

Ebelik öğrencilerinin perspektifinden sosyal medya kullanımı ve bir kariyer hedefi olarak sosyal medya*

Social media use from the perspective of midwifery students and social media as a career goal

¹Gizem Aysin, ²Halime Çavuşoğlu, ³Aytül Hadımlı

¹ Van Başkale Devlet Hastanesi, Van/Türkiye. gizemaysin2165@gmail.com, 0009-0002-2353-9626

² Serbest Ebe, Bursa/ Türkiye. halimecavusoglu7@gmail.com, 0009-0002-9158-1543

³ Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Ebelik Bölümü, İzmir/Türkiye. aytul.pelik@ege.edu.tr, 0000-0003-4096-7964

*Bu araştırma, TÜBİTAK-2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Desteği Programı kapsamında TÜBİTAK tarafından desteklenmiştir.

ÖZ

Amaç: Bu araştırma, ebelik öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarını, kariyer hedeflerini ve etkileyen faktörleri değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. **Gereç ve Yöntem:** Çalışma, nicel araştırma desenine uygun olarak kesitsel olarak yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini bir devlet üniversitesinde eğitim gören toplam 458 ebelik öğrencisi oluşturmuştur. Veriler, Öğrenci Tanımlayıcı Bilgi Formu ve Kariyer Geleceği Ölçeği kullanılarak online form (Google forms) aracılığı ile toplanmıştır. **Bulgular:** Öğrencilerin %99.1'nin en az bir tane sosyal medya hesabı vardır. Sosyal medyayı en çok olayları/gündemi takip etmek (%82.1) için kullanmaktadırlar. %45.9'u mesleğine yönelik güncel paylaşımları takip etmek amacıyla sosyal medya kullanmaktadır. Mesleğine yönelik kariyer planı incelendiğinde %59.7 ile en çok kamu kuruluşunda çalışmayı planlamaktadırlar. Öğrencilerin Kariyer Geleceği Ölçeği puan ortalaması 90.92 ± 12.18 (min. 43-max.124) olup, sınıf, bölümü isteyerek seçme ve kariyer etkinliklerine katılım durumu gibi değişkenlerle ölçek puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur. **Sonuç:** Öğrenciler mezuniyet sonrası en çok kamu kuruluşlarında çalışmayı planlamanın yanı sıra gelecekte sosyal medyada da kariyer yapabilmek adına eğitim almak istemektedir. Öğrencilere yönelik düzenlenecek kariyer etkinliklerinde sosyal medyanın kariyer gelişimi için kullanım teknikleri ve marka yaratma stratejilerine yönelik planlamalar önerilebilir.

Anahtar Kelimeler:
Ebelik, Öğrenci, Sosyal Medya, Kariyer

Key Words:
Midwifery, Student, Social Media, Career

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:
Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Ebelik Bölümü, İzmir/ Türkiye. aytul.pelik@ege.edu.tr, 0000-0003-4096-7964

DOI:
10.52880/sagakaderg.1543964

Gönderme Tarihi/Received Date:
05.09.2024

Kabul Tarihi/Accepted Date:
26.12.2024

Yayımlanma Tarihi/Published Online:
31.12.2024

ABSTRACT

Objective: This study was conducted to evaluate midwifery students' social media use, career goals and factors affecting them. **Material and Methods:** The study was conducted cross-sectionally in accordance with the quantitative research design. A total of 458 midwifery students studying at a state university constituted the sample of the study. Data were collected through an online form (Google forms) using the Student Descriptive Information Form and Career Future Scale. **Results:** 99.1% of the students had at least one social media account. They mostly use social media to follow the events/content (82.1%). 45.9% of them use social media to follow current posts related to their profession. When the career plan for their profession is examined, 59.7% of them plan to work in a public institution. The mean Career Future Scale score of the students was 90.92 ± 12.18 (min. 43-max.124) and a significant difference was found between the scale scores and variables such as class, willingly choosing the department and participation in career activities. **Conclusion:** Students mostly plan to work in public organizations after graduation, and they also want to receive training in order to have a career in social media in the future. It can be recommended that career activities to be organized for students should be planned for the use of social media for career development techniques and brand creation strategies.

GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle internet ve mobil cihazların kullanımı hayatın vazgeçilmezleri haline gelmiştir. Sosyal ağ siteleri de internet kullanımı ile birlikte hayatımıza giren diğer önemli bir yeniliktir (Esencan et al., 2019). Teknolojik gelişmelere paralel olarak bilgisayar, akıllı telefon, akıllı saat, tablet gibi cihazlar ve internet erişimi ile sosyal medya ağlarının kullanımında da artış yaşanmıştır (Yaman et al., 2022). Dünyadaki yaklaşık beş milyar internet kullanıcılarından dört milyarı sosyal medya platformlarına üyedir ve bu

