. Diyetisyenlerin bir araya gelerek mesleklerine dair yaptıkları konuşmalar, tecrübe paylaşımları mesleki dayanışmanın sağlanmasında etkili olmuştur. Bu anlamda dijital platformlar sayesinde birbirleriyle tanışan pek çok diyetisyen olduğunu katılımcılar görüşmelerde sık sık dile getirmişlerdir.

*Bizim [...] diye bir topluluğumuz var daha önce bahsetmiştim 4,5 yıldır bir topluluk ben mezun olduğum sene beraber bir topluluk açmıştık ve burada birçok diyetisyen var. Aslında ben bu topluluk için kesinlikle bir dayanışma halindeyiz diyebilirim. Çünkü aslında bilgiyi birbirinden saklayarak hiçbir şekilde yol alınabileceğini düşünmüyorum. O yüzden biz bu ekiple de bunu yapmaya çalışıyoruz. Tanımadığımız insanlara da eğer paylaştığı bilgi doğru bilgiyse onları da paylaşıyoruz. Mesela birimiz bir paylaşım yapıyor ve bizim de hoşumuza giderse hikayelerimizde paylaşıyoruz ve böylece bilginin daha fazla yayılmasını sağlıyoruz. Dünyayı iyilik kurtaracak. O yüzden kesinlikle iyiliği yaymaya çalışıyoruz. (K8)*

Dayanışma olduğu vurgusunu yapan katılımcılar, mesleki bilgi ve tecrübenin aktarılması gerektiğini vurgulayarak mesleğin de ancak böyle ilerleme kat edebileceğini dile getirmişlerdir. Burada önemli olan bir diğer nokta mesleki birlik ve dayanışmayı sağlarken dijital araçları ve dijital platformları da aktif bir şekilde kullanıyor olmalarıdır. Mesleklerine dair kurdukları topluluklara ait sosyal medya platformu açarak oradan eğitim duyuruları, mesleki tecrübe paylaşımları yapmaktadırlar. Dolayısıyla dijital alanlarda da bir mesleki birlik kurma çabası söz konusudur. Fakat katılımcıların çoğu bu durumun çok fazla olmadığını altını çizmişlerdir. Nitekim Şekil 9'da da

görüldüğü üzere dayanışmanın rekabete göre çok daha az olduğu ele alınan kodlamalardan anlaşılabilir.

Dayanışmanın bir diğer kodu olan mesleki birlik sağlama kodu ise yukarıda değinilen bilgi ve tecrübe paylaşımı kodu ile paralellik göstermektedir. Çünkü mesleki dayanışmanın sağlanmasında hem bilgi ve tecrübe paylaşımı hem de mesleki birlik için gösterilen çabalar ön planda olmaktadır. Burada katılımcılar, mesleki birlik sağlamanın önündeki engel olarak dijital platformların rekabetçi yapısını dile getirmişlerdir. Çünkü bu platformlar daha çok paylaşım yaparak daha çok görünür olmayı ve daha geniş kitlelere ulaşabilmeyi mümkün kıldığı için bu da bir zaman sonra diyetisyenlerin meslektaşları ile aralarında bir rekabete neden olmasına yol açmaktadır. Bunun sonucu olarak da mesleki birlik sağlamak git gide zorlaşmaktadır.

*[...] Fakat bir dayanışma da yok değil kesinlikle. Bence tamamen umutsuz olmamak lazım. Şimdi önce insanız, Hilal Hanım; bunu utmamak lazım. Bizim topluluğumuzda biz çok güzel şeylere şahit oluyoruz. Birlikte çalışma yapanlar, birbirleriyle notlarını paylaşanlar, danışan yönlendirenler... Özellikle de bu sıralar deprem bölgesindeki iletişim kurabildiğimiz diyetisyenlere hasta paslamaya çalışıyoruz. Çünkü tek ekonomik gelirleri burası ve yapabileceğimiz her şeyi yapmaya çalışıyoruz açıkçası. Bu önemli bir şey ve kesinlikle yok sayılamaz ama diğer taraftan sosyal medya hakikaten bir hürs platformu, insanın daha çok görünebilir olduğu ve görünmeyi istemesi aynı zamanda bir hürsü da meydana getiriyor maalesef. (K6)*

Katılımcının ifadesinde yer alan deprem bölgesindeki diyetisyenlere yardım edilmesi, mesleki bir dayanışma sağlamak konusunda önemli bir örnek olmaktadır. Dolayısıyla mesleki dayanışmanın daha çok bilgi ve tecrübe paylaşımında ve mesleki anlamda bir birlik oluşturabilmek konusunda olduğunu ifade etmek mümkündür.

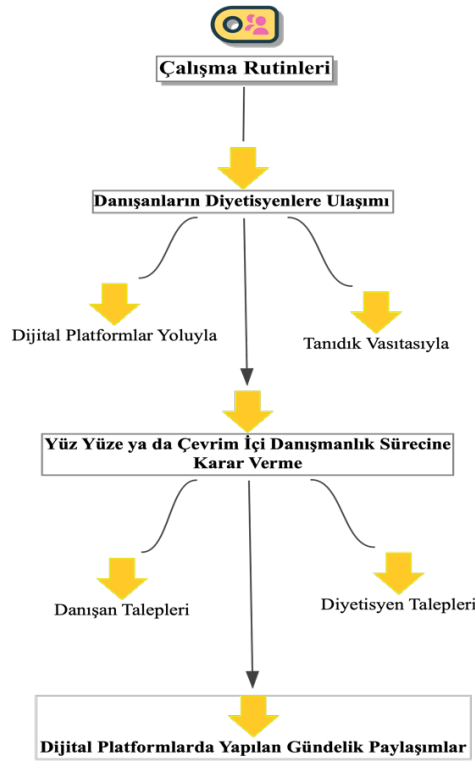
## 5.2. ÇALIŞMA KOŞULLARININ DİJİTALLEŞMESİ

Çalışma koşullarının dijitalleşmesi başlıklı ana temada, dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik alanındaki gündelik pratiklerde, danışanlarla olan ilişkilerde, çalışma biçimlerinde, pandemide ve mesleğin geleceğinde ne tür etki ve farklılıklar yaratacağı beş alt tema altında ele alınmıştır. Bu alt temaların ortak özelliği; diyetisyenlik mesleğinin çalışma koşullarındaki dijitalleşme ve dijital dönüşüm olgusudur. Nitekim ilk alt temada,

diyetisyenlerin çalışma hayatı ve çalışma koşullarında dijital gündelik pratiklerin neler olduğu ve bu pratiklerin çalışma hayatlarının nasıl bir parçasına dönüştüğü ele alınmıştır. İkinci alt temada diyetisyenlerin dijital araçlar ve dijital platformlar aracılığıyla danışanları ile olan iletişim sürecinde sürekli ve her an olan iletişimin nasıl karşılıklı bir gözetim pratiğine dönüştüğü açıklanmıştır. Üçüncü alt temada, dijitalleşmenin çalışma biçimine etkileri ve esnek çalışma saatleri, katılımcıların özel sektördeki çalışma deneyimleri örneklerinden hareketle ele alınmıştır. Dördüncü alt temada, Covid-19 pandemisinin dijitalleşme sürecindeki etkisinin diyetisyenlerin çalışma hayatlarındaki yansımalarına odaklanılmıştır. Son olarak beşinci alt temada ise diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma koşullarının bugünkü konumu ve geleceğinde dijitalleşmenin rolü ve dijital dönüşüm değerlendirilmiştir. Dolayısıyla çalışma koşullarının dijitalleşmesi ana temasında daha çok diyetisyenlik mesleğin çalışma koşullarına, çalışma saatlerine, çalışma rutinlerine ve çalışma hayatlarındaki dijitalleşme ve dijital dönüşüme odaklanılmıştır.

### **5.2.1. Diyetisyenlerin Çalışma Hayatı ve Çalışma Koşullarında Dijital Gündelik Pratiklerin Rolü**

Bu alt temada, görüşme gerçekleştirilen katılımcıların çalışma koşullarında ve çalışma rutinlerinde dijitalleşmenin nasıl deneyimlendiği ele alınmıştır. Katılımcılardan tipik bir iş gününün nasıl geçtiğinin anlatılması istenmiştir. Buradan hareketle katılımcıların çalışma rutinlerini daha sistematik anlatabilmek adına aşağıda görülen Şekil 10 oluşturulmuştur. Şekilde görüldüğü gibi öncelikle katılımcılar danışanların kendilerine ulaştıklarını ve randevu talep ettiklerini dile getirmişlerdir. Burada üzerinde durulması gereken nokta, danışanların diyetisyenlere ulaşmada kullandıkları araçlardır. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların çoğu, danışanların hem tanıdık vasıtasıyla hem de dijital platformlar yoluyla ulaştıklarını dile getirmişlerdir. Fakat bu iki ulaşım biçiminde dijital platformların daha büyük bir öneme sahip olduğunu sık sık vurgulamışlardır. Danışanlar diyetisyenlerle iletişime geçtikten sonra diyetisyenler öncelikle bir ön görüşme yapmak için randevu oluşturmaktadır. Bu ön görüşme, diyetisyenlerin danışanlarına yönelik bilgi edindikleri bir süreçtir.



**Şekil 10. Çalışma Rutinleri**

Aşağıda katılımcılar, danışanlarıyla iletişime geçme süreçlerinden bahsetmişlerdir. Danışanlarıyla ön görüşmelerinde danışanların durumlarını anlayabilmek ve sağlıklı bir süreç takibi sağlayabilmek için çeşitli sorular sorarak bilgi toplamaktadırlar.

*İlk önce danışan başlama kararı alıyor ve bana yazıyor, sonra ben bir ön görüşme yapıyorum. Neden danışmanlık almak istediğini, ne gibi bir değişim istediğini, kilo almak kilo vermek mi, yoksa sağlıklı beslenmek mi? Yani ilk önce ayrıntılı bir anemnez alıyorum. Bu anemnez de danışanın yaşı, kilosunu, hastalık durumu, ailesinde bir hastalık var mı, bağırsak mide sağlığı gibi böyle birçok ayrıntılı bilgileri içeren anemnez alıyorum. Bu uzun sürüyor bayağı. Yaklaşık 40 dakika falan sürüyor. Ondan sonra ben diyet listesini yazıyorum ve ertesi gün hemen ilk diyet üzerine görüşmemiz oluyor. (K1)*

*Öncelikle varsayalım ki siz yazdınız bana dijital platformlardan birinden ben danışmanlık almak istiyorum diye. Öncelikle bir ön görüşme talep ediyorum ben. Hem birbirimizi tanıyabilmemiz hem de danışanın talepleri ile benim ona verebileceklerimi anlatıyorum. Bununla birlikte ön görüşmeden önce bir tane anemnez formu iletıyorum kişilere bu formda ne yiyor ne yemiyor, neleri seviyor, ailesinde herhangi kronik bir hastalık var mı gibi hem onu tanımaya yönelik hem de geçmişini hastalıklarını öğrenebileceğim bilgiler istiyorum. Bununla birlikte son 3 ya da 6 ay içerisinde alınmış kan tahlili raporu istiyorum. Orada kolesterol değerleri,*

*vitamin mineral değerleri vs bunlara bakıyorum. Ön görüşmede hem birbirimizi tanıyoruz hem de süreci anlatıyorum yani [...] (K5)*

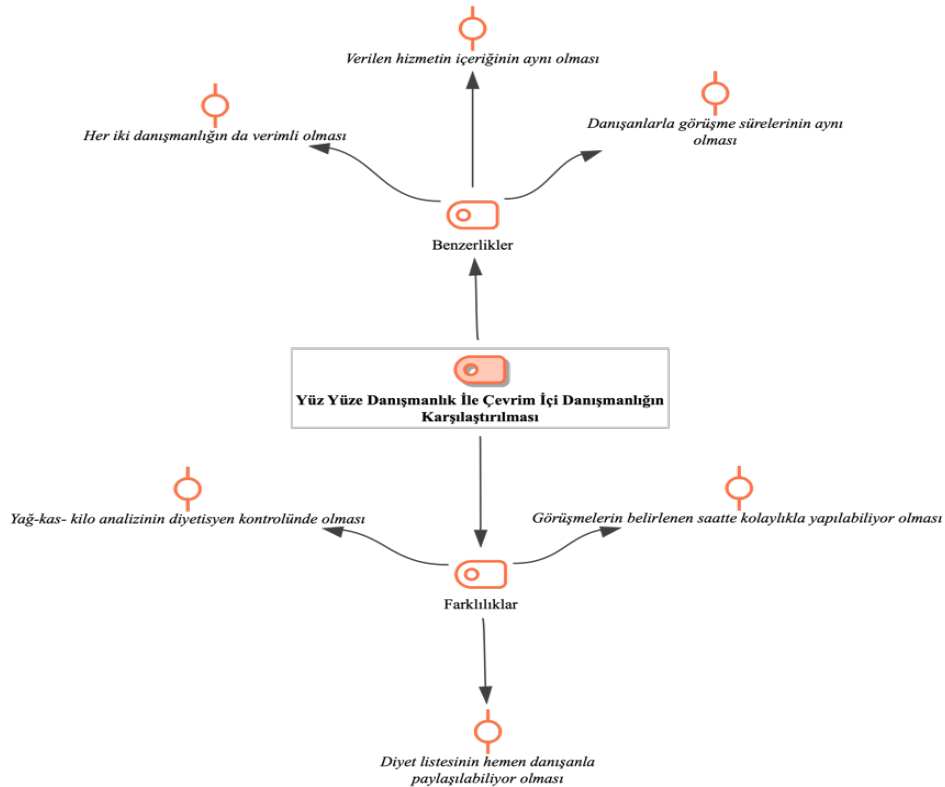
Yukarıdaki ifadelerden hareketle diyetisyenler tipik bir iş gününü anlatırken öncelikle danışanların kendilerine nasıl ulaştıkları ve sonrasında nasıl bir çalışma süreci izlediklerini anlatmışlardır. Burada da doğrudan danışanlarıyla beslenme ve diyet danışmanlıklarına başlamadıkları ve ön görüşme yaparak danışanların taleplerini dikkate aldıkları ve ondan sonra bir diyet listesi hazırladıklarını dile getirmişlerdir. Bunun yanı sıra burada katılımcılar ön görüşmeleri çoğunlukla dijital araçlar yoluyla gerçekleştirdiklerini dile getirmişlerdir. Çünkü bu görüşme süreci, karşılıklı taleplerin dile getirildiği ve danışanın diyetisyeni de tanıdığı bir süreci içermektedir. Bu ön görüşmeden sonra diyetisyenler danışanlara yüz yüze danışmanlık mı yoksa çevrim içi beslenme danışmanlığı mı almak istediğini sormaktadırlar. Elbette burada tamamen uzaktan çalışan diyetisyenler için tek seçenek çevrim içidir ve bu durumu da danışanlarıyla ön görüşmelerde belirtmektedirler. Danışanlar da bunu dikkate alarak diyetisyenleri tercih etmektedirler. Dolayısıyla beslenme ve diyet danışmanlığının yüz yüze mi çevrim içi mi olacağına karar verildikten sonra süreç başlamaktadır.

Görüşme gerçekleştirilen katılımcılara daha çok hangi danışmanlık hizmetinin tercih edildiği sorulmuştur. Fakat katılımcılar bu sorunun kesin bir yanıtının olmadığını bazı aylar çevrim içi diyet danışanlarının daha çok olduğu, bazı zamanlar da yüz yüze danışanlarının daha çok olduğunu dile getirmişlerdir. Burada bu iki danışmanlık sürecinden birisinin tercih edilmesinde çeşitli faktörler etkili olmaktadır. Örneğin, bireysel nedenler, danışanların mesai saatlerinin yoğun olması, diyetisyenlerin talepleri, başka bir şehir ya da ülkede ikamet ediyor olması gibi daha birçok neden bu danışmanlık sürecinin tercih edilmesinde etkili olmaktadır.

Yüz yüze diyet danışmanlığı, diyetisyenlerin çalışma ofislerinde gerçekleştirilmekteyken çevrim içi diyet, dijital araçlar ve dijital platformları kullanarak diyetisyenlerin danışanlarıyla iletişime geçmesini mümkün kılan bir hizmet türüdür. Böylece çevrim içi diyet ile insanlar pek çok farklı şehirden ya da ülkeden istedikleri diyetisyenlerle iletişime geçerek diyet planı ya da beslenme üzerine rehberlik alabilmektedir. Çevrim içi diyet,

araştırmanın konusundan da hareketle dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve yüz yüze danışmanlığın mekân ve zamana olan bağlılığını ortadan kaldırmıştır.

Diyetisyenlere çevrim içi diyet ile yüz yüze diyetin benzerlik ve farklılıkları sorulmuştur. Diyetisyenler, çevrim içi diyet ile yüz yüze diyet danışmanlığını karşılaştırmışlardır. Aşağıda yer alan Şekil 11’de de görüldüğü üzere katılımcıların yüz yüze danışmanlık ve çevrim içi danışmanlığın benzerlikleri ve farklılıkları katılımcı ifadelerine yer verilerek açıklanmıştır. Bu bağlamda katılımcılar, yüz yüze danışmanlık ve çevrim içi danışmanlıktan bahsederken daha çok verilen danışmanlık içeriklerinin aynı olması, danışmanlarla görüşme sürelerinin aynı olması ve her iki danışmanlığın da verimli geçmesini benzerlikler başlığında vurgulamışlardır. Her iki danışmanlıktaki farklılıklar ise yağ kas ölçümü, görüşme saatlerindeki kolaylıklar ve diyet listelerini kısa sürede danışmanlarla paylaşabilme imkânı vardır.



**Şekil 11. Yüz Yüze Diyet ile Çevrim İçi Diyetin Karşılaştırılması**

Yüz yüze ve çevrim içi danışmanlık arasındaki en büyük fark, fiziksel olarak diyetisyenlerin kendi kliniklerinde yer alan yağ, kas ölçümü yapılabilen tartılarla danışanlarını tartabiliyor olmalarıdır. Bu durumu çevrim içi diyetle ise danışanlar kendi imkânlarıyla evlerindeki tartı ve mezura ile yapmaktadırlar.

*İki danışmanlık arasındaki en büyük fark; yüz yüze yaptığımız danışmanlıklarda, burada bir cihazımız var ve yağ-kas analizi yapıyoruz ve sayısal olarak ben danışana şu kadar yağ şu kadar su, şu kadar kas diyebiliyorum. Ama online diyetle daha soyut ilerliyoruz ve danışana hani verdiğiniz kilo yağdan kastan hani onu anlayabiliyoruz incelmelerle ama şu kadarı yağ, şu kadarı kas diyemiyoruz. Yani klinikteki danışana daha somut veriler sunarken online danışanlara daha soyut veriler sunuyoruz. Klinik yani yüz yüze danışmanlıklarda yalan söyleme, kaytarma şansı olmuyor. Ama online diyet danışmanlarımızda eksik ya da yanlış bilgi verme gibi durumlarla karşılaşabiliyoruz ve en büyük fark bu oluyor. (K10)*

Burada üzerinde durulması gereken bir diğer nokta görüşme gerçekleştirilen katılımcıların her iki diyet sürecinde de danışanların bireysel çabasının süreçteki başarıyla doğrudan ilgili olduğunu ifade etmeleridir. Başka bir deyişle ister çevrim içi ister yüz yüze danışmanlık olsun katılımcılar, danışanların bireysel çabasının süreçteki başarıda önemli bir faktör olduklarını vurgulamışlardır. Bu anlamda katılımcılar iki diyet sürecinin de birbirlerinden çok farklılık göstermediklerini dile getirmişlerdir. Çünkü iki diyet sürecinde de danışanlarıyla aynı konuşmaları yapmakta aynı diyet sürecini takip etmektedir. Tek fark, diyetisyenler birisinde yüz yüze danışanlarıyla görüşürken diğerinde dijital araçlar ve dijital platformlar yoluyla birbirleriyle iletişim sağlamaktadırlar. Burada da katılımcılar sıklıkla WhatsApp, Zoom, Skype gibi platformları kullandıklarını dile getirmişlerdir.

*Şu an bence günümüzde online çok yaygınlaştığı için bence Zoom üzerinden ya da WhatsApp'ın ya da sesli arama ile görüşmelerde de yüz yüzedeki gibi bir iletişim söz konusu. Yani ha beni görmüşler ha görmemişler çok önemi değil. Aynı hizmeti benden alıyorlar sonuçta. Bence her iki danışmanlık arasında hiçbir farklılık yok. Hizmet aynı yani. (K13)*

Dijitalleşme sürecinin mekân ve zamana olan bağılılığı ortadan kaldırması, görüşme gerçekleştirilen katılımcılar tarafından çoğunlukla büyük bir avantaj olarak değerlendirilmiştir. Nitekim katılımcılardan K16, yüz yüze diyet danışmanlığı ve çevrim içi diyet danışmanlığını karşılaştırırken dijitalleşmenin bu yönüne vurgu yapmıştır.

*Açıkçası yüz yüze çalışırken şöyle bir sıkıntı oluyordu: trafik oluyor, kişinin işi çıkıyor, geliyor arabayı park edecek yer bulamıyordu. Bu sefer çok fazla sarkma oluyordu. O, saatleri inanılmaz değiştiriyordu veya ben gelemiyorum diyordu. Bu sefer de programında aksamalar meydana geliyordu. Yani danışanın toplantısı çıkıyordu başka bir şey oluyordu ve yüz yüze danışmanlığa gelemiyordum diyordu. Bu sefer benim programım aksıyordu. Online danışmanlıkta böyle bir şey olmadığı için açıkçası çok daha iyi verim alabiliyoruz. Çünkü artık kişilerin yetişemedim gibi bir derdi yok, evinde tartılıyor bana yazıyor ya da mesela görüşme için şu saatte yetişebilirim vs yazıyor. Ona göre ben de planımı çok kolay bir şekilde yapabiliyorum. O yüzden çalışma sistemi anlamında ve çalışma saatleri anlamında online danışmanlık çok çok daha rahat benim için. (K16)*

Dolayısıyla yüz yüze diyet ile çevrim içi diyet arasındaki en temel fark dijital araçların ve dijital platformların kullanımı konusudur. Bu bağlamda görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, yüz yüze ve çevrim içi danışmanlık sürecindeki çalışma koşulları ve mesleki deneyimlerinin benzerlik ve farklılık noktalarına dikkat çekmiştir. Buradan hareketle dijitalleşme olgusu, diyetisyenler tarafından özellikle çevrim içi danışmanlıkta yoğun bir şekilde deneyimlenmektedir. Fakat dijitalleşmeyi yüz yüze danışmanlıktan da ayrı düşünmek mümkün değildir. Çünkü yüz yüze danışmanlıkta da diyetisyenler danışanlarıyla her ne kadar bir ofis ortamında yüz yüze görüşme yapsalar da sonrasındaki iletişim süreçlerinde dijital araçları ve dijital platformları aktif bir şekilde kullanmaktadırlar.

Çevrim içi ve yüz yüze danışmanlıklar dışında katılımcılar, çalışma saatleri içerisinde dijital platformlarda paylaşım yapabilmek için vakit ayırdıklarını ve bunun için ayrı bir mesai harcadıklarını dile getirmişlerdir. Burada diyetisyenler için bu durumun bir çalışma rutinine dönüştüğü sonucuna varılmıştır. Çünkü nasıl her gün danışanlarıyla iletişime geçip gündelik çalışma rutinlerini sürdürüyorlarsa yine aynı şekilde dijital platformlarda da gündelik paylaşımlar yapmaya ve burada da paylaşım yapacakları içerikler için hazırlıklar yapmaya da önem vermektedirler. Bunun bir sonucu olarak da araştırmanın kuramsal çerçevesinde yer verilen dijital emek süreci ortaya çıkmaktadır. Nitekim katılımcılara dijital platformlarda paylaşım yapmak için ne kadar vakit ayırdıkları ve paylaşım yaparken nelere dikkat ettikleri sorulmuştur. Burada katılımcılar en çok Instagram platformu için paylaşımlar hazırladıklarını ve bu platformda daha çok paylaşımlar yaptıklarını dile getirmişlerdir.



Görüşme yapılan katılımcıların platformlar için ayırdıkları mesai saatleri farklılık göstermektedir. Bazı katılımcılar, diğer katılımcılara göre dijital platformlara çok daha fazla vakit ayırdığını dile getirmiştir. Buradaki farklılığın temel sebeplerinden birisi, her bir katılımcının danışanlarının yoğunluğu, mesleki tecrübe yılları, dijital becerileri kullanım pratiklerinin farklılık gösteriyor olmasıdır.

*Tabii ki çok ciddi vakit ayırıyoruz diyebilirim. Ama alışınca daha kolay oluyor. Ortalama ne kadar ayırıyorumdur? Hımm günde sadece düzenlemeye yani edit yapmaya 2-3 saat ayırıyorumdur. Eğer video çekmeyi de işin içine katarsak daha bile fazladır yani. Günde 5 saatimi bile ayırıyorumdur içerik üretmek için kesinlikle. Bu çok yorucu bir şey ve ekstra mesai isteyen bir şey ve hiçbirimiz bu işin profesyoneli değiliz. Yani hem güzel bir şey çıkmasını istiyor insan, ama aynı zamanda hem ışığına, hem fotoğraf kalitesi vs hepsini dikkat etmek gerekiyor, görseli de düşünüyorsunuz. 'O ne kadar güzel çekmiş diyorsunuz, ben neden yapamayacağım ki' diyorsunuz, çünkü daha çok ilgi çekmek istiyorsunuz. Ortamı ayarla, ışığı ayarla, kendini ayarla, sonra çek, editte koy falan. Bu gerçekten çok büyük bir emek ve ortaya çıkan şey ise 2 dakikalık bir video. Yani herkes şimdi bakınca bazen akışta karşıma çıkıyor, keşfet bölümünde karşıma çıkıyor; mesela herkes kendi küçük dünyasını kurmuş yani bir şekilde. İnsanların belirli bir kitlesi var ve belirli bir izleyicisi var ve bu muhteşem bir şey bence. Farklı farklı meslek grupları, meslek grubu olmasa bile insanlar sadece evinde yaptığı ya da basit bir öneriyi bile paylaşarak insanlara ulaşmaya çalışıyor. Bu da çok iyi bir bilgi paylaşımı bence. Gerçekten muhteşem bir şey dijital platformlar ama gerçekten çok ciddi bir emek istiyor. (K16)*

Tamamen uzaktan çalışan ve 1 yaşında çocuğu olan K16'nın ifadesinden hareketle günlük paylaşımlar için ayrılan sürenin fazlalığı dikkat çekicidir. Bu platformları aktif bir şekilde kullandığını ve YouTube, Instagram, Podcast gibi pek çok platformlarda paylaşımlar yaptığını dile getiren katılımcı, uzaktan çalışarak çevrim içi diyet danışmanlığının dışında kalan sürelerde de bu platformlar için ayrı bir mesai harcadığını dile getirmiştir. Bu platformlardan çeşitli ürünlerin reklamını yaparak para kazanan diyetisyenler elbette vardır. Görüşme gerçekleştirilen katılımcılar bu platformlardan doğrudan bir maddi kazançlarının olmadığını dile getirmişlerdir. Fakat bu platformlar aracılığıyla mesleki tanınırlıklarının arttığını ve çok farklı ülke ve şehirlerden yeni kişilere ulaşarak danışanlarının da arttığını bunun sonucu olarak ise aylık kazançlarının arttığını belirtmişlerdir. Dolayısıyla özellikle de sadece uzaktan çalışan diyetisyenler için dijital platformlarda var olmak dolaylı bir şekilde meslek ve çalışma hayatlarını sürdürebilmek ve aylık kazançlarını artırabilmelerinin aracı bir rolüne dönüşmüştür.

İstanbul'da ofisi olan ve hem yüz yüze hem de çevrim içi diyet danışmanlığı veren bir başka katılımcı ise bu platformlar için ne kadar vakit ayırdığını aşağıda belirtmiştir. Burada katılımcıların günlük çalışma rutinleri içerisinde dijital platformlar için de ayrı bir çalışma zamanı ayırdıkları görülmüştür. Nitekim K2'nin de belirttiği gibi video oluşturma ve düzenleme aşamasında da dijital uygulamalardan faydalanmayı öğrenmek için zaman harcamaktadır. Dolayısıyla katılımcılar çektikleri fotoğrafları, videoları daha iyi hale getirerek dijital platformlarda paylaşmaktadır. Bu anlamda bu süreç emek gerektirmektedir. Nitekim araştırmanın kuramsal çerçevesinde yer verilen Fuchs'un (2015) dijital emek kuramından hareketle görüşme gerçekleştirilen katılımcıların da dijital emek süreçlerini deneyimlediklerini ifade etmek mümkündür. Çünkü katılımcılar, bu platformlarda paylaşımlar yapmak için günlük mesai saatleri dışında ek bir zaman ayırmaktadırlar ve paylaşımların içerikleri için emek harcamaktadır ve bu emek süreci de dijitalleşmiştir. Fakat bu emeğin maddi anlamda bir karşılığı yoktur. Katılımcılar mesleki tanınırlıklarını artırmak, yeni danışanlara ulaşabilmek ve mesleki başarılarını paylaşabilmek adına bu platformlarda var olmaktadır.

