

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ARASINDA İNTERNET KULLANIM ÖRÜNTÜLERİ

Şükrü Balcı* - Ayşe Arsal Gölcü** - Minel Eray Öcalan***

ÖZET

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve “Enformasyon (Bilgi) Toplumu” olarak nitelenen yeni toplumsal düzen, tüm dünyada bilimsel ve teknolojik alanda oldukça yoğun ve hızlı bir değişime zemin hazırlamıştır. Bu değişimle birlikte gündelik hayatımıza en etkin şekilde giren iletişim teknolojisi ise hiç kuşkusuz binlerce ağı birbirine bağlanmasıyla ortaya çıkan internettir. Toplumsal yaşantımız içinde giderek yaygınlaşan ve pek çok hizmeti daha hızlı ve kolay bir biçimde gerçekleştirmemize olanak tanıyan bu sistem ile artık insanlar bir tıkla dünyanın birçok farklı bölgesinde yaşanan gelişmeleri an be an takip edebilmektedir. Artık internet sayesinde İnsanlar karşılıklı iletişim kurabilmekte, alışveriş yapabilmekte, e-devlet ve bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmekte ve her türlü haber, bilgi ve belgeye kolayca ulaşabilmektedir. Bu çalışma; üniversite öğrencileri örneğinde internet kullanım alışkanlıklarını ortaya koymak için dizayn edilmiştir. Selçuk Üniversitesi’nden seçilen 440 öğrenci üzerinde yürütülen saha araştırmasının sonucunda; erkeklerin kadınlara göre günlük daha uzun süreyi internet karşısında geçirdikleri bulgulanmıştır. Haber ve bilgiye ulaşma isteği, dünyada yaşanan gelişme ve yenilikleri takip etme arzusu insanları internet kullanmaya yönelten en önemli nedenler arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Üniversite öğrencilerinin günlük kullanım süresi arttıkça; internet bağımlılık düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır.

Anahtar sözcükler: Yeni iletişim teknolojisi, internet, davranış örüntüleri, üniversite öğrencisi

INTERNET USAGE PATTERNS AMONG UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

New social system defined as “Information Society” came into picture after the half of 20th century and it prepared a suitable environment for quick technological and scientific transformation all over the world. With this transformation, communication technologies entering effectively in our daily life is internet by coming into picture with connecting so many networks. Internet has gained an importance our social life and as a system it also provides possibility to realize some services quickly, people can follow developments and situations all over the world at the same time anymore. At this moment, people can communicate each other, shop, use possibilities of e-state and bank services and also people can reach news and information easily from all over the world. This study was designed in order to show internet usage behaviors of university students in the example of Selcuk University. According to results of survey conducted on 440 students from Selcuk University; it is found that men spent more time on internet than women. Desire about reaching news and information, following developments and innovations are some of the main reasons for canalizing people to use internet. When daily internet usage time of university students increases, internet addiction level of them also increases.

Keywords: New communication technologies, internet, behavior patterns, university students

GİRİŞ

İnternet dünya çapında hepimizin hayatını bir şekilde etkileyen bir iletişim sistemi, bir medya veya bir kültürdür (Demirkol 2001: 9). Günün-

müzün en önemli iletişim teknolojisi ve zamanın en popüler olgusu olan internetin tarihsel serüvenine baktığımızda, temelinin 1960’lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nin Savunma Bakanlığı’nın askeri personel ve sivil

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

** Selçuk Üniversitesi SBE Gazetecilik ABD Yüksek Lisans Öğrencisi

*** Selçuk Üniversitesi SBE Gazetecilik ABD Yüksek Lisans Öğrencisi

araştırmacıların savunma ile ilgili projelerde haberleşebilmelerini sağlamak amacıyla bilgisayar ağlarının kullanılması düşüncesine dayandığını görürüz (Timisi 2003: 122). 1970’li yıllarda ARPANET adlı bir geniş alan ağının ortaya çıkması ile birlikte de yerel alan ağlarının geniş alan ağlarına bağlanması kavramı ortaya çıkmış ve birbirine bağlı ağlar arası iletişim gündeme gelmiştir (Baykal 2001: 369).

Türkiye’de ise internet ilk olarak 1980’li yılların ortalarından sonra gündeme gelmiştir. 1993’de internet bağlantısının kullanıma açılmasıyla başlayan sürecin ilk aşamasının en önemli görünümü, internet ağında akademik kesimin egemenliğidir (Başaran 2010: 177). Daha sonra bu ağın ihtiyaçları karşılayamaz duruma gelmesi, akademik kurumlar tarafından çok sayıda yeni bağlantının gerçekleştirilmesini sağlamıştır. Bugün ise gerek üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının gerekse ticari kuruluşların ve kişilerin internete bağlanmasını gerçekleştiren çok sayıda bağlantı merkezi bulunmaktadır (Şeker 2005: 68-69).

Elbette ki her geçen gün sunduğu alternatif yeniliklerle kullanıcı sayısını giderek arttıran internet, sadece eğlence amaçlı kullanılmamaktadır. Günümüzde bütün dünya, bir anlamıyla insanların parmaklarının ucundadır. İnternet aracılığıyla insanlar ihtiyaç duyduğu her türlü bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabilmekte; dünyada meydana gelen gelişmelerden anında haberdar olmakta; eğlenceli ve hoşça vakitler geçirebilmekte; sevdikleriyle ve tanıdıklarıyla sohbet edebilmekte, bankacılık işlemlerini yerine getirebilmekte ve hatta alış-veriş yapabilmektedirler. İnternetin en önemli özelliği interaktif iletişim sağlamasıdır (Morris ve Ogan 2004: 141). Bunun yanında internet, kullanıcılarına zaman ve mekân ile sınırlı olmayan küresel bir iletişim imkânı da sunmaktadır (Aktaş 2007a: 110). Öyle ki insanlar, “mouse”a bir kez dokunmak suretiyle yüzlerce internet gönüllüsüne aynı anda mesaj gönderebilmektedir. İnternet teknolojisi, mesajların sadece yazılı olarak değil, aynı zamanda görsel ve sesli olarak da iletilmesine imkân tanımaktadır (Newhagen ve Rafaeli 1996: 5). Birey açısından bu denli etkili olan, bazen bilgilendirmek, bazen de eğlenmek, vakit geçirmek için tercih edilen internetin, günlük yaşamımızda bu denli etkin bir biçimde yer alması belki de insanlık tarihinin en önemli