platformlarda geçirilen günlük ortalama süre yaklaşık yedi saattir (İskender, 2021). Özellikle Instagram, Facebook ve X gibi sosyal paylaşım ağlarına ilgi gün geçtikçe artarken bu ağlara yenileri de eklenmektedir (Boyd & Ellison, 2007; İnce & Koçak, 2017). Sosyal medya araçları gün geçtikçe daha fazla alanda kullanılmakta ve etkili olmaktadır. Sağlık alanı da bunlardan biridir. Sosyal medya, sağlık hizmetlerinde hasta ve sağlık çalışanları arasında iletişim kurulması, danışmanlık, hasta eğitimi, sağlık kampanyalarının duyurulması ve sağlık kurumlarının reklamının yapılması gibi

amaçlarla kullanılmaktadır. Sağlık sektöründe sosyal medyanın kullanımı hem kullanıcılar (sağlıklı ve hasta bireyler) hem de sunucular (sağlık çalışanları ve sağlık kurumları) açısından artış göstermektedir (Tunç et al., 2020). Bu artış paralelinde uluslararası birçok ebellek ve hemşirelik derneği sosyal medyanın mesleki açıdan doğru kullanımına ilişkin rehberler yayınlamıştır (Association of Ontario Midwives, 2022; Nursing and Midwifery Board of Ireland, 2013). Kullanımın artması ile birlikte sağladığı kolaylıklar sosyal medyanın sağlık hizmetleri için önemli bir iletişim kanalı haline gelmesi yanı sıra kariyer geliştirme alanı olmasına yol açmıştır. Sağlık çalışanları sosyal medya platformları aracılığı ile kendi sayfalarını oluşturabilme imkânına kavuşmuştur (İnce & Koçak, 2017).

Kariyer planlama, bireyin hedeflerini belirlemesi ile başlamaktadır. Hedefe yönelik kariyer planlamasının bireylerin kişisel gelişimi, motivasyonu ve ilerlemesi üzerinde olumlu etkileri vardır. Kariyer kararlarını verme süreci aynı zamanda sağlam bir bilgi ve beceri altyapısı ile tutarlı bir çalışma gerektirir (Karadaş et al., 2017). Kariyer gelişimi bağlamında yapılan çalışmalardan biri de sosyal medya aracılığı ile mesleki bilgi ve deneyimin aktarılması, bu sayede tanınırlığın artması ve kişisel markanın yaratılmasıdır (Hepakiz & Gökalliler, 2019). Her ne kadar sağlık çalışanları ve sağlık öğrencileri ile yapılan çalışmalarda sosyal medya sıklıkla sohbet etme, arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etme, yeni arkadaş bulma, profil güncelleme/ paylaşım yapma amaçlı kullanılsa da kariyer gelişimi bağlamında bilgi arama ve bilgi paylaşımı amaçlı kullanımı da mevcuttur (Büyükgöze et al., 2017; Esencan et al., 2019). Öğrencilerin mezuniyet sonrası istihdamının önemli hale gelmesi, bu kitlenin yeni beklentileri ve ihtiyaçları bulunması bağlamında kariyer planlamaları da gündeme gelen önemli konulardan biridir. Pek çok kurum ve kuruluşta geniş istihdam alanı bulunan ebellek mesleği son yıllarda artan oranda serbest de icra edilmekte ve günümüzde birçok meslekte olduğu gibi tanınırlık da büyük oranda sosyal medya aracılığı ile olmaktadır. Özellikle Instagram ve TikTok gibi görsel odaklı platformlar ile mesleki ve kişisel tanıtım yapılarak kişisel marka oluşturulmasına katkı sağlanabilmektedir. YouTube gibi platformlar üzerinden ise klinik uygulama videoları paylaşarak bilgi ve deneyim aktarımı yapılabilmektedir (Boyd & Ellison, 2007; Vardarlier & Öztürk, 2020). Ebellek öğrencileri için sosyal medya, meslek içi eğitimin ve öğrenimin bir aracı olarak da kullanılabilir. Uluslararası kongreler ve seminerlerin sosyal medya aracılığıyla canlı yayınlanması, küresel düzeyde bilgiye erişimini kolaylaştırmakta ve mesleki farkındalığı artırmaktadır. Bunun yanı sıra, öğrenciler sosyal medya üzerinden çeşitli mesleki topluluklara katılarak güncel ebellek yaklaşımlarını takip edebilir ve