*Yani içerik oluşturmak için haftalık 5-6 saatimi ayırıyorum. Mesela eskiden bir tarif için 2 saatimi harcıyordum. Örneğin bu masa, masayı camın önüne çekmem lazım, arka planı hazırlamam lazım, yani hangi tabağı kullanacağım nasıl çekeceğim, tripotu, ışıkları, kameranın ayarları nasıl olacak gibi oo, bir sürü bir şey yani! Mesela içerik oluştururken dijital araçları kullana kullana öğrendim. Bilmiyorsam bile kurcaladım vs öyle öğrendim. Mesele videolar için bazen uygulamalara ihtiyaç oluyor indiriyorum sonra onu kullana kullana öğreniyorum. Zaten şu an 3 tane kullandığım uygulama var ama eskiden daha fazlaydı. Telefonumun hafızası 64gb olduğu için daha aza indirdim bazı uygulamaları sildim. Cut-put ile video yapıyorum, Canva'da post yapıyorum, vs. Yani bunlara inanılmaz emek harcıyorum. Bunlar olmasa atamam mesela. (K2)*

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların platformlardaki paylaşımlarına bakıldığında daha çok meslek ve çalışma hayatlarına ilişkin beslenme rutinleri ya da beslenmeye dair bilgilendirici paylaşımların yapıldığı görülmüştür. Buradan hareketle katılımcılara paylaşım yaparken nelere dikkat ettikleri sorulmuştur. Katılımcılar, algoritmanın işleyiş mantığını da dikkate alarak düzenli ve sürekli içerikler oluşturup paylaşmanın öneminden bahsetmişlerdir. Özellikle iş yaşam dengesinin kurulması noktasında katılımcıların pek çoğu planlı olmanın önemli olduğunu vurgulamışlardır.

*Şöyle; bu platformlara içerik üretirken özellikle oturup bir plan yapmak zorundayım çünkü inanılmaz bir kaos oluyor diğer türlü. Çünkü sizin de aslında neyden bahsettiğinizi bilmeniz gerekli ki karşı tarafa böyle stabil bir mesaj aktarabilin. O yüzden ne anlattığınızı da, o sıralamayı iyi planlamanız gerekiyor. Hani mesela şöyle bir örnek vereyim: Diyelim ki siz çok temel bir bilgiden hiç bahsetmediniz. Mesela ibs'nin ne olduğundan hiç bahsetmemişsiniz; ibs için neler yenilmeli, bundan bahsediyorsunuz. Ama insanlar ibs'nin ne olduğunu bilmiyorlar. O nedenle bir plan yapmak zorunda gibi oluyorsunuz. Hatta ilk başlarda böyle yapmadığım için sonrasında çok kaos oldu hesabımda ve sonrasında bunu düzeltmeye çalıştım, yani o noktada biraz sıkıntı yaşamıştım. Böyle planlama yaptığım için haftada 1 ya da 2 saat ayırıyorum. Ben şu şekilde yapıyorum Facebook ve Instagram birbirine bağlı biliyorsunuz meta business diye bir platformu var oradan içeriklerinizi önceden üretip açıklamalarıyla ve içerikleriyle birlikte, hashtagleriyle birlikte yükleyebiliyorsunuz ve orda ne zaman paylaşacağınızı planlayıp paylaşımlarınızı yapabiliyorsunuz. Ben genelde haftada 1 ya da 2 saat içerik üretmeye zaman ayırıyorum. Sonrasında paylaşmasını istediğim saatler için meta business'ın planlayıcısına yüklüyorum. Böylece her gün her gün uğraşmıyorum. Ama böyle bir şey olmasa çok ciddi mesai alırdı ve 2 saatte kurtaramazdım. Tabii sürekli içerik üretmek çok yorucu bir şey. Sürekli bir mesai isteyen bir şey; o anlamda güçlük yaşadığım zamanlar elbette oluyor. Çünkü aslında bir hafta bile içerik üretmediğiniz zaman etkileşimleriniz, görüntülenme sayınız ciddi anlamda düşüyor ve dolayısıyla danışan alma oranınız da düşüyor. (K15)*

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların bu platformlar için içerik üretirken hitap ettikleri insanların o paylaşımları anlayabilmesi ve faydalanabilmesi için özen gösterdikleri görülmüştür. Bunun yanı sıra yukarıdaki katılımcı ifadesinden de anlaşılacağı üzere yine dijital platformların sunmuş olduğu “meta business” uygulamasıyla günlük paylaşımlarını planlayan katılımcılar da vardır. Bu uygulama sosyal medya platformlarını meslek ve çalışma hayatında iş amacıyla kullanan kullanıcılar için kolaylık sağlayan bir uygulamadır. Katılımcının da ifade ettiği gibi herhangi bir içeriği diğer platformlarda da eş zamanlı paylaşmak, vakit kaybını önlemektedir. Bunun yanı sıra planlamalar yaparak paylaşımların saatleri ve günleri planlanabilmektedir. Bunun sonucu olarak insanlar iş hayatında dijital platformları aktif ve düzenli bir şekilde kullanabilmektedirler.

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların üzerinde durduğu bir diğer nokta ise beslenme ve diyetetik alanındaki literatürün güncel olarak takip edilmesi gerektiği ve içerikler paylaşırken doğru güvenilir bilgi paylaşmayı gözetmelerinin önemidir. Katılımcılar bu sürecin bir emek gerektirdiğini ve bu konuda önemli bir mesai harcadıklarını dile getirmişlerdir.

*İçerik üretirken özellikle daha halk diline inmeye çalışıyorum. Çünkü artık hızlı bir çağda yaşıyoruz. İnsanlar bir paylaşımın altında şu kadarlık bir yazıyla bile vakit kaybetmek istemiyor. O yüzden daha video tarzı şeyler yapmaya çalışıyorum. Yazıları daha kısa tutup daha açıklayıcı olmaya çalışıyorum. Çünkü çok fazla bilimsel terim var. Yani mesela vitamin içerir diyoruz ama bir sürü vitamin içeriyor vs. Tabii bunları yaparken bunları karşı tarafa anlatabilmek için çok çok uzun sayfalar alır. O yüzden daha basit ifadeler kullanmaya çalışıyoruz en çok dikkat ettiğim şey bu açıkçası. Bunu da hazırlama kısmı tabii ki çok daha uzun sürüyor çünkü neyin anlaşılacağına karar vermek çok zor oluyor. Yani bazen öyle bir yeri kesiyorsunuz ki büyük sorunlara yol açabiliyor. O yüzden orası çok sıkıntılı. Özellikle mesela YouTube'da içerik üretmek çok zorlu bir süreç bence, en azından kendi adıma. Video çekiyoruz, konuşuyoruz; yanlış bir şeyler söyleyebilirsiniz bir anda. Videoyu durduruyorsun; 'Tekrar baştan mı başlamalıyım yoksa burayı kesmeli miyim, kestikten sonra birleştiren nasıl duracak' vs. Kopukluklar vs olabiliyor ya da görüntü kalitesini ayarlayabilmek vs bu çok daha uzun vakitler alıyor. Instagram post için aynı şeyi söyleyemem. YouTube videosu kadar ya da başka diğer videolar kadar uzun sürmüyor ama hepsinin farklı, zorlayıcı noktaları var. Tabii ilerleyen zamanlarda yeni platformlar çıkarsa ya da insanlar hangi platformu daha çok kullanırsa oraya yönelmek gerekir. (K19)*

Her bir platformun kendine ait bir işleyiş mantığı olduğu için görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, platformlar için paylaşımlar yaparken bunlara dikkat etiklerini ve bunun için de ayrı bir zaman ayırdıklarını dile getirmişlerdir. Burada vurgulanması gereken noktalardan birisi, katılımcıların beslenme ve diyet alanlarına ilişkin gündelik çalışma rutinleri arasında muhakkak dijital platformlara içerik üretmenin yer almasıdır. Bu içerikleri üretirken de mesleki etik kurallarını ve hitap ettikleri kitlenin anlayabileceği şekilde aktarmak için de bir ön hazırlık ve yine dijital becerilerin gerekli olduğu süreçlere vakit ayırmak durumunda kalmaktadır. Dolayısıyla tüm bunların hepsi ayrı bir emek ve çalışma sürecini gerektirmektedir. Nitekim dijital emeği, yabancılaşmış dijital çalışma olarak tanımlayan Fuchs'a göre bu durum bir çalışma biçimidir ve bir emek sürecini kapsamaktadır (2015, s. 407). Buradan hareketle görüşme gerçekleştirilen katılımcıların gündelik çalışma rutinleri arasında dijital emek önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü günlük çalışma rutinleri içerisinde dijital platformlar için paylaşım yapmak adına ayrı bir zaman ayırmaktadırlar ve bu platformlarda paylaşım yapacakları konulara ilişkin akademik bir hazırlık yapmaktadırlar. Başka bir katılımcı, uzmanlık alanlarına ilişkin paylaşımlarda bulunduğunu ve bu paylaşımlarda da dikkat ettiği hususları şu şekilde açıklamıştır:

*Kendi uzmanlık ve çalıştığım ilgi duyduğum alanlara yönelik daha çok içerik paylaşmaya çalışıyorum. Gebe, emziren anne, çocuk beslenmesi, benim çalışmayı*

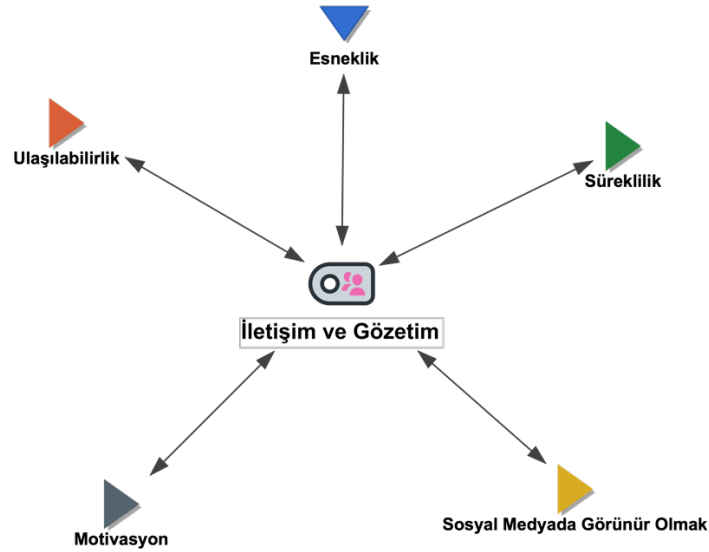
*sevdiğim alanlar arasında. Burada da neler dikkat ediyorum? Bir kere paylaştığım bilginin doğru olması ve güvenilir bir bilgi olması benim için çok önemli. Yani benim paylaştığım o bilginin kesinlikle bir kaynağı var hatta pek çok içeriğimin altına kaynakçayı da ekliyorum ve öyle paylaşım yapıyorum. Öncesi-Sonrası fotoğraflar paylaşmıyorum danışanın özeline girecek şeyler paylaşmıyorum. Danışanlardan sadece danışan yorumu istiyorum yani şöyle, sürecimizin nasıl gittiğiyle ilgili bana yorum yapabiliyorlar bu DoktorTakvimi'nin bir uygulaması ben de bu yorumları Instagram'dan paylaşıyorum. Ama danışanın fotoğrafını ya da onunla ilgili özel ayrıntıları vs paylaşmıyorum. (K8)*

Burada katılımcının ifadesinde yer alan dijital platformlardaki puanlama sistemi oldukça önemlidir. Çünkü bu sistem diyetisyenlerin ne kadar çok tercih edildiğini ve “beğenildiğini” ifade etmektedir. Araştırmanın kuramsal çerçevesinde ele alınan yeni kapitalizm teorisi (Sennett, 2011) bağlamında düşünüldüğünde günümüzde kişilerin meslek ve çalışma hayatlarındaki başarıları da niceliksel bir değerlendirmeye tabii tutulmakta ve insanlar da tercihte bulunurken bunlara dikkat etmektedir. Başka bir deyişle bu platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenler, yeni danışanlara ulaşabilmek amacıyla başarılarını ve daha önce çalıştıkları danışanlarının memnuniyetlerine ilişkin yorumları paylaşmaktadır. Mesleğin dijitalleşmesi sürecinde diyetisyenler, dijital “benlik teknolojileri”ni (Foucault vd., 2003) kullanarak burada kendilerine ait bir marka yaratmaktadırlar. Böylece bu platformlar, katılımcıların mesleki başarılarını sundukları ve yeni danışanlara ulaştıkları alanlara dönüşmektedir.

Bunun yanı sıra buradaki diğer önemli nokta ise dijitalleşmedir. Çünkü dijitalleşme süreciyle birlikte pek çok şey niteliksel anlamından ziyade niceliksel boyutuyla değer kazanmaya başlamıştır. Nitekim katılımcının ifadesinden yer alan dijital uygulamalarda pek çok farklı meslek grubundan kişiler danışmanlık verdikleri kişiler tarafından puanlanmaktadır. Bu puanlama sistemi sonucunda diyetisyenler ne kadar yüksek puan alırsa başka bir deyişle danışanları tarafından iyi yorumlar alırsa sistemdeki görünürlüğü artmakta ve yeni danışan alma potansiyeli de artmaktadır. Bu durum aslında rekabetçi iş piyasasındaki çalışma koşullarının anlaşılması için de önemli bir örnektir. Çünkü diyetisyenler, bu platformlarda mesleki olarak görünür olmayı bir gereklilik hatta zorunluluk olarak görmektedirler.

### 5.2.2. Gözetim Pratiklerinin Dönüşümü: Diyetisyen Danışan İlişkilerinde Dijital Gözetim

Diyetisyen ve danışan arasındaki iletişim süreci çoğunlukla dijital alanlarda gerçekleşmektedir. Bunun bir sonucu olarak da diyetisyen ve danışan arasında bir iletişim ve etkileşim dinamiği ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte de dijital araçlar ve dijital platformlar yoluyla bir gözetim mekanizması işler hale gelmiştir. Dijital platformlar yoluyla hem diyetisyenler danışanlarını takip etmekte hem de danışanlar danışmanlık aldıkları diyetisyenleri takip etmekte ve izlemektedir. Diğer taraftan diyetisyenler kendi meslektaşlarını da dijital alanlardan takip etmekte ve izlemektedir. Dolayısıyla bu alt temada diyetisyen ve danışan arasındaki iletişim süreçlerine ve bu sürecin gözetimi nasıl dijitalleştirdiği ele alınmıştır. Aşağıda yer alan Şekil 12 oluşturulmuştur ve burada diyetisyen danışan arasındaki iletişim sürecinde en çok üzerinde durulan konulardan hareketle bir kodlama gerçekleştirilmiştir.



**Şekil 12. İletişim ve Gözetim**

Yukarıda yer alan kodlardan hareketle diyetisyen danışan arasındaki iletişim sürecinde esneklik, ulaşılabilirlik, motivasyon, süreklilik ve sosyal medyada görünür olmak başlıkları önemli bir rol oynamaktadır. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların ifadelerinden hareketle diyetisyen danışan arasındaki iletişim sürecinde bir gözetim

mekanizması işlemektedir. Fakat bu gözetim yalnızca diyetisyenlerin danışanları takip ettiği ya da izlediği bir gözetim olmamakta danışanların da diyetisyenleri takip ettiği ve izlediği yani karşılıklı gönüllü bir gözetim (Sprague, 2007) olmaktadır. Burada da dijital araç ve platformların rolü önemlidir. Çünkü bu gözetim çoğunlukla dijital araçlar ve platformlar yoluyla gerçekleşmektedir. Örneğin diyetisyenler, danışanlarının günlük öğünlerini yerken öğün fotoğrafı istemekte ve yine benzer şekilde sosyal medya platformlarında danışanlarıyla takipleşmekte, birbirlerinin paylaşımlarını izlemekte, beğenmekte ve yorum yapmaktadırlar. Burada öncelikle görüşme gerçekleştirilen diyetisyenler, danışanların kendileriyle iletişime geçmeden önce dijital platformlarda arama yaptıklarını ve sosyal medya platformlarındaki profillerine, paylaşımlarına, takipçi sayısına, uzmanlık alanına vs gibi etkenleri göz önüne alarak diyetisyenleri takip ettikleri ve sonrasında da danışmanlık almak için iletişime geçtiklerini söylemişlerdir.

*Dijital platformları kullanıyor olmak danışanların çok dikkat ettiği bir husus. Çünkü artık insanlar birbirlerini sosyal medyadan araştırıyor. Eskiden Google'a yaz ya da bir şey olduğu zaman doktor araştırayım doktora gideceğim Google'a yazayım deniyordu. Ama artık sosyal medya hesaplarına bakıyoruz; kaç tane takipçisi var, çalışma alanları neymiş, neler paylaşmış, sayfası nasılmış gibi. Bunları buradan araştırıyoruz. Artık insanlar bakıyor ki bizim mesleğimizde çok fazla iletişim ön planda olduğu için hani sohbeti, muhabbeti, iletişimi nasıl vs; buna dikkat ediyorlar. İnsan ilişkileri çok önemli olduğu için samimi mi değil mi; bunları hep takip ediyorlar [...] (K16)*

Diyetisyenlerin ve danışanların karşılıklı olarak birbirlerinden beklentileri olmaktadır. Örneğin diyetisyenler, danışanların verdikleri diyet listelerine uymaları ve bu süreçte de günlük yemek öğünlerinin fotoğraflarını kendileriyle paylaşmalarını istemektedirler. Danışanlar ise diyet sürecinde aklına takılan herhangi bir şey olduğunda diyetisyene hemen ulaşabilmeyi ve sorularına yanıt alabilmeyi istemektedirler. Bunun yanı sıra diyetisyenlerin günlük sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar da danışanlar ve diyetisyenlerin diğer takipçileri tarafından takip edilmekte ve izlenmektedir. Nitekim görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, özellikle de sosyal medyadaki paylaşımlarının danışanları tarafından takip edildiğini ifade etmişlerdir.

*Mesela yüksek lisansımın aşırı yoğun olduğu bir dönem vardı ve sürekli sunumlar, ödevler yapmak durumundaydım. Sosyal medyaya 1 hafta hiçbir şey atamadım. Normalde günlük bir şekilde story atmaya özen gösteriyorum. Bir gün bir danışanım dedi ki 'neden hiç story atmıyorsunuz çok mu yoğunsunuz ve ben niye kimin kaç kilo*

*verdiğini göremiyorum.’ Bana bunu söyledi. Yani bunlar danışanları etkiliyormuş, ordan öğrendim. Sonrasında danışanıma dedim ki ‘Siz kendinizi onlarla mı kıyaslıyorsunuz? Her birey özeldir.’ Hatta attığım story’lerde ‘Herkesin süreci kendinedir.’ diye yazmaya önem veriyorum ki attığım danışan sonuçlarıyla kendilerini kıyaslamasınlar. Çünkü ben şevke getirmek açısından paylaşıyorum. Story’lerde de sonuçları paylaşıyorum; ‘Şu kadar kilo verdik’ ve ‘Şu değerlerimiz düzeldi’ vs diye. Ama sonrasında ekliyorum, herkesin süreci kendine özel diye. Yani bizi takip ediyorlar ve bu olaydan sonra attığım her şeye daha çok önem vermeye başladım. Örnek veriyorum; tatlı paylaşmıştım bir gün, hatırlamıyorum ne zaman. ‘Siz de mi tatlı yiyorsunuz?’ falan denildi. Yani ben de yiyeceğim tabii... (K2)*

Yukarıda katılımcının da ifadesinden hareketle danışanlar diyetisyenlerin paylaşımlarını, sosyal medyada aktif olup olmadıklarını günlük olarak takip etmekte ve bu durumu da diyetisyenleriyle paylaşmaktadırlar. Görüşme gerçekleştirilen katılımcı, bu durumla ilk karşılaştığında çok şaşırıldığını dile getirmiştir. Sonrasında ise paylaşım ve içeriklerini paylaşırken danışanların da kendilerini izledikleri ve takip ettiklerini düşündüğü için daha dikkatli olmaya özen göstereceğini ifade etmiştir. Bu önemlidir çünkü diyetisyenler her ne kadar mesleki kimlikleri ile o platformlarda olsalar da yaptıkları paylaşımlar, içerikler ya da sürekli paylaşım yapıp yapmadığı gibi faktörler danışanları tarafından takip edilmekte, izlenmekte ve danışan ile diyetisyen arasındaki iletişim sürecinde de önemli bir rol oynamaktadır.

Dijital araçlar ve dijital platformların kullanımı dijital gözetimi de kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Mesleki kimlikleri ile sosyal medyada var olan diyetisyenler, yaptıkları paylaşımların içerikleri bakımından da danışanları tarafından takip edildiklerini dile getirmişlerdir ve oradaki profillerinde danışanlarını dikkate alarak bir şeyler paylaşmaya özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Fakat görüşme gerçekleştirilen katılımcılar her ne kadar takip edilmek, izlenmek ya da gözetlenmek kelimelerini kullanmasalar da iletişim sürecinde bu duruma çoğunlukla olumsuz anlamlar yüklememektedirler. Çünkü onlara göre bu durum meslek ve çalışma hayatlarının bir parçasını oluşturmakta ve diyetisyen danışan arasındaki iletişim sürecinin bir sonucu olmaktadır.

*Sosyal medya önemli, çünkü danışanlarımın çoğu takip ediyor beni Instagram’dan. Hikayelerimi, postlarımı vs görünce “A hocam şunu paylaşmıştınız!” diye soru soranlar da oluyor. İstiyorlar, hatta daha aktif olarak kullanmamı istiyorlar. Hatta tariflerimi yapıp “Hocam ben sizin tarifinizi yaptım, çok beğendim, yapıyorum,*



*deniyorum” diyenler de var. Takip ediyorlar ve istiyorlar da biz de o yüzden paylaşıyoruz zaten. Emek veriyorsun ve zaten arz-talep meselesi olmasa kendimizi bu kadar yoracak bir işi yapmayız bence. (K7)*

*Bence mesela danışanlar sosyal medya hesabınızın olup olmamasına dikkat ediyor. Mesela bir tarif paylaşıyorum ya da soru-cevap yapıyorum. Sorular soruyorum, onlara göre içerikler oluşturuyorum ve onlar da dikkat ediyor buna. Onları takip ediyorum sosyal medyadan, onlar da beni takip ediyor. Yani bazen paylaşımlarını falan yakalıyorum danışanlarımın. Mesela ben sabah neredeyim ne yapmışım; merak ediyorlar, paylaşmamı istiyorlar. O yüzden bence çok önemli sosyal medyada olmak. Mesela su içmelerini hatırlatmak amacıyla story atıyorum onlar da buna olumlu tepkiler veriyor. Yani bazı hatırlatıcılar yapıyorsun; onlar da bundan çok memnun oluyor, ona göre de seni tercih ediyorlar. (K20)*

Yukarıda katılımcıların ifadelerinden hareketle karşılıklı bir takibin olması gözetimi de tek taraflı olmaktan çıkarmaktadır. Bunun yanı sıra gözetimin gönüllü olduğunu vurgulamak mümkündür. Çünkü görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, danışanlarını gönüllü olarak ve isteyerek takip etmekte yine aynı şekilde danışanlar da diyetisyenleri takip etmeyi kendileri istemektedir. Burada bu platformlar aracılığıyla diyetisyenler danışanlarına ve diğer takipçilerine günlük motivasyon içerikleri paylaşabilmekte ya da sağlıklı beslenmeyi hatırlatıcı içerikler de paylaşmaktadır.

Görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, motivasyon ve ulaşılabilirlik konularına da dikkat çekmişlerdir. Özellikle de diyetisyenler danışanlarını belirli aralıklarla diyetlerini uyguluyorlar mı diye kontrol etmekte ve bu kontrol de çoğunlukla WhatsApp uygulaması üzerinden gerçekleşmektedir. Burada danışanlarının kendilerine her an ulaşabileceğine vurgulayan katılımcı ifadeleri dikkat çekicidir. Nitekim görüşme gerçekleştirilen diyetisyenler, sürekli ulaşılabilir olmayı danışanlar için önemli bir motivasyon kaynağı olarak görmektedir.

*Mesela ben kendi adıma iyi bir diyetisyen olduğumu düşünüyorum. Danışanlarla iletişim konusunda iyi olduğumu düşünüyorum. Diyet yazıp bırakmıyorum; devamlı telefonda birisi sizi takip ediyor ya, bu güzel bir his. Ve diyetle sarılmanızı sağlayan bir his ve motivasyon oluyor. (K7)*

*[...] Bu yüzden online olsun yüz yüze olsun; danışanlarım bana WhatsApp’tan, Instagram’dan, diğer platformlardan 7/24 ulaşabilirler... (K9)*

Sürekli konusunu özellikle de diyet ve gözetim ilişkisini anlamada önemli olmaktadır. Çünkü diyetisyenler danışanlarıyla olan iletişim süreçlerinde sürekli iletişimde olmayı onlardan geri bildirimler almayı, öğün fotoğrafları isteyerek sürekli iletişimde kalmayı önemsemektedirler. Bu bağlamda diyetisyenler ve danışanlar arasındaki bu sürekli iletişim konusu aynı zamanda sürekli kontrol ve gözetime de yol açabilmektedir. Katılımcının da ifade ettiği gibi 7/24 ulaşılabilir olma ifadesi oldukça dikkat çekicidir. Çünkü danışanların diyetisyenlerle iletişime geçtiklerinde ulaşılabilir olmaları diyet sürecinin de verimli geçmesini ve danışanların da motive olmasını kolaylaştırmaktadır. Fakat burada araştırmanın da ele aldığı konudan hareketle meslek ve çalışma hayatındaki esnekleşme önemli bir konudur. Çünkü sürekli iletişim halinde olmak gözetimin yanı sıra diyetisyenlerin iş yaşam dengesini kurmalarını zorlaştırmaktadır. Nitekim katılımcılardan K2, iş yaşam dengesini kurabilmek adına danışanlarının kendisine ulaşabilecekleri belirli saatler olduğunu ifade etmiştir. Bu katılımcı ile yüz yüze görüşme yapılırken iki telefonu olduğunu göstermiş ve birisinin kişisel diğerinin ise iş telefonu olduğunu dile getirmiştir. Çalışma ve özel hayat dengesini kurmaya çalışan katılımcı, danışanlarının kendisiyle iletişime geçebileceği saatler belirlemiş ve bu saatler dışında özel hayatına vakit ayırmaya çalıştığını ifade etmiştir. Fakat burada danışanların diyetisyenleri dijital platformlardan takip etmesi nedeniyle mesai saatleri dışında yapılan herhangi bir paylaşım diyetisyenler tarafından tedirgin edici bulunmaktadır. Tam da burada gözetimin nasıl dijitalleştiğini görmek mümkündür. Çünkü diyetisyenler, dijital alanlarda yaptıkları herhangi bir paylaşım danışanları tarafından takip edilmektedir. Bu durum sonucunda da görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, herhangi bir paylaşım yaparken daha dikkatli olmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

*Dezavantajı şu; samimi olmaya çalışıp aslında samimi olamayabiliyorsun. Mesela ben akşam 9'dan sonra danışanların mesajlarını cevaplamıyorum. Geldiyse bile mesaj sabah bakarım. O saatten sonra benim özel hayatım artık. WhatsApp'a da girmeyeyim diyorum ama story attığım zaman içimde bir şey oluyor. Acaba danışan şey diyor mudur benim mesajıma bakmadı ama bu da story atıyor diyor mu diye tedirgin oluyorum yani. Umursamaz bir insan olsam takmam onu ama bu beni tedirgin ediyor yani. Mesele ben WhatsApp iletişim numaramdan da çalışma saatlerimin sabah 9 akşam 9 olarak yazmışım. Ona rağmen gece 12'de yazıyorlar. Yani 'hakkında' kısmını okur musunuz lütfen? (gülüyor). (K2)*

Sonuç olarak, dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak meslek ve çalışma hayatlarında aktif bir şekilde dijital platformları ve dijital araçları kullanan diyetisyenler hem yüz yüze hem de çevrim içi diyet sürecinde danışanlarıyla olan iletişimleri de dijitalleşmekte ve bu iletişim süreci de karşılıklı gözetime ve kontrole neden olmaktadır. Bu gözetim ve kontrol süreci her ne kadar gönüllü ve diyet sürecinin verimli geçmesi için yapılıyor olsa da uzun vadede diyetisyen ve danışan arasındaki mahremiyete zarar vermekte ve diyetisyenler için özel hayat ve çalışma hayatı arasındaki dengeyi kurmayı zorlaştırmaktadır.