devrimidir ve günümüzde yediden yetmişe birçok kişinin yaşamında vazgeçilmez olarak yerini almaktadır (Zeybek 2002: 425). Tekerkenden matbaaya kadar birçok yenilik gibi toplumsal yaşantıda, insanların tutum, davranış ve alışkanlıklarında önemli değişikliklere yol açacak potansiyele sahip olan internet ortamı belirli bir sosyal sınıfa, belirli bir ırka, dine değil bilgisayar ile internet bağlantısı olan her vatandaşta açıktır (Tarcan 2005: 3). Bu yönüyle internet sadece çeşitli alanlarda araştırma yapabileceğimiz bir bilgi kaynağı olmanın ötesinde; dünyanın farklı yerlerinden, farklı kültürlerden insanlarla bir araya gelebileceğimiz büyük bir platform olma özelliğine sahiptir (Özsoy 2010: 17).

Öte yandan temellerinin atıldığı yıllardan günümüze internetin, kullanıcı sayısı bakımından ulaştığı rakamlar ise oldukça şaşırtıcıdır. Günümüzün en çok kullanılan iletişim teknolojisi olarak karşımıza çıkan bu teknolojinin bugün itibarıyla Dünya genelinde 2,1 milyar kullanıcıya ulaştığı kabul edilmekte; Türkiye’de ise 36,5 milyon internet kullanıcısının bulunduğu tahmin edilmektedir (www.sabah.com.tr). İnternet, özellikle son yıllarda Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını her geçen gün daha da artırmaktadır. Özellikle gençlerin yoğun bir şekilde kullandığı internet için üniversiteler; öğrencilere daha rahat erişim sağlamaları için çeşitli imkânlar sunmakta ve onların bu teknolojiden maksimum düzeyde yararlanmalarının yollarını aramaktadır (Balcı ve Ayhan 2007: 176).

İşte Selçuk Üniversitesi’nin çeşitli fakülte ve meslek yüksekokullarında eğitim gören öğrenciler üzerinde yürütülen bu çalışma; üniversite öğrencilerin internet kullanım amaçlarını, haftalık internet kullanım miktarını, günlük internet kullanım süresini, internete duyulan güven, cinsiyet ve internete bağlantı durumu arasında ne tür ilişkilerin bulunduğunu ortaya koymayı, daha çok hangi internet sitelerinin kullanıldığını ve ayrıca internet bağımlılık düzeylerini tespit etmeyi amaçlamaktadır.

1. TOPLUMSAL YAŞAMDA İNTERNET

Giderek daha görsel bir hal almak suretiyle günümüz dünyasının vazgeçilmez bir fenomeni

ve hatta egemen medyası haline gelen internet (Nalçaoğlu 2007: 46); kısa ama dikkat çeken tarihsel artalanı ile karşımıza çıkmaktadır. Bugün internet dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan, eşzamanlılık üzerinden mekânın önemliliğini ortadan kaldıran ve aynı zamanda dünyayı küresel bir köye dönüştüren karmaşık bir ağ sistemidir. Artık herkes biliyor: İnsanlığın bugüne kadar ürettiği hiçbir şey, internet kadar hızlı yer almadı hayatımızda. Ortaya çıkış gerekçesi ne olursa olsun internet, olağanüstü bir biçimde gündelik hayatımıza nüfuz etti ve gerçekleşmesi zamana dayalı olan ne kadar ilişkimiz varsa hepsini kendi hızına uyum sağlamaya zorladı (Yedi ve Akman 2002: 7).

İnternet, değişik coğrafyalara dağılmış milyonlarca bilgisayar ve bu bilgisayarları kullanan insanlar arasında, şimdiye değin karşılaşılanlardan oldukça farklı bir iletişim olanağı meydana getirmiştir. Bu iletişim olanağını oluşturan alt yapıya ilişkin teknolojiler çok büyük bir hızla gelişmekte ve buna paralel olarak da söz konusu alanda ortaya çıkarılan bir teknolojinin kullanım ömrü giderek kısalmaktadır. Bu ise, olağan dışı bir teknolojik rekabetin egemen olduğu bir ekonomik sektör haline gelmektedir (Atabek 2001:119).

İnternetin yaygınlaşmasının ardında farklı dinamiklerin olduğu kuşkusuz bir gerçektir. İnternetin dünya çapında hızla yaygınlaşmasının en önemli nedeni, güncel bilgilere ulaşmada hız ve ucuzluğa imkân tanınmasıdır. Dünyanın herhangi bir yerinden internete bağlanan bir kişi, herhangi bir yerdeki bilgi bankasına ulaşarak, buradan edindiği bilgileri bilgisayara aktarabilmektedir (Şeker 2005: 67). Bu haliyle internet ulusal sınırları aşarak tüm dünyada bilgi akışını destekleyen küresel bir mecra konumundadır (Aydoğan 2010: 12).

İnternetin getirdiği değişim ve yenilikler toplumsal yaşantımız üzerinde de büyük etkiler yaratmıştır (Gülner ve Balcı 2011: 63). Bu değişimin etkisiyle bilim, eğitim, sağlık, ticaret, kamu yönetimi gibi birçok alanda farklı alışkanlıklar gelişmekte ve yeni ortama adaptasyon süreci devam etmektedir. Bunun yanında internet, kendisinden önceki dönemin geleneksel pek çok alışkanlığının rafa kaldırılmasına neden olmuş ve bu yeni medya ortamına

özgü yeni biçimlerin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır (Işık 2007: 8-9). Bu yeni medyayla birlikte hızın ve kapsama alanı büyüklüğünün (hem coğrafi hem de demografik anlamda) öne geçtiği, iletişimde uzak mesafelerin sorun olmaktan çıktığı, mesajların kişiler ve gruplar ölçeğinde seçilebildiği ya da adreslenebildiği, insan aklıyla karşılaştırılamayacak oranda büyük bir bellek kapasitesinin söz konusu olduğu bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır (Törenli 2005: 155-156).

