

# İletişim Fakültesi'nde Okuyan Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Gazi Üniversitesi Örneği

Towhidul İslam, Yüksek Lisans Öğrencisi, İbn Haldun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, towhidul.islam@ibnhaldun.edu.tr

## Öz Abstract

Çalışma kapsamında, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya araçlarını hangi amaçlarla kullandıkları, 4 senelik eğitimlerinin kullanım pratiklerine nasıl ve ne derece etki ettiği ile ilgili sorular sorularak, sosyalleşme tercih ve tutumlarında meydana gelen değişikliklerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Keşfedici ve betimleyici bir çalışma olan bu araştırma Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde okuyan birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. Çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmış ve sosyal medya kullanımları ile ilgili görüşlerini ölçebilmek amacıyla 120 öğrenciye yüz yüze anket uygulanmıştır. Anket

çalışmasından elde edilen veriler ışığında, öğrencilerin büyük çoğunluğunun medyayı daha bilinçli kullandıkları, sosyal medya uygulamalarını hem haber almak hem de eğlence amacıyla tercih ettikleri ve bu platformun gündelik hayattaki tutum ve davranışları üzerinde belirgin değişiklikler meydana getirdiği görülmüştür. Öğrenciler bunun yanı sıra sosyal medyayı siyasi ve ideolojik düşüncelerini belirtmek için de kullanmaktadırlar. Ayrıca çalışmada İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve gençlerin, sosyal medyayı geleneksel medyadan daha çok takip ettikleri ortaya konulmuştur.

## Social Media Usage Habits of Communication Faculty Students: The Case of Gazi University

Today's largest communication platform is social media. Individuals on Facebook, Instagram, Twitter, Youtube and many other platforms are quite active. Therefore, in order to comprehend the communication elements of today, these platforms in social media should be dealt with and analyzed in the light of Goffman's analysis. Goffman, with his research titled Dramaturgical Analysis, has focused on how people manifest themselves in daily life. Goffman made use of the art of theater in introducing individuals. In this study, one of the social media channels Youtube is discussed.

People who have a Youtube channel are splitted up two as "other content sharing" and "conservative content controlling". After that, 10 channels were chosen among the most followed by Youtubers with different contents from these two categories and the most frequently received channels in the trends. As a result of the dramaturgical analysis, it is aimed to determine whether there are any differences between the two categories according to Goffman's definitions in the presentation of self and body.

## Anahtar Kelimeler Keywords

İletişim, Yeni Medya, Sosyal Medya, Yeni İletişim Teknolojileri, İletişim Fakültesi Kullanım Alışkanlıkları, İnternet Yayıncılığı

Communication, New Media, Social Media, New Communication Technologies, Communication Faculty Usage Habits, Internet Publishing

## Giriş

İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazabilmekte, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedir. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar paylaşabilmekte, iş arayabilmekte hatta bulabilmekte ve sıkılmadan gerçek dünyayı sanal ortamda yaşayabilmektedir. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin bu alana yönelmesine sebep olmakta ve sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir (Vural ve Bat, 2010 : 2). Ayrıca son yıllarda internetin hızla sosyal hayatın önemli bir parçası haline gelmesiyle birlikte kitle iletişim araçlarına alternatif bir iletişim ortamı oluşmuştur. Özellikle internet üzerinden bağlantı sağlanan Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Google Plus, Pinterest, Flickr vs. gibi sosyal paylaşım ağlarına ilgi her geçen gün artarken bu ağlara yenileri de eklenmektedir. Medya sektörüne getirdiği yenilikler ve kullanıcılara sunduğu imkanlar açısından sosyal medya geleneksel medyadan daha avantajlı bir konumdadır. Kullanıcılar bu sosyal paylaşım ağları sayesinde kendi sayfalarını oluşturabilme imkanına kavuşmuştur. Sosyal ağlar aracılığıyla kullanıcılar kendi düşünceleri, duyguları vb. hakkında bilgiler verebilmekte bunun yanında fotoğraflar, videolar, canlı öz çekimler yükleyerek ve paylaşarak her an birbirleriyle iletişim kurabilmektedir.

İnsanların hayatını sürdürebilmek için iletişim gereksinimini fiziksel ihtiyaçları kadar önemseydiğini görmekteyiz. Sosyal medya ortaya çıktığından bu yana iletişim insanların ilgisini daha fazla çekmektedir. Konuyla bağlantılı araştırmalar incelendiğinde gençlerin sosyal medya kullanımları ile ilgili çok sayıda çalışmanın yapıldığı, ancak iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile ilgili herhangi bir araştırmanın olmadığı görülmüştür. Bu nedenle çalışmanın alanda bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında, iletişim alanındaki öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarında değişiklik olup olmadığı birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerine yapılacak anket ile ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Çalışma kapsamında şu hipotez belirlenmiştir: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, aldıkları iletişim eğitimi ile farklılaşmaktadır.

## Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş süreci

Geleneksel medya; yazılı ve görsel basının bir arada olduğu (radyo, tv, gazete, dergi vb.) iletişim çalışmalarının bu kanallar ile insanlara duyurulduğu ve etkileşimin sağlandığı araçlardır. Sosyal medya ise; gelişen teknoloji ile birlikte hayatımıza dahil olan kullanıcıların zaman ve mekandan bağımsız olarak interaktif etkileşimde bulunabildiği dijital platformlardır (<http://www.looknewmedia.net>: 2015). Yeni medyayla birlikte, hızı ve kapsama alanı geleneksel medyanın önüne geçen; düzeyi ve etkinliği sözlü iletişimdeki kadar olmasa bile, bilginin istenildiği anda seçilebildiği, adreslenebildiği, paylaşılabilirdiği ve geri bildiriminin anında yapılabildiği bir “sanal” etkileşim çerçevesi sunan; bilginin kolayca depolanabildiği çok büyük miktarlarda bir belleğe sahip yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır (Yüksel: 2012). “Web 2.0, kullanıcı türevli içeriği mümkün hale getirerek, okuyucuları yalnızca okuyucu olmaktan çıkararak, içerik üreten ve paylaşan kimselere dönüştürmüştür” (Hülür ve Yaşın, 2017: 15).

Yeni medyayı, geleneksel medyadan ayıran bir çok özellik mevcuttur. Yeni medyayı, geleneksel medyadan ayırt eden temel özellikleri etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır. Dijital kodlama sistemine temellendikleri için, çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve kullanıcının geri dönüşümde bulunabilmesi olanağına sahiptir (Binark, 2007: 21). Sosyal medya en yüksek derecede paylaşımın gerçekleştiği, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunduğu en yeni fikirlerden biridir (Mayfield, 2010: 6). Ayrıca sosyal medya, bilgiye kolay ulaşmayı sağlayan arama motorları ile birlikte birçok kullanıcının gözdesi haline gelmiştir.