### 5.2.3. Dijitalleşmenin Çalışma Biçimine Etkileri ve Esnek Çalışma

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların dijitalleşme sürecinin etkisiyle çalışma saatleri ve çalışma biçimleri de dönüşmüştür. Bu alt temada diyetisyenlik mesleğinin çalışma biçimleri esnek çalışma ve dijitalleşme bağlamında ele alınmıştır. Araştırmada görüşme gerçekleştirilen katılımcıların çalışma saatleri esnektir. Dolayısıyla devlet kurumlarındaki gibi mesaili bir çalışma koşulları yoktur. Bu yüzden de çalışma biçimleri ve çalışma koşulları devlet kurumlarına göre oldukça esnektir. Bu esnekliğin temel nedenlerinden birisi dijitalleşme olgusudur. Çünkü dijitalleşme, dijital araçlara erişimi olan her an ve her yerde çalışma fırsatı sunmaktadır. Bu imkânlar düzenli ve sabit bir mesaili çalışmadan farklılıklar göstermektedir. Dijitalleşmenin diyetisyenlik mesleğinin çalışma biçiminde birtakım dönüşümlere neden olduğu görülmüştür. Bu dönüşümlerden birisi de çalışma saatlerinin esnekleşmesi ve çalışma koşullarının tamamen uzaktan, çevrim içi bir şekilde gerçekleştirebiliyor olmasıdır.

Daha önce Şekil 1’de de belirtildiği gibi 9 katılımcı yalnızca uzaktan çalışarak çevrim içi diyet danışmanlığı verirken 14 katılımcı ise bir ofiste çalışmakta ve hem yüz yüze hem de çevrim içi diyet danışmanlığı vermektedir. Buradan hareketle uzaktan çalışan bir katılımcının çalışma saatlerinin çok değiştiği aşağıda yer verilen katılımcı ifadesiyle ele alınmıştır.

*Tahmin edersiniz ki esnek tabii ki. Perşembe ve pazar akşamları çalışıyorum. Sadece bir gün yurt dışı danışanlarımı alıyorum bir gün de yurt içi danışanlarımı alıyorum. Şöyle oluyor ben genellikle akşam 6’da başlıyorum ve gece 2-3’ü bulabiliyor. Yurt dışı hastasıysa gece 4-5’i bulabiliyor. Çünkü bütün danışanlarımı bir güne sığdırmaya çalışıyorum. Benim için yorucu oluyor ama sadece 2 gün çalışıyorum ve*

*bu benim için çok konforlu. Yüz yüze çalışıyor olsaydım bu benim için korkunç olurdu. Çünkü asla sabah 9 akşam 5 insanı değilim. Tabii şu da oluyor: Yarın perşembe ve benim yarın çok önemli bir toplantım var ve bütün danışanlarımı erteleyebiliyorum. Böyle bir rahatlığı da var uzaktan çalışmanın ve istediğim zaman günleri kaydırabiliyorum. (K6)*

Katılımcının ifadesine bakıldığında uzaktan çalışan bir diyetisyen için çalışma saatleri ve günün oldukça esnek olduğu ve değişkenlik gösterebileceği görülmüştür. Burada önemli olan nokta ise uzaktan çalışan diyetisyenlerin dijital araçlar yoluyla yurt dışındaki danışanlarıyla ülkeler arası saat farkını dikkate alarak görüşme gerçekleştiriyor olmasıdır. Nitekim yukarıda yer alan katılımcı, Amerika, Almanya ve Londra gibi farklı ülkelerden danışanlarının olduğunu ve bu yüzden de çalışma saatlerini ona göre planlayarak çalıştığını ifade etmiştir. Burada dijital dönüşümün çalışma hayatında nasıl deneyimlendiğini anlamak bakımından yukarıdaki katılımcının ifadesi önemli olmaktadır. Çünkü dijitalleşme sürecinin bir sonucu olarak çalışma hayatı ve süreci mekâna ve zamana olan bağlılığı ortadan kaldırmıştır. Özellikle de diyetisyenlik mesleği için bu durum daha da hızlandırıcı olmaktadır. Oysa ki diyetisyenlik mesleğinin bedenle ilgili olması ve doğrudan fiziksel bir çalışma koşulunu gerekli kıldığı fikri yaygındır. Fakat dijitalleşme süreciyle birlikte bu durum diyetisyenlik mesleğinin çalışma koşullarını dönüştürmüştür. Nitekim görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, dijital araçları ve platformları kullanarak ve çevrim içi diyet danışmanlığı ile mesleklerini rahat bir şekilde icra edebildiklerini ve danışanlarıyla sağlıklı bir iletişim süreci geçirebildiklerini dile getirmişlerdir. Bu durum dijital dönüşümün diyetisyenlik mesleğine etkisini anlamak açısından araştırma için oldukça önemlidir.

İnsanlarla iletişim kurarak ve onların taleplerini dikkate alarak, uzaktan çalışarak da beslenme ve diyet danışmanlığının mümkün olduğu bir meslektir. Bunun yanı sıra burada vurgulanması gereken bir diğer nokta ise katılımcıların bu durumu bir “özgürlük” olarak görüyor olmalarıdır. Nitekim katılımcının ifadesindeki mesaili bir çalışma düzeninin kendisi için uygun olmadığını ve uzaktan çalışmanın kendisini için oldukça konforlu olduğuna dile getiriyor olması önemlidir.

Tamamen uzaktan çalışan başka bir diyetisyen, çalışma saatlerinin esnek olmasının ve çevrim içi diyetin yalnızca kendisi için değil danışanları tarafından da tercih edilebilir

olduğunu vurgulamıştır. Burada çalışma saatleri ve çalışma günlerin belirlenmesindeki esneklik katılımcılar tarafından çalışma hayatı için bir avantaj olarak ifade edilmiştir. Nitekim evli, çocuğu olan ve uzaktan çalışan bir katılımcı, bu çalışma biçimin kendisi için uygun olduğunu ve bu durumdan memnuniyet duyduğunu dile getirmiştir.

*[...] Online danışmanlığın çok verimli olduğunu gördükten sonra hem danışanlarım memnun kaldı hem de ben çok memnun kaldım. Güzel bir getirisi de oluyor. Sonrasında çocuğum olunca, hamile olunca da dokuzuncu aya kadar online danışmanlıkla devam ettim, çünkü online diyet çok rahatı. Yine çocuk doğduktan sonra da yine online diyet sürecini çok rahat bir şekilde yürütmüştüm. (K22)*

*Çalışma saati ve günler müsaitlik durumlarımıza göre değişiyor. Dijital araçlar önemli oluyor ve iyi tarafı da bu zaten. Tamamen iki taraf nasıl müsaitse o gün ve saatte yapılıyor görüşmeler. Mesela çalışan ya da çocuğu olanlar oluyor ve ofise gidemeyebiliyor o yüzden online danışmanlığa yöneliyorlar. Çünkü çalışan birisi 19.00'da işten çıkıyor ve bazı diyetisyenler ofislerini kapatıyor 19.00'da. E o zaman danışan işten çıktıktan sonra tekrar bir ofise giderek vakit kaybetmek istemiyor. Biz mesela saat 21.00'da yeri geliyor 22.00'da bile görüşme yapıyoruz danışanlarımızla. Yani online diyetin güzelliği bu oluyor. Saat ve zamanı tamamen biz belirliyoruz. (K1)*

Yukarıda uzaktan çalışan katılımcıların deneyimlerine yer verilmiştir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların tamamı, görüşme saatlerini ve görüşme günlerini danışanlarıyla iletişim halinde olarak birlikte planladıklarını dile getirmişlerdir. Bundan dolayı da diyetisyenlerin çalışma saatleri ve çalışma koşulları oldukça esnektir. Burada diyetisyenlik mesleğinde çalışma hayatının dönüşümünde dijital teknolojilerin merkezi bir rol oynadığını ifade etmek mümkündür. Öte yandan bir ofisi olan hem yüz yüze diyet danışmanlığı hem de çevrim içi diyet danışmanlığı veren diyetisyenlerin de çalışma saatleri uzaktan çalışanlar kadar olmasa da esnek bir çalışmadır. Çünkü her ne kadar bir çalışma mekânları olsa da danışanların talepleri ya da kendilerinin gündelik hayattaki yoğunluklarına göre çalışma saatlerini ve çalışma biçimlerinde kolaylıkla değişiklikler yapabilmektedirler.

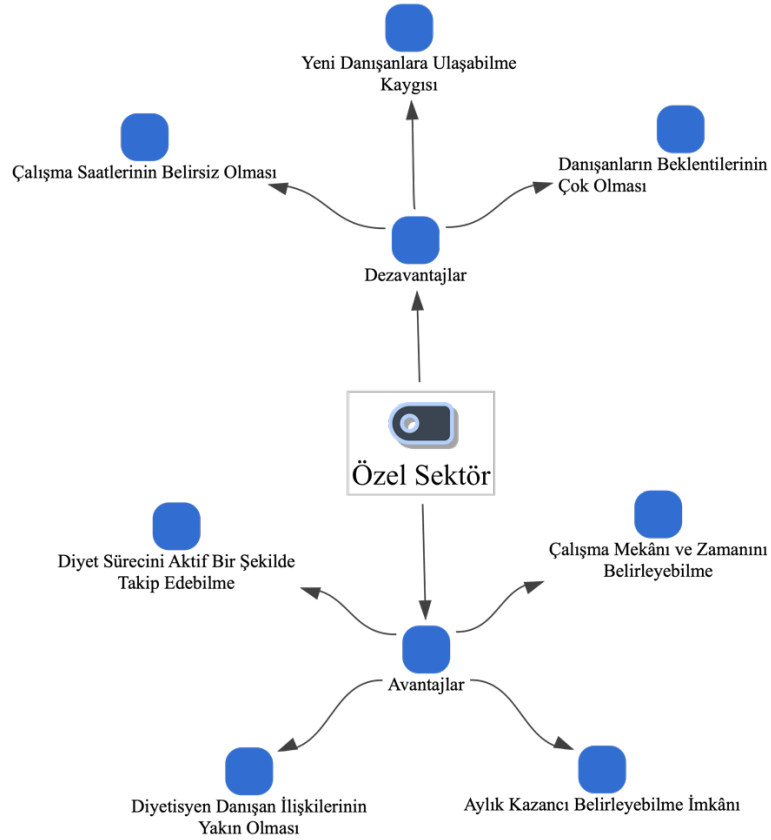
*Sabah 9 gibi açıyorum ofisi zaten. Sabah seansları biraz daha yoğun oluyor. Herkes işlerini ayarlayabilmek için sabah seanslarını tercih ediyorlar. [...] Mesai saatlerim sabah 9 akşam 7 oluyor. Ama işte kendi işim olduğu için de duruma göre seanslarım bitince çıkabiliyorum ofisten. Ama online olarak da çalıştığım için genelde şey yapıyorum mesela diyelim ki en son seansım 15.00'te bitiyor ondan sonra birkaç*

*saat daha kalıp online seanslar ile ilgileniyorum sonrasında ofisten çıkıyorum. Sürekli değişiyor tabii bunlar. (K7)*

*Sabah 9.30-10 gibi ofise geliyorum genellikle ve 9.30-10'dan önce danışan bakmıyorum. Akşam çıkış saatim danışanlarıma göre çok değişkenlik gösteriyor. Mesela bugün öğleden sonra 3 gibi çıkmış olacağım ofisten öyle planlıyorum. Bugün 3 ile 6 arası boşum 6'da bir online danışanım var ve ona evden bakacağım bu şekilde. Yani görüşmeler şöyle oluyor genellikle saat olarak 10'da ofisteyim ama çıkış saatim değişkenlik gösteriyor. Akşam 6'da, 7'de ve 8'de çıktığım da oluyor. (K8)*

Ofisleri olan katılımcılar, çevrim içi diyet danışmanlıklarını bazen ofislerinde bazen de evlerinde gerçekleştirdiklerini dile getirmişlerdir. Burada çalışma mekânlarının da zaman zaman farklılık gösterdiği vurgulanabilir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, çalışma hayatlarında aktif bir şekilde dijital araçları ve dijital platformları kullanmaktadırlar. Bunun bir sonucu olarak hem gündelik yaşam pratiklerinde hem de çalışma ve meslek hayatlarında dijitalleşme olgusu merkezi bir rol oynamaktadır. Dijitalleşmenin bir sonucu olarak da çalışma mekânları ve çalışma biçimleri de dönüşmektedir (Petani vd., 2021). Bu dönüşümü, görüşme gerçekleştirilen katılımcılar, çoğunlukla avantajlarına vurgu yaparak olumlu anlamlarla ifade etmişlerdir. Burası önemlidir çünkü katılımcılar, meslek ve çalışma hayatlarında dijitalleşmeyi çoğunlukla kolaylaştırıcı, konfor alanı yaratan bir dönüşüm olarak ele almışlardır. Özellikle de çalışma saatlerini ve çalışma günlerini istedikleri gibi planlayabiliyor olmak katılımcılar tarafından önemli bir avantaj olarak ifade edilmiştir.

Katılımcıların çalışma biçimlerindeki dijitalleşme olgusundan bahsederken üzerinde durulması gereken bir diğer konu özel sektörde çalışma deneyimleridir. Burada esneklik ve dijitalleşmeden bahsederken katılımcıların özel sektörde çalışmak ile ilişkiler kurduğu görülmüştür. Bu nedenle aşağıda yer alan Şekil 13 oluşturulmuştur.



**Şekil 13. Özel Sektörde Çalışmak**

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların ifadelerinden hareketle özel sektörde çalışmanın avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Katılımcılar özel sektör deneyimlerinden bahsederken sık sık kamuda çalışmak ve kamuda çalışan diyetisyenlerle bir karşılaştırma yapmışlardır. Bu karşılaştırmada özel sektörde çalışmanın saat, çalışma koşulları ve çalışma mekânı bakımından farklılık gösterdiği ifade edilmiştir. Bu bağlamda çalışma saatleri kamu kurumlarında 9-5 mesai bir çalışmak iken özel sektörde çalışan diyetisyenlerin çalışma saatleri oldukça esneklerdir.

*Devlette belirli bir mesai saati var ve hafta sonu tatil. Mesaiden sonra rahatsız bugün günlerden cumartesi ve ben çalışıyorum. Kendim istediğim için çalışıyorum ama istemesem çalışmam. Ama kendini geliştirmen, bir adım öteye gitmen gerekiyor ya hani özelde, o yüzden ekstra çalışıyorum. (K7)*

*Yani şöyle kamuda devlet memurluğu gibi olduğu için iş, hafta sonları yok. Sadece haftanın beş günü çalışıyorsunuz. Staja gittiğim zamanlarda da öyleydi gözlemleyebilmişim. Kamuda çalışan diyetisyenler sabah 9'da mesai başlar akşam 5'te mesai biter. Yani mesai saatleri çok belirgin kamuda. (K19)*

7 yıldır meslek ve çalışma hayatında olan ve kendi ofisinde hem yüz yüze hem de çevrim içi danışmanlık veren K7, mesleğe yeni başladığı zamanlarda iş-yaşam dengesini kurmakta oldukça zorlanmıştır. Özellikle de mesai saatlerinin esnek olmasından dolayı danışanlarının istedikleri zaman ona ulaşabildiklerini ama bu durumun sonrasında onun için rahatsız edici olduğunu dile getirmiştir. Bunun yanı sıra hem K7 hem de diğer katılımcılar özel sektörün kamuda çalışmaya göre daha rekabetçi olduğu için sürekli kendilerini geliştirmeleri ve yeni becerileri kullanmak, öğrenmek konusunda daha iyi olmaları gerektiğini vurgulamışlardır. Çünkü kamuda çalışma hayatı ve çalışma düzeni oldukça rutinleşmiştir ve özel sektöre göre yeni iş ve beceriler kazanma konusu biraz daha geri plandadır. Burada önemli diğer bir husus ise dijitalleşmedir. Örneğin aşağıda yer verilen katılımcı ifadesinden hareketle dijital araçlar ve dijital platformlar yoluyla diyetisyenlerin danışanlarıyla sürekli irtibat halinde olma durumu, çalışma biçiminin de dijitalleştiğini göstermektedir.

*Eskiden mesai saatim yoktu danışanlarımla 7-24 yazışıyordum, konuşuyordum. Bu belirli bir süre sonra beni bunaltmaya başladı. Mesleğimi çok seviyorum mesleğimle alakalı bir durum değil bu. Herkesin özel hayatı var ve oturup kafa dinlemeye ihtiyacı var. Eskiden daha zordu benim için zamanım yoktu hiç. Gece 12 bile olsa yazışıyordum danışanlarımla artık kendi sınırlarımı çizmeye başladım. Atıyorum akşam saat 7'den sonra mesajlaşmıyorum ve konuşmuyorum. Ertesi gün sabah soruları cevaplıyorum bu benim için biraz daha iyi oldu. Ama dediğim gibi gün içerisinde mesela seansım saat öğlen 3'te bitti ama sonuçta boş olmuyorum ben çalışır vaziyette oluyorum. Bu da yorucu ama devlet mesela çok rahat memur kafası. Yani biz hem dijital alanlar için hem de ofis için sürekli kendimizi geliştirmek için çalışıyoruz. (K7)*

Nitekim kamuda ve özel sektörde çalışan diyetisyenlerin danışanları da birbirinden farklılık göstermektedir. Çünkü özel sektörde danışanlar diyetisyenleri seçerken kamuda danışanların böyle bir alternatifleri yoktur hatta doğrudan diyetisyene randevu dahi alamamaktadırlar. Ancak bir doktorun yönlendirmesi ile diyetisyenlere başvurabilmektedirler. Dolayısıyla kamuda çalışan diyetisyenlerin yeni danışanlara ulaşabilme gibi bir kaygısı yoktur. Ama özel sektörde çalışan diyetisyenlerin çalışma ve meslek hayatlarını sürdürebilmek için sürekli bir danışan kitlesinin olması gerekmektedir. Bunun için de özel sektörde çalışan diyetisyenlerin mesai saatleri daha esnek ve iş yaşam dengelerini kurmaları nispeten daha zordur.



*Online diyetle de yüz yüze diyetle de danışanın peşinden sen koşuyorsun. Yani şöyle bir durum var kendini bir şekilde karşı tarafa ikna ediyor olman lazım ya da bakın işte ben yüksek lisans mezunuyum ben şu şu alanlarda kendimi geliştirdim [...] çalışıyorum yani kendinizi karşı tarafa kanıtama gereği duyuyorsunuz. Özellikle de özelde çalışırken ama kamuda öyle bir şey yok. Zaten talep o kadar fazla ki sonuçta ücretsiz bir hizmet. Hem de çok fazla ihtiyacı olan daha çok hastalıklarla ilgili insanlar geliyor sadece kilo alıp vermekten ziyade. Yani kamuda size muhtaç olarak geliyor zaten çünkü devlette bir doktorun yönlendirmesiyle size geliyor. Yani benim şu kadar kilo vermeye ihtiyacım var diyip size gelmiyor. Bizdeki gibi değil, bu noktada kafaları çok rahat oluyor. Yani hasta sizin peşinizden koşuyor yani ister yapsın ister yapmasın bir hasta gider diğer bir hasta gelir. Mecbur yani kamuda ama özelde öyle değil. Ben o danışanı kaybetmemeye çalışıyorum çünkü onun akrabalarından beş kişi daha bana gelebiliyor eğer ben o kişiye iyi hizmet verebilirim. Yani kişiye maalesef ama bir müddetten sonra ticari olarak da bakıyorsunuz yani hizmet etmek zorunda hissediyorsunuz. (K22)*

*Yani şöyle kamuda şöyle bir durum var. Kamuda staj yapmıştımda orda verdiğiniz diyet listesi o insan uyumuş mu uymamış mı çok önemli olmuyor açıkçası. Ama özelde onun uyması (diyet listesi) senin reklamın için önemli yani. Senin başarın için önemli, o uyacak ki listeye ve o kilo verecek o kilo verdikten sonra insanlar gelecek sana. O yüzden özeldeki diyetisyenler daha ilgili oluyor daha çok üzerine düşüyor tabii böyle bir fark var. (K23)*

Katılımcıların ifadelerinden hareketle özel sektörde danışan diyetisyen arası ilişkiler çok daha birincil ve yakın bir ilişkidir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların çoğu, birlikte çalıştıkları danışanlarının memnuniyetinin çok önemli olduklarını vurgulamışlardır. Çünkü danışan memnuniyeti uzun vadede diyetisyenlerin farklı kişilere ulaşma ve yeni danışan çekme potansiyellerini artırmaktadır. Dolayısıyla diyetisyenler özel sektörde kendi markalarını bir girişimci olarak yaratmak zorunda kalmaları gerekmektedir. Bu durum araştırmanın ele aldığı dijitalleşme olgusuyla da ilgilidir. Çünkü dijital platformların rekabetçi bir doğası vardır. Burada da mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenler, kendi markalarını yaratarak birer girişimci olmaktadır.

Özel sektörde sabit bir aylık gelirin olmaması, bazı katılımcılar tarafından avantaj bazı katılımcılar tarafından da dezavantaj olarak yorumlanmıştır. Sabit bir gelirin olmamasını dezavantaj olarak gören K6, bunu para kazanma kaygısı ile ilişkilendirerek açıklamıştır.

*[...] Çünkü para kazanmak gibi bir kaygıları yok. Maaşları sabit, belki pirim alabilir ama o da çok mühim değil. Genelleme yapıyorum şu an mühim olduğunu düşünenler de vardır elbette. Bu benim kendi görüşüm tabii. (K6)*

Fakat diğer taraftan durumu avantaj olarak gören başka bir katılımcı, özel sektörde aylık geliri kendilerinin belirleyebiliyor olmasını avantaj olarak ifade etmiştir.

*Özelde ne kadar çalışırsanız o kadar çok para kazanabilirsiniz genelde. Yani “hard work”! Daha fazla çalıştığınızda aslında daha fazla kazanıyorsunuz, kazanma şansınız da oluyor. O noktadan bir sınırlama da olmuyor yani özelde çalışmak konusunda. (K15)*

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların özel sektör çalışma deneyimleri hakkındaki fikirlerini ifade ederken üzerinde durdukları konulardan birisi de diyetisyen ile danışan arasındaki ilişkidir. Katılımcılara göre, özel sektörde diyetisyen danışan arasındaki ilişki yakındır ve özelde çalışan diyetisyenler kamudaki diyetisyenlere göre danışanlarıyla bire bir daha çok ilgilenmektedirler. Bunun temel sebeplerinden birisi de her iki sektördeki çalışma koşulları ve çalışma saatlerinin farklı olmasıyla ilgilidir.

*Ben ilk olarak klinikte staj gördüm. Klinikte bir ofis ortamı var, tek başınasın ya da yanına ofisi paylaştığın bir diyetisyen de olabilir ya da psikolog da olabilir fizyoterapist de olabilir. [...] Şöyle düşünelim özel hastane ile devlet hastanesini düşünelim. Mesela özel hastanede daha uzun süreli bir süreç var. Devlet hastanesinde 5 dakikada görünüp çıkıyorsun, öyle olması gerekiyor yani maalesef. Özel klinikte gelen danışanla onun yalnızca diyetisyeni değil psikoloğu gibisin aynı zamanda [...] Yani geliyor deritlerini anlatıyor. Gerçekten burada diyetisyen yaşam koçu gibi yani özel klinikte çalışanlar böyle ama bu tabii ki diyetisyenin tutumuna da bağlı, diyetisyen bir tık daha mesafeli yaklaşırsa yani soğuk anlamında değil o mesafeyi koruyabilir. Özelde bir tık daha yani kendini de pazarlamak zorundasın yani orası biraz ticaret ortamı gibi. Özel hastanede mesela yani benim home office’te yaptığım gibi kişiye özel diyet hazırlıyorlar. Yani mesela benim şu an bir diyet listesine yazdığımla diğer diyet listesine yazdığım asla aynı değil. Tamamen kişiye odaklıyım ve danışanın yaşam standartları, iş saatleri, uyku-uyanma saatleri ona göre ayarlıyorum. Kişisel kliniklerde de böyle ama kamuda tam tersi. Belirli bir liste var yani senin işine göre vs değil. Çok nadirdir belki böyle bir şey olması hani ama orda bir çark dönüyor ve sen de o çarkı ilerletmek zorundasın yani. Mesele özelde yarım saat görüşeceğin danışanınla kamuda 5 dakikada görüşmen gerekiyor ben 5 dakika ne kadar ilgilenebilirim yani. Orda tabii ki hastanenin bir sistemi var ve ona uyuyorsun yani. [...] Yani ikisi farklı meslek gibi gelmişti bana. (K1)*

Burada katılımcının da ifade ettiği gibi özelde diyetisyen-danışan ilişkisi oldukça yakındır ve bu iletişim sürecinin bir sonucu olarak danışanlar beslenme ve diyet danışmanlığı alırken diyetisyenlerle gündelik hayatlarına ilişkin bilgiler paylaşarak sohbet etmektedirler. Bu kamuya göre oldukça önemli bir farklılıktır çünkü kamuda sınırlı bir zaman içerisinde diyetisyen-danışan iletişimi söz konusudur. Bunun yanı sıra

burada vurgulanması gereken nokta, özelde diyetisyen danışan ilişkisinin zaman zaman olumsuz yanları olsa da diğer taraftan danışanları yakından tanıma, onlara özel beslenme ve diyet listeleri hazırlayabilme, hastalıklarını yakından takip edebilme gibi imkânlar olduğu için özel sektörün bu avantajına da dikkat çekmişlerdir. Özelde çalışan diyetisyenlerin çalışma hayatlarındaki mesleki tatmin konusuna vurguları dikkat çekmektedir.

*Danışan ilişkileri noktasında da çok farklılıklar oluyor bence. Çünkü özelde çok zaman ayırıyorsunuz danışanlara. Ama kamuda böyle bir fırsatınız yok. Biz belki WhatsApp'tan belki mail yoluyla belki Zoom yoluyla sürekli iletişim halinde oluyoruz her hafta muhakkak düzenli görüşüyoruz sürekli iletişim halindeyiz. Ama devlet hastanesinde danışana ilk seans yardımcı olduktan sonra belki sonra hiç göremeyebilirsiniz. Çünkü danışan tekrar gelmeyebiliyor hiç göremeyebiliyorsunuz. Özellikle ben ibs üzerine çalışıyorum dedim ya bu yüzden hastalıklarla beslenme çalıştığım için ben takibin çok önemli olduğu bir alanda çalışıyorum. Aslında şu an çalıştığım danışanlarımla da daha önce devlet hastanesine gittiklerini orda benim şu an uyguladığım beslenme tavsiyesini aldıklarını ama daha sonrasında tekrardan gidemediklerini veya takibi olmadığı için verim alamadıklarını ifade ettiler ve daha kötü sonuçlandığını söyleyenler oldu. O nedenle ciddi anlamda zaman ayırma, bireysel ilgilenme noktasında kamu ve özel arasında ciddi bir fark var. (K15)*

Burada diyetisyenlerin aynı zamanda dijitalleşen bir duygusal emek de sarf ettiklerini ifade etmek mümkündür. Nitekim araştırmanın kuramsal çerçevesinde de ele alınan duygusal emek, dijitalleşme süreciyle birlikte dijital platformlara taşınmıştır. Yukarıda katılımcı ifadesinden de hareketle danışanları sürekli takip etme ve onların süreci sağlıklı bir şekilde tamamlaması için gayret sarf ettikleri görülmüştür.

Yukarıda katılımcı ifadesinden hareketle, özel sektörde mesleki tatmin konusu görüşme gerçekleştirilen katılımcılar tarafından üzerinde durulan bir konu olmuştur. Çünkü onlara göre özel sektörde zaman kısıtlamasının olmaması, dijital araç ve platformları aktif bir şekilde kullanarak danışanlarıyla iletişim halinde olabilmeleri ve aynı zamanda danışanlarının da bir ihtiyaçları ya da soruları olduğunda diyetisyenlere rahatlıkla ulaşılabilir olması katılımcılar tarafından önemli görülmüştür. Bütün bunların sonucunda danışanlarının rahatsızlıklarını giderebilmek ya da onların taleplerine karşılık bulabilmiş olmak mesleki olarak onları tatmin etmektedir. Fakat kamuda bu biraz zordur çünkü zaman kısıtlı, danışanlar çok fazla, diyetisyenlerin ya da danışanların gündelik hayatta birbirleriyle herhangi bir dijital platform yoluyla iletişim kurması da mümkün

değildir. Dolayısıyla kamuda diyetisyenler, elbette danışanlarının ihtiyaçlarına karşılık vermek amacıyla çalışmaktadır fakat danışan çokluğu ve zaman kısıtlılığının yanı sıra danışanların istedikleri zaman diyetisyene ulaşabilme imkânları olmadığı için süreç daha uzun ve bire bir danışan takibi de oldukça zordur

Özel sektörde çalışan diyetisyenler, mesleki tatminin önemine vurgu yaparken bazı durumlarda danışanların talep ve beklentilerinin çok fazla olduğunu bunu temel nedeninin ise ücretli bir hizmet aldıkları olduklarını vurgulayarak olumsuz durumlarla da karşı karşıya kaldıklarını ifade etmişlerdir. Çoğu katılımcı bu durumun çok fazla olmadığını fakat bazı danışanların bu yönde talepleri olduklarını dile getirmişlerdir.