Dünyada bu kadar değişime neden olan yeni iletişim teknolojilerinin özelliklerine bakıldığında en önemli özelliklerinden birinin etkileşim olduğu dikkat çekmektedir. Geleneksel iletişim ortamında iletişimde bulunan bireyler, ya iletişimi alan konumundadır ya da iletişim sürecine müdahalesi sınırlı ölçüde olmaktadır. İnternet üzerinde etkileşim, kullanıcının iletişim sürecindeki egemenliğine vurgu yapmaktadır (Timisi 2003: 132). Yani etkileşim “iletişim sürecine bu amaçla katılmış teknik düzenlemeler yardımıyla alıcının, verici olması veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolü arttırabilmesi”dir. İnternet gibi yeni iletişim teknolojileri, alıcı ile verici arasındaki kanalda etkileşime olanak veren kanal devreye sokmuştur. Bu özellik, geleneksel iletişim araçlarının hiçbirinde yoktur. Örneğin geleneksel radyo yayınları, kendi içinde etkileşime olanak tanıyan bir kanala belki de bugün için sahip değildir. Bu nedenle, canlı müzik istekleri programında bile, bir başka kanala, örneğin telefona gereksinme duymaktadır. Canlı televizyon yayınlarında izleyicilerin programa katılması da telefonun kullanılmasını gerektirmektedir (Geray 2003: 17-18). İnternet ve onun getirdiği teknoloji, dünya üzerindeki bütün insanları bir şekilde etkileme gücüne sahiptir. Bu sahip olduğu etkisel güç ise; dünyanın küresel köye dönüştüğü şeklindeki söylemin toplumlara daha çok yerleşmesini sağlamıştır (Kara 2002: 39).

Bir başka açıdan internet; (1) yüksek oranda bilgi depolama ve gönderme kapasitesine sahiptir, (2) verilerin aktarılmasında gereken zamanı büyük ölçüde azaltmaktadır, (3) farklı formattaki verilerin gerek görsel gerekse de sesli olarak taşınmasını sağlamaktadır, (4) etkileşimli yapısı sayesinde eş zamanlı ve karşılıklı iletişimi mümkün kılmaktadır ve (5) mesajların alınması ve gönderilmesinde birey-

sel kontrolün ön plana çıkması gücün belli merkezde toplanmasını engellemektedir (Gibson ve Ward 2000: 304). Bunun yanında internetin; ucuzlayan bir teknoloji haline gelmesi, sansür edilememesi, birçok iletişim aracının özelliklerini bünyesinde barındırması, hem eş anda hem de başka anlarda kullanılabilmesi, insanoğlunun bildiği anlamdaki sahiplik kurumunu ortadan kaldırması ve bireylere alternatif kullanım olanakları sunmasıyla geleneksel medyaya kıyasla bir takım avantajlara da sahiptir (Atabek 2003: 63-77).

Özellikle insanlar günlük olarak gerçekleştirdikleri birçok faaliyeti, internet ortamında hayata geçirerek zamandan kar edip; toplumsallaşmaya daha fazla zaman ayırabilmektedirler. Örneğin; insanlar internetten alış-veriş yaparak mağaza mağaza gezmeden istedikleri ürüne ulaşabilir veya bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirmek için bankalara gitmeye gerek kalmaksızın istedikleri işlemleri süratle çevrimiçi yerine getirebilmektedirler (Aktaş 2007b: 125).

2. İNTERNET KULLANIMINA İLİŞKİN BAZI ARAŞTIRMA BULGULARI

İletişim araştırmaları tarihine bakıldığında yarım yüzyıla aşkın bir zamandan beri gerek gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel; gerekse de kablolu televizyon, e-mail, cep telefonu ve internet gibi geleneksel olmayan kitle iletişim araçları kullanım örüntüleriyle ilgili geniş bir literatür bulunmaktadır. Özellikle son 15 yılda internetin hızla büyümesi ve yaygınlaşması; diğer geleneksel kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında kullanıcıları arasında karşılıklı etkileşimin daha yüksek seviyede olması araştırmacılarının ilgisinin bu alana kaymasına sebep olmuştur (Balcı ve Ayhan 2007: 177).

Örneğin ülkemizde bu konuda ilk çalışmalarından biri Koçak ve Özcan (2002) tarafından Türkiye'nin farklı bölgelerindeki dört üniversiteden seçilen 1371 öğrenci üzerinde yürütülmüştür. Araştırmacılar bilgisayar kullanma becerisi, aylık harcama miktarı, evde internet bağlantısının olup olmadığı, internet kullanımına verilen önem, internet kullanım yeteneği ile arama teknikleri hakkındaki bilgilerin internet kullanımını şu iki motivasyon yönünde

belirlediğini bulgulamışlardır. Bunlar, bilgi ve eğlence motivasyonlarıdır.

Üniversite öğrencilerinin interneti kullanma amaçları ve internet kullanımıyla ilgili sorunları ve çözüme yönelik önerileri belirlemek üzere yapılan bir diğer araştırma ise, Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde öğrenim gören 311 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımına ilişkin bilgileri okullardan çok kendi olanakları ile öğrenmiş oldukları ortaya çıkmıştır. Öğrenciler interneti günlük işlerde en çok elektronik posta göndermek ve haber okumak-medya izlemek; en az ise internet üzerinden para kazanmak amacıyla kullanmaktadır. Eğitimle ilgili olarak, en çok araştırma ve ödev yapmak; en az ise uzaktan eğitime devam etmek amacıyla internet tercih edilmektedir (Dursun 2004: 1-11).

Yüzüncü Yıl Üniversite Eğitim Fakültesi'nde seçtiği 369 öğrenci üzerinde bir araştırma gerçekleştiren Çavuş ve Göktaş'a (2006: 56-78) göre; internetten yararlanma oranı daha çok bilgi edinim amaçlıdır. Bunu sırasıyla sosyal ve ticari amaçlı kullanım takip etmektedir. Bulgular incelendiğinde, internetten yararlanma amacının ticari ve sosyal amaçlı kullanımda erkekler lehine fark yarattığı, bilgi edinme amaçlı kullanımda cinsiyetler arasında anlamlı fark olmamakla birlikte, kadınların erkeklere oranla internetten daha çok bilgi edinme amaçlı yararlandıkları ortaya çıkmıştır.