Birçok uzman 400 karakterlik bir metnin ideal olduğunu düşünmektedir ve yazıların azalıp, görselliğin arttığı bir meslek düzenine doğru yöneliş mevcuttur (Çetinkaya: 2016). O halde, yeni iletişim teknolojilerinin meslek üzerinde de belirleyici olduğu söylenebilir.

Çok kısa sürede pek çok sosyal paylaşım ağı ortaya çıkmıştır, hala da çıkmaya devam etmektedir (İnce ve Koçak, 2017: 3). Sosyal medya iletişimdeki maliyeti düşürmesinden dolayı da öğrenciler arasında oldukça yaygınlaşmaktadır (Donath ve Boyd, 2004:71). Sosyal medyanın eğlenceli vakit geçirme amaçlı kullanmanın yanı sıra öğrenci-öğrenci ve öğrenci-öğretim elemanı arasındaki ilişkiyi arttırmak için kullanılabilirliği de ortaya koyulmaktadır (Altunbaş ve Kul, 2015: 2). Sosyal medya uygulamaları pek çok farklı sebepten dolayı oldukça caziptir. Düşük maliyet ve iletişim kolaylığı ise bu sebeplerden yalnızca bazılarıdır.

Sosyal medyanın gücünü yansıtan örnekler ise çeşitlendirilebilir. İran'da Yeşil Devrim (2009) ile başlayıp, Arap Baharı(2011), İndignados (öfkeler) Hareketi (2011), Occupy Wall Street (2011) ve Gezi (2013) ile devam eden küresel etkiye sahip olsa da yerel temelde gerçekleşen hareketler etkileşimli bir biçimde sosyal medya temelinde örgütlenmiş, seslerini duyurmuş, mobilize olmuş ve enternasyonalist bir dayanışma ile bilinirlik kazanmışlardır (Barış, Çoban, 2014: 9-10). Aktivistler Facebook ve Twitter gibi sosyal medya mecraları yoluyla iletmek istedikleri mesajı geniş kamuya duyururlar (Neumayer ve Stald, 2016: 257). Sosyal medyanın Arap Baharı olarak adlandırdığımız süreçteki katkısı veya etkisi, insanların örgütlenerek hızlı bir biçimde haber akışını sağladıkları bir araç olmasıdır (Turan'dan aktaran Babacan ve diğerleri, 2011: 64). Totaliter ve baskıcı rejimlerin hüküm sürdüğü Arap ülkelerinde ise, sosyal medyanın örgütlenme gibi olanaklar tanınması sonucunda devrimler yaşanmış ve. 30-40 yıllık iktidarlar, birkaç ay içerisinde yıkılmıştır (Korkmaz, 2012: 2149). Ancak, sosyal medyanın çok da etkin kullanılmadığı örnekler de mevcuttur. Suriye bu duruma örnek olarak gösterilebilecek ülkelerdendir. Suriye'de zaman zaman cep telefonu ile dünyaya ulaşan görüntüler haricinde bir sosyal medya örgütlenmesinin varlığından bahsetmek çok da mümkün olmamıştır (Tekek, 2013).

## Yöntem ve Kuramsal Çerçeve

Araştırma Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesinin Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo Televizyon ve Sinema bölümlerinin; lisans düzeyindeki birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerine uygulanan anket çalışmasıyla sınırlandırılmıştır. Anket çalışması da özellikle öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları, hangi amaçlarla sosyal medya kullandıkları ve 4 senelik eğitimleri boyunca sosyal medya kullanımlarında meydana gelen değişiklikler ile sınırlandırılmıştır. Çalışma 120 öğrenci ile sınırlı tutulmuştur. Birinci ve dördüncü sınıftaki her bölümden yirmişer öğrenciye anket yapılmıştır.

Araştırmada Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo Televizyon ve Sinema bölümü öğrencilerinin, hayatlarını etkisi altına alan, internete yeni bir boyut kazandıran sosyal medyayı kullanım alışkanlıklarını tespit etmek, alışkanlıklarına ilişkin enformasyon sağlamak ve genel demografik özelliklerini ortaya koymak hedeflenmektedir.

Çalışmada ayrıca öğrencilerin 4 sene boyunca aldıkları iletişim eğitiminin sosyal medya kullanımlarına katkısı olup olmadığını veya ne derece katkısı olduğuna yönelik verilere ulaşmak amaçlanmaktadır. Katılımcıların hangi sosyal medya araçlarını hangi amaçlarla kullandıkları, dört yıllık eğitimleri sonunda sosyalleşme tercihlerinde değişiklikler olup olmadığı da ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırmada, genel literatür tarama modelinin yanı sıra anket yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ölçmek için yüzyüze anket yöntemi ile

toplam 30 sorudan oluşan bir form hazırlanmıştır. Bu doğrultuda, çoktan seçmeli ve tutum ölçmeye dayalı sorular ve açık uçlu sorular tasarlanmıştır. Soruların bir kısmı ise yarı açık uçlu sorulardır, yani çoktan seçmeli cevapların yanı sıra, öğrencilerin “diğer” seçeneğini seçerek istedikleri cevabı verebilmelerine olanak sağlanmıştır. Araştırma Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde eğitim gören öğrencilere, her bölümün 1’inci sınıfı ve 4’üncü sınıfında okuyan 60 öğrenciye, toplam 120 kişiye uygulanmıştır. Birinci ve dördüncü sınıfların her bölümünden yirmişer öğrenciye anket yapılmıştır. Ankette elde edilen veriler bilgisayar ortamına, SPSS for Windows 16.0 programı ile aktarılmıştır ve istatistiksel analizlerde frekans, yüzde dağılımları, ortalama ve standart sapma kullanılmıştır.

Bu çalışma liberal bir kuramsal çerçeve ile ele alınmaktadır. Özellikle özgür basın yaklaşımının ortaya koyduğu ilkeler, temel olarak insanların sosyal medya kullanımlarının araştırıldığı bu çalışma ile örtüşmektedir. Özgür basın yaklaşımının temelinde, insanların temel hak ve özgürlükleri yatar. Bu çalışmada da sosyal medya kullanımlarının insanları özgürleştirdiği, sosyal medya uygulamalarının insanların seslerini duyurabilmeleri için bir fırsat olduğu düşünülmektedir. Liberal demokratik sistemlerde, ifade özgürlüğü ve haber alma hakkı da önemli hak ve özgürlüklerdendir. Bu bağlamda, yalnızca güçlü bir zümrenin değil, her kesimden insanın kendilerini ifade edebilmeleri açısından sosyal medya önemli fırsatlar sunmaktadır (Güz, 2005: 19).