*Aynı zamanda eksi yönü ise her zaman ulaşılabilir olmak zorundayım. Her zaman o telefonu açmak zorundayım, her zaman dönüş yapmak zorundayım. Belirli bir saatler çerçevesinde tabii ki dönüş sağlıyorum ama belirli bir saatten sonra dinlenmem ve toparlanmam için bakamıyorum maalesef. Ama bu çoğu zaman çok anlayışla karşılanan bir durum değil. Çünkü karşımdaki kişi özelden bu hizmeti aldığı için her an ulaşmak istiyor, her an görüşmek istiyor. Parasının karşılığının bu olduğunu düşünüyor. Böyle danışanlar var ama çok anlayışlı danışanlar da var. Belki eksi yönü bu bahsettiğim olabilir. (K11)*

Burada dijitalleşmenin mesleğin duygusal emek bileşenini arttırdığını ifade etmek mümkündür. Dijitalleşme, ulaşılabilirliği dolayısıyla duygusal beklentiyi; sonuç olarak ise duygusal emek yoğunluğunu arttırması önemli bir sonuç olmaktadır. Bu anlamda araştırmanın kuramsal çerçevesinde de yer verilen duygusal emek, dijitalleşme süreci ile birlikte deneyimlenmeye devam etmekte ve duygusal emek dijitalleşmektedir.

Burada özel sektörde iş yaşam dengesini kurmada diyetisyenlerin bireysel kararlarının önemli olduğu vurgulanmalıdır. Örneğin danışanların kendileriyle hangi saatlerde iletişime geçeceği ya da hangi günler çalıp hangi günler mesai yapmayacağını belirli olması iş yaşam dengesini kurmayı kolaylaştırmaktadır. Bunun dışında üzerinde durulacak son durum ise kamuda dijital araçların ve dijital platformların zorunlu olmamasıdır. Bu önemlidir çünkü dijital araçlar ve dijital platformlar diyetisyenler tarafından danışanlarıyla iletişim kurmak amacıyla aktif bir şekilde kullanılırken kamuda çalışan diyetisyenler, sadece yüz yüze danışan gördükleri ve danışanlarıyla iletişim

süreçleri sadece bu görüşme süreci ile sınırlı oldukları için meslek ve çalışma hayatlarında dijital platformları kullanmak durumunda değillerdir.

*Kamuda dijital araçların kullanımı yok. Yani WhatsApp yok mesela. Danışan benim numaramı alamaz. Ne zaman görüşmeye gelirse anca o zaman iletişim kurabilir benimle ki bu görüşmeler de çok uzun süre sonra oluyor devlet hastanelerinde, biliyoruz. Yani sorun vs varsa yapacak bir şey yok. Yani ama özelde tam tersi, devlet hastaneleri de biraz motamot ilerliyor yani. (K1)*

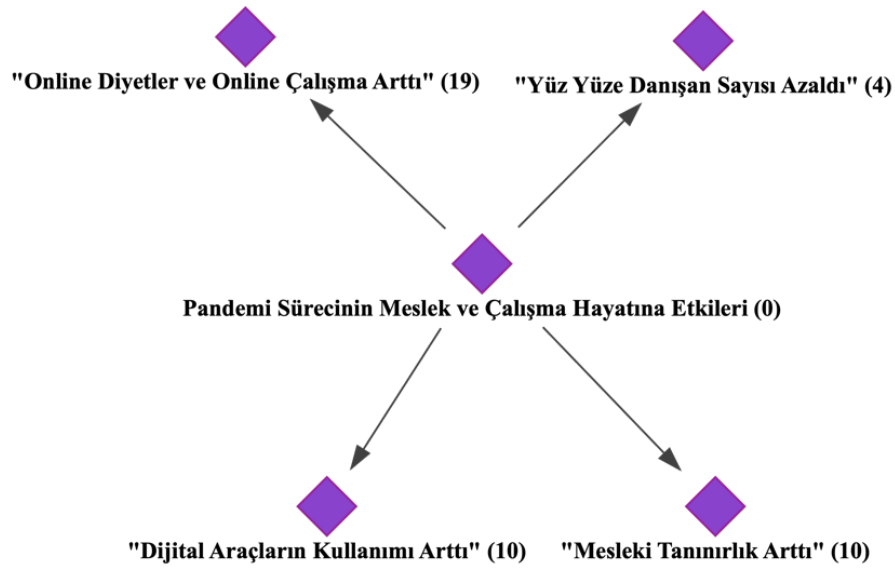
*[...] Özel hastanelerde sosyal medya kullanma şartı oluyor genelde. Onlar da danışan çekmek istiyor. Ama devlette öyle bir şart yok. (K4)*

Dolayısıyla kamuda ve özelde çalışmak çalışma koşulları, çalışma biçimi ve çalışma saatleri bakımından birbirinden farklılık göstermektedir. Araştırmanın örneklem grubunda kamuda çalışan diyetisyenlerin olmaması da bu alt tema ile daha anlaşılabilir olmaktadır. Çünkü kamuda çalışan diyetisyenler, dijital araçları ve dijital platformları mesleki bir amaç ile kullanmamakta başka bir deyişle danışanlarıyla olan iletişim süreçlerinde dijital araçlar ve dijital platformlar merkezi bir rol oynamamaktadır. Bu yüzden özel sektörde çalışan diyetisyenlerin bu platformları daha aktif kullanmaları ve meslek ve çalışma hayatlarının ayrılmaz bir parçasına dönüşmesinde özel sektörün önemli bir rolü vardır. Burada ayrıca şu belirtilmelidir ki görüşme gerçekleştirilen katılımcılar her iki durumun da avantaj ve dezavantajları olduklarını dolayısıyla tek başına bir kurumunun çok iyi ya da çok kötü olduğunu düşünmemektedirler. Çünkü her iki kurumun amaçları birbirinden farklılık göstermektedir. Örneğin özel sektörde kâr elde etmek daha çok kazanmak bir amaç olabilirken kamuda bu bir amaç değildir çünkü sabit ve düzenli bir gelir söz konusudur. Özelde mesleki uzmanlaşma, kariyer, başarı ön planda iken kamuda çalışma hayatındaki güvensizliğin ortadan kalkması ve çalışma koşullarının belirli olması ön plandadır.

#### **5.2.4. Dijitalleşmeyi Hızlandıran Bir Süreç: Pandemide Diyetisyen Olmak**

Çalışma koşullarının dijitalleşmesi temasının diğer alt teması ise Şekil 14’te de görüldüğü gibi pandemi sürecinin çalışma hayatında nasıl bir etki yarattığı üzerinedir. Burada katılımcıların doğrudan ifadeleri dikkate alınarak in vivo (canlı) kodlama yapılmıştır bu yüzden de tırnak içinde belirtilmiştir. En sık ifade edilen kod; “online diyetlerin ve online

çalışmanın artmasıdır”. Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere pandemi sürecinde dijital araçlar ve dijital platformlar oldukça yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Pek çok kurum, çevrim içi çalışmaya başlamış ve eğitimler, konferanslar, dersler çevrim içi yapılmıştır. Hatta yüz yüze görüşmeler çok sınırlandırıldığı için ailelerle de dijital platformlar yoluyla iletişim kurulmuş ve haberleşme bu şekilde sağlanmıştır. Dolayısıyla da diyetisyenlerin pandemi sürecinde çalışma hayatına ilişkin deneyimleri de dijital dönüşümün izlerini sürmek açısından önemlidir.



**Şekil 14. Pandemi Sürecinin Meslek ve Çalışma Hayatına Etkileri**

Pandemi sürecinde “online diyetler ve online çalışma arttı” ifadesini kullanan katılımcıların ifadeleri aşağıda verilmiştir. Özellikle bu kodda, katılımcılar sıklıkla çevrim içi diyet danışmanlığının çok yaygınlaştığını ve bu durumun eskisi gibi yadırganmadığını dile getirmişlerdir. Aslında bu önemli bir noktadır, çünkü dijital dönüşümde pandemi sürecinin önemli bir rolü olduğunu anlamak mümkündür. Nitekim katılımcılar da devamlı pandemi öncesi ve pandemi sonrası diyerek ikili bir ayırım yapmakta ve burada meydana gelen dijital dönüşümü çalışma hayatlarında nasıl deneyimlediklerini vurgulamaktadırlar. İlgili literatürde de pandemi sürecinin dijital dönüşümü hızlandırdığı vurgulanmaktadır (Bozkurt, 2020; Schilirò, 2021; Soto-Acosta, 2020). Dolayısıyla bu araştırmada da katılımcıların ifadelerinden hareketle, pandemi

sürecinin çalışma hayatında dijitalleşme sürecini hızlandırdığı ve birtakım dönüşümlere neden olduğu görülmüştür.

*[...] Online görüşmeler, online toplantılar çok arttı. Birkaç sene önce online diyet, insanlara saçma gelebilirdi; ‘O ne ya öyle, uzaktan diyetisyen mi olur?’ denebilirdi. Ama şu an insanlar şey diyor; ‘ya ne gideceğim o kadar vakit, online çok rahatım her şeyi online yapıyorsun.’ Mesela kişi pilatese bile gitmiyor evde pilates dersine, spor dersine katılıyor. (K1)*

*Şimdi pandemi süreci işlerin online’a taşınmasını, nasıl söyleyebilirim bunu, çağ atladık resmen. Çağ atladık derken hakikaten bir dönüşümün simgesi o, gerçekten yalnızca bizim mesleğimiz için değil. Benim kuzenlerim mühendisler. Onlar da üçü de Almanya’da yaşıyor ve üçü de uzaktan çalışıyorlar. Baktığımızda mühendisler ve belki sahada olmaları gerekiyor fakat uzaktan çalışıyor artık pandemiden beri uzaktan çalışıyorlar. Benim kardeşim evden çalışıyor, babam yine evden çalışıyor yani baktığımızda hepimiz farklı farklı mesleklerdeniz kardeşim ekonomist, babam yazılımcı hepimiz ciddi bir biçimde işimizi evden yapıyoruz ve online çalışıyoruz. Bu pandemi süreci pek çok meslek olduğu gibi elbette bizim mesleğimizi de etkiledi insanlar ekranla tanıştılar, bu önemli. (K6)*

Pandemi süreciyle birlikte gündelik yaşam pratikleri de değişmiştir. Burada artık dijital araçlar ve dijital platformlar çok daha fazla yer almaya başlamıştır. Nitekim diyetisyenler için de çalışma hayatı uzaktan çalışmaya entegre olmuş ve o süreç boyunca çalışma biçimi bu şekilde devam etmiştir.

Görüşme yapılan katılımcılar, pandemi sürecinin hem toplumsal yapıda bazı değişiklikler yarattığını hem de diyetisyenlik mesleğinin çalışma koşullarının dijitalleşmesini hızlandırdığını dile getirmişlerdir. Nitekim görüşme gerçekleştirilen katılımcıların “yeni bir yaşam tarzı” ifadesi de dönüşüme işaret etmektedir.

*Şöyle bir şey var; dünyada çok ciddi firmalar bile artık pandemiden sonra bu yola gitmeye başladı. Artık çoğu insan online çalışmaya başladı. Artık çoğu insan home-office- evden çalışıyor. Yani bu pandemi ile birlikte yeni bir yaşam tarzı başladı. O bakımdan bence hasta açısından da danışan açısından da bizim açımızdan da çok konforlu tarafları var. Yani şimdi kişinin ulaşmak istediği bir şeye çok kolay ulaşmasını sağlıyor dijitalleşme, hani bu cerrahi bir branşta olmaz tabii ki ama yani bizim gibi branşlarda olabilmesi çok tabii çok rahatlık sağladı. Onun dışında çalışma şartları açısından falan online sürecini hızlandırdı bence. (K14)*

Katılımcının da ifade ettiği gibi herhangi bir hizmete olan erişim süreci, pandemiyle birlikte daha çok hızlanmıştır. Burada vurgulanan unsur, diyetisyenlerin çevrim içi beslenme danışmanlığı vererek de insanlarla çok rahat iletişim kurabildikleri ve bu süreci sağlıklı bir şekilde geçirdikleri yönündedir. Bunun yanı sıra dijital dönüşümü bir konfor alanı olarak gören birçok katılımcı olduğu görülmüştür. Özellikle de evli ve çocuğu olan katılımcılar, çevrimi içi diyet danışmanlığı sürecinin çalışma yaşamlarını kolaylaştırdıklarını düşünmektedirler.

Pandemi süreci, toplumsal yapının her alanında etkili olduğu için bu süreçte herkes farklı biçimlerde olsa da dijital araçları kullanmayı ve dijital araçlardan yararlanmayı artırmışlardır. Bunun bir sonucu olarak da çoğu katılımcı, pandemi sürecinden sonra çoğu insanın çevrim içi diyete bakış açılarının olumlu yönde değiştiğini ifade etmişlerdir.

*Bence kesinlikle pandemi süreci insanlar üzerinde online diyete karşı bir güven kazandırdı. İnsanların online diyete karşı soru işaretleri vardı ve şu an online diyete ne ya diyenler oluyordu. Herkes böyle burun kıvrıyordu bu bir iş mi, sektör mü diye. Şimdi herkes çok güveniyor, çok iyi biliyor online kelimesini tüm dünya öğrendi (gülüyor). O bakımdan çok pozitif bir katkısı oldu tabii ki pandeminin. (K22)*

*Aslında o süreçte bizim online danışmanlık hizmetimiz daha da revaç oldu çünkü insanlar pandemi öncesinde biraz online danışmanlıktan korkuyorlardı hani online'da fayda sağlayamam yani gelmezsem sizi yüz yüze görmezsem verim alamam diyen çoğu danışmanımızla online olarak süreci çok güzel yönetebildiğimizi gördük. Çünkü hiçbir şey değişmiyor. [...] Yani sadece temas sağlayamıyorsunuz aslında ve analiz yapamıyorsunuz yağ kas vs ama biz analiz dışında da evde nasıl bu süreci tamamlayabileceğini danışana anlatıyoruz. Bundan sonra da zaten karşılıklı iletişim halinde ilerliyoruz ister yüz yüze ister online olsun aynı bilgiyi sunuyoruz. Bu anlamda aslında pandemi bizim için çok iyi oldu yani online beslenme danışmanlığının önemi arttı o yüzden keyifliydi. (K21)*

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere pandemi süreci yalnızca diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatında bir dönüşüm yaratmamış aynı zamanda insanların da çevrim içi diyet ve uzaktan çalışma konusuna ilişkin tavır ve tutumlarını da değiştirmiştir. Bu bağlamda dijitalleşme süreci pandemiyle birlikte herkes tarafından deneyimlenmiş ve pandemiden önceki bazı alışkanlıklar ya da düşünceler değiştirmiştir. Yine bir başka katılımcı bu konu hakkındaki fikirlerini şöyle dile getirmiştir:



*Dijital araçların kullanımı konusunda şöyle, herkes pandemi sürecinde bu sürecin böyle devam edeceğini düşündükleri için çok iyi kullanmayı öğrendiler. Online diyet yapamam diyen herkes online yapmaya başladı online çok güzelmiş diyenler oldu. Hatta çok ön yargılı insanlar vardı o süreçte onlar bile bence bu dijital araçlara ve dijitalleşmeye sürecine uyum sağladı. Bence pandemi bu sürecin hızlanmasında çok yardımcı oldu. (K11)*

Burada önemli olan bir diğer nokta ise dijital araçların kullanımının herkes tarafından zorunlu da olsa öğrenme sürecidir. Çünkü pandemi sürecinde telefon, bilgisayar, tablet ve daha pek çok dijital araçlar daha sık kullanılmış ve gündelik yaşam pratiklerinin bir parçası haline dönüşmüştür. Örneğin market alışverişleri dahi her türlü tüketim pratikleri, dijital platformlar üzerinden sipariş verilerek gerçekleştirilmiştir. Buradan hareketle diyetisyenler de her ne kadar kendileri dijital araçları ve platformları meslek ve çalışma hayatlarında aktif şekilde kullansalar da danışanlarının bu konuda tutum ve davranışlarının pandemiyle değiştiğini gözlemlemişlerdir. Çünkü pandemiyle birlikte danışanlarla dijital araçlar yoluyla kolayca iletişim kurabildiklerini dile getirmişlerdir.

Pandemi süreci diğer pek çok meslek grubunda olduğu gibi diyetisyenler tarafından da uzaktan çalışmanın yaygınlaştığı ve özellikle çevrim içi diyet danışmanlığının oldukça arttığı bir süreç olarak deneyimlenmiştir. Katılımcıların pandemi sürecine ilişkin deneyimlerini anlatırken burada daha çok pandemi sürecinin uzaktan çalışma ve çevrim içi diyet sürecini hızlandırması bakımından olumlu yönlere dikkat çektiklerini ifade etmek mümkündür. Fakat pandemi sürecinin ilk evrelerinde ofisini yeni açmış olan ya da halihazırda bir ofisi olan pek çok diyetisyen yüz yüze çalışmadığı için uzaktan çalışarak mesleklerini icra etmişlerdir ve bu süreçte de ofisin mevcut giderlerini ödemek zorunda kalmışlardır. Buradan hareketle pandemi sürecine ilişkin vurgulanan bir diğer unsur “yüz yüze danışan sayısı azaldı” olarak kodlanmıştır.

Yüz yüze danışan sayısının azalmasının en temel nedeni sokağa çıkma yasağının olması ve o süreçte pek çok kişinin çeşitli nedenlerle beslenme ve diyetetik süreçlerine ara vermek istemeleridir. Bu noktada K13’ün dikkat çektiği ekonomik koşulların etkisi gibi pandemi sürecindeki yanlış ve hatalı bilgilerin de yayılması ve insanların bu durumundan etkilenmesi de söz konusu olmuştur. Nitekim katılımcılarda bu durumu detaylıca açıklamıştır.

*Şöyle, o zamanlar çalışıyordum her şeyin kapalı olduğu bir dönemdi ve sadece online'di. Şimdi insanlar önünü görmedikleri zaman diyet biraz insanlara lüks geliyor. Mesela şu an ekonomik koşullar çok zor olduğu için u adamın et alacak parası yok sen et yazamıyorsun listeye o da etkili oluyor ister istemez. Şu var bence hiç hoşlanmasam da belirli bir gruba hitap ediyormuşuz gibi geliyor. (K13)*

*Pandemi başladığında ben ofisimi açalı bir buçuk ay olmuştu. Ben ofisimi açtım, bir buçuk ay sonra pandemi patladı ve biz evlerimize kapandık ve klinikteki danışan portföyümün tamamını kaybettim. Bir de o dönemin ilk başlarında şöyle bir bilgi çıktı: 'Diyet bağışıklığı düşürür, sakın diyet yapmayın' diye bir doktor açıklama yaptı. Yani ben o 2020 yılının Temmuz'una kadar nerdeyse hep eksi bir şekilde ilerledim. İu pandeminin bana en büyük olumsuz yanı klinikteki danışanlarımı kaybetmem oldu. (K10)*

*Ben pandemideyken mesleğimi yapmıyordum ama gözlemlediğim kadarıyla söyleyebilirim. Mesela kliniği olan diyetisyen arkadaşlarım pandemi sürecinde kliniklerini kapatma durumunda kaldılar. Çünkü danışan yüz yüze gelemiyordu ve o kliniğin kira masrafları vs. O yüzden uzaktan devam etmeye karar vermişlerdi. Online danışmanlık çok önemli oluyor burada da. (K3)*

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere pandemi sürecinin yüz yüze beslenme danışmanlık sürecini azalttığını ve çalışma mekânı olan diyetisyenlerin giderlerini ödemekte zorlandıklarını ifade etmek mümkündür. Fakat burada katılımcıların çevrim içi diyeti, bir can simidi olarak gördükleri ifade edilebilir. Çünkü diyetisyenler, çevrim içi diyetle birlikte yurt içinden çok daha farklı şehirlerden yeni danışanlara ulaşabildikleri ya da yurt dışından danışan alabildiklerini dile getirmişlerdir. Burada can simidi olarak işlev gören çevrim içi diyet danışmanlığı uzaktan çalışmayı mümkün kılarak ve çok farklı şehirlerden ve ülkelerden insanlarla iletişim kurarak diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatlarındaki devamlılığı sağlamada önemli bir rol oynamıştır. Diyetisyenler için çevrim içi danışmanlık vermek her ne kadar pandemi sürecinde can simidi olma özelliği gösterse de pandemi sonrasında da çevrim içi diyet danışmanlığı ve uzaktan çalışma pek çok diyetisyen tarafından tercih edilebilir bir çalışma biçimini oluşturmuştur. Dolayısıyla diyetisyenler için ister yüz yüze bir ofis ortamında çalışmak ister çevrim içi danışmanlık vererek uzaktan çalışmak birer çalışma biçimi olarak tercih edilmektedir.

Bu kategoride önemli olan bir diğer kod ise dijital araçların kullanımının arttığına yönelik ifadelerdir. Dijital araçların kullanımının yaygınlaştığı, farklı konularda da pek çok kez dile getirilmiştir. Burada önemli olan, pandemi sonrasında da dijital araçların

kullanımının devam ettiği ve diyetisyenlerin sadece meslek ve çalışma hayatlarında değil çeşitli eğitim süreçlerinde de dijital araçların önemli olduğunu vurgulamalarıdır.

*Artık online eğitimler vs. hiçbir şey bize absürt gelmiyor. Biz bu arada ofis olarak beslenme eğitimleri de düzenliyoruz. Mesela bu eğitimleri çok rahat bir şekilde online yapabiliyoruz. Bunun da aslında pandeminin dijital mecralara dair olumlu bir yansıması olduğunu söyleyebiliriz. (K8)*

*[...] Bence sosyal medya ve interneti yani hem meslek dışında da 2023 yılındayız bence pek çok dijital platformu da pandemi süreci ile birlikte kullanmayı öğrendik. Bence o yüzden artık insanlara bir yere gitmek yük oluyor. İnsanlar yani robot değiliz saat saati gecikebiliyor trafik olabiliyor o yüzden online anlamında çok önemli bir etkisi oldu pandeminin. Bence her şey online'a dönebildi bu sayede. Yani ben kendi eğitim seminerlerimi bile online olarak Zoom platformu üzerinden giriyorum. Mesela akşam 19.30'a koyuyorlar semineri, ben 19.00'a kadar çalışıyorum. Nasıl o programa katılacağım ama online olduğu için çok rahat bir şekilde programa da katılabiliyorum. O yüzden bence pandemi, teknoloji kullanımı anlamında hepimizi olumlu yönde etkiledi. (K20)*

Yukarıdaki katılımcıların da dikkat çektiği gibi pandemi süreci, dijital araçların gündelik yaşam pratiklerimizin bir parçası haline dönüşmesine neden olmuştur. Dolayısıyla dijitalleşme olgusu toplumsal yapının bir parçasına dönüşmüştür.

Buradaki son kod ise pandemi sürecinin mesleğin toplumsal itibarındaki etkisidir. Pandemi süreciyle birlikte diyetisyenlik mesleğinin görünürlüğü ve tanınırlığının arttığını ifade eden katılımcılar, bu durumun temel nedenlerinden birisinin pandemi sürecindeki sağlıksız beslenme sonrası alınan kilolar olduğunu düşünmektedirler.

*Şunu söyleyebilirim, pandemide insanlar evine kapandılar ve ciddi anlamda kilo aldılar. Şu an hala bana gelen danışanlar pandemiden aldığım kilolar bunlar, hala veremedim diyerek danışmanlık almaya geliyorlar. Kesinlikle kilo anlamında bir artış yaşandığı için diyetisyene bu süreç sonrasında rağbet arttı diye düşünüyorum. (K8)*

Üzerinde durulması gereken bir diğer konu da pandemi sürecinde dijital platformlar aracılığıyla diyetisyenlerin kendi alanlarına yönelik çeşitli içerikler üretmek paylaşımlar yapmaları ve bunun sonunda daha fazla insana ulaşarak sayfalarını büyütmeledir. Özellikle Instagram'da sürekli ve düzenli paylaşımlar yaparak danışan portföyünü çok arttırdığını ve bu sayede yeni danışanlar aldığını ifade eden katılımcılar olmuştur. Hatta

katılımcılardan K9, o süreçte sosyal medya platformlarında mesleki kimliğiyle var olanların avantajlı olduğunu, kendisinin ise herhangi bir hesabı olmadığı için bu durumdan faydalanamadığını şu sözlerle açıklamıştır:

*Tabii o zamanlar sosyal medya açanlar her anlamda çok büyük etkisini gördüler. Herkes evdeydi, kilolar alındı ve zayıflanmak isteniyor ve herkes tabii ki diyetisyenlere yöneldi o vakitte. O dönem ben daha mezun olmamıştım ve mezun olduktan çok sonra açtım hesap ve sonrasında maalesef ki ben yararlanamadım ama tabii ki etkisinin olduğunu düşünüyorum pandemi sürecinin. (K9)*

Diğer yandan pandemiden önce de sosyal medya hesabı olan ve aktif bir şekilde kullanan katılımcı, pandemi sürecinde bu durumun daha çok artış gösterdiğini dile getirmiştir.

*Benim için pandemi “peak” noktaydı. Şöyle, sayfamın büyümesinde çok çok çok büyük bir yardımcı oldu. Çünkü ben zaten mutfakta olmayı seviyordum. O zamanlarda daha çok vakit ayırdım ve o zaman paylaştığım çoğu tarifte insanlar evde olduğu için ve sosyal medyada oldukları için çok görünür oldu ve öylelikle beğenilerim arttı, etkileşimim arttı ve takipçilerim arttı. Pandemi öncesi yaklaşık 8-9 bindi, pandemi sonrası 18-19 bin takipçiye ulaşmıştım. Çok güzel bir ilerleme kaydettim. (K11)*

Dijital içerik üretmenin mesleki tanınırlığının artmasında olumlu bir etki yarattığını ifade eden diğer bir katılımcı, özellikle de beslenme ve diyetetik bölümü mezunu olup ve mesleki kimliği ile bu platformlarda olan diyetisyenlerin yanı sıra beslenme ve diyetetik alanına ilişkin eğitim almamış ama sadece çok büyük kilolar verdiğini ifade ederek sosyal medyada paylaşımlar yapan ve insanlara tavsiyelerde bulunan hesapların ve sayfaların olduğunu dile getirmiştir. Bu anlamda da pandemi süreciyle birlikte diyetisyen meslek grubunun daha görünür olarak mesleki kimliklerini koruduklarını ve aynı zamanda da insanları bu konuda bilinçlendirdiklerini düşünmektedir.