Bir diğer araştırmada Balcı ve Ayhan (2007: 174), Selçuk Üniversitesi öğrencilerinden seçtikleri 487 kişiyle görüşmüşler ve üniversite öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları üzerine odaklanmışlardır. Araştırma sonucuna göre; katılımcıların internet kullanımında etkili olan 6 faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler önem sırasına göre; sosyal kaçış, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda, sosyal etkileşim ve chat ve eğlencedir. Deneklerin ne zamandan beri internet kullandığı, deneklerin internet kullanma becerisi, haftalık internet kullanım süresi, günlük internet kullanım süresi, internete duyulan güven, cinsiyet ve öğrencilerin aylık harcama miktarı internet kullanım ve doyum motivasyonlarına verilen önem düzeyini etkileyen en temel değişkenler konumundadır.

Benzer bir araştırma Işık (2007: 117-126, 172-173) tarafından 2007 yılında Gazi Üniversitesi öğrencilerinden seçilen 563 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları; üniversite öğrencilerini internet kullanmaya yönelten 9 faktörü bulgulamıştır. Bu faktörler önem sırasına göre; Sohbet/ etkileşim, günlük gerilimden kaçma, bilgi arama, arkadaşlık/ yenilik arayışı, fantezi/ cinsellik, zaman geçirme, oyun/ eğlence, gerçekten kaçış/ özgürlük arayışı, yükleme/ download. Yine araştırma bulguları; katılımcıların günlük internet kullanım süresinin 109 dakika olduğunu, katılımcıların büyük bir bölümünün evdeki kişisel bilgisayarları aracılığıyla internette bağlandıklarını işaret etmektedir. Ayrıca katılımcıların internet kullanım sonrası arkadaşlarıyla, ailesiyle ve eş/sevgili ile iletişimlerinde bir kayıp yaşayıp yaşamadıkları üzerine verdikleri cevaplar; bir etkinin muhakkak söz konusu olduğunu göstermektedir.

Pamukkale Üniversitesi Buldan Meslek Yüksekokulu'na yeni başlayan öğrencilerin (toplam 277 kişi) bilgisayar ve internet kullanımına yönelik tutumlarının araştırıldığı bir başka çalışmada, öğrencilerinin bilgisayar ve internet kullanımına yönelik olumlu tutuma sahip oldukları bulunmuştur. Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre bilgisayar ve internet kullanımına yönelik daha olumlu tutum sergilerken; bilgisayar sahibi ve erişimi olan öğrenciler bilgisayar ve internet kullanımına yönelik daha olumlu tutuma sahiptirler. Katılımcılar interneti çoğunlukla araştırma ve e-posta amaçlı kullandıklarını dile getirmişlerdir (Köse vd. 2007: 52).

Sınıf öğretmeni adaylarının internet kullanım amaçlarının araştırıldığı bir başka çalışmada katılımcıların interneti en çok eğitim amaçlı olarak kullandıkları bulunmuştur. Öğrencilerin internet üzerindeki aktiviteleri kullanım sıklıklarına göre, en çok tercih edilen aktivitelerin "öğrenci işleri" ve "ödev ve dersle ilgili araştırma yapma" konularını kapsayan eğitim amaçlı aktiviteler olduğu görülmektedir. Bunun yanında öğrenciler e-posta, sohbet etme ve kısa mesaj gönderme amacıyla da internet karşısına geçmektedirler. Yine katılımcılar interneti genel ve kişisel bilgi aramaya yönelik araştırma yapma yönünde "sık sık", müzik dinletme, gazete-dergi okuma aktivitelerini de "bazen" aralığında kullanırlarken; bahis oynama, aktivitesini ise "hiçbir zaman" kullanma-

dıklarını belirtmişlerdir (Özdemir ve Usta 2007: 107).

Balcı ve Tarhan (2007: 322-335) ise siyasal bilgilenmede internetin rolü ve etkileri konulu üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma yürütmüşlerdir. Selçuk Üniversitesi öğrencileri arasından basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilen denekler üzerinde yürütülen bu saha araştırmasıyla; seçim dönemlerinde üniversite öğrencilerini internet kullanmaya yönelten motivasyonların neler olduğu saptanmıştır. İnternet kullanımında etkili olan dört motivasyon tespit edilmiştir. Bu faktörler önem sırasına göre bilgilenme/ rehberlik, sosyal kaçış, boş zamanları değerlendirme/ eğlence ve sosyal faydadır. Yine katılımcıların yüzde 32'si her gün düzenli ve yüzde 37.9'u haftada 4-5 gün, yüzde 22.3'ü haftada 2-3 gün ve yüzde 7.8'i haftada bir gün internete bağlandığını ifade etmiştir. Üniversite öğrencilerinin yüzde 10.4'ü bir saatten az, yüzde 21.9'u bir saat, yüzde 27.1'i iki saat, yüzde 15.6'sı üç saat, yüzde 10.4'ü dört saat ve yüzde 14.5'i 5 saat ve üzeri bir zamanda günlük olarak internet kullanmaktadır.

Yolal ve Kozak (2008: 115) da üniversite öğrencilerinin internet kullanım durumlarıyla ilgili Eskişehir Meslek Yüksekokulu ile Turizm ve Otel işletmeciliği Programı'nda eğitim gören toplam 98 katılımcının görüşüne başvurmuşlardır. Söz konusu çalışmada; öğrencilerin internete ilişkin farkındalık düzeyinin oldukça yüksek olduğu, internet kullanımı konusunda deneyimlerinin oldukça geliştiği, bilgi arama aracı olarak interneti önemli gördükleri ve haftada ortalama 12,6 saatlerini internet başında geçirdikleri saptanmıştır.

Balta ve Horzum (2008: 189-194) internet kullanımı ve internet bağımlılığı üzerine yaptıkları araştırmaları için Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi'nin altı farklı bölümünden toplam 292 kişiyle görüşmüşlerdir. Çalışmada cinsiyet yönünden erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre internet bağımlılığı düzeylerinin yüksek olduğu bulunmuştur. Haftada sekiz saatten fazla internete bağlı kalan öğrencilerin, haftada sekiz saatten az internete bağlı kalan öğrencilerden internet bağımlılık düzeyi olarak daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Balcı ve Gülnar (2009: 5) tarafından Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin internet bağımlılığını ortaya koymaya yönelik gerçekleştirdikleri bir diğer araştırma için, farklı bölgelerden gelen ve farklı kültürlere sahip 953 öğrenci örnekleme oluşturmuştur. Araştırma sonucuna göre; üniversite öğrencilerinin yüzde 23,2'si internet bağımlılığı belirtisi göstermektedir. İnternet bağımlılığı üzerinde demografik değişkenlerin (cinsiyet ve aylık harcama miktarı) ayırt edici bir etkisi bulunmaktadır. İnternet bağımlılarını, bağımlı olmayanlardan ayıran en güçlü iki değişken ise sırasıyla internet süresi ve internete duyulan güvendir. Yani bir diğer ifadeyle bağımlıları daha uzun süre internet kullanmakta ve internete daha fazla güven duymaktadırlar.