bu bilgileri kariyer hedeflerine entegre edebilirler. Sosyal medya, girişimcilik ruhunu destekleyen bir platform olarak da görülmektedir. Mezuniyet sonrasında bağımsız bir klinik açmayı planlayan öğrenciler için sosyal medya hizmetlerini tanıtmak için stratejik bir araca da dönüşmektedir (Hepekiz & Gökalliler, 2019; Vardarlier & Öztürk, 2020).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri kapsamında, Hedef 4.4'te "2030 yılına kadar istihdam, insana yakışır işler ve girişimcilik için teknik ve mesleki beceriler de dâhil olmak üzere gerekli becerilere sahip gençlerin ve yetişkinlerin sayısını önemli ölçüde artırma"nın önemi üzerinde durulmaktadır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019). Sosyal medyanın sunduğu erişim olanakları, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda gençlerin girişimcilik becerilerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Bu platformlar, sadece bireysel kariyer gelişimi için değil, aynı zamanda toplum sağlığını geliştirmek için yenilikçi sağlık kampanyalarının ve projelerin hayata geçirilmesi amacıyla da kullanılabilir. Bu bağlamda, ebellek öğrencilerinin sosyal medyayı mesleki anlamda etkin ve stratejik bir şekilde kullanmalarını desteklemek, mezuniyet sonrası kariyer hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştırabilir. Literatürde farklı sağlık alanlarında okuyan öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amaçlarına ya da kariyer planlamalarına ilişkin çalışmalar bulunmakla birlikte ebellek öğrencilerinin sosyal medyayı kariyer hedeflerine yönelik kullanma durumlarını yansıtan araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, çalışma bulgularının öğrencilerin mezuniyet sonrası kariyer hedeflerine ulaşmalarını destekleyecek yenilikçi ve teknoloji temelli yaklaşımların geliştirilmesi bağlamında literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada ebellek öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarını, kariyer hedeflerini ve etkileyen faktörleri değerlendirmek amaçlanmıştır. Sosyal medyanın, mesleki gelişimi desteklemek ve kariyer hedeflerini şekillendirmek için yoğun bir şekilde kullanıldığı göz önüne alındığında, araştırma sonuçları öğretim elemanlarına sosyal medyanın ebellek mesleğiyle bağlantılı olarak etkin ve etik kullanımını teşvik eden müfredat geliştirme fırsatı sunması, öğrenciler için ise mezuniyet öncesi istihdam ve kariyer planlaması açısından önem taşımaktadır.

Araştırmanın Türü

Bu araştırma, nicel araştırma deseninde tanımlayıcı ve kesitsel tipte bir çalışma olarak yapılmıştır. Kesitsel

tasarımların amacı, özellikle sabit ya da belirlenmiş bir noktada olayın durumunu açıklamak, tanımlamak ya da olaylar arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu araştırmalar bir popülasyona ait, belli bir zaman dilimine ait verileri yansıtmaktadır (Nahcivan, 2015).

Araştırmanın Yeri ve Zamanı

Araştırma verileri Mart-Haziran 2023 tarihleri arasında Google form aracılığı ile online platformda toplanmıştır. Araştırmanın yürütüldüğü ebelik bölümünde toplam 467 öğrenci öğrenim görmektedir. Araştırmada örneklem seçimine gidilmemiş, evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden ve veri toplama araçlarını eksiksiz dolduran 458 öğrenci örneklemi oluşturmuştur.

VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Öğrenci Tanımlayıcı Bilgi Formu

Araştırmacılar tarafından öğrencilerin sosyodemografik, sosyal medya kullanım ve kariyer hedefi özelliklerini belirlemeye yönelik literatür doğrultusunda (Esençan et al., 2019; Karadaş et al., 2017) hazırlanmıştır ve toplam 22 sorudan oluşmaktadır.

Kariyer Geleceği Ölçeği (KARGEL)

Rottinghaus, Day ve Borgen (2005) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlik güvenirliği Kalafat (2012) tarafından yapılan Kariyer Geleceği Ölçeği (KARGEL) kariyer uyumluluğu (KU), kariyer iyimserliği (Kİ) ve iş piyasalarına ilişkin algılanan bilgi (AB) olmak üzere 3 alt boyuttan ve toplam 25 maddeden oluşmaktadır. Ölçek likert tipinde 1-5 arası derecelendirme ile değerlendirilmektedir. Maddelere verilen yanıtlar, 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Emin Değilim, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde derecelendirilir. Ölçek 15 olumlu, 8 olumsuz madde içermektedir. KU ve Kİ alt boyutlarından alınabilecek en yüksek puan 55, en düşük puan ise 11, AB alt boyutundan ise en yüksek puan 15, en düşük ise 3'dür. Ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayıları KU için 0.83, Kİ için 0.82 ve AB için 0.62 ve toplamda 0.88 olarak bulunmuştur (Kafalat, 2012). Bu çalışmada Cronbach alfa güvenirlik katsayıları KU için 0.84, Kİ için 0.86 ve AB için 0.69 ve toplamda 0.91 olarak bulunmuştur.

Verilerin analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin değerlendirilmesi için Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0 programı kullanılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygunluk durumu Kolmogrov-

Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle Bağımsız gruplarda t-testi ve One Way ANOVA uygulanmıştır. Öğrencilerin tanımlayıcı özellikleri sayı, yüzde dağılımları, ortalama ve standart sapma ile ifade edilmiştir. Verilerin analizinde istatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

BULGULAR

Araştırmaya katılan toplam 458 öğrencinin yaş ortalaması 20.94 (min:18 max:36) olup, %58.7' si gelir gider durumunu gelir gidere eşit olarak belirtmiştir. Öğrencilerin %77.3'ü ebelik bölümünü isteyerek tercih etmiştir (Tablo 1).