### Araştırmanın Bulguları

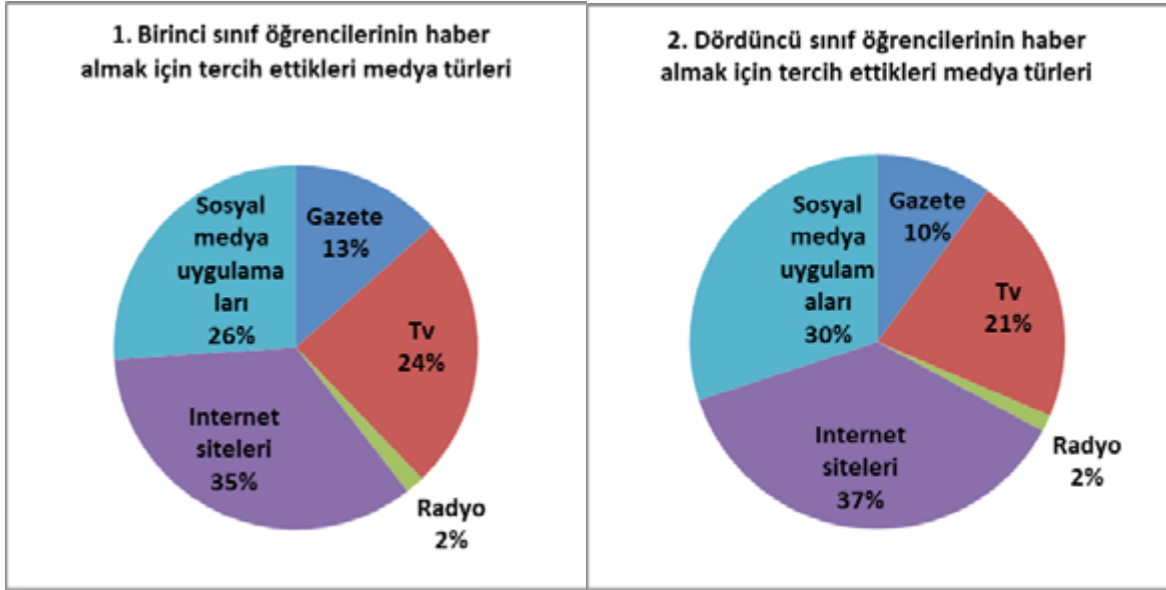
Çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında şunlar görülmektedir: Katılımcılar, Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo Televizyon ve Sinema bölümlerinin birinci ve dördüncü sınıflarından 60’ar olmak üzere toplam 120 öğrenciden oluşmaktadır. Öğrencilerin %56’sı kız (67 kişi), % 44’ü ise erkeklerden (53 kişi) seçilmiştir.

Öğrencilerin yaş aralık dağılımı ise şöyledir: 16-18 yaş %15 (18 kişi), 19-22 yaş % 64’in (77 kişi), 23-25 yaş %18’in (22 kişi), 26-30 ise % 3 (3 kişi). Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun 19-22 yaş arasında olduğu görülmektedir. Öğrenciler aylık olarak: 49 öğrenci (%41) 400-600 TL arasında bir gelire sahiptir. 30 öğrenci (%25) 250-400 TL, 26 öğrenci (%22) 900 ve üzeri, 15 öğrenci (%12) 600-900 TL gelire sahiptir. Büyük çoğunluğunun 400-600 TL aylık geliri olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin hangi medya uygulamalarını takip ettiğine bakıldığında; birinci sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun Instagram’ı kullandığı görülmüştür. Benzer şekilde, dördüncü sınıf öğrencilerinin de en çok kullandığı sosyal medya uygulaması Instagram’dır. Ayrıca dördüncü sınıf öğrencilerinin Facebook, Snapchat ve Twitter kullanım alışkanlıklarının birinci sınıflardan daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

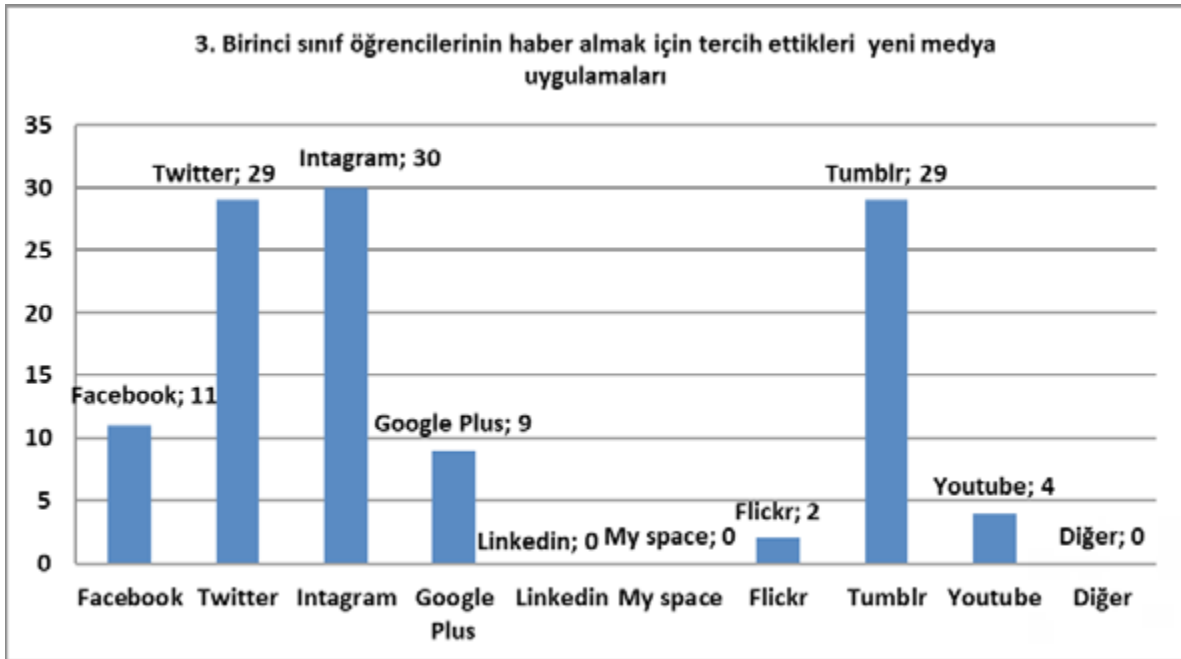
İnternetin nasıl kullanıldığına ilişkin dağılıma bakıldığında; hem birinci sınıf hem de dördüncü sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun interneti, cep telefonu aracılığıyla kullandıkları görülmüştür. Ayrıca kişisel bilgisayar kullanım oranında ise dördüncü sınıf öğrencileri birinci sınıflardan daha fazladır. Aylık internet kullanımında; birinci sınıf öğrencilerinin çoğunluğu 2-6 GB arasında, dördüncü sınıf öğrencileri 6-9 GB den fazla internet kullanmaktadır.