*Aslında pandemi bizim için çok iyi oldu yani online beslenme danışmanlığının önemi arttı o yüzden keyifliydi. Instagram yani sosyal medya çok daha ciddi anlamda takibe alındı, canlı yayınlar yapıldı daha çok bilim insanlarını insanlar dinleyebildi. Doğru kitlenin takip edilebilirliği arttı, insanlar en azından sosyal mecralarda “aa evet bu doğru kişi ya da yanlış kişi, bu diyetisyen, bu değil” demeyi öğrenebildi bence bu platformlar sayesinde. (K21)*

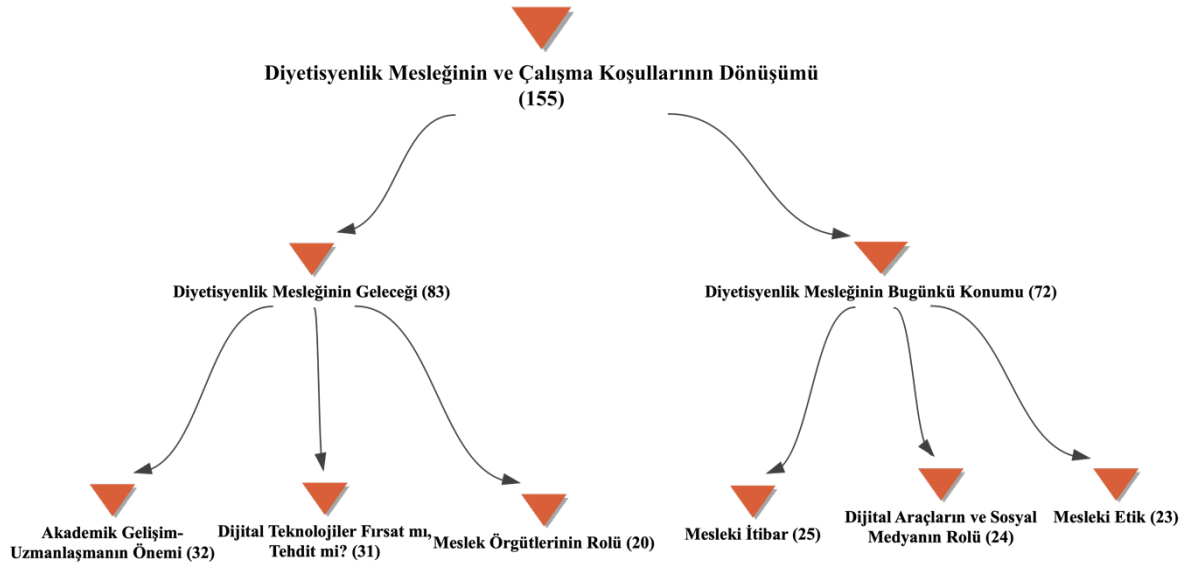
*Şöyle pandemi sürecinde kronik hastalıklar olsun, obezite olsun biraz daha hastalık olduğunun bilincine varıldı. Obezite de bir hastalıktır çünkü bunun çaresi için de*

*danışmanlık hizmeti almaya diyetisyenlere yönelmeye başladılar. Pandemi süreciyle bence diyetisyenlere yönelme noktasında artış yaşandığını düşünüyorum açıkçası. (K3)*

Dijitalleşmeyi hızlandıran bir süreç: pandemide diyetisyen olmak başlıklı bu bölümde, pandemi sürecinin meslek ve çalışma hayatında özellikle de dijital dönüşüm konusu bağlamında büyük bir etkisi olduğu görülmüştür. Diyetisyenlerin danışanlarıyla olan iletişim süreçleri dijitalleşmiş ve çevrim içi diyet danışmanlığı oldukça yaygınlaşmıştır. Bunun yanı sıra sosyal medya platformlarında diyetisyenlerin görünürlüğü artmıştır. Beslenme ve diyetetik alanına ilişkin bilgilendirici paylaşımlar yapan sayfalar artmıştır. Bunun sonucu olarak da diyetisyenler daha fazla kişiye ulaşabilme imkânı bulabilmiştir. Bu alt temada ön plana çıkan diğer bir unsur pandemi sürecinin her ne kadar bazı katılımcılar tarafından ofis masraflarını karşılayamama gibi olumsuz bir durum yarattığı ifade edilse de dijitalleşmenin etkisiyle uzaktan çalışma ve çevrim içi diyet danışmanlığının süreçteki zorlukları aşmada bir can simidine neden olduğu görülmüştür. Buradan hareketle de pandemi süreci dijitalleşme sürecinin hızlanmasında, dijital araçların kullanımının yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamıştır. Pandemi sürecinin bitmiş olmasına rağmen diyetisyenler, danışanları tarafından bu sürecin sürdürülebilir olduğunu ve şimdi de uzaktan, çevrim içi diyet danışmanlığı vererek de mesleklerini icra edebildiklerini ifade etmişlerdir. Dolayısıyla dijital dönüşümün diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatındaki etkilerini görmek noktasında bu bulgular etkili olmuştur.

### **5.2.5. Diyetisyenlik Mesleğinin ve Çalışma Koşullarının Dönüşümü**

Çalışmanın ve çalışma koşullarının dijitalleşmesi ana temalı bölümün son alt teması ise diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma koşullarının dönüşümüdür. Aşağıdaki şekilde de görüldüğü üzere mesleğin ve çalışmanın dönüşümü ele alınırken mesleğin bugünkü konumu ve geleceği başlığı olarak ikiye ayrılmıştır. Öncelikle mesleğin bugünkü konumu ele alınmıştır. Daha sonra ise mesleğin geleceğine ilişkin kodlar açıklanmıştır. Son olarak ise dijital dönüşümün meslek ve çalışma hayatına yansımalarına ilişkin genel bir değerlendirme yapılmıştır. Dolayısıyla Şekil 15’te de görüldüğü gibi bu alt temada toplam 155 kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir.



**Şekil 15. Diyetisyenlik Mesleğinin ve Çalışma Koşullarının Dönüşümü**

Mesleğin bugünkü konumuna ilişkin üç kodlama yapılmıştır. Bunlar: Mesleki itibar, dijital araçların ve sosyal medyanın rolü ve mesleki etikdir. Bu kodların yanında kodlama frekansları belirtilmiştir. Katılımcıların en sık dile getirdikleri kodlar en çok frekansa sahip olan kodlardır.

Mesleki itibar; toplumun mesleğin işlevi, işleyişi ve önemi hakkındaki düşüncelerini ifade etmektedir. Bu nedenle mesleğin toplum tarafından anlamlandırılma biçimi mesleki itibarı da etkileyen bir unsurdur. Bu bağlamda katılımcıların mesleklerinin itibarı konusunda ne düşündükleri sorulmuştur ve bu konunun mesleğin bugünkü konumunda önemli bir unsur olduğu ortaya çıkmıştır. Öte yandan böyle bir koda yer verilmesinin sebebi dijitalleşme süreci ile birlikte mesleki itibarın nasıl dönüştüğünü ve mesleki itibarda dijital araçlar ve dijital platformların nasıl bir rol oynadığı açıklanmıştır.

Diyetisyenlik mesleğinin bugünkü konumuna ilişkin üzerinde durulacak ilk kod, mesleki itibardır. Mesleğin bugünkü konumundan bakıldığında katılımcılar, mesleğin mesleki itibarı konusunda farklı yorumlar yapmışlardır. Örneğin toplumun diyetisyen mesleğinin işlevinin ne olduğuna ilişkin yeterince bilgisi olmadığını düşünen K5, bu durumun mesleğin toplumsal itibarını da olumsuz etkilediğini şu sözlerle açıklamıştır:

*'Diyetisyen eşittir kilo verdirir' gibi bir algı var zaten. Bunun dışında diyetisyen aslında kilo da aldırır. Hastalıklarda beslenme tedavisi de uygular. Bunun dışında özel beslenme listenizi de oluşturur. Siz yemekhanede yemek yiyorsanız o yemek listesini oluşturan kişi de diyetisyendir aslında. Yani o gıdanın kontrol tarafında da diyetisyen var ama bunlarla karşılaştırmadığımız için bunu bilmiyor olabiliriz. Bu yüzden diyetisyenlerin kilo verdirir algısı ve çok ulaşılabilir olduğunun algısı olduğunu düşünüyorum ben toplum tarafından. Hani psikologlar gibi 'Amaan bir ara gideriz ona, çok da elzem değil' gibi düşünülüyor ama beslenmenin değişmesiyle birlikte çok fazla hastalıklardan korunduğuna dair pek çok gösterge var elimizde. (K5)*

Öte yandan mesleğin toplumsal itibarının ne olduğu sorusuna yanıt verirken katılımcılar sık sık sosyal medya platformlarının altını çizmiştir. Bazı katılımcılar dijitalleşme süreciyle birlikte diyetisyenlerin dijital alanlarda daha çok görünür olmasının mesleki itibarı olumlu etkilediğini düşünürken bazıları da buradaki bilinçsiz paylaşımların mesleğin toplumsal itibarına zarar verdiğini düşünmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın mesleğin görünürlüğünü artırdığını ve diyetisyen mesleğini insanlara tanıtmak için önemli olduğunu düşünen K9, sosyal medyanın mesleğin toplumsal itibarını olumlu etkilediğini ve insanların daha çok diyetisyene yöneldiğini ifade etmiştir.

*Bence sosyal medya mesleğin toplumsal konumunu etkiliyor. Bence toplumsal itibarı var yani diyetisyenin önemini biliyorlar ki geliyorlar. Ben açıkçası bu bölüme başlamadan önce diyetisyene gitmeyi düşünmezdim benim de kilo problemim vardı ama hiç aklımdan geçmezdi diyetisyene gideyim veya yanlış yaptığımı düşünmezdim ama insanların pandemiden sonra özellikle çok fazla diyetisyen hesabı açtığını gördüm, siz de görmüşsünüzdür. İnsanlar sağlıklı beslenmenin ne olduğunu aslında öğrendiler gibi. Sadece destek amaçlı diyetisyene bile gelebiliyorlar. Bunun da iyi bir şey olduğunu düşünüyorum. (K9)*

*Bence sosyal medyada bilgi kirliliği çok fazla. Belki bu noktada bir denetim gelebilir. Gerçekten bir diploması olmayan ve bu konuda bilgisi olmayan insanların paylaşımları kısıtlanabilir, öyle düşünüyorum. Kısıtlayıcı bazı kelimeler gelebilir, işte bunlar kesinlikle kullanılmamalı gibi. Çünkü bazen kendi meslektaşlarımda bile görüyorum, böyle bir diyetisyen olmamalı diye. Ama tabii o da bir tercih meselesi. Çok yorucu ve üzücü oluyor. (K11)*

Yukarıdaki katılımcının ifadesinde yer alan diyetisyen olmayan kişilerin de beslenme ve diyet danışmanlığı üzerine tavsiyeler vererek insanları yanlış yönlendirmesi meselesi burada üzerinde durulması gereken bir durumdur. Çünkü sosyal medyada herhangi bir denetlenebilirlik olmadığı için herhangi bir kişi beslenme ve diyet üzerine bir sayfa açabilmekte buna ilişkin içerikler oluşturup paylaşımlar yapabilmektedir. Böylece pek

çok insana yanlış bilgiler sunabilmektedir. Mesleğin toplumsal itibarı konusunu ele alırken bu durum önemli olmaktadır çünkü diyetisyen olmayan kişiler tarafından tamamen sosyal medyada görünür olarak daha çok takipçi kazanmak adına paylaşımlar yapan pek çok kişi, diyetisyen mesleğinin toplumsal itibarına zarar vermektedir. Çünkü herhangi bir eğitimi olmamalarına rağmen kendi takipçi kitlelerine beslenme üzerine tavsiyeler vermektedirler.

Dolayısıyla diyetisyen mesleğinin bugünkü konumuna bakıldığında bazı katılımcılar dijital platformlar yoluyla diyetisyenlerin daha çok bilindiğini ve tercih edilebilirliğinin arttığını düşünürken bazı katılımcılar da bu platformlarda bazı meslektaşların ya da diyetisyen olmayan kişilerin etik dışı paylaşımlarından dolayı mesleki itibarın zayıfladığını düşünmektedir. Buradan hareketle mesleğin bugünkü konumunda sosyal medyanın mesleki itibarı hem olumlu hem de olumsuz etkilediğini ifade etmek mümkündür.

Mesleğin bugünkü konumunda önemli olan bir diğer kod; dijital araçların ve sosyal medyanın rolüdür. Aslında bu kod yukarıdaki mesleki itibar konusundan tamamen bağımsız değildir. Fakat ayrı bir kod olarak ele alınmıştır çünkü katılımcılar mesleğin bugünkü konumunda dijital araçların ve sosyal medyanın çok büyük bir etkisi olduğunu dile getirmişlerdir.

Katılımcılar mesleğin bugünkü konumunda dijital araçları ve sosyal medyayı etkili bir şekilde kullanabiliyor olmanın meslek ve çalışma hayatı için önemli olduklarını düşünmektedirler.

*Mesela sosyal medya ve dijital araçlar konusunda bilgin yoksa, yani ordaki algoritma nasıl işliyor, bilgin olması gerekir. [...] Mesela ben Instagram üzerinden sponsorlu gözükebiliyorum, yani ücretli bir şekilde gönderilerimi öne çıkarabiliyorum. Bu da danışanlarınıza ulaşmada çok önemli bir şey. Yani daha görünür olmak için de önemli. Mesela ben sosyal medya ya da dijital teknolojilerin kullanımına dair danışmanlık almamıştım ama bu konulara ilgi duyan arkadaşımın tavsiyelerini almıştım. Bana sosyal medyadan dijital pazarlama uzmanı olarak birkaç kişi yazmıştı yani mesela diyetisyensiniz sayfanızın takipçi kitesini artırmak ve daha çok danışana ulaşmak ister misiniz gibi. Ben kullanmadım ya da kimseyle çalışmadım ama neden olmasın, yani ilerde tercih edebilirim. Çünkü o mecrada farklı şeyler işliyor; onların verdikleri taktikler içeriklerde nelere dikkat edilmesi*



*gerekiyor gibi birçok etmen var yani. Mesela en basitinden bir reels paylaştığında bile 2 dakika video paylaşsan kimse izlemez ama 15 saniyelik ama vurucu ana fikir direkt o sürenin içerisinde olursa çok izlenir ve yani o 2 dakikada verdiğin şeyi 15 saniyede vermen gerekiyor. (K1)*

Yukarıdaki katılımcının ifadelerinden hareketle sosyal medya platformlarında mesleki kimleri ile var olan diyetisyenlerin platform algoritmasının nasıl işlediğini iyi bilmeleri gerektiği ve bunun da yeni danışanlara ulaşma noktasında önemli olduğu görülmektedir. Burada üzerinde durulması gereken konu, dijital araçları kullanım becerilerinin meslek ve çalışma hayatı için bir gereklilik haline dönüşmesidir. Çünkü pek çok katılımcı dijital araçları ve sosyal medya platformlarını kullanmadan sadece ofis açarak mesleği icra etmenin çok zor olduğunu dile getirmişlerdir. Bu anlamda özellikle yeni mezun olmuş aile ve sosyal çevre desteğinin de az olduğu biri düşüldüğünde çalışma ve meslek hayatına geçiş süreci daha da zorlaşmaktadır. Öte yandan Türkiye’de üniversite sayılarının artması ve dolayısıyla da beslenme ve diyetetik bölümü mezun sayılarının da artması meslek ve çalışma piyasasında rekabeti oldukça artırmaktadır. Yine burada da dijital araçları ve sosyal medyayı iyi bir şekilde kullanmak önemli bir avantaja dönüşmektedir.

Nitekim mesleğin çok fazla mezun vermesinin bir sonucu olarak iş piyasasında düşük ücretle çalışmaya mecbur kalınması ve bunun yanı sıra mezun olan diyetisyen oranına göre devlette çok az atama yapılıyor olması mesleğin çalışma hayatındaki zorluklarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumu 7 yıldır mesleğini icra eden K7, mezun olduktan sonraki deneyimlerini şu şekilde açıklamıştır:

*Ben mesleğin çok fazla mezun verdiğini düşünüyorum. Bizim zamanımızda sınıfta 80 kişi vardı ve 80 kişi mezun oldu sadece bizim okuldan ve o yıl yüzlerce üniversiteden binlerce kişi mezun oldu. Bunların iş bulması da zor oluyor herkes gibi ben de iş bulmakta zorlandım. Yeni mezunsunuz giriyorsunuz bir yere çok fazla maaş vermiyorlar atıyorum bir yere girmek istiyorsunuz kabul etmiyorlar yeni mezun olduğunuz için. Devlete de atamıyorlar diyetisyenleri bu da problem. Atanlar da 90-95 puan alanlar yani 70 falan alsan hiç şansın yok çünkü şey bir hastane 100 tane hemşire alıyorsa 1 diyetisyen alıyor. Burada da sosyal medya önemli oluyor yani kendine bir alan açmak anlamında. Hatta şöyle şeylerde oluyor hiç beni tanımıyor ama sosyal medyada görüp diyet desteği alan danışanlarım da oluyor. İşte sayfamı görüyor beğeniyor beni görüyor hoşuna gidiyor enerjimi beğeniyor ve kendisine uyduğunu düşünüyor. O yüzden sosyal medya çok önemli. (K7)*

Katılımcının sosyal medyayı meslek ve çalışma hayatında bir alan açtığını düşünüyor olması altı çizilmesi gereken bir durumdur. Çünkü yeni mezun olmuş ve çalışma hayatına başlamayı isteyen pek çok kişi sosyal medyada mesleki kimleri ile bir hesap açarak görünür olmaya başlamakta sonrasında ise yeni danışanlara ulaşabilmektedir. Örneğin aşağıdaki katılımcının ifadeleri de bu durumu destekler niteliktedir.

*[...] Ben stajyerlerime de aynı şeyi söylüyorum mezun olduktan hemen sonra kendi isimlerini ve mesleki kimliklerini açıklayan sosyal medya hesabı açmaları ve seslerini duyuruyor olmaları ve sosyal medyada isimlerini duyuruyor olmaları gerekiyor. Ki talep edilebilirliği olsun, alana girebiliyor ve görünebiliyor olsunlar o yüzden sosyal mecralar da kendilerini yukarlara taşımak zorundalar diyebilirim. (K21)*

Bunun yanı sıra bazı katılımcılar ise şu an beslenme ve diyetetik bölümünü okuyan öğrencilere tavsiye olarak öğrencilik yıllarından itibaren bir sosyal medya hesabı açmaları yönündedir. Elbette ki daha öğrenciyken herhangi bir danışmanlık vermesi ya da hasta bakması etik değildir. Sadece mesleki kimliği ile görünür olarak, beslenme ve diyetetik öğrencisi olduğunu belirterek kendi kitlesini oluşturması mümkündür. Nitekim aşağıda yer verilen katılımcı ifadesinden de hareketle böyle bir süreci mezun olmadan deneyimlemiş olmak; “iş ağını” oluşturmak, kişisel dijital marka yaratmak noktasında da önemli görülmüştür.

*Birincisi, öğrencilik yıllarındayken bir sosyal medya hesabı açmaları gerekiyor lisans birinci, ikinci sınıf hiç fark etmez. Orda bir bilgi paylaşımlarına gerek yok ama bir tarif geliştirip bir tarif paylaşabilirler. Okulda öğrendikleri şeyleri bir video çekerek hesaplarında paylaşabilirler. Yani aslında mezun olduklarında ellerinde bir iş ağının olması gerekiyor. Tanınurluğunun olması gerekiyor. [...] Okullar bu konuda çok fazla öğrenciyi korkutuyorlar. Mezun olmadan hiçbir hesap açmayın yoksa dersten bırakırız vs. diye. Neden yani? Açsın, tabii ki paylaştığı şeyleri denetleyin; bir insana diyet yazmasın mesleğini eline almadan. Ama o, onun ekmek kapısı, artık başka bir çağdayız. Artık bizim hocalarımızın dönemindeki bir dönem yok o 4 yılı mesleğine bir yatırım olarak kabul edecek. Hatta diyorum ki ufak bütçelerle reklamlar verseler ve daha çok insana seslerini duyurup danışan portföyünü büyütsün. [...] Yani demem o ki sosyal medyayı düzgün kullandığın müddetçe hiçbir sıkıntı yaşamazlar. [...] Artık o hocalarımızın eskide kalmış fikirleri doğru değil, yani artık başka bir çağdayız. (K10)*

Burada mesleki etik ve marka yaratma gerilimi söz konusudur. Katılımcı ifadesinden de hareketle, mesleki etik ilkeleri dikkate alarak dijital platformlarda mesleki bir marka

yaratmak önemlidir. Burada mesleğin dönüşümünü görmek mümkündür çünkü katılımcılar, dijital platformlar aracılığıyla mesleki kimliklerine dair bir marka yaratmaktadırlar ve bu marka da meslek ve çalışma hayatlarını sürdürebilmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla mesleğin ve çalışmanın dönüşümünde dijitalleşme olgusu merkezi bir yerde konumlanmaktadır.

Katılımcılardan ara ara “artık başka bir çağdayız” ifadesi duyulmuştur. Bu anlamda düşünüldüğünde mesleğin bugünkü konumunu anlamada dijitalleşme sürecinin nasıl bir dönüşüm yarattığını anlamak mümkündür. Diğer taraftan katılımcının sosyal medyada görünür olma konusunda hocaların ya da üniversitelerin tepkilerine karşı çıkmasına da eleştirel yaklaşması dikkat çekicidir. Çünkü ona göre günümüzde beslenme ve diyetetik mezunu olan herkesin zorunlu olarak bu platformlarda olması gereklidir. Bu ifadeler araştırmanın kuramsal çerçevesinde de değinilen dijitalleşme süreci ve dijital dönüşüm için önemli olmuştur. Çünkü 10-20 yıl önceki meslek ve çalışma hayatı deneyimleriyle bugünkü deneyimler dönüşmüştür. Nitekim katılımcının ifadelerine dikkat verildiğinde dijital becerileri meslek ve çalışma hayatında aktif bir şekilde kullanan bir diyetisyenin iyi ücretlerde çalışabilmesi mümkündür. Diğer türlü ise yeni mezun olan bir diyetisyenin meslek ve çalışma hayatında düşük ücretlere çalışmak durumunda kalması olasıdır. Burada üzerinde durulması gereken konulardan bir diğeri ise mesleğin bugünkü konumunda çevrim içi çalışmanın yaygınlaşması ve tamamen uzaktan olmasıyla birlikte çalışma koşullarının da dönüşmesidir. Dolayısıyla dijitalleşme süreciyle birlikte meslek ve çalışma hayatı da dönüşmüştür. Artık üniversiteden mezun olmadan bile önce pek çok beslenme ve diyetetik öğrencisi bir dijital platformda görünür olmaya çalışmaktadır. Katılımcıların ifadelerinin yanı sıra araştırma süresi boyunca yapılan gözlemler de bunu destekler niteliktedir. Örneğin Instagram’da pek çok beslenme ve diyetetik öğrencisi, öğrenci olduklarını ve kendilerini tanıtan kısa bilgilerle içerikler üretmekte ve gündelik yaşamlarına ilişkin paylaşımlar yapmaktadırlar. Bunun sonucunda da mezun olduklarında kendilerini takip eden bir kitle yaratmış olmaktadır ve sonrasında da mezun olduklarını ve artık beslenme danışmanlığına başladıklarını duyurmaktadırlar. Böylece mezun olduklarında potansiyel bir danışan kitlesi oluşturmuş olmaktadır. Elbette ki bu meslek ve çalışma hayatlarını sürdürebilmenin bir garantisini vermemektedir. Burada da düzenli içerikler oluşturmak ve düzenli paylaşımlar yapmak önemlidir. Bu bağlamda sonuç

olarak mesleğin bugünkü konumunda dijital araçların ve sosyal medyanın kullanımının önemli olduğu görülmüştür.

Mesleğin ve çalışmanın bugünkü konumu bağlamında kodlanmış son kod ise mesleki etikdir. Bu konuda katılımcılar meslektaşlarının zaman zaman popüler kültürün kurbanı olduklarını düşünmektedirler. Çünkü insanların en çok neyi izledikleri ya da takip ettiklerini dikkate alarak mesleki kimliklerinden ödün vererek paylaşımlar yapmaktadırlar. Örneğin hızlı kilo verdiren detoks suyu tarifi gibi sağlıklı beslenme düzeninden ziyade daha dikkat çekici başlıklarla paylaşım yapan diyetisyenler vardır. Oysa her meslekte olduğu gibi diyetisyenler de dijital platformlarda etik kurallara dikkat etmelidir. Mesleki etik konusunda fikirlerinden bahseden K6, çok takipçisi olan diyetisyenlerin daha bilgili ya da daha güvenilir olduğuna dair bir yanılığın nasıl oluştuğunu anlamakta zorlandığını şu şekilde ifade etmiştir:

*Şimdi siz daha iyi bilirsiniz Hilal Hanım, bizim toplumumuzda cila önemli bu gerçek yani, bunu kesinlikle inkar edemeyiz. Elbette bu bizim mesleğimizde de etkisi var. İnsanlar sosyal medyada çok takipçili diyetisyenlerin daha bilgili olduklarını düşünüyorlar. Ben bunu anlayamıyorum. Düşünüyorum hakikaten ara ara, hani bunun arasında nasıl bir bağlantı olabilir diye. Çünkü en nihayetinde o takipçiler parayla da alınabiliyor ve orda bir vitrin oluşturduğunuzda dünyanın en iyi diyetisyeniymişsiniz gibi algılanıyor. Biraz önce de söyledim yani bu iş danışmanlık işi bunun arkasında ciddi bir cv olmalı yani siz ne zamandır çalışıyorsunuz, kaç hasta baktınız, kimsiniz siz yani ben neden sizden danışmanlık alayım açıkçası ne yazık ki böyle maalesef. Kendi meslektaşlarımı suçluyorum fakat toplumun da istediği bu yönde. Bir yerde onlar da toplumun istediğine yanıt vermiş oluyorlar. Tabii ben ne yazık ki diyorum ama kesinlikle teknoloji karşıtı biri değilim. Dozunda ve doğru kullanımından yanayım kesinlikle. (K6)*

Yukarıdaki katılımcı etik ihlallerin kısmen arz talep ilişkisinden meydana geldiğini dile getirmiştir. Başka bir deyişle dijital platformlarda en çok ne izleniyor ve insanlar neyi en çok talep ediyorlarsa diyetisyenlerin de ona göre paylaşım yapmak durumunda kaldığını düşünmektedir. Bunun yanı sıra başka bir katılımcı diyetisyenlerin paylaşım yaparken daha dikkatli olmaları gerektiğine ve yaptıkları paylaşımların doğru olmasına dikkat çekmiştir.

*[...] Bu tepkilerin birazcık daha dijital platformlardan kaynaklandığını düşünüyorum. Çünkü sosyal medyada belki bir diyetisyenin yazdığı örnek liste ya da onların ötekileştirici paylaşımlarından kaynaklanan yeme bozukluğu geliştiren ve*

*kendisini kötü hissedem insanlar olabiliyor. Sağlıkla ilgili yanlış ya da eksik bilgilerin paylaşılması mesela; şöyle bir algı da var: Benim verdiğim bilgi yanlış değil; o zaman ben doğru bir şey yapıyorum. Eksik bilgi vermek de bence yanlış bilgi vermek kadar kötü sonuçlar doğuruyor. Örneğin bir nane çayı öneriyorsunuz ama reflüsü olanlar içmesin diye not düşmüyorsunuz ve böyle bir uyarı düşmediğiniz zaman o insanlar bunu bilemez ve onu içtikten sonra yaşayabileceği olumsuz şeylerden siz sorumlu hale geliyorsunuz. Ve bir insan böyle bir deneyimi yaşadıkten sonra diyetisyenlere karşı bir güveni kalmayabilir. (K15)*

Öte yandan çok takipçili hesapların daha fazla danışana ulaşmak için hızlı diyeteye yönelik içerikler paylaştığını dile getiren bir başka katılımcı mesleki etik ilkelerin bazı diyetisyenler tarafından dikkate alınmadığının altını çizmiştir.

*Ben istesem şu an kendi hesabım 7 bin-8 binlerde ve ben istesem onu 70 bin-80 bin yapabilirim. Bunun sırrını çok iyi biliyorum. Biraz hızlandırıcı diyet, detoks diyet, şu diyet, bu diyet diye paylaşımlar yaptığım anda biraz daha kendinizi de gösterdiğiniz anda inanılmaz şekilde hızlı bir takipçi kazanıyorsunuz ve takipçiniz arttıkça elbette kazanç da artıyor. Mesela az takipçiniz varken 10 kişiden 1 kişi geliyorsa takipçiniz arttıkça 100 kişiden 10 kişi, 1000 kişiden 100 kişi danışanız oluyor. Yani ben bunları eleştiriyorum; burada amaç sadece hızlı kilo verdirmek. O yüzden bu noktada kalite maalesef sayıyla ölçülemiyor. Ben her zaman dediğim gibi sınırlarımı koruyarak etik çerçevede ilerledim. (K22)*

Bu noktada dijital platformlarda görünür olan diyetisyenlerin mesleki etik kuralları ihlal etmesinin altında yatan temel sebeplerden birisi daha çok danışan çekmek ve daha çok görünür olmaktır. Çünkü dijital platformlar doğası gereği düzenli ve sürekli olarak orada var olmanızı gerekli kılar. Örneğin üç gün paylaşım yapıp beş gün paylaşım yapılmadığında algoritma paylaşımları çok daha geri plana düşürmekte ve sizin ulaşabileceğiniz kitle azalmaktadır. Bu nedenle bazı diyetisyenler bu platformlarda varlığını sürdürebilmek ve en çok ne izleniyor ve beğeniliyorsa ona göre içerikler oluşturup paylaşmaktadır. Burada da mesleki etik ihlaller ortaya çıkmaktadır. Nihayetinde beslenme ve diyetetik, doğrudan insan sağlığını ilgilendiren ve çok dikkat edilmesi gereken bir uzmanlık dalıdır. Mesleki kimliği ile bu platformlarda var olan pek çok diyetisyen bu konuda hassas davranırken diğer yandan tamamen popüler kültürün ve platform algoritmasının isteğine göre paylaşımlar yapan diyetisyenler de vardır. Bu noktada paylaşılan bilgilerin doğru olup olmadığını denetleyen herhangi bir mekanizmanın olmadığını belirtmek gerekir. Dolayısıyla bu hesapları takip eden kişilerin eleştirel olmaları, popüler ve çok takipçili diyetisyen olmalarından ziyade paylaşımlarının

içeriklerinin nasıl olduğuna, halk sağlığına ilişkin nasıl bir hassasiyetinin olduğuna bakılması önemli olabilir. Bu bağlamda katılımcıların pek çoğu mesleki etik kurallara dikkat ettiklerini belirtmişlerdir ve insanların daha bilinçli bir izleyici olmaları gerektiğini dile getirmişlerdir. Sonuç olarak, dijitalleşme süreci diyetisyen mesleğini dönüştürmektedir. Bu dönüşümün olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de olmaktadır. Dolayısıyla mesleğin ticarileşmesi ve girişimci rolü, mesleki etik ilkelerle gelişmektedir.