Öğrencilerin %99.1'nin en az bir tane sosyal medya hesabı vardır ve sosyal medya kullananlar en çok olayları/gündemi takip etmek için kullanmaktadırlar. En sık kullandıkları sosyal medya ağı %77.5'i ile Instagram ve en sık yapılan paylaşım türü sosyal hayattır. Öğrencilerin günlük ortalama sosyal medyada geçirdikleri süre 4.18 ± 2.09 (min:1 max:12)'dir (Tablo 2).

Mesleğine yönelik kariyer planı incelendiğinde; %59.7'si kamu kuruluşunda çalışmayı planlamaktadır. Öğrencilerin %83'ü kariyer planlama dersi almıştır, %30.6'sı sosyal medyada kendi markasını yaratmayı düşünmektedir ve %69.4'ü sosyal medyayı kariyer amaçlı kullanmak için eğitim almayı istemektedir (Tablo 3).

Öğrencilerin Kariyer Geleceği Ölçeği toplam puan ortalamaları 90.92 ± 12.18 (min. 43-max.124)'dir. Kariyer Uyumluluğu alt ölçeği puan ortalaması 41.98 ± 5.52 , Kariyer İyimserliği alt ölçeği puan ortalaması 39.43 ± 6.54 , İş Piyasalarına İlişkin Algılanan Bilgi alt ölçeği puan ortalaması 9.51 ± 2.03 'tür (Tablo 4).

Tablo 5'de öğrencilerin sosyal medya kullanım ve kariyer hedeflerine ilişkin özellikleri ile KARGEL ve alt boyutlarının puan ortalamalarının karşılaştırmasına yer verilmiştir. Öğrencilerin sınıflarına göre ve ölçek alt boyutlarından KU ve Kİ toplam puan ortalamaları arasında fark bulunmazken, AB alt boyutu toplam puan ortalaması arasında anlamlı fark vardır ($p < 0.05$). 4. Sınıf öğrencilerinin toplam puanı 2. Sınıf öğrencilerine göre anlamlı olarak yüksektir. Öğrencilerin kariyer etkinliklerine katılım ve durumları ile KARGEL ve tüm alt boyut toplam puanları arasında, sosyal medyayı kariyer amaçlı kullanmak için eğitim almayı isteme ile KARGEL ve alt boyutlardan Kİ ve AB toplam puanları arasında anlamlı fark vardır ($p < 0.05$). Kariyer etkinliklerine katılan, sosyal medyada marka yaratmayı düşünen ve bunun için eğitim almayı isteyen öğrencilerin puanları daha yüksektir.

Tablo 1. Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerinin dağılımı

Özellikler	Sayı	%
Yaş	X± SD: 20.94±2.07 (min:18 max:36)	
Sınıf		
1. sınıf	129	28.2
2. sınıf	116	25.3
3. sınıf	102	22.3
4. sınıf	111	24.2
Gelir Durumu		
Gelir giderden az	153	33.4
Gelir gidere eşit	269	58.7
Gelir giderden fazla	36	7.9
Bölümü isteyerek tercih etme		
Evet	354	77.3
Hayır	104	22.7
Toplam	458	100.0

Tablo 2. Öğrencilerin sosyal medya kullanım özellikleri

Özellikler	Sayı	%
Sosyal medya hesabı olma durumu		
Evet	454	99.1
Hayır	4	0.9
Sosyal medya kullanım amacı*		
Olayları/gündemi takip etmek	376	82.1
Arkadaşlarımla iletişim kurmak	355	77.5
Eğlenmek ve rahatlamak	346	75.5
Bilgi sahibi olmak	295	64.4
Boş zamanlarımı değerlendirmek	280	61.1
Mesleğime yönelik güncel paylaşımları takip etmek	210	45.9
İçerik paylaşmak	162	35.4
Yeni arkadaşlar edinmek	36	7.9
En sık kullanılan sosyal medya ağı		
Instagram	355	77.5
Twitter (X)	39	8.5
Youtube	36	7.9
Tik Tok	11	2.4
Snapchat	3	0.7
Facebook	1	0.2
Kullanmayan ya da diğer ağları kullanan	13	2.8
Sosyal medyada en sık yapılan paylaşım**		
Sosyal Hayatımı	193	42.5
Kendim/Selfie	141	31.1
Ailemi ve arkadaşlarımı	44	9.6
Mesleğime yönelik paylaşımlar	13	2.9
Diğer	63	13.9
Sosyal medyada geçirilen süre (saat)	X± SD: 4.18±2.09 (min:1 max:12)	
Toplam	458	100.0

*Birden fazla yanıt verilen soru

**Sosyal medya hesabı olan katılımcılar (n:454)

Tablo 1. Öğrencilerin kariyer planlarına ilişkin özellikleri

Özellikler	Sayı	%
Mesleğine yönelik kariyer planı		
Kamu kuruluşunda çalışmak	273	59.7
Yurt dışında çalışmak	62	13.5
Akademisyen olmak	55	12.0
Serbest ebe olarak çalışmak	42	9.2
Özel kuruluştaki çalışmak	10	2.2
Mezuniyet sonrası mesleğim ile ilgili çalışmayı düşünmüyorum	8	1.7
Diğer	8	1.7
Kariyer planlama dersi alma		
Evet	380	83.0
Hayır	78	17.0
Kariyer etkinliklerine katılım		
Evet	220	48.0
Hayır	238	52.0
Sosyal medyada kendi markasını yaratma fikri		
Evet	140	30.6
Hayır	318	69.4
Sosyal medyayı kariyer amaçlı kullanmak için bir eğitim alma		
Evet	28	6.1
Hayır	430	93.9
Sosyal medyayı kariyer amaçlı kullanmak için eğitim almayı isteme		
Evet	318	69.4
Hayır	140	30.6
Toplam	458	100.0