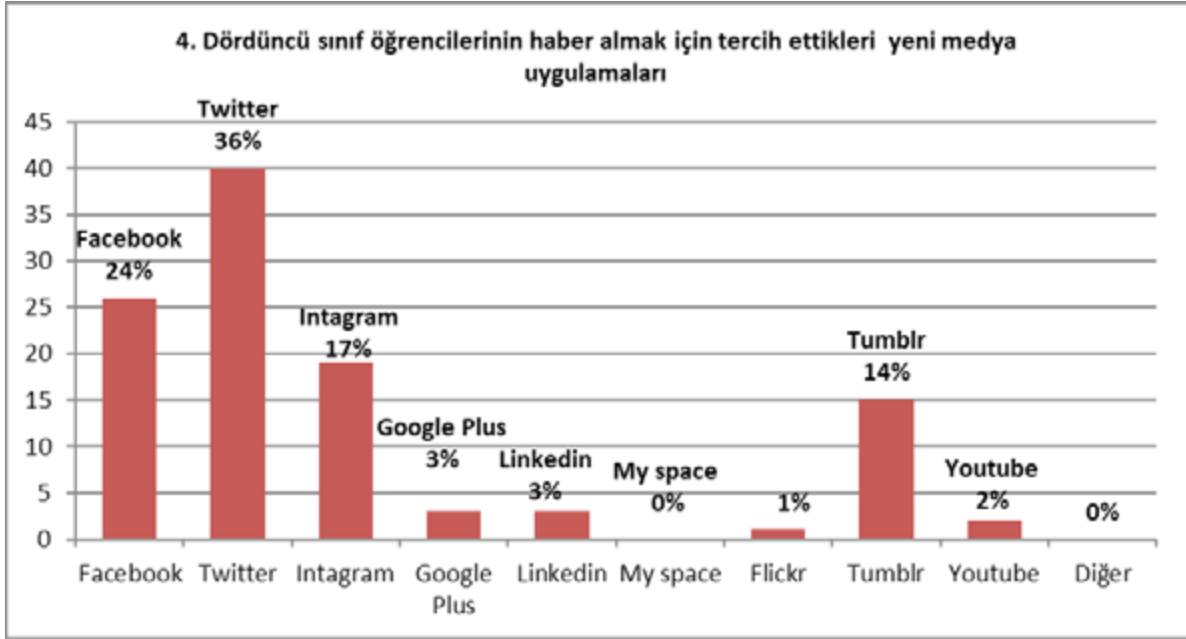
Katılımcıların günlük sosyal medya kullanımı için ayırdığı zamana bakıldığında; birinci sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun 4 saatten fazla, dördüncü sınıf öğrencilerinin ise 2-4 saat arasında zaman ayırdığı görülmektedir.



Öğrencilerin haber almak için hangi medya kaynaklarını takip ettiğine bakıldığında; birinci sınıf ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ilk sırada internet sitelerini, ikinci sırada ise sosyal medya uygulamalarını, üçüncü sırada televizyonu ve son olarak gazeteyi tercih ettikleri görülmüştür. Habere ulaşmak için birinci sınıf öğrencilerinin %13'ü gazeteleri takip ederken, dördüncü sınıf öğrencilerinin haber almak için gazete takip oranı %10'dur. Benzer şekilde, birinci sınıf öğrencilerinin %24'ü, dördüncü sınıf öğrencilerinin de %21'i televizyonu haber almak için tercih etmektedir.

Ayrıca, birinci sınıf ve dördüncü sınıf öğrencilerinin %2'si haber almak için radyoyu tercih etmektedir. Öte yandan, birinci sınıf öğrencilerinin %35'inin, dördüncü sınıf öğrencilerinin de %37'sinin internet sitelerini tercih ettikleri ve benzer şekilde birinci sınıf öğrencilerinin %26'sının, dördüncü sınıf öğrencilerinin ise %30'unun sosyal medya uygulamalarını haber almak için tercih ettikleri görülmüştür.

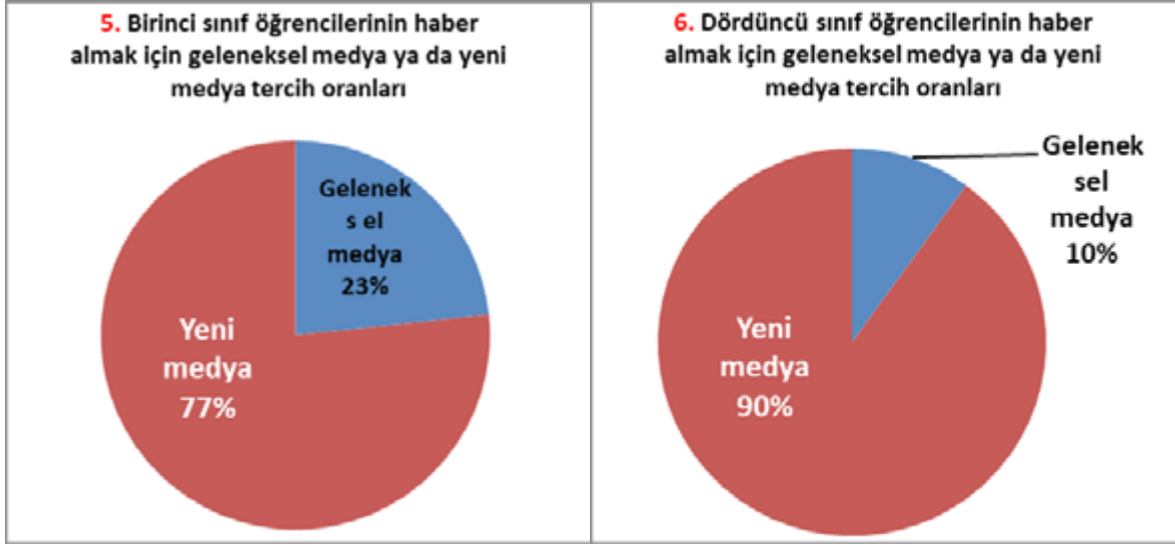




Haber için öğrencilerin yeni medya uygulamaları tercihlerine bakıldığında birinci sınıf öğrencilerinin ilk tercihlerinin Instagram, Twitter, Tumblr ve Facebook olduğu görülmüştür. Dördüncü sınıf öğrencilerinin de aynı şekilde Twitter, Facebook, Instagram ve Tumblr uygulamalarını kullandıkları görülmektedir.