Anadolu Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin internet üzerinden bilgi arama davranışlarının incelendiği bir başka araştırma Kurulgan ve Argan (2007: 291-303) tarafından yürütülmüştür. 472 öğrenciden anket yoluyla elde edilen bulgulara göre, öğrencilerinin büyük çoğunluğu internet'i araştırma yapmak (%85.6) ve e-posta (%82.2) aracı olarak kullanmaktadır. Yine sonuçlar, öğrencilerin Google ve Yahoo gibi arama motorlarını diğer arama motorlarına oranla daha fazla kullandığını göstermektedir. Güvenlik ve bağlantı hızı internet üzerinde yaşanan en temel problemler konumundadır. Sonuçlar; katılımcıların cinsiyetinin, ortalama harcama düzeylerinin, akademik birim ve internet kullanım düzeylerinin; internet kullanım amaçları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Çağır ve Gürkan (2010: 70-85) ise "UCLA Yalnızlık Ölçeği" ve "Algılanan Esenlik Hali Ölçeği" kullanarak üniversite ve lise öğrencilerinin gittikçe yaygınlaşan problemlerle internet kullanımı, yalnızlık düzeyleri ve esenlik halleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma, Balıkesir Üniversitesi Necati Bey Eğitim Fakültesi ve Susurluk Endüstri Meslek Lisesi'nde öğrenim gören toplam 646 öğrenciyle yürütülmüştür. Araştırma sonucunda, öğrencilerin problemlerle internet kullanımları ile yalnızlık düzeyleri arasında pozitif yönde, problemlerle internet kullanımları ile algılanan esenlik halleri arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur.

Okay ve Aydoğan'ın (2010: 287-295) yedi farklı üniversitenin meslek yüksekokullarından seçtikleri toplam 687 öğrenci üzerinde yürüttükleri araştırmanın sonuçları incelendiğinde; öğrencilerinin yarısından fazlasının beş yıl üzeri bir zamandan beri internet kullandığı dikkat çekmektedir. Yine katılımcıların interneti iletişim amaçlı en çok e-posta kullanarak ve sohbet etme aktiviteleri şeklinde kullandıkları görülmektedir. Özellikle erkekler bayanlara oranla daha fazla interneti iletişim amaçlı kullanmaktadır. İnternetin eğitim amaçlı tüketiminde en fazla öğrencilerin ödev ve dersle ilgili araştırma yapmak amaçlı kullandıkları ifade edilebilir. Yine araştırma sonucunda öğrencilerin bilgi arama amaçlı olarak interneti müzik dinleme/ indirme, TV-video izleme ve gazete-dergi okuma amaçlı olarak kullandıkları ortaya konulmuştur. Araştırma sorularına cevap veren öğrencilerin yaklaşık yarısının ticari amaçlı olarak interneti kullanmadıkları dikkat çekmektedir. Öğrencilerin ekonomik düzeyleri dikkate alındığında buna ihtiyaç duyulacak bir durumla karşılaşmadığı ifade edilebilir.

Keskin ve Ertuğrul (2010: 4-12) Pamukkale Üniversitesi Buldan MYO öğrencileri arasından belirledikleri 96 kişiden elde ettikleri veriler; katılımcıların yarıdan fazlasının haftanın her günü veya en az üç günü internete bağlanmaktadır. İnternette kalış süreleri yüzde 67,1'lik bir dağılımla 1-3 saat aralığındadır. İnternet kullanım amaçları arasında öncelik sırasına göre ödevler için veri toplama, iletişimde bulunma ve oyun-eğlence sıralanmaktadır.

İnternetin kültürleşme ve kültürel adaptasyon üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir başka araştırmada veriler Türkiye'nin farklı üniversitelerinde eğitim gören 283 yabancı uyruklu öğrenciden elde edilmiştir. Araştırma bulguları katılımcıların yüzde 33,9'unun her gün düzenli, yüzde 25,1'inin haftada 5-6 gün, yüzde 20,5'inin haftada 3-4 gün ve yine yüzde 20,5'inin haftada 1-2 gün internet başında zaman geçirdiğini ortaya koymuştur. Yabancı uyruklu üniversite öğrencilerini internete yönelten faktörler arasında bilgi arama, kültürleşme-değer yansımaları, sosyal etkileşim, eğlence, boş zamanları değerlendirme ve sosyal kaçış ön plana çıkmaktadır (Gülner ve Balcı 2011: 192-195).

3. YÖNTEM

Bu araştırma, katılımcıların (Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin) internet kullanım alışkanlıklarını ortaya koymayı amaçlayan betimleyici (descriptive) bir kimliğe sahiptir. Yine bu çalışma genel tarama modelinde olup; çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasında karşılaştırmalı ilişkisel tarama yapılmıştır.

3.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Üniversite öğrencilerinin internet kullanım örüntülerini tespit etmek amacıyla Selçuk Üniversitesi örneğinde bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın nüfusunu Selçuk Üniversitesi'nde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Selçuk Üniversitesi, farklı bölgelerden gelen ve farklı kültürlere sahip almış binin üzerindeki öğrencisiyle, Türkiye'nin en büyük üniversitelerinden biri konumundadır. Yine Selçuk Üniversitesi, son yıllarda internet teknolojisi alanında gerçekleştirdiği büyük yatırımlarla tüm öğrencilerin internet hizmetlerinden yararlanmasını olanaklı hale getirmiştir (Balcı ve Gülnar 2009: 11). Çalışmada özellikle üniversite öğrencilerinin seçilmesinin nedeni ise, diğer nüfus gruplarına kıyasla üniversite öğrencilerinin internet erişimlerinin ve bilgi birikimlerinin daha yüksek olacağı şeklindeki ön kabuldür.