Tablo 4. Kariyer Geleceği Ölçeği ve Ölçek Alt Boyut Puan Ortalamaları

	X± SD	min	max	Cronbach alfa
Kariyer Uyumluluğu Alt Boyutu	41.98±5.52	21.00	55.00	.841
Kariyer İyimserliği Alt Boyutu	39.43±6.54	11.00	55.00	.862
Algılanan Bilgi Alt Boyutu	9.51±2.03	3.00	15.00	.691
Kariyer Geleceği Ölçeği	90.92±12.18	43.00	124.00	.911

Tablo 5. Kariyer Geleceği Ölçeği puanlarının çeşitli değişkenlere göre dağılımı

Değişken	KARGEL		KU alt boyutu		Kİ alt boyutu		AB alt boyutu	
Sınıf*	X± SD	p	X± SD	p	X± SD	p	X± SD	p
1.sınıf	90.20±12.51	0.177	41.41±5.50	0.239	39.18±6.74	0.361	9.59±1.88	0.026
2.sınıf	89.46±11.88		41.64±4.93		38.79±6.91		9.02±2.07	
3.sınıf	91.44±12.63		42.20±6.06		39.52±6.18		9.70±2.19	
4.sınıf	92.80±11.57		42.77±5.58		40.28±6.19		9.73±1.92	
Bölümü İsteyerek Tercih Etme								
Evet	92.75±10.82	0.000	42.62±5.04	0.000	40.52±5.76	0.000	9.60±2.00	0.061
Hayır	84.67±14.36		39.78±6.47		35.70±7.58		9.18±2.10	
Kariyer Planlama Dersi Alma								
Evet	90.67±12.19	0.348	41.87±5.42	0.387	39.31±6.54	0.388	9.48±2.06	0.618
Hayır	92.10±12.16		42.47±5.98		40.01±6.53		9.61±1.88	
Kariyer Etkinliklerine Katılım								
Evet	93.10±12.11	0.000	42.65±5.62	0.011	40.57±6.21	0.000	9.87±2.06	0.000
Hayır	88.89±11.92		41.35±5.36		38.36±6.66		9.17±1.94	
Sosyal Medyada Marka Yaratmayı Düşünme								
Evet	93.92±12.61	0.000	43.00±5.98	0.009	40.72±6.34	0.005	10.19±2.08	0.000
Hayır	89.60±11.77		41.53±5.25		38.85±6.55		9.21±1.93	
Sosyal Medyayı Kariyer Amaçlı Kullanmak İçin Eğitim Alma								
Evet	93.21±12.84	0.305	42.39±6.69	0.684	40.92±5.59	0.684	9.89±2.61	0.336
Hayır	90.77±12.14		41.95±5.44		39.33±6.59		9.48±1.98	
Sosyal Medyayı Kariyer Amaçlı Kullanmak İçin Eğitim Almayı İsteme								
Evet	91.90±11.85	0.009	42.23±5.43	0.136	39.94±6.25	0.011	9.72±2.00	0.001
Hayır	88.67±12.66		41.40±5.69		38.25±7.03		9.02±2.01	

* Bağımsız gruplarda t-testi. ** One Way ANOVA

TARTIŞMA

İnternet kullanımı neredeyse her insan için bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bununla birlikte ortaya çıkan sosyal medya ağlarına olan ilgi ve merak gün geçtikçe artmaktadır. Sosyal medya üzerinden kişi kendi markasını oluşturup kariyerini istediği hedefe taşıma şansını yakalayabilmektedir. Kişisel markayı yaratma sürecinde sosyal medya platformları, sunulan hizmetin daha geniş kitlelerle buluşmasını sağlayan önemli kitle iletişim araçları olarak görülmektedir (Owen, 2018; Yengin, 2019). Sağlık alanında da sosyal medya platformlarının kariyer amaçlı kullanımının yaygınlaşması nedeniyle bu çalışmada ebeklik öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumları ve kariyer hedefleri ile ilişkili faktörler açısından incelenmiştir.

Dünya çapında sosyal medya kullanıcı sayısının 2023 verilerine göre 4,9 milyar olduğu, 2027 yılına kadar ise 5,85 milyar kullanıcıya ulaşması beklendiği belirtilmektedir. İstatistikler dünya genelinde bir insanın günde ortalama 2 saat 45 dakikasını sosyal medyada geçirdiğini göstermektedir (Wong & Bottorff, 2024). Tezi ve ark.'nın (2019) çalışmasında ebeklik ve hemşirelik öğrencilerinin %41.7'sinin sosyal medyada 2-4 saat, %26,4'ünün 4-6 saat geçirdiği, İskender'in (2021) çalışmasında ise çevrimiçi geçirilen ortalama günlük sürenin 6 saat olduğu olarak belirtilmiştir (İskender, 2021; Terzi et al., 2019). Çalışmamızda öğrencilerin günlük sosyal medyada geçirdikleri süre ortalaması diğer çalışmalarla benzer şekilde 4.18 saattir.