Öğrencilerin habere ulaşmak için hangi yeni medya uygulamalarını tercih ettikleri sorusuna, birinci sınıf öğrencileri ağırlıklı olarak Facebook (%10, 11 kişi) cevabını vermiştir. Haber almak için Facebook'u tercih eden dördüncü sınıf öğrencileri ise 26 kişidir (%24). Birinci sınıf öğrencilerinin 29'u Twitter'i (%25) tercih ederken, dördüncü sınıf öğrencilerinden 40'ının (%36) Twitter'i tercih ettiği görülmüştür. Kısacası, haber için Twitter kullanımı dördüncü sınıf öğrencileri arasında daha yaygındır. Ancak, birinci sınıf öğrencilerinden Instagram'ı 30 kişi tercih ederken (%26), dördüncü sınıf öğrencilerinden 19'unun (%17) haber almak için Instagram'ı tercih ettiği görülmüştür. Yani dördüncü sınıf öğrencileri habere ulaşmak için Instagram'ı daha düşük oranda kullanmaktadır. Ayrıca, birinci sınıf öğrencilerinden 9 (%8), dördüncü sınıf öğrencilerinden 3 kişi (%3) Google plus'ı tercih ettiği görülmektedir. Birinci sınıf öğrencilerinin haber almak için Tumblr tercih oranı %25 (29 kişi) iken dördüncü sınıf öğrencilerinin tercih oranının %14 (15 kişi) olduğu görülmektedir.

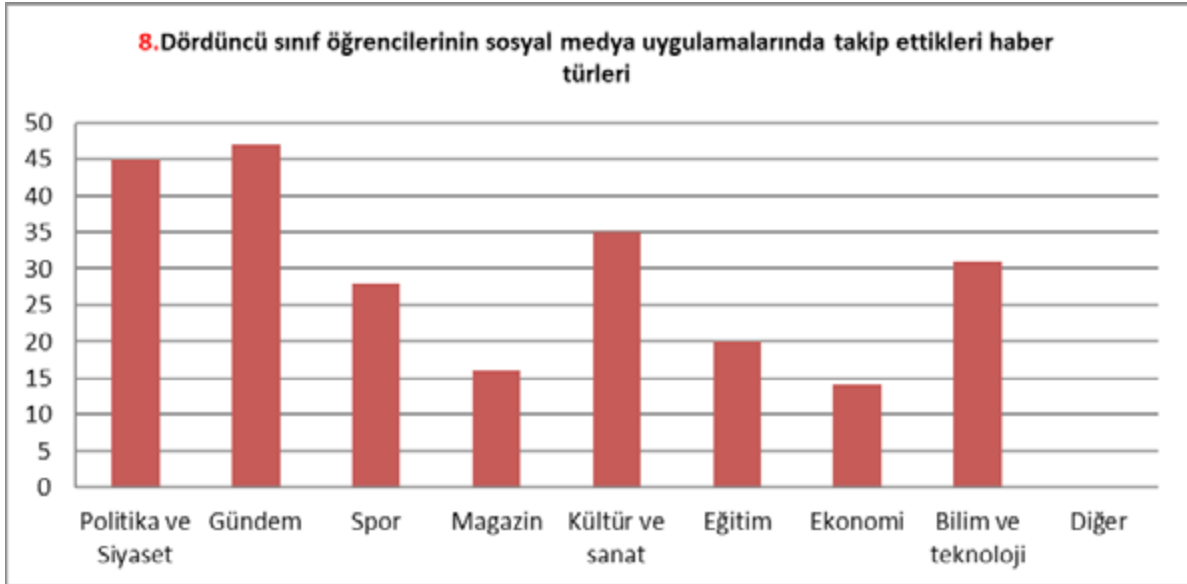
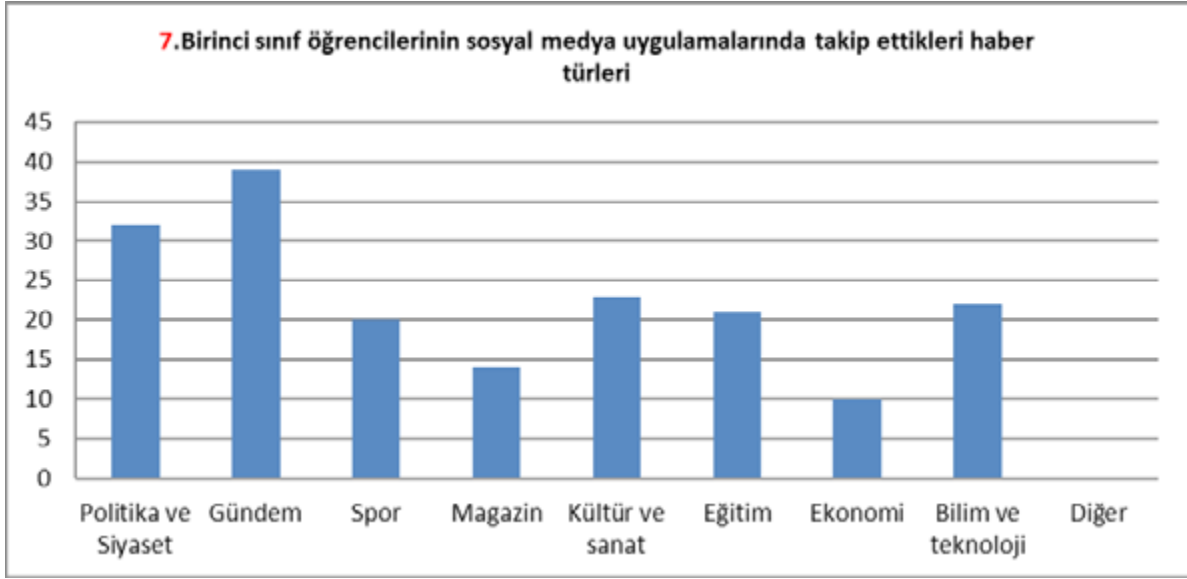




Araştırma kapsamında öğrencilere haber almak için geleneksel medyayı mı yoksa yeni medyayı mı tercih ettikleri sorulmuştur. Görülmüştür ki, hem birinci sınıf hem de dördüncü sınıf öğrencilerinin çoğunluğu haber almak için yeni medya uygulamalarını geleneksel medyaya tercih etmektedir. Öğrencilere göre bunun nedenleri; erişim kolaylığı, daha çabuk haber alma, daha özgür bir ortam, hızlı haber alma, daha kolay kullanılması, daha ucuz olması, bilgilerin daha güncel olması ve daha az zaman alması, cep telefonu ile her yerde anında bilgiye ulaşma imkanı, daha fazla ve farklı içerik, daha kapsamlı, daha ilgi çekici olması vb. gibidir. Ayrıca, birinci sınıf öğrencilerinin dördüncü sınıf öğrencilerden daha çok geleneksel medyayı tercih ettiği görülmektedir. Geleneksel medyayı haber almak için tercih eden öğrenciler ise bu tercihlerine yönelik şu nedenlerden söz etmişlerdir; kolaylıkla ulaşılabilir olması, bilginin daha doğru olması ve daha pratik olması, bilginin doğruluğu, güvenilirliğinin yüksek olması, kişisel tercihleri ön planda tutması, yanlış bilgi, daha gerçekçi ve inanılır olması, haberin hazırlanışındaki profesyonellik vb. gibi.