Örneklemenin belirlenmesinde rastlantısal örneklem alma tekniği esas alınmış; Konya merkezde Alâeddin Yerleşkesinde faaliyet gösteren fakülte ve yüksekokul öğrencilerine yüz yüze anket uygulanmıştır. Ön inceleme sonucunda 440 anket analiz için uygun görülmüştür.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıklarını ölçmek için, beş bölümde toplam 48 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu katılımcılar tarafından anlaşılabilir şekilde, konu ile ilgili yapılmış araştırmalardan (Kaye 1998, Korgaonkar ve Wolin 1999, Papacharissi ve Rubin 2000, Ferguson ve Perse 2000, Kaye ve Johnson 2002, Koçak ve Özcan 2002, Song vd. 2004, Balcı ve Ayhan 2007, Balcı ve Tarhan 2007, Ayhan ve Balcı 2009, Balcı ve Gül-

nar 2009, Gülnar ve Balcı 2010, Gülnar vd. 2010, Gülnar ve Balcı 2011) yararlanılarak düzenlenmiştir. Soru formunun ilk bölümünde 5'li likert tipinde (1= *Hiç*, 2= *Haftada 1-2 Gün*, 3= *Haftada 3-4 Gün*, 4= *Haftada 5-6 Gün*, 5= *Her gün Düzenli*) hazırlanan 4 soruluk bir ölçekle katılımcıların haftalık medya kullanım sıklığı sorgulanmıştır. Anketin ikinci bölümünde 5'li likert tipinde (1= *Hiç katılmıyorum*, 5= *Tamamen Katılıyorum*) hazırlanan 23 maddelik bir ölçekle katılımcıların internet kullanım nedenleri mercek altına alınmıştır. Üçüncü bölümde araştırmaya katılanların internet sitesi kullanım sıklığını belirlemek amacıyla 5'li likert tipinde (1= *Hiç*, 2= *Haftada 1-2 Gün*, 3= *Haftada 3-4 Gün*, 4= *Haftada 5-6 Gün*, 5= *Her gün Düzenli*) hazırlanan 10 maddelik bir ölçeğe yer verilmiştir. Anketin dördüncü bölümünde ise 6 soru ile katılımcıların internet kullanım süreleri, internet tecrübeleri, internete güven ve internet bağımlılıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Anketin son bölümünde ise katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemek için dizayn edilmiş üç soru bulunmaktadır.

3.3. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Saha araştırması 15-30 Nisan 2012 tarihleri arasında katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, SPSS 17.0 istatistik programına aktarılacak suretiyle elektronik ortamda işlenmiştir. Verilerin analizinde sırasıyla; anket sorularını cevaplayanların medya kullanım davranışları ve demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans analizi kullanılmıştır. Cinsiyete ile internet kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişki *Bağımsız Örneklem T-Testi* ile ortaya konulmuştur. İnternete bağlantı durumuna göre internet kullanım davranışlarının, internet bağımlılık düzeyinin ve internete güvenin farklılık gösterip göstermediğini belirlemede *Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)* esas alınmış; çoklu karşılaştırmalarda ise *Tukey Testi* tercih edilmiştir. Günlük internet kullanım süresi ile internete güven ve internet bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü tespit etmede de *Korelasyon Analizine* başvurulmuştur.

3.4. Araştırma Soruları

Bu çalışmada; aşağıda sıralanan 8 temel araştırma sorusuna cevap aranmıştır:

- Üniversite öğrencilerinin günlük ortalama internet kullanım süresi nedir?
- Günlük internet kullanım süresi cinsiyet ve bağlantı durumuna göre farklılık göstermekte midir?
- Üniversite öğrencilerinin haftalık internet kullanım sıklığı nedir?
- Üniversite öğrencilerini internet kullanmaya yönelten nedenler nelerdir?
- Üniversite öğrencileri ne tür internet sitelerini daha sık ziyaret etmektedirler?
- Üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre internet sitesi kullanım sıklığında bir farklılık bulunmakta mıdır?
- Üniversite öğrencilerinin günlük internet kullanım süresi ile internete güven düzeyleri arasında nasıl bir ilişki vardır?
- Üniversite öğrencilerinin günlük internet kullanım süresi ile internet bağımlılık düzeyleri arasında nasıl bir ilişki vardır?

4. BULGULAR VE YORUM

Aşağıdaki bölümde araştırma sorularına cevap veren üniversite öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri ile internet kullanım alışkanlıklarına ilişkin bazı bulgular ortaya konulmaktadır.

4.1. Araştırmaya Katılanların Bazı Özellikleri

Cinsiyet bakımından araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yüzde 54.5'i kadın, % 45.5'i ise erkeklerden oluşmaktadır. Oranlar ankete katılanların cinsiyetleri açısından karşılaştırma yapmaya elverişlidir.

Yaş dağılımının betimleyici istatistikleri incelendiğinde en düşük 18, en yüksek 35 yaşındaki katılımcılarla görüşüldüğü ortaya çıkmaktadır. Ankete katılanların yaş ortalaması 21.5, dağılımın standart sapması ise 2.27'dir.

Ankete katılanların aylık harcama miktarlarına ilişkin betimleyici istatistik sonuçlarına göz

atıldığında, en düşük 100 TL, en yüksek 2500 TL harcama yapan bir örneklem kitlesi ile görüşüldüğü ortaya çıkmaktadır. Buna göre, ankete katılanların aylık ortalama harcama miktarı yaklaşık 473 TL olarak tespit edilirken; dağılımın standart sapmasının 280.5 olduğu göze çarpmaktadır.

Katılımcıların yüzde 5.7'si İletişim, yüzde 9.1'i İktisadi ve İdari Bilimler, yüzde 2.7'si Dış Hekimliği, yüzde 7.3'ü Mesleki Eğitim, yüzde 4.8'i Fen, yüzde 5.0'ı Edebiyat, yüzde 8.4'ü Mühendislik- Mimarlık, yüzde 5.9'u Ziraat, yüzde 4.3'ü Veteriner, yüzde 3.4'ü Teknik Eğitim, yüzde 4.3'ü Güzel Sanatlar, yüzde 6.4'ü Sağlık Bilimleri, yüzde 1.6'sı Hukuk Fakültesi öğrencilerinden oluşurken; yüzde 7.5'i Beden Eğitimi ve Spor, yüzde 4.1'i ise Yabancı Diller Yüksekokulu öğrencilerinden; yüzde 8.2'si, Sosyal Bilimler, yüzde 5.9'u Adalet Meslek Yüksekokulu ve yüzde 5.2'si de Konservatuvar öğrencilerinden ibarettir.