Sosyal medya platformlarına her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Yapılan çalışmalarda Youtube, Instagram ve Tik Tok kullanıcı sayısında ciddi bir artış gözlenmekle birlikte dünya genelinde en sık kullanılan platform Facebook olmaya devam etmektedir (Duke et al., 2017; Wong & Bottorff, 2024). 2023 yılı verilerine göre ülkemizde en sık kullanılan platform %90.6 ile Instagram olup bunu sırasıyla Whatsapp, Facebook ve Twitter izlemektedir (Kemp, 2023). Instagramın kullanım nedenlerine ilişkin üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen çalışmalarda, öğrenciler fotoğraf temelli bir mecra olması ve sevdiklerinin fotoğraflarına bakmaktan hoşlanmaları yanı sıra çevresine bilgi vermek, onlardan bilgi edinmek, modayı ve haberleri takip etmek ve alışveriş yapmak için bu siteyi kullandıklarını ifade etmişlerdir (Aslan, 2019; Çakmak & Baş, 2017; Terzi et al., 2019). Ülkemizdeki veriler ile paralel olarak araştırma kapsamındaki öğrencilerin sosyal medya ağlarından en çok Instagram'ı kullandıkları ve en çok sosyal hayat paylaşımı yaptıkları belirlenmiştir. Ülkemizde gençlerin sosyal medya kullanımına ilişkin yapılan çalışmalarda da sonuçlar benzer niteliktedir.

Öğrencilerin eğitimini aldıkları mesleğe ilişkin olumlu düşüncelere sahip olması ve mezuniyet öncesi kariyer

planı yapmaları sadece bireysel gelişimleri için değil mesleğin gelişimi açısından da önemlidir (Ay et al., 2018). Ülkemizde ebeklik öğrencilerinin kariyer planlarını farklı perspektiflerden inceleyen çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalarda öğrenciler mezuniyet sonrası başta kamu kuruluşunda ebe olarak çalışmak üzere akademisyen olarak ya da özel sektörde ebe olarak çalışmayı hedeflediklerini belirtmişlerdir (Bilgin & Efe, 2021; Yücel et al., 2017). Bu çalışmada öğrencilerin mesleğine yönelik kariyer planı sorulduğunda en çok kamu kuruluşunda çalışmayı daha sonra sırasıyla yurt dışında çalışmayı, akademisyen olmayı ve serbest ebe olarak çalışmayı hedefledikleri görülmüştür. Ülkemizde 2021 verilerine göre toplam ebe sayısı 57.908'dir. Ebelerin 55.103'ü kamu kuruluşunda, 2.805'i ise özel sektörde çalışmaktadır (Türkiye Sağlık İstatistik Yıllığı, 2021). Ülkemizde sağlık hizmetinin büyük ölçüde kamu kuruluşlarınca sunulması ve istihdamın bu kuruluşlarda sağlanması öğrencilerin kariyer planlarına da yansımaktadır.

Öğrencilerin kariyer kararı verme süreci sağlam bir bilgi ve beceri altyapısı yanı sıra tutarlı ve hedefe yönelik bir çalışma gerektirir (Karadaş et al., 2017). Bu süreci desteklemek üzere 2020-2021 eğitim öğretim yılından itibaren TC Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi tarafından üniversite öğrencilerinin kariyer farkındalığı oluşturmaları, mezuniyet sonrası çalışma hayatlarını planlamaları, niteliklerine uygun alanlarda iş ve meslek seçimi yapmaları hedefiyle kariyer planlama dersi hayata geçirilmiş ve eğitim planlarına eklenmiştir (Dalkılıç et al., 2022). Araştırmanın yürütüldüğü ebeklik bölümünde de kariyer planlama dersi eğitim planında yer almakta olup öğrencilerin büyük bölümü bu dersi almıştır.

Sosyal medya, sağlık hizmetlerinde sağlık çalışanları ve hastalar arasında eğitim, danışmanlık ve iletişim gibi pek çok farklı amaç için kullanılmaktadır. Tüm bunların yanı sıra günümüzde mesleki gelişim, etkileşim, mesleğe yönelik bir marka oluşturma zeminini desteklemek bağlamında da önemli bir araç haline gelmiştir (Başal, 2022; İnce & Koçak, 2017; Byrom & Byrom, 2017; Nursing and Midwifery Board of Ireland, 2013). Araştırmaya katılan her üç öğrenciden biri sosyal medyada kendi markasını yaratmayı düşünmektedir. Pragmatik düzeyde, gebe kadınların ihtiyaç duyduğu sıradan ve acil olmayan bilgilerin çoğu bir ebe veya başka bir sağlık uzmanıyla fiziksel bire bir görüşmeyi gerektirmez, dolayısıyla bilgiye çevrimiçi erişim sağlık merkezlerine gitme ihtiyacını azaltmaktadır (Mccarthy et al., 2020). Bu bağlamda gebeler doğru bilgiye daha kolay ulaşmakta, özellikle serbest çalışan ebeler de markalaşma ve hedef kitlelerine ulaşmakta daha hızlı yol alabilmektedir.