Diyetisyenlik mesleğinin geleceğine ilişkin üç kodlama yapılmıştır; akademik gelişim-uzmanlaşmanın önemi, dijital teknolojiler fırsat mı tehdit mi ve meslek örgütlerinin rolüdür. Mesleğin geleceğinde etkili olan konulardan ilki, akademik gelişim ve uzmanlaşmanın önemidir.

Katılımcıların hepsi meslek ve çalışma hayatının geleceğinde akademik gelişim ve uzmanlaşmanın çok önemli olduklarını düşünmektedirler. Çoğu katılımcı, diyetisyen adaylarının özellikle de lisansüstü eğitim alarak hangi alanda uzman olacaklarına karar vermeleri gerektiğini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra sadece lisans eğitimi almış olmanın tek başına hiçbir zaman yeterli olmadığını da ifade etmeleri önemlidir. Çünkü her meslekte olduğu gibi diyetisyenlerde de hem mesleğin bugünkü konumunda hem de geleceğinde akademik olarak gelişim ve uzmanlaşma önemlidir. Mesleğin çok fazla mezun veriyor olması iş piyasasındaki rekabeti de artırmaktadır. Nitekim daha yeni mezun olan K1, diyetisyenlik mesleğinde sürekli kendini geliştirmenin önemli olduğunu ve bunun hiçbir zaman bitmeyeceğini dile getirmiştir. Burada mesleğin piyasalaşması ve meslek piyasasındaki rekabetin artması durumu önemli olmaktadır.

*Ben yolun çok başındayım daha ama lisans eğitimin dışında çok fazla eğitim var. Atıyorum fonksiyonel tıp diyetisyenliği gibi farklı birçok eğitimler var ben de birçok eğitim alıyorum çünkü okuldaki eğitimler kesinlikle yeterli değil. Bunun yanı sıra dilini geliştirmek önemli olabilir çünkü kaynaklar hep İngilizce, Türkçe kaynak çok yok. Çok fazla mezun var ve hocamız da söylemişti sizi diğerlerinden ayıracak bir şey olması lazım. Yüksek lisans kesinlikle yapın demişti. Ben de şu an yüksek lisans için çalışıyorum. Hem online diyet danışmanlığının yanında ALES ve YDS çalışıyorum. Sürekli kendini eğitmen ve sürekli kendini güncellemen gerekiyor bu meslekte. Ben artık her şeyi öğrendim, bunları uygulayayım olmaz. Sürekli kaynak taraması ve yeni bilgiler öğrenmek, kendini güncellemek çok önemli yani. Çünkü güncel olmazsan eskirsin ve danışanların azalır ya da olmaz. (K1)*

Diyetisyenlik mesleğinde güncel literatürü takip etmek çok önemlidir. Çünkü sağlık alanında bazı bilgiler güncellenmekte ya da değişmektedir. Bu yüzden yukarıdaki katılımcı da “güncel olmazsan eskirsin” derken diyetisyenlerin güncel olarak gelişmeleri takip etmesine dikkat çekmiştir. Bu güncel takiplerin arasında elbette dijital dönüşüm de yer almaktadır. Çünkü diyetisyenler de danışanlarına büyük oranda dijital araçlar ve dijital platformlar yoluyla ulaşmaktadır.

Aşağıdaki katılımcı da mesleğin sürekli bir gelişim içerisinde olduğunu ve bu yüzden uzmanlaşmak istenilen bir alana karar vermenin önemli olduğunu dile getirmiştir. Burada değinilmesi gereken bir diğer unsur ise uzmanlaşmanın iş piyasasında yaratabileceği olumlu etkidir. Çünkü beslenme ve diyetetik bölümün pek çok alt dalı vardır bu yüzden mezun olduktan sonra kişilerin kendi ilgi ve merakları doğrultusunda uzmanlaştırma gayreti çalışma ve meslek hayatında da olumlu bir etki yaratmaktadır.

*Bence 4.sınıftan itibaren alanlaşmayı düşünmek gerek. Şöyle 4. sınıftan itibaren hangi alana yönelmek istediğine karar vermek meslek icrası için önemli. Bizde çok alan var; bunun mutfak kısmı var, toplu beslenme sistemleri ya da hastane kısmı var tamamen klinikte çalıştığımız bölümler var. Alanlaşmak çok önemli burada mesela ben mezun oldum biliyordum bir alan seçmem gerektiğini aslında bir diyetisyen tüm alanlara hâkim olmalı ama spesifikleşirse onun danışan kitlesine ulaşması çok daha kolay olur. Mezun olmadan buna karar vermek önemli bence. Onun dışında bol bol staj yapmak önemli farklı alanları tanımak ve görmek için staj önemli. Onun dışında bizim meslek sürekli bir gelişim içerisinde o anlamda araştırmayı seven birisi kesinlikle akademide devam etmeli bunun için de lisans 2. sınıftan itibaren İngilizce öğrenmek, araştırma yöntemlerini vs öğrenmesi önemli. (K4)*

Aşağıdaki katılımcı aslında lisansüstü eğitim alıp uzman diyetisyen olmanın bir itibar kazandırdığına dikkat çekmiştir. Burada yine bölümün Türkiye'nin pek çok şehrinde olması ve dolayısıyla her yıl yüzlerce diyetisyen mezun vermesiyle de ilgili olduğu söylenebilir. Çünkü lisans eğitiminin tek başına yeterli olmadığı ve yüksek lisans ya da doktora yaparak ilgi duyulan alanda uzmanlık almak önemlidir. Bu durum elbette mevcut toplumsal dönüşümden bağımsız ele alınmalıdır. Öte yandan bu durumun sadece diyetisyen mesleğine özgü bir durum olmadığını ifade etmek mümkündür.

*Uzman diyetisyen dediğiniz zaman daha fazla yetkinliği var, daha fazla şey biliyor algısı oluşuyor insanlarda ve daha güvenerek geliyorlar. Eskiden uzmanlık kavramlarına çok dikkat etmiyorlardı insanlar. Ama son zamanlarda böyle yüksek*

*lisans yapan sayısı arttığı için ve o uzman etiketi insanların gözüne gerçekten çok çarpıyor. O yüzden daha güvenerek geliyorlar diyebilirim. Yani mesela şunu diyeni duydum “iki diyetisyen arasında kalmıştım; siz uzman olduğunuz için size geldim” gibi şeyler diyebiliyorlar. (K10)*

*Özellikle de yurtdışındaki gibi mesleğiniz mezunları arttıkça böyle uzmanlaşmanın daha da yaygınlaşabileceğini düşünüyorum. Mesela ben şöyle bir hesap görmüştüm: yeme bozukluğu ve bağırsak problemi olan kadınlar. Yani o diyetisyen yalnızca hem yeme bozukluğu hem bağırsak problemi olan kadınlar ile çalışıyordu. Orda aslında o kadar çok bir maddi kaygı yok ki o kadar herkese hitap etme kaygısı yok ki tamamen kendisinin iyi olduğu uzmanlık hissettiği alanda çalışmalarını yapıyor bu vesileyle insanlara yardımcı oluyor. (...) şu diyetisyeni, bu diyetisyeni gibi bunun da Türkiye’de olabileceğine inancım tam. Çünkü hiç kimse uzun soluklu her şeyi yapamaz. Bir yerde bence herkes farklı bir şey yapayım ya da kendi uzmanlık alanına ilişkin spesifikleştirecektir diye düşünüyorum. (K15)*

Mesleğin geleceğinde uzmanlaşma ve akademik gelişim önemli bir yerde konumlanmaktadır. Burada elbette uzmanlaşmanın artması meselesini çalışma koşullarındaki rekabetin artmasından bağımsız düşünmek mümkün değildir. Güncel bilgileri takip etmek ve ilgi duyulan alana dair kendini geliştirmek meslek ve çalışma hayatı için olumlu bir faktör olmaktadır. Dolayısıyla mesleğin geleceğinde de belirli alan ve bölümlerde uzmanlaşmış olmak çalışma hayatında avantajlı bir durum yaratabilmesi mümkündür.

Burada mesleğin geleceğine ilişkin katılımcılara yöneltilen sorulardan hareketle dijital teknolojilerin bir fırsat mı yoksa tehdit olarak mı görüldüğü anlaşılmaya çalışılmıştır. Bazı katılımcılar dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatı için bir fırsat olduğunu ifade ederken bazı katılımcılar da bir tehdit oluşturabileceğine dikkat çekmiştir. Dolayısıyla mesleğin ve çalışma hayatının geleceğine ilişkin iki farklı görüş söz konusudur; mesleğin tamamen dijitalleşeceğini dolayısıyla diyetisyenlere ihtiyacın ortadan kalkabileceğini düşünenler ve mesleğin insani yönü dolayısıyla hep var olacağını düşününler.

Meslek ve çalışma hayatına ilişkin katılımcı ifadelerine bakıldığında dijital araçların ve dijitalleşme sürecinin rolü çok sık vurgulanmıştır. Nitekim pek çok katılımcı gelecekte dijital araçların ve teknolojilerin daha da yaygınlaşacağını, meslek ve çalışma hayatını da dönüştüreceğini düşünmektedir. Bu anlamda bazı katılımcılar dijitalleşmenin tehdit boyutu kapsamında ele alınabilecek bir konu olarak mesleklerinin ortadan kalkma



olasılığını dile getirmişlerdir. Aşağıda yer alan katılımcının ifadesinden hareketle meslek ve çalışmanın dijital teknolojiler yoluyla yapılabilir hale gelmesi, diyetisyen mesleğinin geleceği için bir tehdit olarak görülmektedir.

*Yani bence mesleğin geleceği tamamen dijital olabilir. Yani bugün metaverse'den bahsediyoruz. Tabii ki dokunmak, fiziki olarak görmek başka bir şey ama bence mesleki anlamda online geçiş çok daha artabileceğini düşünüyorum ki zaten üç boyutlu gözlükler giriyor devreye. Yani bir klinik ortamı gibi olup, yani teknoloji ilerledikçe de her evde çok rahat bir şekilde çok donanımlı bir tartı olur. O yüzden çok daha yüz yüze danışmanlığa gelen olmayacak bence çünkü zaman tasarrufu, maddi yol ücreti tasarrufu vs. Bunlar gözetilir bence, yani üç boyutlu gözlüklerle bile o klinik ortamı yaratarak online danışmanlığın artacağını düşünüyorum. [...]* Şu an yapay zeka dermatolojik hastalıklarda bile kullanılmaya başlandı. Bir uygulama vardı -arkadaşım göstermişti- incelemiştım, yani ileride tanı koyacak dijital teknolojiler geliştirilebilir ve doktora bile ihtiyaç yokken bizlere de çok da gerek kalmayabilir. (K18)

Mesleğin geleceğine ilişkin iki farklı görüşten birisi olan dijitalleşme süreciyle mesleğin ortadan kalkabileceği fikrine bakıldığında özellikle dijital teknolojilerin gelecekteki rolünün meslek ve çalışma hayatlarını daha da çok etkileyeceği ve bu etkinin çoğunlukla olumsuz bir yönünde olacağıdır.

Diğer bir katılımcı da mesleğin geleceğinde dijital teknolojilerin önemli olacağını düşünmektedir fakat mesleklerinin ortadan kalkacağına inanmamaktadır. Bu durumu aşağıda şu sözlerle ifade etmiştir:

*[...] Bir başka uygulamada da biz menüleri oluşturuyoruz mesela kahvaltı alternatifleri oluşturuyoruz 5 tane bize gelen danışana göre hızlı bir şekilde listesini oluşturup o şekilde verebileceğimiz bir sistem kurmuşlar burada da. Ama bu hastalıklarla beslenmede değil de zayıflanma beslenmesi tarafında danışmanlık sistemini hızlandıran bir taraf oluyor. Ben burada da yine insanlara 'Al, bu senin yiyeceklerin.' demekten ziyade oturup bir listeyi benim anlatmam yaklaşık 5 dakika falan sürer ama danışmanlık seanslarım 30-35 dakika sürüyor. Neden? Çünkü ben anlatıyorum, karşı tarafı dinliyorum. Yani konu ne yiyip ne yemediğinizden ziyade ne hissettiklerinizin de önemi var. İnsanların beklentisi ne, bunları da dikkate almak gerekiyor. Bu yüzden ben rafa kalkabilecek bir meslek olduğunu da düşünmüyorum. Her zaman insanların beslenmeye devam ettiği sürece bu mesleğe de ihtiyaç olacak. (K5)*

Burada katılımcının da dikkat çektiği; insanları dinlemek, anlamak ve onlarla karşılıklı iletişim kurmanın öneminin yerine dijital teknolojilerin tamamen geçmesinin zor

olduğudur. Bu nokta önemlidir çünkü her ne kadar dijital araçlar toplumsal yaşamı çok kolaylaştırıyor olsa da temel bazı insani duyguların yerini alabilecek olması zor görünmektedir.

*Mesleğin geleceği bence tamamen dijital bir çalışma ortamına dönebilir. Bu kesinlikle mümkün bence. Hatta böyle uzaktan online görüşme ile kalmayacak zaten bence bu şekilde aslında çok büyük bir zaman kazancı oluyor. Uzaklar yakın oluyor gerçekten belki ilerde bambaşka şeyler olacak kişilerin diyet programları değil tartularını kontrol edebileceğimiz farklı farklı yeni teknolojiler çıkacak ve teknoloji gerçekten çok hızlı ilerliyor. Şimdi herkes chatgpt'yi kullanıyor. Müthiş bir şey bence bu anlamda yapay zeka çok değiştiriyor. Belki bizim de bununla ilgili kullandığımız ürünler farklılaşacak, belki kişiye özel ürünler çıkacak. Güzel şeyler olabilir bence teknoloji anlamında tamamen uzaktan çalışmaya dönebiliriz. O yüzden tamamen dijital çalışmaya dönüp dijital teknolojilerin çok daha yaygın olduğu bir sisteme geçebiliriz. Bu anlamda işlerimizin güzel geçeceğini kolaylaşacağını düşünüyorum. (K16)*

İki karşıt görüşten diğerini oluşturan katılımcı, mesleğin insani yönü dolayısıyla hep var olacağını düşünmektedir. Nitekim dijitalleşmenin tamamen dijital bir çalışmayı mümkün kılabileceğini ve mesleklerini fiziksel yüz yüze iletişim olmadan da sürdürebileceklerini dile getirmiştir. Bu durum mesleğin bugünkü konumu açısından da önemlidir. Çünkü pek çok diyetisyen uzaktan çalışarak çevrim içi diyet danışmanlığıyla da mesleğini icra edebildiklerini ve durumun gelecekte de çok daha kolay ve rahat bir şekilde sürdürülebilir olduğunu düşünmektedirler.

Katılımcı ifadelerine bakıldığında aslında dijitalleşme sürecinin gelecekte nasıl bir etki yaratacağını tam olarak ön görmek mümkün değildir. Katılımcılar mesleğin geleceğine ilişkin fikirlerini ifade ederken mevcut çalışma koşullarını da sık sık dile getirmişlerdir. Bu noktada da mesleğin geleceğinde de dijitalleşmenin önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Katılımcılardan bazıları mevcut çalışma koşullarının dijitalleşme süreciyle birlikte oldukça kolaylaştığını düşünmektedir. Dolayısıyla mesleğin geleceğinde de bu durumu devam ettirmek konusunda sorun yaşayacaklarını düşünmemektedirler. Bunun yanı sıra beslenme alanında değişiklikler olsa da yine de diyetisyene olan talebin bitmeyeceğini düşünen K23 bu durumu şöyle açıklamıştır:

*Yani bu tabletle beslenme olacak gibi görünse de insanlar yine de beslenmeye devam edecek ve o kilo problemi olacak ve kilo problemi olan insanların destek alma*

*ihtiyaçları olacak. Şu an ameliyatlar falan daha çok yaygınlaştı evet ama ameliyatlardan sonra da beslenmeye dikkat edilmediğinde kilo alma oluyor. Bizde şu an ameliyat sonrası gelen de oluyor yani mecbur o beslenme desteği alınmadan o kilo problemi çözülüyor. O yüzden ben bir şekilde mesleğin devam edeceğini düşünüyorum ha artar mı azalır mı bilmiyorum. Ama devam eder yani her şekilde artması dediğim gibi şundan olur, işte daha pratik beslenme şeyleri oldukça o hızlı beslenme fastfoode dediğimiz şey kiloyu artıran bir şey zaten belki o yüzden artabilir belki birçok insan bu şeye dönecek tabletle beslenmeye işte daha dengeli daha kalorisi belirli şeylerle beslenecek ve belki azalacak bilmiyorum ama her türlü devam eder yani. (K23)*

Dönüşen çalışma hayatında çalışanlardan beklenen beceriler de dönüşmüştür. Meslek ve çalışma hayatı için bugün ve gelecekte de önemli görülen beceriler şunlardır: analitik düşünme, yaratıcı düşünme, yapay zeka ve büyük veri, esneklik, merak ve yaşam boyu öğrenme, teknolojik okuryazarlık yer almaktadır (WEF, 2023, s. 42). Bu beceriler, çalışma hayatında yer alan pek çok profesyonel meslek grubundan beklenen beceriler olarak görülmektedir. Dolayısıyla meslek ve çalışma hayatının günümüzde ve geleceğinde mesleki becerilerin dijitalleşme süreci ile birlikte dönüşeceğini ifade etmek mümkündür.

Dijitalleşme ve dijital dönüşüm süreciyle birlikte meslek ve çalışma hayatının geleceği nasıl olacak sorusu günümüzün temel tartışma konularından birisini oluşturmaktadır. Mesleğin tamamen dijitalleşeceğini dolayısıyla diyetisyenlere ihtiyacın ortadan kalkabileceğini düşünenler ve mesleğin insani yönü dolayısıyla hep var olacağını düşününler olmak üzere iki karşıt görüş ortaya çıkmıştır.

Diyetisyen mesleğinin de geleceği, araştırmadaki katılımcılara sorulmuş ve yukarıda ele alınmıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesi, beslenme ve diyetetik alanında da kullanılmasıyla birlikte mesleğin ortadan kalkabileceğini düşünen katılımcılar olduğu gibi mesleğin her zaman var olacağını dile getiren katılımcılar da olmuştur. Bu bağlamda dijital teknolojiler hem birer tehdit yaratmakta diğer yandan da yeni fırsatlar yaratmaktadır. En büyük tehlikenin diyetisyenlere ihtiyacın ortadan kalkması olarak görülürken en büyük fırsatın ise meslek ve çalışma hayatını çok daha konforlu ve kolay bir çalışma imkânı sunması olarak değerlendirilmiştir. Buradan hareketle mesleğin geleceğinde dijital teknolojilerin önemli bir rol oynayacağını söylemek mümkündür.

Mesleğin geleceğinde kodlanan son kod ise meslek örgütlerinin rolüdür. Katılımcılara herhangi bir üyeliklerinin olup olmadıkları ve varsa üyelikleri mesleğin gelişimi konusunda meslek örgütlerinin nasıl bir rol oynadığı sorulmuştur. Aslında pek çok katılımcı diyetisyenlerin bir derneği olduğunu ve mesleğin gelişimi için çalışmalar yaptığını düşünse de burada mevcut politikaların mesleğin geleceğinde daha çok belirleyici olduğunu düşünmektedir. Bunun yanı sıra diyetisyen mesleğinin yasal olarak bir mesleki birlik odası olmadığı için şu an alanda Türkiye Diyetisyenler Derneği, meslek örgütü olarak önemli bir rol oynamaktadır.

*Bizim maalesef bir odamız yok biz mühendisler odasına kayıtlıyız şu anda görünürde maalesef ki bizim odamız yok ama tabii ki Diyetisyenler Derneği var ama şu anda katkısı var mı? Bence var çünkü bazı durumlarda sesimizi duyurma noktasında önemli oldu. Şu an mesela odamız olsun, bir çabamız var. Bununla ilgili çalışmalar yürütülüyor o yüzden birlik ve beraberlik her zaman daha önemli oluyor bence faydasını görüyoruz. (K12)*

Katılımcıların bazıları da herhangi bir derneğe üye olmadıklarını fakat mesleklerine ilişkin gelişmeleri takip ettiklerini dile getirmişlerdir. Örneğin 6 aydır meslek ve çalışma hayatında olan aşağıdaki katılımcı bu durumu şu şekilde açıklamıştır:

*Hayır bir üyeliğim yok yeni mezun olduğum için. Çok fazla bilgim yok bu konuda ama şöyle dijital platformları kullanmak burada çok önemli. Çünkü bazı topluluklar var diyetisyenlik mesleğine ilişkin eğitimler veren veya sivil toplum kuruluşlarına vs daha kolay ulaşabiliyorsun dijital platformlar sayesinde. (K1)*

Yine başka bir katılımcı herhangi bir derneğe üye olmadığını söylemiştir ve diyetisyenlerin meslek odalarının olmamasının dezavantajını yaşadıklarını ifade etmiştir. Buradan hareketle mesleğin geleceğinde meslek örgütlerinin rolünün daha çok meslek odalarının kurulması yönündeki bir dayanışma rolüne vurgu yapılmıştır.

*Türkiye Diyetisyenler Derneği'ne üye olmamız gerekir aslında ben üye olmadım. Mesela avukatların eczacıların odaları var ama bizim bir odamız olmadığı için biz bir derneğe bağlıyız. Aslında dernek ne kadar çalışıp kanunlarına ya da meslek için faydalı şeyleri kabul ettirir ise aynı şekilde biz de onlara destek sağlamış olabiliriz ama şunu söyleyebilirim Türkiye Diyetisyenler Derneği çok aktif olup ve her şeyi her taşın altına elini koyduğunu düşünmüyorum çok faydasını görmediğim için. [...] Türkiye Diyetisyenler Derneğine zaten bir tane var ve bunu herkesin biliyor olması lazım aslında insanlar eczacılar odasına biliyorsa barolar odasını biliyorsun buna bilinebilir bir şey olduğunu fark edebilmesi lazım. (K19)*

Sonuç olarak mesleğin ve çalışmanın geleceğine ilişkin ele alınan bölümlerden hareketle diyetisyen mesleğinin geleceğinde akademik gelişim ve uzmanlaşmanın rolü, dijital teknolojilerin mesleğin geleceğinde bir tehdit mi yoksa bir fırsat mı yarattığı son olarak ise meslek örgütlerinin mesleğin geleceğinde nasıl bir rol oynayacağı konuları üzerinde durulmuştur. Buradan hareketle mesleğin geleceğinde dijital teknolojilerin yanı sıra akademik anlamda uzmanlaşmanın da önemli bir rol oynayacağı katılımcı ifadelerinden hareketle ortaya konulmuştur. Öte yandan diyetisyenlerin mesleki birlik odalarının kurulması da mesleğin geleceğinde önemli bir rol olarak görülmektedir.

Bu bölümde çalışmanın ve çalışma koşullarının dijitalleşmesi başlıklı temanın son alt teması olan mesleğin ve çalışmanın bugünkü konumundan geleceği başlıklı konu ele alınmıştır. Böylece dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl deneyimlendiği ve nasıl bir dönüşüm yarattığı ayrıntılı bir şekilde katılımcı ifadelerinden hareketle yorumlanmıştır. Dijital dönüşümün diyetisyenler tarafından hem çalışma hem de meslek hayatında önemli bir rol oynadığı ifade edilebilir. Mesleğin geleceğinde de dijitalleşme sürecinin aktif bir şekilde rol oynayacağını söylemek mümkündür.

## GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu araştırmada, dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleği örneğinde nasıl deneyimlendiği, dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatında ne tür bir dönüşüme neden olduğu ele alınmıştır. Araştırmada iki ana tema ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki mesleki kimliğin inşasında rol oynayan faktörler ve dijitalleşme sürecidir. İkinci tema ise çalışma koşullarının dijitalleşmesi ve çalışma hayatında dijital dönüşümün rolüdür.

Dijital sosyoloji literatüründe dijitalleşme sürecinin toplumsal yapının hemen hemen her alanında deneyimlendiği ve birtakım dönüşümlere neden olduğu açıklanmıştır. Castells tarafından da belirtildiği gibi dijital ağlar ve ağ teknolojileri dijitalleşme sürecini hızlandırmış ve bir dönüşüme neden olmuştur (2011). Buradan hareketle çeşitli mesleklerde olduğu gibi beslenme diyetetik alanında da dijitalleşmenin büyük bir dönüşüm yarattığı; bu dönüşümün çalışma koşullarında ve mesleki kimliği yeniden inşasında önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Bu dönüşümün meslekleri nasıl etkilediği, hangi türden bir dönüşüm yarattığı, mesleği icra eden kişiler tarafından nasıl deneyimlendiği gibi bazı sorular tartışılmaktadır. Dolayısıyla bir toplumsal değişime neden olan dijitalleşme olgusunun meslek ve çalışma hayatında yarattığı etkileri anlamak, araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırmayı diğer çalışmalardan ayıran en temel özellik, diyetisyenlik mesleğinin dijitalleşme sürecini nasıl deneyimlediği ve dijitalleşme sürecinin meslek ve çalışma hayatında nasıl bir dönüşüm yarattığını ortaya çıkarmasıdır.

Bulgular, mevcut literatürde sınırlı çalışmaların olduğu dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleğini nasıl etkilediği, dijital becerilerin kazanılması ve sürdürülmesinde etkili olan unsurların neler olduğu, dijital mesleki kimliklerin nasıl inşa edildiği, dijital platformlarda mesleki kimlik ile var olmanın avantajlarının ya da dezavantajlarının neler olduğunun ile ilgili önemli ipuçları ortaya koymuştur.

Araştırmada elde edilen verilerden hareketle mesleki kimliğin inşası ve dijitalleşme süreci başlıklı ilk tema ile mesleki kimliğin inşasında dijital araçların ve dijital platformların önemli bir rolü olduğu görülmüştür. Dijitalleşme süreci, meslek hayatında dijital

becerilerin kazanımı ve sürdürülmesi, mesleki kimliğin dijitalleşmesi gibi birtakım dönüşümlere neden olmaktadır. Nitekim dijitalleşme süreciyle birlikte dijital platformlar ve dijital araçlar, diyetisyenlerin geniş kitlelere ulaşmasını ve insanlarla doğrudan bağlantı kurmasını mümkün kılmıştır. Sosyal ağlar, beslenme ve diyetetik uygulamalarını dönüştürmüştür ve beslenme alanına ilişkin bilgilerin iletilmesinde ve yayılmasında etkili bir rol oynamıştır (Helm & Jones, 2016, s. 1825). Bu bağlamda diyetisyenler, dijital araçları ve dijital platformları kullanarak mesleki kimlikleri ile bu platformlarda var olmaya başlamıştır ve diyetisyenlerin dijital alanlardaki bu görünürlükleri meslek ve çalışma hayatına ilişkin birtakım dönüşümler yaratmıştır. Örneğin çalışma biçimleri dijitalleşmiştir ve diyetisyen danışan iletişim sürecinde dijital araçların rolü artmıştır. Burada esnekleşme ve dijitalleşmede Covid-19 Pandemisinin önemli bir etkisinin olduğu vurgulanabilir. Çünkü pandemi dönemi diyetisyenlik mesleği ve çalışma hayatında birtakım dönüşümlere yol açmıştır. Örneğin uzaktan çalışma yaygınlaşmış, dijital teknolojilerin kullanımı artmış ve danışan-uzman ilişkisinin dijitalleşmesi ve esnekleşmesi ile her an ulaşılabilir olma durumu iş yaşam dengesini kurmayı zorlaştırmıştır. Bu noktada mesleki örgütlerin burada önemli rolü vardır. Özellikle de mesleğin çalışma koşulları ve mesai saatleri noktasında belirli düzenlemeler olması için çalışmalar yürütülebilir. Diğer taraftan mesleki yapılanmanın güçlü olması diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatlarına ilişkin belirli ve düzenli bir meslek ve çalışma saatinin olmasını kolaylaştıracaktır. Dolayısıyla meslek örgütleri dijitalleşme süreciyle birlikte meydana gelen bu değişimleri dikkate alarak birtakım düzenlemeler yapması mümkündür.