Sosyal medyayı kullanma nedenlerinde birinci ve dördüncü sınıfların farklı düşünceleri olduğu görülmektedir. Birinci sınıflarda sosyal medya kullanım nedenlerinde ilk sırada; iletişim, haber, eğlence, paylaşım ve başkalarının hayatını gözetleme ön planda yer alırken, dördüncü sınıflarda eğlence, iletişim, haber, paylaşım, iş gibi kullanım amaçları vardır.

Sosyal medyada neler paylaşıldığına bakıldığında; birinci ve dördüncü sınıf öğrencileri arasında anlamlı bir fark görülmemektedir. Bu paylaşımlar sırasıyla fotoğraf, kişisel görüş, videodur. Ayrıca, dördüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıflardan daha fazla haber paylaştıkları görülmektedir.

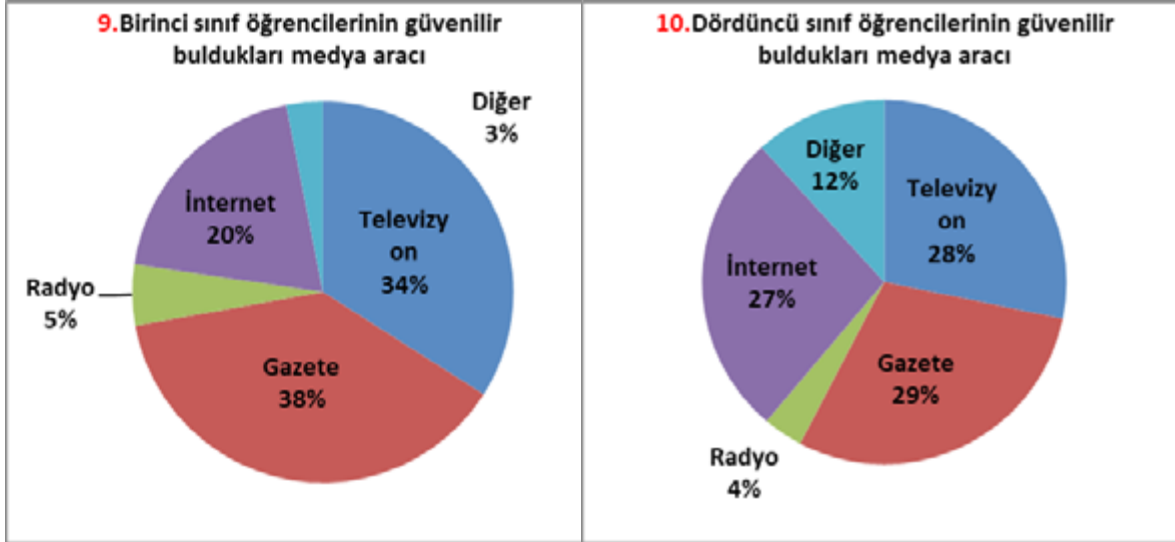


Öğrencilerin en fazla ne tür haberler takip ettiğine bakıldığında; ilk sırada birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerinin en çok takip ettiği haberler gündeme ilişkindir. Diğer haberler ise, sırasıyla politika ve siyaset, kültür ve sanat, spor, bilim ve teknoloji, eğitim, ekonomi ve magazindir. Ayrıca, birinci sınıf öğrencilerinin eğitim ile ilgili haberleri daha fazla takip ettiği görülmüştür.

Öğrencilerin ne tür haberler takip ettikleri sorusuna yönelik cevaplara bakıldığında, hem birinci sınıf hem de dördüncü sınıf öğrencilerinin daha çok gündeme ilişkin haberleri takip ettikleri anlaşılmıştır. Bu oran, birinci sınıf öğrencilerinde %21 iken, dördüncü sınıf öğrencilerinde %20 olarak görülmüştür. Aynı şekilde, politika ve siyaset takip etme oranı birinci sınıflarda %18, dördüncü sınıflarda %19, spor takip etme oranı birinci sınıflarda %11, dördüncü sınıflarda %12, magazin takip etme oranı birinci sınıflarda %7, dördüncü sınıflarda %8, kültüre ilişkin haberleri takip etme oranı birinci sınıflarda %13, dördüncü sınıflarda ise %15'tir. Eğitim ile ilgili haberlerin takip oranı ise birinci sınıf öğrencilerinde %12, dördüncü sınıf öğrencilerinde ise %8'dir. Ayrıca, birinci sınıf öğrencilerinin eğitim ile ilgili haberleri dördüncü sınıf öğrencilerine kıyasla daha fazla takip ettikleri görülmüştür.



Öğrencilerin kişisel paylaşımlarının ise en çok eğlence içerikleri (dizi, film) olduğu görülmüştür. Bunu sırasıyla, sanat (şiir, edebiyat vb.), öğrencilerin kişisel ilgileri ve meslekler ile ilgili paylaşımlar izlemektedir. Ancak, politika ile ilgili paylaşımlarda birinci sınıflar, dördüncü sınıflara göre daha fazla içerik paylaşmaktadır. Birinci sınıf (%35, 28 kişi) ve dördüncü sınıf (%36, 34 kişi) öğrencilerin paylaşımlarında en çok eğlence (dizi, filmler) içerikleri olduğu görülmüştür. Politika ile ilgili paylaşımlarda birinci sınıf 8 (%10) dördüncü sınıf 20 kişidir (%21). Sanat (şiir, edebiyat vb.) ve meslek ile ilgili paylaşımlarda pek farklılık görülmemiştir. Ancak, kişisel ilgileriyle ilgili paylaşım yapan öğrenci sayısı birinci sınıfta 18 kişi (%23), dördüncü sınıfta ise 14 kişidir (%15).