Ebeklik ve hemşirelik öğrencilerinin kariyer planlarını KARGEL ölçeği değerlendiren çalışmalarda öğrencilerin

ölçek puanları ortalamanın üzerinde bulunmuştur (Amanak et al., 2020; Avcı et al., 2019; Karadaş et al., 2017; Kavurmacı et al., 2021). Bu çalışmada öğrencilerin KARGEL ölçek puanlarının hemşirelik öğrencileri ile yapılan çalışmaların tamamından daha yüksek olduğu görülmektedir. Ebelik alanında iş olanaklarının gerek kamu gerek özel sektörde fazla olması yanı sıra serbest çalışma imkânı bulunmasının başta kariyer uyumu ve iyimserliği üzerinde olumlu etki yaratması şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilerin mesleği olumlu algılamaları meslek ile ilgili güdülenmelerini, eğitim-öğretim sürecini ve bireyi amaca ulaştıran davranışları belirleyen önemli bir güç kaynağıdır. Mesleğini kendi isteği ile seçen öğrencilerin mesleğe yönelik kariyer planları yapma oranı daha yüksektir (Ay et al., 2018; Bilgin & Efe, 2021). Bu bilgiyi destekler nitelikte bölümü isteyerek tercih eden ve kariyer etkinliklerine katılan öğrencilerin ölçek puanları anlamlı olarak yüksektir. Yanı sıra sosyal medyada kendi markasını yaratmayı düşünen ve bunun için eğitim almayı isteyen öğrencilerin de puanları daha yüksek olarak bulunmuştur. Sosyal medya platformları mesleğe ve hizmet sunulan kişilere etik ve sağduyulu kullanıldığı takdirde yarar sağlayan uygulamalardır (Nursing and Midwifery Board of Ireland, 2013). Son dönemde sağlık profesyonelleri tarafından kariyer alanı olarak da kullanılan bu platformların öğrenciler tarafından da ilgi gördüğü ve benzer düşünce ile kariyer hedefi konusunda motive ettiği söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan öğrencilerin tamamına yakınının bir sosyal medya hesabı vardır ve en sık kullanılan platform Instagram'dır. Kariyer planı olarak en çok kamu kuruluşunda çalışmak belirtilse de her üç öğrenciden biri sosyal medyada kendi markasını yaratma düşüncesinin olduğunu ve her üç öğrenciden ikisi de bununla ilgili eğitim almak istediğini belirtmiştir ve bu öğrencilerin KARGEL puanları daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlardan yola çıkarak kariyer planlama ders içeriğinin özellikle sosyal medyanın kariyer gelişimi için doğru kullanım teknikleri ve marka yaratma stratejilerine yönelik geliştirilmesi, öğrencilerin kariyer etkinliklerine katılım yönünde teşvik edilmesi önerilebilir. Yanı sıra ebelik öğrencileri ile kariyer hedeflerini ve bu doğrultudaki beklentilerini belirlemeye yönelik nitel çalışmaların yapılması mevcut durumun ortaya konulmasında ve etkili faktörlerin eğitim süreçlerine aktarılmasında etkili olabilir.

KAYNAKLAR

Amanak, K., Şeker, S., Canbay, F.Ç., & Esen, E. (2020). Ebelik öğrencilerinin lisansüstü eğitim ve kariyer tercihlerinin belirlenmesi: bir karma yöntem çalışması. *Düzcce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 58-67.