Araştırmaya katılanların internet kullanım tecrübeleri incelendiğinde; öğrencilerin yüzde 2.1'i bir yıldan az, yüzde 6.8'i 1-2 yıl, yüzde 32.6'sı 3-5 yıl, yüzde 39.6'sı 6-8 yıl ve yüzde 18.9'u 9 yıl ve üzerinde internet kullandıklarını ifade etmişlerdir.

İnternete bağlanılan yer açısından katılımcıların 62.6'sı kişisel bilgisayar, yüzde 13'ü cep telefonu, yüzde 5.7'si internet kafe, yüzde 18.7'si birden çok araçla internet erişimine sahip olmaktadır.

4.2. Katılımcıların Medya Kullanım Sıklığı

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin Türkiye'deki kitle iletişim araçları içerisinde aritmetik ortalama itibariyle haftalık en sık kullandıkları araç internettir. Katılımcıların yüzde 48,1 gibi yarıya yakın bir kısmı interneti her gün düzenli kullandığını ifade ederken; yüzde 15,5'i haftada 5-6 gün, yüzde 18,5'i haftada 3-4 gün, yüzde 16,4'ü haftada 1-2 gün internet kullandığını dile getirmektedir. Üniversite öğrencilerinin yüzde 1,6'sı ise hiç internet kullanmadığını belirtmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Haftalık Medya Kullanım Sıklıklarının Betimleyici İstatistikleri

	Her gün Düzenli	Haftada 5-6 gün	Haftada 3-4 gün	Haftada 1-2 gün	Hiç	\bar{X}	SD
İnternet	48.1	15.5	18.5	16.4	1.6	3.92	1.20
Gazete	15.0	11.3	21.4	37.1	15.2	2.73	1.27
Televizyon	16.6	12.4	16.2	28.1	26.7	2.64	1.41
Radyo	13.8	12.9	18.6	29.4	25.3	2.60	1.35

Katılımcıların Türk medyası içerisinde en çok kullandıkları ikinci araç gazetedir. Araştırma sorusunu cevaplayanların yüzde 15'i her gün düzenli olarak gazete okuduğunu açıklarken; yüzde 11,3'ü haftada 5-6 gün, yüzde 21,4'ü haftada 3-4 gün ve yüzde 37,1'i haftada 1-2 gün gazete okuduğu dile getirmiştir. Katılımcı-

ların yüzde 15,3'ü ise hiç gazete okumadığı şeklinde görüş belirtmiştir. Televizyon izleme açısından, katılımcıların haftada 1-2 gün izleme kategorisinde ağırlıklı olarak (yüzde 28,1) yer aldıkları dikkati çekmektedir. Üniversite öğrencilerinin en az kullandıkları Türk medyası içerisinde radyolar ($\bar{X} = 2.60$) ilk sırada yer almaktadır.

Tablo 2. Cinsiyete Göre Haftalık Medya Kullanımındaki Farklılık

MEDYA	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	df	Sig.
İnternet	Erkek	200	4.37	5.83	437	.000
	Kadın	239	3.62			
Gazete	Erkek	198	2.92	2.81	432	.005
	Kadın	236	2.58			
Televizyon	Erkek	190	2.82	2.42	425	.016
	Kadın	237	2.49			
Radyo	Erkek	197	2.46	-2.00	433	.045
	Kadın	238	2.72			

Katılımcıların cinsiyetine göre haftalık internet kullanma ($t= 5.83$; $p< .001$), gazete okuma ($t= 2.81$; $p< .01$), televizyon izleme ($t= 2.42$; $p< .05$) ve radyo dinleme ($t= -2.00$; $p< .05$) sıklığı anlamlı farklılık göstermektedir. Katılımcılar arasında erkekler, kadınlara nazaran haftalık daha sık internet kullanmakta, gazete okumakta ve televizyon izlemektedir. Öte yandan kadınlar 2,72 aritmetik ortalama değeriyle, erkeklere ($\bar{X} = 2.46$) göre haftalık daha sık radyo dinlemektedir (*bkz. Tablo2*)

4.3. Katılımcıların Günlük İnternet Kullanım Süresi

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin günlük internet kullanım süresiyle ilgili soruya verdikleri cevapların betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde, en düşük 5 dakika, en yüksek 840 dakika internet karşısında günlük zaman geçirdikleri dikkat çekmektedir. Buna göre, ankete katılanların ortalama günlük internet kullanım süreleri 167,5 dakika olarak tespit edilirken; dağılımın standart sapmasının 141,3 olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3. Günlük İnternet Kullanım Süresinin Betimleyici İstatistikleri

	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Günlük internet kullanma süresi	419	5	840	167.5	141.3

Tablo 4’de de açıkça görüldüğü gibi araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyeti, günlük internet kullanımı bakımından anlamlı farklılığa neden olmaktadır ($t= 5.15$; $p< .001$).

Erkekler 204,5 aritmetik ortalama değeriyle; kadınlara ($\bar{X} = 135.2$) göre günlük daha uzun süre internet karşısında zaman geçirmektedir (*bkz. Tablo 4*).

Tablo 4. Cinsiyete Göre Günlük İnternet Kullanım Süresindeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	df	Sig.
Günlük internet kullanma süresi	Erkek	195	204.5	5.15	417	.000
	Kadın	224	135.2			

Araştırmaya katılanların internete bağlantı durumlarına göre günlük internet kullanım süreleri de anlamlı farklılık göstermektedir ($F= 3.00$; $p< .05$). Betimleyici istatistik sonuçları ve çoklu karşılaştırma tablosu incelediğinde; ken-

di kişisel bilgisayarıyla internete bağlananlar ($\bar{X} = 180.7$); cep telefonu ($\bar{X} = 4.10$) ile internet erişimi sağlayanlara göre günlük daha uzun süreyi internet karşısında geçirmektedir (*bkz. Tablo 5*).