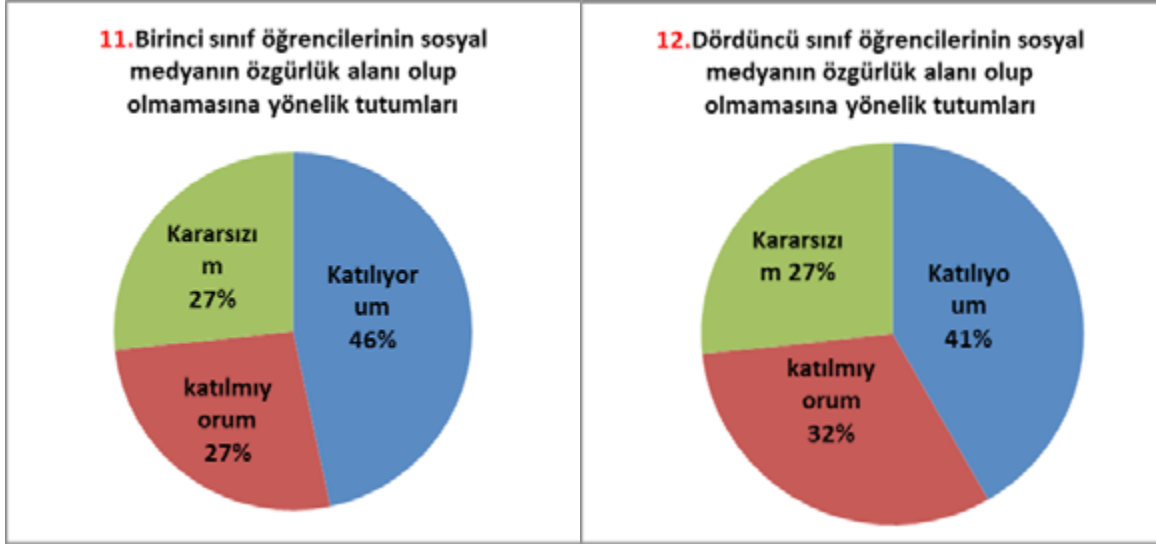
Hangi medya aracının haber almada daha güvenilir bulunduğu sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde; birinci sınıf ve dördüncü sınıf öğrencilerinin büyük çoğunluğunun haber alma aracı olarak gazeteyi daha güvenilir bulduğu görülmüştür. İkinci olarak televizyonu, üçüncü olarak interneti ve dördüncü olarak ise radyoyu güvenilir olarak sıralamışlardır.

Haber ulaşımında hangi aracı daha hızlı buldukları sorusuna en yaygın verilen cevabın İnternet olduğu görülmüştür. Ancak, haber almada televizyonun hızını dördüncü sınıf öğrencileri birinci sınıf öğrencilerine göre daha yavaş bulmaktadır. Birinci sınıf öğrencilerinin 57'si (%64), dördüncü sınıf öğrencilerinin ise 59'u (%86) İnternette habere daha hızlı ulaştığını düşünmektedir. Birinci sınıf öğrencilerinin 16'sı (%18), dördüncü sınıf öğrencilerinin ise 5'i (%7) habere ulaşmada televizyonu daha hızlı bulmaktadır.

Öğrencilerin büyük çoğunluğunun video çekme aracı olarak cep telefonu kullandığı görülmüştür. Birinci sınıf öğrencilerinde bu oranın %92 (56 kişi), dördüncü sınıf öğrencilerinde ise %81 (55 kişi) olduğu görülmüştür. Video kamera ile çekilen görüntü oranı ise birinci sınıflarda %8 (5 kişi), dördüncü sınıflarda ise %19'dur (13 kişi). Dördüncü sınıf öğrencileri arasında video kamera kullanımının daha fazla olduğunu görmekteyiz.

Anket kapsamında, İletişim Fakültesi öğrencilerine sosyal medya üzerinden aldıkları bir haberi geleneksel medya üzerinden teyit etmeye ihtiyaç duyup duymadıkları sorulmuştur. Bu soruya, öğrencilerin çoğunluğu (hem birinci sınıf hem de dördüncü sınıf öğrenciler) "katlıyorum" şeklinde cevap vermiştir. Öğrencilere, sosyal medya ile öğrenmenin kolay olup olmadığına ilişkin düşünceleri de sorulmuştur. Bu soruya hem birinci sınıf öğrencileri hem de dördüncü sınıf öğrencileri büyük oranda katılmaktadır. Yani sosyal medyadan öğrenmenin daha kolay olduğunu düşünmektedirler.

İletişim fakültesinde aldıkları eğitimin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını değiştirip değiştirmediğine ilişkin soruya “katılıyorum” cevabını veren öğrenci sayısı dördüncü sınıf öğrencilerinde daha fazladır.



‘Sosyal medyanın özgürlük alanı olduğunu düşünüyorum ve fikirlerimi rahatlıkla paylaşabiliyorum’ argümanına öğrencilerin çoğu katılmaktadır. Bu görüşe katılmadığını ya da kararsız olduğunu söyleyen kişi sayısı ise birbirine yakındır.

‘Arkadaşlarımın düşüncelerimi, fotoğraflarımı veya beğendiklerimi diğer insanlarla paylaşıyor olmasından mutluluk duyuyorum ve zaman zaman kaç kişi tarafından takip edildiğimi kontrol ediyorum’ görüşüne ilişkin dağılımda her iki sınıfın da en çok “Katılmıyorum” cevabını verdiği görülmektedir. Birinci sınıf öğrencilerinin %46’sının, dördüncü sınıf öğrencilerinin ise %47’sinin “Arkadaşlarımın düşüncelerimi, fotoğraflarımı veya beğendiklerimi diğer insanlarla paylaşıyor olmasından mutluluk duyuyorum ve zaman zaman kaç kişi tarafından takip edildiğini kontrol ediyorum” fikrine sahip olduğu görülmüştür. “Katılmıyorum” cevabı ise birinci sınıfta %22, dördüncü sınıfta %25, “kararsızım” cevabı ise birinci sınıfta %32, dördüncü snfta ise %28 oranındadır.

Öğrencilerin çoğu “Sosyal medya yüz yüze veya telefonla ifade edemeyeceğim duygu ve düşüncelerimi kolaylıkla ifade etmemi sağlıyor” görüşüne katılmaktadır. ‘Katılıyorum’ şeklinde cevap veren öğrencilerin oranı birinci sınıf öğrencilerinde daha fazladır. Bu görüşe katılan öğrencilerin oranı birinci sınıfta %53 (32 kişi), dördüncü sınıfta %36’dır (22 kişi). Bu görüşe katılmayanların oranı ise birinci sınıfta %22 (13 kişi) dördüncü sınıfta ise %32’dir (19 kişi). Kararsız olan ise birinci sınıfta %25 ve dördüncü sınıfta ise %32 öğrenci vardır.