Araştırmada görüşme gerçekleştirilen diyetisyenler Instagram, WhatsApp, YouTube, DoktorTakvimi, Armut, Zoom gibi çeşitli dijital platformları meslek ve çalışma hayatı için aktif bir şekilde kullanmakta ve bu platformlar aracılığıyla danışanlarına ulaşmaktadırlar. Araştırma sonucunda mesleki kimliğin inşasında bu platformların aktif bir rolünün olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda mesleki kimliğin dijitalleştiği ve bu süreçte dijital platformların mesleki kimliğin görünürlüğünü artırmak, yeni danışanlara ulaşmak ve meslek hayatını sürdürmede merkezi bir rolünün olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla burada dijitalleşmenin mesleki kimliğin görünürlüğüne

ilişkin bir dönüşüme neden olduğu ve dijital alanlarda mesleki kimlik ile var olmanın önemli bir unsur olarak görüldüğü sonucuna varılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgulardan hareketle, diyetisyenlerin dijital platformlarda var olmalarının yanı sıra orada nasıl var oldukları da önemli olmaktadır. Nitekim araştırmanın kuramsal çerçevesinde ele alınan Foucault'dan (2003) yola çıkarak diyetisyenlerin online marka yaratma sürecinde dijital araçları benlik teknolojileri olarak kullandıkları görülmüştür. Dijital platformlar mekâna olan bağlılığı ortadan kaldırdığı için bireyler, bu platformlarda etkileşimi artırarak dijital ortamlarda inşa ettiği kimliği istenilen ya da etkileşim alan kişilere göre dizayn ederler. Burada diyetisyenlerin mesleki paylaşımlarına bakıldığında daha çok beslenme sürecini sağlıklı bir şekilde tamamladıkları, hızlı ve fazla kilo verdirdikleri danışanlarının süreçlerini ve sonuçlarını paylaştıkları görülmüştür. Bu tür başarı hikayeleri tarzında yapılan paylaşımlar diyetisyenlerin danışanlarını artırmalarında da önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra diyetisyenler DoktorTakvimi ve Armut gibi platformlarda mesleki başarılarını sunmakta ve puanlanmaktadır. Bu puanlama diyetisyenlerin danışanları tarafından yapılmaktadır ve puanın yüksekliği danışan memnuniyetinin fazla olduğunu dolayısıyla da diyetisyenin diğer insanlar tarafından da tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Böyle bir durumla karşı karşıya olan diyetisyenler de kendilerine marka yaratmak ve tercih edilebilir bir diyetisyen olmak için dijital alanlarda görünürlüğünü artırmaktadır. Dolayısıyla benlik teknolojileri, diyetisyenlerin meslek ve çalışma hayatındaki deneyimlerini açıklaması bakımından önemlidir.

Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların ifadelerinden hareketle günümüzde dijital platformlarda var olmak bir bakıma zorunluluğa dönüşmüş durumdadır. Mesleki kimlikleri ile bu platformlarda var olan diyetisyenler, dijital platformları meslektaşlarıyla ağ kurmak ve iş birliği yapmak, yeni danışanlara ulaşabilmek, yeni araştırmalardan haberdar olmak, ürün veya hizmetleri tanıtmak ve halk sağlığı üzerine bilgilendirmeler yapmak amacıyla kullanılmaktadır. Burada araştırmanın kavramsal çerçevesinde ele alınan Castells'in (2013) dijital alanlardaki karşılıklı iletişim biçimini tanımlamak için kullandığı kitlesel öz iletişim kavramının diyetisyenlik mesleği için önemli olduğu ifade edilebilir. Çünkü kitlesel öz iletişim süreciyle diyetisyenler dijital platformlar aracılığıyla



kendilerine özgü bir izleyici kitlesi yaratabilmekte; istedikleri mesajları, içerikleri paylaşabilmektedir. Diyetisyenler bu platformlar yoluyla karşılıklı bir iletişim ortamı yaratarak meslek ve çalışma hayatlarına dair paylaşımlar yapabilmekte ve takipçileriyle iletişim kurabilmektedirler. Buradan hareketle dijital platformların diyetisyenlik mesleki kimliğinin inşasında ve sürdürülmesinde potansiyel rolünün önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra diyetisyenler farklı şehir ve ülkeden danışanlara ulaşarak mesleklerini icra edebilmenin dijitalleşme sürecinin yarattığı avantajlardan birisi olarak görmektedirler. Burada dijital araçların ve platformların iş piyasasındaki rekabet ortamına karşın bir alan açtığı görülmüştür.

Diğer taraftan araştırma sonucunda diyetisyenlerin dijital platformlarda içerik üretirken mesleki etik kurallara tabi olduklarını, fakat etik ilkelerin dijital alanlarda sürdürülmesinin zor olduğu görülmüştür. Burada diyetisyenlerin deneyimlerinden hareketle dijital platformlarda mesleki kimlik ile var olmanın mesleki etik ve marka yaratma arasında bir gerilime neden olduğu sonucuna varılmıştır. Başka bir deyişle dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenler mesleki etik kurallar ile platform talepleri arasında zaman zaman bir gerilim yaşamaktadırlar. Çünkü dijital platformlarda mesleki kimlikleri ile var olan diyetisyenler, hem mesleki etik kurallara riayet etmek durumunda hem de platformların taleplerini karşılamak durumunda kalmaktadırlar. Örneğin belirli aralıklarla sürekli paylaşım yapılması ve paylaşımların kısa süreli ama etkili olması, özellikle video tarzında olması ve dikkat çekici olması dijital platformlarda görünürlüğü artırmakta dolayısıyla daha fazla kitleye ulaşabilmeyi kolaylaştırmaktadır. Fakat burada diyetisyenlerin paylaştıkları içerikleri insan sağlığı dikkate alınarak özenli bir şekilde hazırlaması ya da danışanlarının mahremiyetlerini açığa çıkaracak şekilde örneğin kaç kilo verdiklerini gösteren “öncesi-sonrası” paylaşımları yapması etik bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra üniversite sayısının artması, beslenme ve diyetetik bölümünün çok fazla mezun vermesi ile rekabetin bazen etik olmayan davranışlara yol açtığı görülmüştür. Dolayısıyla bulgulardan hareketle mesleğin girişimci rolü ile etik ilkelerin çeliştiği ve mesleki etik kuralların zaman zaman dijital alanlarda aşındığı sonucuna varılmıştır. Çünkü dijital platformlarda daha çok talep edilen paylaşımlar etik ilkeler ile çelişen ama daha çok kişinin izlediği ve takip ettiği içerikler olabilmektedir. Burada da diyetisyenlerin dijital mesleki kimlikleri ile orada var oldukları

ve mesleki etik kuralları göz önünde bulundurması önemli olmaktadır. Dijital bir çağda mesleki kimlikleri ile dijital platformlarda var olan diyetisyenlerin dijital platformların popülaritesinden ziyade mesleki etik ilkelere dikkat etmesi, mesleğin bugünkü konumu ve geleceğini etkileyen önemli bir unsur olarak görülmüştür.

Araştırmanın ilk temasında ele alınan dikkat çekici sonuçlardan bir diğeri ise dijital becerilerin kazanımı ve sürdürülmesi ile ilgilidir. Dijital becerilerin formel eğitim ve öğretim süreçlerinde değil, enformel yollarla kazanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte dijital becerilerin kazanılması sürecinde katılımcılar çok fazla zorlanmadıklarını ve bu becerileri büyük oranda bireysel ilgi, merak ve araştırma ile kazandıklarını söylemişlerdir. Bu durum önemli bir sonuçtur; çünkü katılımcılar dijital becerilerin meslek ve çalışma hayatında kullanılması sürecinde çok fazla güçlük yaşamadıklarını ve hatta bu öğrenme sürecinden keyif aldıklarını dile getirmişlerdir. Buradan hareketle dijitalleşme ile birlikte mesleklerin tanımlarında, çalışma koşullarında, mesleki becerilerinde teknoloji kullanımının önemli olduğu ve dolayısıyla bu durumun da dijital dönüşüm yarattığı görülmüştür. Nitekim meslek ve çalışma hayatı için dijital becerileri kullanmak ve sürdürmek önemli olmaktadır. Araştırmanın kuramsal çerçevesinde ele alınan Sennet'in (2011) yeni kapitalizm kültürü olarak tanımladığı sürecin bir parçası olarak toplumsal değişime paralel şekilde meslek ve çalışma hayatındaki becerilerin değişmesi ve sürekli yeni beceriler kazanılması durumu araştırmada da dijitalleşme süreci bağlamında gözlemlenmiştir. Çünkü dijitalleşme süreci bir dönüşümü beraberinde getirmiştir ve bu dönüşüm diyetisyenlik mesleğini de etkilemiştir. Dijital araçları ve dijital platformları kullanan ve bu platformlar aracılığıyla danışanlarıyla iletişime geçen diyetisyenler, bu durumun iş piyasasındaki bireysel markalaşma sürecinde şiddetlenen rekabete ayak uydurabilme noktasında önemli bir adım olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla diyetisyenlik mesleği örneğinde mesleğin giderek girişimsel hale geldiği ve lisans eğitiminde yer almayan becerilerin mezuniyet sonrası çalışma hayatında önemli olduğu görülmüştür. Dijital becerilerin kazanımı, meslek ve çalışma piyasasının rekabet ortamı için bir avantaj olarak deneyimlendiği sonucuna varılmıştır.

Dijital becerilerin kazanımı noktasında önemli bir diğer sonuç ise bu becerilerin kazanımında yaşanabilecek eşitsizliklerdir. Araştırmada elde edilen bulgulardan

hareketle diyetisyenlik mesleği örneğinde dijital becerilerin kazanımı ve farklılığından kaynaklanan bir kutuplaşma ve eşitsizliğin de olabileceği sonucuna varılmıştır. Her ne kadar bu araştırmada görüşme gerçekleştirilen katılımcılar dijital becerilerin kazanımı konusunda çok fazla zorlanmadıklarını dile getirirler de katılımcıların orta düzeyde deneyime sahip, görece genç kuşaktan olmalarının bu becerilerin kazanılması ve dijital becerilere karşı tavırlarının olumlu olması ile ilgili olduğu söylenebilir. Fakat orta üstü yaşlarda olan ve meslek hayatını uzun yıllardır sürdüren kişilerin dijital becerileri nasıl kazandıkları ya da bu süreçte zorluklar yaşamaları ya da bu durumun meslek ve çalışma hayatı bakımından bir dezavantaja yol açması olası görünmektedir.

Sonuç olarak mesleki kimliğin inşası ve dijitalleşme konusuna odaklanılan ilk temada; bireysel marka yaratmanın meslek içerisinde giderek önem kazandığı, mesleki kimliğin inşa sürecinde dijital platformların önemli bir rolü olduğu ve dijital becerilerin kazanımı ve sürdürülmesinde formel yollardan ziyade bireylerin bireysel ilgi ve merakla bu becerileri kazandıkları sonucuna varılmıştır. Dijital platformlarda var olmanın yeni danışmanlara ulaşabilmek ve aylık kazancı artırmak gibi avantajlarının olduğu gibi, sürekli aktif olmak ve paylaşımlar yapma mecburiyetinde hissetmek gibi birtakım dezavantajlı durumlara da yol açtığı görülmüştür. Diğer taraftan dijital platformlarda diyetisyenler arası ilişkilerin mesleki bir dayanışmadan çok rekabet üzerine kurulduğu ve burada da rekabetçi iş piyasası rollerinin sürdürüldüğü sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın ikinci temasını oluşturan çalışma koşullarının dijitalleşmesi başlığında ise dijital gündelik pratikler, pandemi süreci, gözetim mekanizmaları, meslek ve çalışma hayatının dönüşümü alt temaları üzerinde durulmuştur. Araştırmada elde edilen bulgulardan hareketle özellikle çevrim içi diyet danışmanlığı sürecinin mesleğin dönüşümünde rol oynayan önemli bir faktör olduğu görülmüştür. Çünkü çevrim içi diyet danışmanlığında dijital araçlar ve dijital platformlar aktif bir rol oynamaktadır. Çevrim içi diyet danışmanlığından hareketle pandemi sürecinin mesleğin dijitalleşme sürecini hızlandırdığı görülmüştür. Çünkü küresel bir kriz yaratan Covid-19 Pandemisi, meslekleri, çalışma hayatını, sosyal yaşamı ve toplumsal hayatın pek çok yerinde dijital teknolojilerin kullanımını hızlandırmış ve bir dönüşüm yaratmıştır. Nitekim pandemi sürecine dair yapılan araştırmalar pandemi sürecinin dijitalleşme sürecini hızlandırdığı ve

bir dönüşüm yarattığına yöneliktir (Bozkurt, 2020; Schilirò, 2021; Soto-Acosta, 2020). Bunun yanı sıra bulgulardan hareketle pandemi süreci yüz yüze diyet yerine çevrim içi diyetin yaygınlaşması ve tercih edilir olmasında etkili olmuştur. Bu anlamda çevrim içi diyet danışmanlığı ile mekân ve zamana bağlı olmadan pek çok diyetisyen danışmanlarıyla iletişim kurabilmiş ve diyet sürecini sağlıklı bir şekilde yürütmüştür. Dolayısıyla mesleğin dönüşümünde pandemi süreci diyetisyenlik mesleğinin çalışma koşullarını dijitalleştirilmesi bakımından önemli bir rol oynamıştır.

Diyetisyenlik mesleğinde insan sağlığı söz konusu olduğu için çoğunlukla yüz yüze iletişim ve fiziksel bir çalışma biçiminin olması gerektiği fikri yaygındır. Fakat araştırmada elde edilen bulgulardan hareketle bu durumun dijitalleşme süreciyle dönüştüğü sonucuna varılmıştır. Nitekim görüşme gerçekleştirilen katılımcıların tamamı meslek ve çalışma hayatlarında çevrim içi diyet danışmanlığı vermekte ve bu danışmanlık sürecinin yüz yüze danışmanlıktan çok büyük farklılıklar yaratmadığını düşünmektedirler. Bunun yanı sıra danışmanlarından elde ettikleri bilgiler, dijital olarak da sürecin verimli geçtiği yönündedir. Dolayısıyla diyetisyenler danışmanlarıyla dijital platformlar aracılığıyla kolaylıkla iletişime geçmekte ve diyet sürecini çevrim içi olarak yönetebilmektedirler. Sonuç olarak diyetisyenler, meslek ve çalışma hayatlarında aktif bir şekilde dijital araçları ve dijital platformları kullanmakta ve bu sürecin yüz yüze, fiziksel çalışma koşullarından çok büyük farklılıklar yaratmadığını düşünmektedirler. Bu durumun gereçelendirmesini ise çevrim içi diyet danışmanlığı ile yüz yüze diyet danışmanlık süreçlerini karşılaştırdıklarında bu anlamda büyük bir farklılık hissetmedikleri cevabını vermektedirler.

Bu araştırmada üzerinde durulan konulardan birisi de çalışma koşullarının dijitalleşmesi ve dijital emek sürecidir. Araştırmanın kuramsal çerçevesinde de ele alınan teorilerden hareketle dijitalleşme süreci, dijital çalışma ve dijital emek süreçlerine yol açmıştır (Berg & Rani, t.y.; Fuchs, 2015; Fuchs & Seignani, 2013; Harteis, 2018; Scribano & Lisdero, 2019; Vayre, 2022). Dünyada da en çok üzerinde durulan konulardan birisi dijital teknolojilerin meslekler ve çalışma hayatı üzerindeki etkisidir (Çark, 2020, s. 28). Dijitalleşme sürecini çalışma hayatında deneyimleyen meslek gruplarından birisini diyetisyenler oluşturmaktadır. Nitekim araştırmada, dijitalleşme sürecinin neden olduğu

dönüşümlerden birisi de çalışma hayatının ve çalışma koşullarının dijitalleşmesi olmuştur ve bu dönüşüm diyetisyenlik mesleğinde de deneyimlenmiştir.

Dijital platformları meslek ve çalışma hayatında aktif şekilde kullanan diyetisyenler, burada mesleki kimlikleri ile var olmaktadır ve bu platformlar için günlük ayrı bir zaman ve emek harcamaktadırlar. Nitekim araştırmanın bulgular bölümünde diyetisyenlerin çalışma hayatı ve çalışma koşullarında dijital gündelik pratiklerin rolü alt temasında ele alındığı gibi diyetisyenlerin çalışma hayatlarının merkezinde dijital platformlar önemli bir rol oynamaktadır. Burada harcanan emek süreci de dijitalleşmiştir. Araştırmanın kuramsal çerçevesinden hareketle Fuchs'a göre dijital emek, bir sömürüdür (2015, s. 22). Çünkü dijital platformlarda saatlerce vakit geçiren kullanıcılara herhangi bir ücret ödenmemektedir. Oluşturdukları içerikler dolayısıyla ya da vakit geçirdikleri platformlardan herhangi bir ücret almamaktadırlar. Diyetisyenlerin mesleki kimlikleri ile bu platformlarda var olması her ne kadar görüşme gerçekleştirilen katılımcılar tarafından yeni danışanlara ulaşabilme ve mesleki bir marka yaratma konusunda mesleğin ayrılmaz bir parçası olarak çok önemli olsa da bu platformlar için harcanan emeğin doğrudan ücretli bir karşılığı olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla dijital platformlar için harcanan emek sürecinin doğrudan maddi bir karşılığı olmamaktadır ama diyetisyenler, bu platformlarda var olmanın meslek ve çalışma hayatları için önemli olduklarını düşündükleri için burası için ek mesai ve emek harcamaktadırlar.

Öte yandan özellikle belirli aralıklarla ve sürekli paylaşım yapma durumunun diyetisyenler üzerinde algoritmik bir kontrol yarattığı görülmüştür. Çünkü algoritma, belirli aralıklarla düzenli paylaşımlar yapmayan sayfaların etkileşimini düşürmekte ve dolayısıyla diyetisyenlerin yeni kişilere ulaşabilme ve görünür olma potansiyelleri de bu durumdan etkilenmektedir. Dolayısıyla iş yaşam dengesinin bozulmasında bu durumun çok önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Çünkü bu durum çalışma saatlerinin esnekleşmesine ve uzamasına neden olmaktadır. Diyetisyenler, sürekli dijital platformlarda aktif olmaya özen göstermekte, burası için zaman yaratmakta ve emek harcamaktadırlar. Bu bağlamda Fuchs'tan (2015) yola çıkarak iş ve boş zamanın diyetisyenlerin dijital emek süreçlerinde iç içe geçtiği görülmüştür. Çünkü danışanlarıyla olan diyet danışmanlığı süresi dışında kalan zamanlarda dijital platformlar için içerik

üretmek ve yeni paylaşımlar yapmak için zaman ve emek harcamak durumundadırlar. Fakat bu emek sürecinin doğrudan herhangi bir maddi karşılığı bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra dijitalleşmenin her an ve her yerde erişilebilirliği mümkün kılması nedeniyle diyetisyenler, her an ve her yerde danışanlar tarafından ulaşılabilir olma ve sosyal medyada sürekli paylaşım yaparak görünür olma baskısını hissetmektedirler. Bu baskıda danışanların tercihlerinin yanı sıra meslektaşlar arası rekabetin de etkisi bulunmaktadır. Bu durumun sonucu olarak diyetisyenlerin iş ve yaşam dengelerini kurmaları güçleşmektedir.

Araştırmada çalışma koşullarının dijitalleşmesi ana temasında ele alınan alt temalardan birisi de dijitalleşmenin çalışma biçimine etkileri ve esnek çalışmadır. Esnek çalışma biçiminin yaygınlaşmasında pandemi süreci ve dijitalleşme önemli bir rol oynamıştır (Piroșcă vd., 2021). Burada diyetisyenlerin çalışma biçimlerinin esnek olduğu ve bu durumun dijitalleşme ile doğrudan bir ilgisi olduğu sonucuna varılmıştır. Örneğin dijitalleşmenin zaman ve mekâna bağlılığı ortadan kaldırıp her an ve her yerde çalışabilme imkânı sunuyor olması diyetisyenlerin çalışma koşulları ve çalışma saatlerinin esnekleşmesine neden olmuştur. Dijital araçlar ve dijital platformlar yoluyla danışanlarıyla iletişim kuran diyetisyenlerin her zaman erişilebilir olma durumu çalışma biçimini esnek hale getirmiştir. Bunun yanı sıra esnek çalışma ve dijitalleşme süreciyle ilgili olarak duygusal emeğin dijital platformlara taşındığı sonucuna varılmıştır. Diyetisyenlerin danışan memnuniyeti gerekçesiyle sürekli dijital alanlarda aktif olması, duygusal emek ile ilgilidir. Nitekim özel sektör çalışanları, çalışma motivasyonu ya da danışanlarının memnuniyeti gibi durumları göz önünde bulundurarak çalışma hayatlarında duygularını kontrol etmekte ve düzenlemektedirler (Hochschild, 1979; Thoits, 1989). Bu durumda da danışanların diyetisyenlerden sürekli yeni paylaşım bekliyorlar olmaları ve danışanların diyetisyene kolayca ve hızlı bir şekilde ulaşabiliyor olması duygusal emek yoğunluğunu artırmış ve duygusal emeği dijital alana taşımıştır. Dolayısıyla dijitalleşme sürecinin diyetisyenlik mesleği örneğinden hareketle, duygusal emek sürecini de artırdığı ve dijitalleştirdiği sonucuna varılmıştır. Bu durum dijital emek süreciyle paralellik göstermektedir. Çünkü dijital alanlar için ne kadar çok zaman ayrılırsa diyetisyenlere ulaşılabilirlik ve erişim o kadar hızlanmakta ve bunun sonucu olarak da hem çalışma koşulları esnekleşmekte hem de duygusal emek süreci dijitalleşmektedir.

Araştırmada emek sürecinden sonra meslek ve çalışma hayatında deneyimlenen olgulardan birisi de gözetim ve gözetimin dijitalleşmesidir. Dijital toplumda gözetim, çalışma hayatında esnek çalışma koşullarının yaygınlaşması ve uzaktan çalışma koşullarının artmasıyla birlikte zaman ve mekân bakımından oldukça genişlemiştir (Arslantaş-Toktaş vd., 2012, s. 53). Nitekim araştırma bulgularından hareketle katılımcıların meslek ve çalışma hayatlarında özellikle çevrim içi diyet danışmanlığı sürecinde karşılıklı bir gözetim mekanizması işlediği görülmüştür. Jeffrey Rosen tarafından geliştirilen omniptikon kavramı bu durumu açıklayan önemli bir kavramdır. Bu kavram, karşılıklı gözetimi anlatması bakımından önemlidir (Sprague, 2007). Hem danışanlar diyetisyenleri dijital platformlar yoluyla takip etmekte ve izlemektedir hem de diyetisyenler beslenme danışmanlığı süreci içinde danışanlarını sürekli takip etmektedir. Diğer taraftan diyetisyenler de birbirlerinin paylaşımlarını gözetlemektedir. Diyetisyenler hem çevrim içi diyet sürecinde hem de yüz yüze diyet süreçlerinde danışanlarıyla sürekli iletişim halindedirler. Bu iletişim süreci belirli bir süre sonra birer gözetim mekanizmasına dönüşmüştür. Örneğin, danışanlar diyetisyenlerin mesleki kimlikleri ile var oldukları sosyal medya platformlarındaki paylaşımlarına, aktif olup olmadıklarına ve paylaştıkları içeriklerin neler olduğuna dikkat etmekte aynı şekilde diyetisyenler de danışanlarını sosyal medya hesaplarından takip etmekte ve günlük beslenme öğünlerinin fotoğraflarını kendileriyle paylaşmalarını istemektedirler. Burada iletişim sürecinin yoğun olduğu ve bu süreçte de dijital araç ve platformların aktif bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Bunun yanı sıra diyetisyenler meslektaşlarının paylaştıkları içerikleri, takipçi sayılarını takip etmektedir ve izlemektedir. Dolayısıyla dijital toplumla birlikte birçok eylem dijital ortamlarda gerçekleşmektedir. Bunun bir sonucu olarak da gözetim pratiklerinin diyetisyenlik mesleği örneğinde dijitalleştiği sonucuna varılmıştır.

Çalışma koşullarının dönüşümü temasında üzerinde durulan konulardan bir diğeri, diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma koşullarının bugünü ve geleceğine ilişkin görüşlerdir. Diyetisyenlik mesleğinin ve çalışma koşullarının dönüşümünde dijitalleşme sürecinin önemli bir rol oynadığı ve mesleğin geleceğinde de önemli bir rol oynamaya devam edeceği görülmüştür. Burada özellikle mesleki bilgi ve becerilerin dönüştüğü sonucuna varılmıştır. Nitekim sürekli bir eğitimi ve hayat boyu

öğrenmeyi gerekli kılan toplumsal koşullar dijitalleşme süreciyle birlikte dijital becerilerin kazanımı ve sürdürülmesini de önemli kılmıştır. Buradan hareketle görüşme gerçekleştirilen katılımcı ifadelerinden hareketle mesleğin bugünkü konumunda önemli olduğu gibi geleceğinde de yeterli dijital becerilerin kazanılmasının önemli bir rol oynayacağı ifade edilmiştir. Öte yandan görüşme gerçekleştirilen katılımcıların mesleğin bugünkü konumunda ve geleceğinde dijitalleşmenin rolüne ilişkin fikirlerine bakıldığında iyimser ve kötümser olmak üzere iki bakış açısı ile karşı karşıya kalınmıştır. İyimser yaklaşan katılımcılar, mesleğin bugünkü konumunda dijital araçların, dijital platformların kolaylaştırıcı bir rolünün ve mesleğin çalışma koşullarını dijitalleşirmesi bakımından avantajlı olduğunu düşünürken kötümser olan katılımcılar ise daha çok mesleğin geleceğindeki otomasyon sürecine ilişkin endişelerinin olduğunu ve gelecekte diyetisyenlik mesleğine ihtiyaç olmayabileceğini dile getirmişlerdir.

Buradan hareketle dijitalleşme süreci yeni işler yaratarak işgücü piyasasındaki istihdamı artırmanın yanı sıra meslek ve çalışma koşullarını da dijitalleşmeye entegre etmektedir. Türkiye’de de dijital teknolojilerin yaygınlaşması hem çalışma hayatında nitelik ve nicelik bakımından farklılaşmaya hem de işgücü talebi bakımından birtakım dönüşümlere yol açmaktadır (Arı Kovancı & Sapançalı, 2022, s. 1047). Dolayısıyla bu dönüşüm her meslek grubu için farklılık göstermektedir. Fakat dijitalleşme, diyetisyenlik mesleği örneğinden hareketle eğitim ve beceriler bakımından iş piyasasını ve meslekleri etkilemektedir. Dijitalleşmenin meslek ve çalışma hayatına giriş sürecini kolaylaştırdığı ve avantajlar yarattığı görülürken diğer taraftan esnek çalışma, dijital emek, duygusal emek ve dijitalleşen çalışma sürecinin iş yaşam dengesini kurmayı ve dijital platformlardaki rekabetle baş etmeyi zorlaştırdığı sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak dijitalleşmenin etkilediği alanlardan birisi de meslek ve çalışma hayatıdır. Bu araştırma, dijitalleşme süreciyle birlikte diyetisyenlik mesleğinin çalışma koşullarının ve mesleki kimliğinin ne şekilde dönüştüğünü ve dönüşüm sürecinde dijital becerilerin nasıl bir rol oynadığını diyetisyenlerin deneyimleri ışığında ortaya koymuştur. Burada diyetisyenlerin deneyimleri göz önünde bulundurularak dijital araçların ve dijital platformların meslek ve çalışma hayatında avantajları olduğu gibi dezavantajı da olduğu



gözlemlenmiş; dijital teknolojilerin mesleki bağlamda sağlayabileceği katkılar kadar geliştirilmesi gereken yönleri de yine diyetisyenlerin gözünden ortaya konulmuştur.

## KAYNAKÇA

- ACCC. (2019). *Digital platforms inquiry (2019)* (Australian Competition and Consumer Commission). Department of the Senate.
- Adams, T. L. (2010). Profession: A useful concept for sociological analysis? *Canadian Review of Sociology/Revue Canadienne de Sociologie*, 47(1), 49-70. <https://doi.org/10.1111/j.1755-618X.2010.01222.x>
- Al, E. (Ed.). (2022). *Dijital toplumun inşası*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., & Fox, S. (2002). "On the internet no one knows I'm an introvert": Extroversion, neuroticism, and internet interaction. *CyberPsychology & Behavior*, 5(2), 125-128. <https://doi.org/10.1089/109493102753770507>
- Andrejevic, M. (2007). Surveillance in the digital enclosure. *The Communication Review*, 10(4), 295-317. <https://doi.org/10.1080/10714420701715365>
- Arı Kovancı, Y., & Sapançalı, F. (2022). The impact of digitalisation on employment: A study on occupations classified by skill levels in turkey. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 1031-1050. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2665250>
- Arslantaş-Toktaş, S., Binark, M., Dikmen, E. Ş., Fidaner, I. B., Küzeci, E., & Özaygen, A. (2012). *Türkiye 'de dijital gözetim: T.C. kimlik numarasından e-kimlik kartlarına yurttaşın sayısal bedenleniş*. Alternatif Bilişim Derneği.
- Atilla, S. (1996). Diyetisyenlik mesleğinin 30 yılı ve geleceği: Türkiye Diyetisyenler Derneği'nin çalışmaları ve gelecekle ilgili görüşler. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1), 15-16.
- Bakırtaş, T., & Ustaömer, K. (2019). Türkiye'nin bankacılık sektöründe dijitalleşme

olgusu. *Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3(1), 1-24.