- Aslan, Ö. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında Instagram kullanımı üzerine bir inceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(13), 41-65.
- Association of Ontario Midwives. (2022). Using Social Media in Midwifery Practice. <https://www.ontariomidwives.ca/using-social-media-midwifery-practice>
- Avcı, S. Ç., Işık G, Cetişli N.E., Üşümez, D., Şencandan, B., & Bektaş, C. (2019). Hemşirelik öğrencilerinin profesyonel değerleri ve kariyer planları. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 6(2), 256-265.
- Ay, F., Keçe, M., İnci, İ., Alkan, N., & Acar, G. (2018), Ebelik öğrencilerinin meslek algıları ve kariyer planlarını etkileyen faktörler. *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(2), 74-82.
- Başal, M. (2022). Influencer: Sosyal medya çağında marka yaratmak. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 748-752.
- Bilgin, Z., & Efe, M. (2021). Ebelik öğrencilerinin güdülenme düzeylerinin mesleki kariyer planlarına etkisi. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 44-52.
- Boyd, D.M., & Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Büyükgöze, S., Dereli, E., & Yıldız, H. (2017). Hemşirelik son sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklığının ve nedenlerinin belirlenmesi. 6. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu Kitabı (ss. 1-9).
- Byrom, S., & Byrom, A. (2017). Around the World in 80 Tweets—Social Media and Midwifery. In: Luce, A., Hundley, V., van Teijlingen, E. (eds) *Midwifery, Childbirth and the Media*. Palgrave Macmillan, Cham.
- Çakmak, V., & Baş, Ü. (2017). Benlik sunum aracı olarak Instagram kullanımı: öğrenciler üzerine nitel bir araştırma. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 17, 96-118.
- Dal, N.E., & Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.
- Dalkılıç, S., Ata, A.Ç., Dalkılıç, E., & Aytaç, A.İ. (2022). Kariyer planlama dersinin kariyer kararı verme yetkinliğine etkisi: lisans öğrencileri üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 935-960.
- Duke, V.J., Anstey, A., Carter, S., Gosse, N., Hutchens, K.M., & Marsh, J.A. (2017). Social media in nurse education: Utilization and E-professionalism. *Nurse Education Today*, 57, 8-13.
- Esencan, T.Y., Yıldırım, A.D., & Arslan, C. (2019). Bir kamu hastanesinde ebe ve hemşirelerin sosyal ağ siteleri kullanımı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hemşirelik Dergisi*, 1(1), 9-16.
- Hepekiz, İ., & Gökaliiler, E. (2019). Sosyal medya aracılığıyla yaratılan kişisel markalar ve benlik sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 761-782.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- İskender, E. (2021). İnsan kaynakları temin ve seçimi sürecinde sosyal medya araçlarının kullanımına yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Kalafat, T. (2012). Kariyer Geleceği Ölçeği (KARGEL): Türk örneklemi için psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 4(38), 169-179.
- Karadaş, A., Duran, S., & Kaynak, S. (2017). Hemşirelik öğrencilerinin kariyer planlamaya yönelik görüşlerinin belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1-8.

Ayşin vd.: Ebelik öğrencileri ve kariyer hedefi

- Kavurmacı, M., Tan, M., Arkan, D., & Yıldız, İ. (2021). Hemşirelik öğrencilerinin lisansüstü eğitime ve kariyer planlamaya yönelik görüşlerinin belirlenmesi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 24(2), 192-201.
- Kemp, S., (2023). Digital 2023 Global Overview Report. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>
- McCarthy, R., Byrne, G., Brett, A., Choucri, L., Ormandy, P., & Chatwin, J. (2020). Midwife-moderated social media groups as a validated information source for women during pregnancy. *Midwifery*, 88, 102710.
- Nahcivan, N. (2015). Nicel araştırma tasarımları. In Erdoğan, S., Nahcivan, N., & Esin, N.M. (Eds.), *Hemşirelikte Araştırma* (pp. 89-128). Nobel Tıp Kitapevleri.
- Nursing and Midwifery Board of Ireland (2013). Guidance to Nurses and Midwives on Social Media and Social Networking. Erişim adresi: <https://www.nmbi.ie/nmbi/media/NMBI/Publications/Guidance-to-Nurses-Midwives-on-Social-Media-Social-Networking.pdf?ext=.pdf>
- Owen, F.K. (2018). Üniversite öğrencilerinin kariyer gelişim ihtiyaçları. *Yaşadıkça Eğitim*, 32(2), 28-39.
- Rottinghaus, P.J., Day, S.X., & Borgen, F.H. (2005). The Career Futures Inventory: A measure of career-related adaptability and optimism. *Journal of Career Assessment*, 13(1), 3-24.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Değerlendirme Raporu. (2019). <http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr/>
- Terzi, B., Bulut, S., & Kaya, N. (2019). Factors affecting nursing and midwifery students' attitudes toward social media. *Nurse Education in Practice*, 35, 141-149.
- Tung, H., Doyğacı, A. G. A., & Karadağ, M. (2020). Hemşirelikte sosyal medya kullanımı ve uluslararası derneklerin sosyal medya kullanımına ilişkin rehberlerinin incelenmesi. *Cerrahi Ameliyathane Sterilizasyon Enfeksiyon Kontrol Hemşireliği Dergisi*, 1(3), 39-53.
- Türkiye Sağlık İstatistik Yıllığı. (2021). <https://www.saglik.gov.tr/Eklenti/45316/0/siy2021-turkcepdf.pdf>.
- Vardarlier, P., & Öztürk, C. (2020). Sağlık iletişimde sosyal medya kullanımının rolü. *Sosyolojik Düşün*, 5(1), 1-18.
- Wong, B., & Bottorff, C. (2024). Top Social Media Statistics And Trends Of. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/#source>
- Yaman, Z., Boğahan, M., Türkleş S., Elif, A.K., Ekti H., & Özalp, D. (2022). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile bilinçli farkındalık ve öz şefkat düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *YOBÜ Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3(2), 219-229.
- Yengin, D. (2019). Teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 9(2), 130-144.
- Yücel, U., Oran, N.T., & Yüksel E. (2017). Ebelik öğrencilerinin meslek ile ilgili görüşlerinin ve mezuniyet sonrası çalışmak istedikleri kurumların değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(4), 69-76.