“Öğrenciler fakülteadaki faaliyetler, derslerle ilgili bilgiler, hocaların duyuruları gibi konularda sosyal medyayı yeterince kullanıyorum” görüşüne sıklıkla katılmaktadır. Bu görüşe katılanların oranı birinci sınıf öğrencilerinde daha fazladır. Öğrenciler, ‘fakülteadaki faaliyetler, derslerle ilgili bilgiler, hocaların duyuruları gibi konularda sosyal medyayı yeterince kullanıyorum’ görüşüne sıklıkla katılmaktadır. Bu görüşe katılanların oranı birinci sınıfta %37, dördüncü sınıfta ise %52’dir.

#### Sonuç

Bu araştırmada Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin hayatlarını etkisi altına alan, internete de yeni bir boyut kazandıran sosyal medyayı kullanım alışkanlıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin 4 sene boyunca aldıkları iletişim eğitiminin sosyal medya

kullanım alışkanlıklarını dönüştürmeye bir katkısı olup olmadığı veya ne derece katkısı olduğuna yönelik sorularla bir anket tasarlanarak, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesinde okumakta olan 120 öğrenciye uygulanmıştır. Bu çalışma kapsamında, öğrencilerin hangi sosyal medya araçlarını hangi amaçlarla kullandıkları, sosyal hayata bakış açılarını ve sosyalleşme tercihlerinde değişiklikler olup olmadığı, haber için sosyal medyayı kullanmayı tercih edip etmedikleri gibi konular araştırılmıştır.

Birinci sınıf öğrencilerinin sosyal medyada harcadığı zaman dördüncü sınıf öğrencilerinden daha fazladır. Bu durum, dördüncü sınıf öğrencilerinin daha bilinçli olarak sosyal medya kullandıkları şeklinde yorumlanabilir. Araştırma sonucunda, araştırma hipotezi de doğrulanmıştır. Habere ulaşmak için öğrencilerin en fazla tercih ettikleri platform internet siteleri ve sosyal medya uygulamalarıdır. Dördüncü sınıf öğrencilerinin haber almak için Twitter'ı birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla tercih ettiği de araştırma kapsamında ortaya çıkan önemli sonuçlardandır. Twitter dünya genelinde önemli bir haber kaynağı olarak görülmektedir. Dördüncü sınıf öğrencilerinin, birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla Twitter kullanıyor olması da, dünyadaki bu gelişmeyle paralel doğrultudadır.

Dördüncü sınıf öğrencilerinin birinci sınıf öğrencilerinden daha fazla haber paylaştıkları görülmektedir. Öğrencilerin en fazla takip ettiği haberlere bakıldığında ise; ilk sırada gündeme ilişkin haberler olduğu görülmüştür. Ayrıca, birinci sınıf öğrencilerinin eğitim ile ilgili haberleri daha fazla takip ettiği belirlenmiştir. İletişim fakültesi öğrencilerinin, en çok eğlence içerikli paylaşımlarda bulunuyor olması da, aldıkları eğitimin paylaşımları üzerinde çok da belirleyici olmadığını düşündürmektedir. Ayrıca öğrencilerin büyük çoğunluğunun haber almak için gazeteyi daha güvenilir bulduğu görülmüştür. Ancak, habere ulaşmada İnterneti daha hızlı buldukları da ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan iletişim fakültesi öğrencilerinin büyük çoğunluğu habere hızlı ulaşmayı, güvenilir habere ulaşmaktan daha fazla önemsemektedir.

Bu veriler ışığında denilebilir ki, sosyal medya kullanım alışkanlıkları açısından İletişim Fakültesi birinci sınıf öğrencileri ile dördüncü sınıf öğrencileri arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar mevcuttur. Her iki sınıfın öğrencileri de habere ulaşmak için daha çok sosyal medyayı kullanırken, dördüncü sınıf öğrencilerinin daha çok Twitter'ı, birinci sınıf öğrencilerinin ise daha çok Instagram'ı tercih ettikleri görülmüştür. Dördüncü sınıf öğrencilerinin, birinci sınıf öğrencilere kıyasla sosyal medya üzerinden aldıkları haberleri daha fazla doğrulatma ihtiyacı duydukları, sosyal medya kullanımlarında daha seçici davrandıkları göze çarpmıştır. Sosyal medya kullanımlarınızda ne gibi değişiklikler oldu sorusuna cevap veren öğrencilerin büyük çoğunluğu haber almak için sosyal medyayı tercih etmektedir. Dördüncü sınıf öğrencileri eskiden daha fazla televizyon üzerinden habere ulaşırken, şimdi daha fazla sosyal medya üzerinden habere ulaşır hale geldiklerini, Twitter kullanım oranlarının da arttığını ifade etmişlerdir.

## Kaynaklar

Altunbaş, Fuat ve KUL, Mehmet (2015), "Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı alışkanlıklarının ölçülmesi", Akademikbakış dergisi, 51.

Babacan, Mehmet Emin, Haşlak, İrfan ve Hira, İsmail (2011) Sosyal Medya ve Arap Baharı, Arab Spring and the Social Media, 6(2).

Binark, Mutlu (2007), Yeni medya çalışmaları, Ankara, Dipnot yayınları

Güz, Nurettin (2005), Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Ankara, Nobel yayın dağıtım.

Çetinkay, Mustafa (2016). Geleneksel medyadan yeni medyayı geçiş.

Donath, J., ve Boyd, D. M. (2004). Public Displays of Connection, BT Technology Journal, 22.

Hülür, Himmet ve YAŞIN, Cem (2017). Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği, Ankara: Ütopya Yayınları.

İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). "Social Media Habits of University Students", Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2017, cilt: 7 (sayı:2).

Korkmaz, Ali (2012), Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü, International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (ISLC).

Look new media, (2015). <http://www.looknewmedia.net>. Erişim tarihi: 20.06.2018 13:57

Mayfield, Antony, What is Social Media, iCrossing, e-book, s. 6. [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf), Erişim Tarihi: 02 Şubat 2018.

Neumayer ve Stald (2016). Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, ed. HÜLÜR, Himmet ve YAŞIN, Cem. Ankara: Ütopya Yayınları.

Tekek, Murat, (2013). Sosyal Medya ve Arap Baharı, <http://www.orsam.org.tr/tr/yazigoster.aspx?ID=2964>, Erişim tarihi: 20.06.2018.

Uğur, Yüksel (2012). Geleneksel Medya ve Yeni Medya, <http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/yeni-medya-ve-geleneksel-medya-sunum.html>, Erişim tarihi: 9 Ocak 2018.

Vural, Z. Beril Akıncı ve MİKAIL, Bat (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma" Social Media As A New Communication Environment: A Research On Ege University Faculty Of Communication. Journal of Yasar University, 20(5), 3348- 3351-3382