*Başbakanlık Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü*. (t.y.). Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. 6225 sayılı Resmi Gazete. Geliş tarihi 17 Aralık 2022, gönderen <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/04/20110426-1.htm>

Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Liquid surveillance: A conversation*. Polity Press.

Bayram, P. (2022). Dijital çağda gazetecilik: Geleneksel ve dijital gazetecilik pratiklerinin karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(58), 153-169. <https://doi.org/10.47998/ikad.1014957>

Beer, D., & Burrows, R. (2007). Sociology and, of and in web 2.0: Some initial considerations. *Sociological Research Online*, 12(5), 67-79. <https://doi.org/10.5153/sro.1560>

Bell, D. (1999). *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*. Basic Books.

Berg, J., & Rani, U. (t.y.). *Digital labour platforms and the future of work* (s. 160).

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Boyne, R. (2000). Post-Panopticism. *Economy and Society*, 29(2), 285-307. <https://doi.org/10.1080/030851400360505>

Bozkurt, V. (2014). *Endüstriyel ve post-endüstriyel dönüşüm: Bilgi, ekonomi ve kültür* (3. Baskı). Ekin Kitapevi.

Bozkurt, V. (2020). Pandemi döneminde çalışma: Ekonomik kaygılar, dijitalleşme ve verimlilik. İçinde D. Demirbaş, V. Bozkurt, & S. Yorgun, *Covid-19 pandemisinin*

*ekonomik, toplumsal ve siyasal etkileri* (ss. 115-136). İstanbul Üniversitesi Yayınları. <https://doi.org/10.26650/B/SS46.2020.005.08>

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE.

Brindle, J. (2018). *New dark age: Technology and the end of the future*. Verso Books.

Burcu Sağlam, E. (2018). Araştırma yöntem ve teknikleri. İçinde E. Burcu Sağlam, A. Ögün Boyacıoğlu, & A. Gelgeç Bakacak (Ed.), *Sosyoloji* (ss. 99-133). Siyasal Kitabevi.

Casey, B., Keep, E., & Mayhew, K. (1999). Flexibility, quality and competitiveness. *National Institute Economic Review*, 168, 70-81. <https://doi.org/10.1177/002795019916800108>

Castells, M. (2011). *The rise of the network society: Economy, society, and culture* (2nd Edition). Blackwell Publishers.

Castells, M. (2013). *Communication power*. Oxford University Press.

Cılızoğlu, M. D. (2022). *Bodily surveillance in medicalized cyberspace: Case of online-dieting*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi.

Cirhinlioğlu, Z. (2010). *Meslekler ve sosyolojisi* (3. Baskı). Gündoğan Yayınları.

Corbin, J. M., & Strauss, A. L. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd Ed). Sage Publications, Inc.

Craswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd Edition). Sage Publications.

- Çalık, B. (2021). *Diyetisyenlerin sosyal medya kullanımı, bilgi ve farkındalık düzeylerinin araştırılması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Çark, Ö. (2020). Dijital dönüşümün işgücü ve meslekler üzerindeki etkileri. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries*, 4(1), 19-34. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijemi/issue/57585/785546>
- Çoban, S. (2016). Çalışmanın yeni biçimlerini okumak: Çalışma deneyimi olmayan üniversite mezunlarına yönelik kariyer sitelerindeki ilanlar. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 53, 327-355. <https://doi.org/10.18368/IU/sk.32133>
- De Reuver, M., Sørensen, C., & Basole, R. C. (2018). The digital platform: A research agenda. *Journal of Information Technology*, 33(2), 124-135. <https://doi.org/10.1057/s41265-016-0033-3>
- Digital platforms inquiry*. (2019). Department of the Senate. <https://www.accc.gov.au/about-us/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>
- Dijck, J. van, Poell, T., & Waal, M. de. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Dijk, J. A. V. (2006). *The network society* (2nd Edition). Sage Publications.
- Draucker, C. B., Martsof, D. S., Ross, R., & Rusk, T. B. (2007). Theoretical sampling and category development in grounded theory. *Qualitative Health Research*, 17(8), 1137-1148. <https://doi.org/10.1177/1049732307308450>
- Dreyfus, H. L. (2016). *İnternet Üzerine* (V. M. Demir, Çev.). Küre Yayınları.
- Dursun, G. D., Ektik, D., & Tutcu, B. (2019). Mesleğin dijitalleşmesi: Muhasebe 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 263-271.

- Eke, E., & Uysal, M. T. (Ed.). (2022). *Dijital insan ve dijital toplum: Geçmiş, bugün ve gelecek perspektifi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ersöz, B., & Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin çalışanlar üzerindeki etkileri. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 11(42), 170-179. <https://doi.org/10.5824/ajite.2020.03.007.x>
- Eş, A., & Atasoy, A. (2022). Dijitalleşmenin muhasebe meslek mensuplarına etkisi: Ankara ili örneği. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 15(2), 247-279. <https://doi.org/10.29067/muvu.974384>
- EU. (2016). *Digital skills for health professionals*. European Health Parliament. <https://www.healthparliament.eu/wp-content/uploads/2017/09/Digital-skills-for-health-professionals.pdf>
- Foucault, M. (2006). *Hapishanenin doğuşu: Gözetim altında tutmak ve cezalandırmak* (M. A. Kılıçbay, Çev.; 3. Baskı). İmge Kitapevi.
- Foucault, M., Gutman, H., & Hutton, P. H. (2003). *Kendini bilmek* (G. Çağal, Güven, Çev.; 4. Baskı). Om Yayınevi.
- Fu, X., Avenyo, E., & Ghauri, P. (2021). Digital platforms and development: A survey of the literature. *Innovation and Development*, 11(2-3), 303-321. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2021.1975361>
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx* (T. E. Kalaycı & S. Oğuz, Çev.). NotaBene Yayınları.
- Fuchs, C. (2016a). *Critical theory of communication: New readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the age of the internet*. University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book1>
- Fuchs, C. (2016b). *Sosyal medya: Eleştirel bir giriş* (D. Saraçoğlu & İ. Kalaycı, Çev.).

NotaBene Yayınları.

Fuchs, C., Boersma, K., Albrechtslund, A., & Sandoval, M. (Ed.). (2011). *Internet and surveillance: The challenges of web 2.0 and social media*. Routledge.

Fuchs, C., & Sevignani, S. (2013). *What is digital labour? What is digital work? What's their difference? And why do these questions matter for understanding social media?* 11(2), 237-293.

Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a new human-centered society. *Japan Spotlight*, 27(5), 47-50.

Gandini, A. (2016). Digital work: Self-branding and social capital in the freelance knowledge economy. *Marketing Theory*, 16(1), 123-141.  
<https://doi.org/10.1177/1470593115607942>

George, A. S., & George, A. S. H. (2020). Industrial revolution 5.0: The transformation of the modern manufacturing process to enable man and machine to work hand in hand. *Journal of Seybold Report*, 15(9), 214-234.  
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.6548092>

Gere, C. (2019). *Dijital kültür* (A. Akın, Çev.). Salon Yayınları.

Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: Impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135-162.  
<https://doi.org/10.1177/1024258916687250>

Graham, S., & Wood, D. (2003). Digitizing surveillance: Categorization, space, inequality. *Critical Social Policy*, 23(2), 227-248.  
<https://doi.org/10.1177/0261018303023002006>

Han, B.-C. (2020a). *Psikopolitika: Neoliberalizm ve yeni iktidar teknikleri* (H. Barışcan,

Çev.; 4. Baskı). Metis Yayınları.

Han, B.-C. (2020b). *Şeffaflık toplumu* (H. Barışcan, Çev.; 5. Baskı). Metis Yayınları.

Harteis, C. (Ed.). (2018). *The impact of digitalization in the workplace*. Springer.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-63257-5>

Hayles, N. K. (2012). *How we think: Digital media and contemporary technogenesis*.  
 University Of Chicago Press.

Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. *Electronic Markets*, 30(1), 87-98.  
<https://doi.org/10.1007/s12525-019-00377-4>

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>

Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*, 85(3), 551-575. <https://doi.org/10.1086/227049>

Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*.  
 University of California Press.

Howlett, M. (2022). Looking at the ‘field’ through a Zoom lens: Methodological reflections on conducting online research during a global pandemic. *Qualitative Research*, 22(3), 387-402. <https://doi.org/10.1177/1468794120985691>

Huws, U. (2014). *Labor in the global digital economy: The cybertariat comes of age*.  
 NYU Press.

Hwalla, N., & Koleilat, M. (2004). Dietetic practice: The past, present and future. *Eastern Mediterranean health journal = La revue de santé de la Méditerranée orientale =*



*al-Majallah al-şihhīyah li-sharq al-mutawassit*, 10, 716-730.  
<https://doi.org/10.26719/2004.10.6.716>

ILO. (2012). *International standard classification of occupations: Structure, group definitions and correspondence tables*.  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_172572.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_172572.pdf)

i-SCOOP, i-S. (t.y.). *Digitization, digitalization, digital and transformation: The differences*. Geliş tarihi 29 Kasım 2022, gönderen <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>

Ignatow, G. (2020). *Sociological theory in the digital age*. Routledge.

Kiger, M. E., & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131. *Medical Teacher*, 42(8), 846-854.  
<https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1755030>

Koytak, E. (2022). *Mesleğin dönüşümü: Hekimler ve avukatlar*. Matbu Kitap.

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>

Kümbetoğlu, B. (2008). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma* (2. Baskı). Bağlam Yayıncılık.

Lanier, J. (2010). *You are not a gadget: A manifesto*. Alfred Knopf.

Lupton, D. (2014). Critical perspectives on digital health technologies: Digital health technologies. *Sociology Compass*, 8(12), 1344-1359.  
<https://doi.org/10.1111/soc4.12226>

Lupton, D. (2015). *Digital sociology*. Routledge.

- Lyon, D. (1994). *The electronic eye: The rise of surveillance society*. University of Minnesota Press.
- Lyon, D. (2006). The search for surveillance theories. İçinde *Theorizing surveillance: The panopticon and beyond* (ss. 3-20). Willan Publishing.
- Manokha, I. (2018). Surveillance, panopticism, and self-discipline in the digital age. *Surveillance & Society*, 16(2), 219-237. <https://doi.org/10.24908/ss.v16i2.8346>
- Marres, N. (2017). *Digital sociology: The reinvention of social research*. Polity Press.
- Marx. (2015). *Kapital-I* (M. Selik & N. Satlıgan, Çev.; 8. Baskı). Yordam Kitap.
- Mendeş, B. (2018). *Diyetisyenlerin sosyal medyadaki paylaşımlarının bilimsel ve etik yönden incelenmesi (Instagram Örneği)* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Biruni Üniversitesi.
- Merdol, T. K. (2016). Beslenme ve diyetetik biliminin dünü, bugünü ve geleceği. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-5.
- Merriam, S. B. (2018). Araştırmanın desenlenmesi ve örneklem seçimi. İçinde S. Turan (Ed.), & S. Turan & D. Yılmaz (Çev.), *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber* (3. Baskı, ss. 55-84). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Nair, M. M., Tyagi, A. K., & Sreenath, N. (2021). The future with industry 4.0 at the core of society 5.0: Open issues, future opportunities and challenges. *2021 International Conference on Computer Communication and Informatics (ICCCI)*, 1-7. <https://doi.org/10.1109/ICCCI50826.2021.9402498>
- Neuman, W. L. (2020). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar-I* (Ö. Akkaya, Çev.; 8. Baskı). Siyasal Kitapevi.
- Noon, M., & Blyton, P. (2002). *The realities of work* (2nd Ed). Palgrave.

- OECD. (2019). *Going digital: Shaping policies, improving lives*. OECD.  
<https://doi.org/10.1787/9789264312012-en>
- Orton-Johnson, K., & Prior, N. (Ed.). (2013). *Digital sociology: Critical perspectives*. Springer.
- Özden, A. T. (2022). 1.0'dan 5.0'a dünya: Web, pazarlama, endüstri ve toplum. *Journal of Business in The Digital Age*, 5(1), 29-44.  
<https://doi.org/10.46238/jobda.1003371>
- Öztürk Baydere, H. (2022). *Makine çevirisi ve dijitalleşme bağlamında çevirmenlik mesleğinin dönüşümü* [(Yayımlanmamış doktora tezi)]. İstanbul Üniversitesi.
- Patton, M. Q. (2018). Nitel araştırmanın doğası. İçinde M. Bütün & S. B. Demir (Çev.), *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (3. Baskı, ss. 3-36). Pegem Akademi.
- Payne-Palacio, J., & Canter, D. D. (2011). *The profession of dietetics: A team approach* (4th ed). Jones & Bartlett Learning.
- Pekcan, A. G. (2022). Dijital sağlık: Beslenme ve diyetetik bilim dalında yaklaşım. *Journal of Nutrition and Dietetics*, 50(1), 1-6.  
<https://doi.org/10.33076/2022.BDD.1644>
- Petani, F. J., Ramirez, C., & Gendron, Y. (2021). Special issue on digitalization, work, and professions. *Critical Perspectives on Accounting*, 79(3), 1-3.  
<https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102354>
- Pilevari, N., & Yavari, F. (2020). Industry revolutions development from industry 1.0 to industry 5.0 in manufacturing. *Journal of Industrial Strategic Management*, 5(2), 44-63.
- Piroșcă, G. I., Șerban-Oprescu, G. L., Badea, L., Stanef-Puică, M.-R., & Valdebenito, C. R. (2021). Digitalization and labor market a perspective within the framework of

- pandemic crisis. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 2843-2857. <https://doi.org/10.3390/jtaer16070156>
- Polat, A. (2022). Nitel araştırmalarda yarı-yapılandırılmış grşme soruları: Soru form ve trleri, nitelikler ve sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(zel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>
- Raja Santhi, A., & Muthuswamy, P. (2023). Industry 5.0 or industry 4.0s? Introduction to industry 4.0 and a peek into the prospective industry 5.0 technologies. *International Journal on Interactive Design and Manufacturing (IJIDeM)*, 17(2), 947-979. <https://doi.org/10.1007/s12008-023-01217-8>
- Rich, E., & Miah, A. (2009). Prosthetic surveillance: The medical governance of healthy bodies in cyberspace. *Surveillance & Society*, 6(2), 163-177. <https://doi.org/10.24908/ss.v6i2.3256>
- Rich, E., & Miah, A. (2014). Understanding digital health as public pedagogy: A critical framework. *Societies*, 4(2), 296-315. <https://doi.org/10.3390/soc4020296>
- Saldana, J. (2023). *Nitel araştırmacılar için kodlama el kitabı* (A. Tfeki & S. N. şad, ev.; 3. Baskı). Pegem Akademi.
- Salgues, B. (2018). *Society 5.0: Industry of the future, technologies, methods and tolls*. Wiley-ISTE.
- Salmons, J. (2015). *Qualitative online interviews: Strategies, design and skills* (2 nd). Sage Publications.
- Schilir, D. (2021). Digital transformation, COVID-19, and the future of work. *Munich Personal RePEc Archive*. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/108817/>
- Schmidt, F. A. (2017). *Digital labour markets in the platform economy: Mapping the political challenges of crowd workand gig work*. Good Society-Social Democracy.

<https://www.researchgate.net/publication/314719905>

- Scholz, T. (Ed.). (2013). *Digital labor: The internet as playground and factory*. Routledge.
- Scribano, A., & Lisdero, P. (Ed.). (2019). *Digital labour, society and the politics of sensibilities*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-12306-2>
- Sennett, R. (2011). *Yeni kapitalizmin kültürü* (A. Onacak, Çev.; 2. Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. (2017). *Karakter aşınması: Yeni kapitalizmde işin kişilik üzerindeki etkileri* (B. Yıldırım, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Silverman, D. (2021). *Nitel araştırma nasıl yapılır?* (E. Hava, Çev.). Küre Yayınları.
- Slattery, M. (2015). Post-Fordizm. İçinde Ü. Tatlıcan (Çev.), *Sosyolojide Temel Fikirler* (ss. 440-446). Sentez Yayınları.
- Soto-Acosta, P. (2020). Covid-19 pandemic: Shifting digital transformation to a high-speed gear. *Information Systems Management*, 37(4), 260-266. <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1814461>
- Sprague, R. D. (2007). From taylorism to the omnipticon: Expanding employee surveillance beyond the workplace. *Journal of Computer & Information Law*, 25(1), 1-35.
- Sunar, L. (2020a). *Türkiye’de çalışma hayatı ve meslekler* (s. 189) [Araştırma Raporları-1].
- Sunar, L. (2020b). Türkiye’de mesleki itibar: Dönüşen çalışma hayatı ve mesleklerin sosyal konumu. *Journal of Economy Culture and Society, Suppl*, 29-58. <https://doi.org/10.26650/JECS2020-0053>

- Sunar, L., & Kaya, Y. (2018). Türkiye’de değişen sosyo-ekonomik yapı içerisinde meslekler. İçinde *Türkiye’de Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik 2. Cilt* (2. Baskı, ss. 3-52).
- Thoits, P. A. (1989). The sociology of emotions. *Annual Review of Sociology*, 15, 317-342. <https://www.jstor.org/stable/2083229?seq=1>
- Thwaites Diken, E. (2017). Dijital gözetim ve yeni medya toplumsallığı oyun (game), büyülenme (captivation) ve birey-kaçlık ('dividuality'). *Çizgi Kitabevi*, 5(9), 61-72.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü dalga: Bir fütürist ekonomi analizi klasığı* (S. Yeniçeri, Çev.). Koridor Yayıncılık.
- Türkiye Diyetisyenler Derneği Tarihçe*. (t.y.). Geliş tarihi 17 Aralık 2022, gönderen <http://www.tdd.org.tr/index.php/tdd-hakk-nda/tarihce>
- Üni-veri*. (t.y.). <https://www.cbiko.gov.tr/projeler/uni-veri?process=sectionProfile&sectionProfile=4&variables=5>.
- Vayre, É. (Ed.). (2022). *Digitalization of work: New spaces and new working times*. John Wiley & Sons. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781119988434.fmatter>
- Volti, R. (2014). *Society and technological change* (7th Edition). Worth Publishers.
- We are social*. (2022). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- We are social*. (2023). <https://drive.google.com/file/d/1ICTVBeXrM5XhCj-KRwaedJIHoxUZC09x/view>
- We are social*. (2024). <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>  
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

- Webster-Gandy, J., Madden, A., & Holdsworth, M. (2020). *Oxford Handbook of Nutrition and Dietetics* (3 rd Ed.). Oxford University Press.
- WEF. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*.  
<https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>
- Xu, X., Lu, Y., Vogel-Heuser, B., & Wang, L. (2021). Industry 4.0 and industry 5.0-Inception, conception and perception. *Journal of Manufacturing Systems*, 61, 530-535. <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2021.10.006>
- Yıldırım, M. Ö. (2020). Akışkan modernite ile dijital emek süreçlerini birlikte düşünmek. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 30-52.  
<https://doi.org/10.16878/gsuilet.829441>
- Yılmaz, V. (2013). Changing origins of inequalities in access to health care services in turkey: From occupational status to income. *New Perspectives on Turkey*, 48, 55-77. <https://doi.org/10.1017/S0896634600001886>
- Yök Atlas. (t.y.). Yükseköğretim Kurulu.  
<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=104810732>
- Zinderen, A. (Ed.). (2021). *Dijital sosyoloji çalışmaları*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

## EK 1. ORJİNALLİK RAPORU

	<b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b> <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b>	Doküman Kodu Form No.	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	<b>FRM-YL-15</b> <b>Yüksek Lisans Tezi Orjinallik Raporu</b> <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev.Date	25.01.2024

<b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b> <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b> <b>SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA</b>		Tarih: 05/06/2024
Tez Başlığı: <b>Dijitalleşmenin Meslek Üzerindeki Etkisi: Diyetisyenler Örneği</b>		
Yukarıda başlığı verilen tezin a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 205 sayfalık kısmına ilişkin, 05/06/2024 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 4'tür.		
Uygulanan filtrelemeler*:		
1. <input checked="" type="checkbox"/> Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç		
2. <input checked="" type="checkbox"/> Kaynakça hariç		
3. <input type="checkbox"/> Alıntılar hariç		
4. <input checked="" type="checkbox"/> Alıntılar dâhil		
5. <input checked="" type="checkbox"/> 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç		
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tezin herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.		
Gereğini saygılarımla arz ederim.		
		Hilal KAŞIK Ad-Soyad/İmza

<b>Öğrenci Bilgileri</b>	Ad-Soyad	Hilal KAŞIK
	Öğrenci No	N21137805
	Enstitü Anabilim Dalı	Sosyoloji
	Programı	Yüksek Lisans

### DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

( Doç. Dr. Sevgi ÇOBAN )

\* Tez **Almanca** veya **Fransızca** yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı **Tez Yazım Dilinde** yazılmalıdır.

\*\*Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları İkinci bölüm madde (4)/3'te de belirtildiği üzere: Kaynakça hariç, Alıntılar hariç/dahil, 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) filtreleme yapılmalıdır.



	<b>HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ</b> <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b>	Doküman Kodu Form No.	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	<b>FRM-YL-15</b> <b>Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu</b> <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev.Date	25.01.2024

**TO HACETTEPE UNIVERSITY**  
**GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES**  
**DEPARTMENT OF SOCIOLOGY**

Date: 05/06/2024

Thesis Title (In English): **The Impact of Digitalization on the Profession: The Sample of Dietitians**

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 05/06/2024 for the total of 205 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled above, the similarity index of my thesis is 4 %.

Filtering options applied\*\*:

- Approval and Declaration sections excluded
- References cited excluded
- Quotes excluded
- Quotes included
- Match size up to 5 words excluded

I hereby declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

Kindly submitted for the necessary actions.

Hilal KAŞIK  
Name-Surname/Signature

<b>Student Information</b>	<b>Name-Surname</b>	Hilal KAŞIK
	<b>Student Number</b>	N21137805
	<b>Department</b>	Sociology
	<b>Programme</b>	Master's Degree

**SUPERVISOR'S APPROVAL**

APPROVED

( Doç. Dr. Sevgi ÇOBAN )

\*\*As mentioned in the second part [article (4)/3 ]of the Thesis Dissertation Originality Report's Codes of Practice of Hacettepe University Graduate School of Social Sciences, filtering should be done as following: excluding reference, quotation excluded/included, Match size up to 5 words excluded.

## EK 2. ETİK KURUL / KOMİSYON İZİNİ



T.C.  
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Rektörlük

Tarih: 09/02/2023 13:44  
Sayı: E-35853172-300-00002682310



00002682310

Sayı : E-35853172-300-00002682310  
Konu : Hilal KAŞIK Hk. (Etik Komisyon İzni)

9.02.2023

### SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 11.01.2023 tarihli ve E-12908312-300-00002622144 sayılı yazımız.

Enstitünüz Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden **Hilal KAŞIK**'ın **Dr. Öğr. Üyesi Sevgi ÇOBAN** danışmanlığında hazırladığı “**Dijitalleşmenin Meslek Üzerindeki Etkisi: Diyetisyenler Örneği**” başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **24 Ocak 2023** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Serhat ÜNAL  
Rektör Yardımcısı

**Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.**

Belge Doğrulama Kodu: EEC0FD65-9357-4BF8-BD87-3C593FF4F250

Belge Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/hu-ebys>

Adres: Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara

Bilgi için: Duygu Didem İLERİ

E-posta: [yazimd@hacettepe.edu.tr](mailto:yazimd@hacettepe.edu.tr) İnternet Adresi: [www.hacettepe.edu.tr](http://www.hacettepe.edu.tr) Elektronik

Bilgisayar İşletmeni

Ağ: [www.hacettepe.edu.tr](http://www.hacettepe.edu.tr)

Telefon: 0 (312) 305 3001-3002 Faks: 0 (312) 311 9992

Telefon: .

Kep: [hacettepeuniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:hacettepeuniversitesi@hs01.kep.tr)



### **EK 3. GÖRÜŞME SORULARI**

#### **Mülakat Yapılacak Katılımcının Sosyo-Demografik Bilgileri**

1. Katılımcının ismi-soy ismi:
2. Katılımcının yaşı:
3. Öğrenim durumu:
4. Medeni durumu:
5. Çocuk sayısı ve yaşları:
6. Mezun olunan okul:
7. İkamet edilen şehir:
8. Ortalama aylık geliri:

#### **Bölüm 1. Meslek ve Çalışma Hayatı**

- 1.1. Beslenme ve Diyetetik bölümünü okumaya nasıl karar verdiniz?
- 1.2. Ne zamandan beri bu mesleği yapıyorsunuz?
- 1.3. Mezun olduktan sonra mesleğe geçişiniz nasıl oldu? Mezun olduğunuz üniversite mesleğe bakışınızı nasıl etkiledi?
- 1.4. Danışanlarınıza nasıl ulaşıyorsunuz?

1.5. Çalışma mekânınız nedir? (Ör: Bireysel ofis mi, ortak ofis mi, yoksa home-ofis mi çalışıyorsunuz?)

1.6. Tipik bir iş gününüz nasıl geçiyor? Yüz yüze ve online danışma seanslarınız nasıl oluyor? Danışanlarınızla görüşmeleriniz ne kadar sürüyor? Kaç seans görüşme yapıyorsunuz? Danışanlarınızdan hangi bilgilerini istiyorsunuz, danışanlarınızın sizden en çok talepte bulunduğu konular nelerdir?

1.7. Özel ve kamuda çalışan diyetisyenler arasında sizce ne tür benzerlik ya da farklılıklar bulunmaktadır? (çalışma şartları, ücret, güvence, danışanlarla olan etkileşim)

## **Bölüm 2 Dijitalleşme ve Dijital Araçların Meslek İçin Önemi**

2.1. Daha çok hangi danışma hizmeti sunuyorsunuz ve bu hizmeti tercih etme sebepleriniz nelerdir? (Online ya da yüz yüze danışma hizmeti)

2.2. Dijital platformları kullanmayı nasıl öğreniyorsunuz? Bu konuda kendinizi nasıl geliştiriyorsunuz? Dijital teknolojileri bulmakta, öğrenmekte, kullanmakta güçlük yaşadığınız oluyor mu? Oluyorsa bu güçlükleri nasıl aşıyorsunuz?

2.3. En sık kullandığınız platform nedir, bu platformu tercih etme sebepleriniz nelerdir?

2.4. Dijital platformlarda görünür olmak mesleğiniz için nasıl bir öneme sahiptir? Bu durum aylık kazancınızı ne kadar etkiliyor?

2.5. Dijital platformlara içerik üretirken nelere dikkat ediyorsunuz, bunun için ortalama ne kadar vakit ayırıyorsunuz?

2.6. Sizce dijital teknolojileri kullanmak ve dijital platformlarda görünür olmak mesleki bir gereklilik mi? (Öyle olduğunu düşünüyorsa) Neden, her zaman böyle miydi (ya da ne zamandan beri bir gerekliliktir?)

## **Bölüm 3 Dijital Platformlarda Mesleki Kimlik İle Var Olmak: İmkânlar ve Zorluklar**

- 3.1. Sizce dijital platformlardaki diyetisyenler arasında nasıl bir ilişki vardır?
- 3.2. Dijital platformlarda görünür olmak diyetisyenlik mesleği açısından hangi avantaj ya da dezavantaja neden olmaktadır?
- 3.3. Pandemi süreci mesleğiniz üzerinde nasıl bir etki yaratmıştır? (Danışan sayısı ve ilişkileri, ücret, mesleki yetkinlik, dijital araçların kullanımı, çalışma süresi vb)
- 3.4. Mesleğinizin toplumsal itibarı konusunda ne düşünüyorsunuz? Sizce dijital platformlar ve dijital teknolojiler mesleğin toplumsal konumunu nasıl etkiledi?
- 3.5. Dijital teknolojilerin danışanlarınızın beslenme ve diyetetik alanındaki bakış açılarını/pratiklerini/tutumlarını etkilediğini gözlemliyor musunuz? Sizce danışanlar, dijital teknolojileri ve sosyal medya hesabı kullanan diyetisyenler arasında nasıl ve neye göre bir seçim yapıyorlar?

#### **Bölüm 4 Diyetisyenlik Mesleği ve Geleceği**

- 4.1. Bugün sizce Beslenme ve Diyetetik mezunu birinin mesleğini icra edebilmesi için nasıl bir yol izlemesi gerekir?
- 4.2. Mesleğinizle ilgili herhangi bir sivil toplum kuruluşuna (STK) üye misiniz? Üyeliğiniz varsa STK'yı biraz tanıtabilir misiniz ve sizce bu STK mesleğinize nasıl katkılar sunmaktadır?
- 4.3. Diyetisyenlik mesleğinin geleceği ile ilgili düşünceleriniz nelerdir? Bugünkü koşullarda, tekrar bir fırsat olsa yine diyetisyenlik mesleğini seçer misiniz? Nedenlerini açıklayabilir misiniz?
- 4.4. Bundan sonraki meslek ve iş hayatınızla ilgili planlarınız neler?