Tablo 5. İnternete Erişim Durumuna Göre Günlük İnternet Kullanım Süresindeki Farklılık

	Bağlantı Durumu	N	\bar{X}	F	df	Sig.
İnternete Bağlanılan Yer	Kişisel Bilgisayar	267	180.7	3.00	3	.030
	Cep Telefonu	51	121.6			
	İnternet Kafe	21	134.6			
	Birden Çok	78	163.1			

4.4. Katılımcıların İnternet Kullanım Nedenleri

Araştırmanın bu bölümünde 5’li likert tipinde (1= *Hiç Katılmıyorum*, 5= *Tamamen Katılıyorum*) hazırlanan 23 maddelik bir ölçekle katılımcıların internet kullanım nedenleri sorgulanmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ortaya koymada Cronbach’s Alpha katsayısı .891 olarak hesaplanmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen verilere göre; Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin internet kullanma nedenlerinin başında 4.30 aritmetik ortalama değeriyle “internetin haber ve bilgi alma ihtiyacını karşılaması” gelmektedir. Yine internet sayesinde “dünyada yaşanan gelişmeleri ve yenilikleri takip edebiliyor olması” da öğrencilerin yüksek oranda puan verdikleri ($\bar{X} = 4.28$) bir başka maddeyi oluşturmaktadır. İnternetin diğer kitle iletişim araç-

larına oranla daha hızlı ve kapsayıcı olması 4.21’lik oranla öğrenciler tarafından en çok puanlanan üçüncü internet kullanım nedeni olarak ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında “İnternet çok yönlü iletişim olanaklarını bünyesinde barındırıyor (ses, görüntü, fotoğraf vd.) olması” ($\bar{X} = 4.15$), “İnternet üzerinden program, yazılım, müzik ve video gibi öğeleri indirmek için kullanılması” ($\bar{X} = 4.13$) ve “İnternetin insan hayatını kolaylaştırdığı için tercih edilmesi” ($\bar{X} = 4.10$) dikkat çeken diğer önemli internet kullanım nedenleridir. Bir başka açıdan “internetin sosyal kaçış olanağı sağlaması” ($\bar{X} = 2.48$), “internet üzerinden küçük çapla bireysel ticaret yapılabilmesi” ($\bar{X} = 2.59$) ve “internet üzerinden kişinin kendimi daha rahat ifade ettiği için bu aracın tercih edilmesi” ($\bar{X} = 2.70$) en az puan verilen üç internet kullanım nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır (*bkz. Tablo 6*).

Tablo 6. Katılımcıların İnternet Kullanım Nedenlerinin Betimleyici İstatistikleri

	N	\bar{X}	SD
Haber ve bilgi alma ihtiyacını karşıladığı için	434	4.30	0.80
Dünyada yaşanan gelişme ve yenilikleri takip edebilmek için	425	4.28	0.80
Diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha hızlı ve kapsayıcı olduğu için	432	4.21	0.87
Çok yönlü iletişim olanaklarını (ses, görüntü vb.) barındırdığı için	424	4.15	0.86
Program, yazılım, müzik ve video gibi öğeleri indirmek için	433	4.13	0.93
İnternet hayatımı kolaylaştırdığı için	433	4.10	0.85
Eş zamanlı olarak insanlar ile görüşüp bilgi paylaşımı imkânı sunduğu için	425	4.09	0.86
Ders materyallerine ve eğitime katkı sağladığı için	432	4.00	0.97
Sosyal paylaşım ağları sayesinde eski arkadaşlarıyla haberleşebildiğim için	429	3.79	1.10
İnternet kullanmayı sevdiğim için	426	3.53	1.19
Sosyalleşmek için farklılıkları aynı ortamda buluşturabildiği için	423	3.40	1.17
E-Devlet imkânlarından yararlanmak için	437	3.31	1.26
Boş zamanı değerlendirme olanağı sağladığı için	436	3.24	1.23
Gezi ve seyahat gibi konularda çok çeşitli olanaklar sunduğu için	427	3.18	1.29
Online bankacılık işlemleri olanağı sunduğu için	430	3.07	1.34
İnternet üzerinden online olarak oyun oynayabilmek için	435	2.95	1.39
Daha özgür bir tartışma ortamı sunduğu için	433	2.92	1.23
Kontör yükleme gibi mobil hizmetlerin alınabildiği için	424	2.85	1.34
Ortak ilgilere sahip insanlarla tanışmak için	423	2.83	1.27
Yeni arkadaşlıklar geliştirmeye olanak	432	2.78	1.30
İnternet üzerinden kendimi daha rahat ifade ettiğim için	419	2.70	1.25
İnternet üzerinden küçük çaplı bireysel ticaretin yapılabilirdiği için	433	2.59	1.27
Sosyal kaçış olanağı sağladığı için	419	2.48	1.23

4.5. Katılımcıların İnternet Sitesi Kullanım Örüntüleri

Araştırmaya katılanların internet sitesi kullanım sıklığını belirlemek amacıyla 5'li likert tipinde (1= Hiç, 2= Haftada 1-2 Gün, 3= Haf-

tada 3-4 Gün, 4= Haftada 5-6 Gün, 5= Her gün Düzenli) hazırlanan 10 maddelik bir ölçekten yararlanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini ortaya koymada Cronbach's Alpha katsayısı .815 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 7. İnternet Sitesi Kullanım Sıklığının Betimleyici İstatistikleri

İnternet Siteleri	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Sosyal Paylaşım Siteleri (Facebook, Twitter...)	426	1	5	3.70	1.36
Bilgi- Haber Siteleri	435	1	5	3.45	1.30
Film ve Video Siteleri	432	1	5	3.26	1.31
Müzik Siteleri	426	1	5	3.25	1.33
Kişisel Bloglar	424	1	5	2.22	1.28
Dini Siteler	434	1	5	2.16	1.20
Oyun Siteleri	434	1	5	2.14	1.35
Online Alışveriş Siteleri	424	1	5	2.07	1.24
Online Devlet Hizmetleri (e-devlet vb.)	425	1	5	2.04	1.20
Bankacılık ve Finans Siteleri	433	1	5	1.69	1.04

Ankete katılan üniversite öğrencilerine yöneltilen “*internet sitelerini ne sıklıkla kullanırsınız?*” sorusuna verilen cevapların aritmetik ortalaması göz önüne alındığında; sosyal paylaşım siteleri 3.70’lik aritmetik ortalama değeriyle katılımcıların en çok kullandıkları internet sitesidir. Ardından ise 3.45 ile bilgi ve haber

siteleri, 3.26 oranıyla film ve video, 3.25’le müzik siteleri gelirken, 2.22 ile kişisel bloglar, 2.16’yla dini, 2.14 oranıyla da oyun siteleri sıralanmaktadır. Bunun yanında son sıralarda 2.07 aritmetik ortalama değeriyle online alışveriş siteleri, 2.04 ile online devlet hizmetleri ve son olarak tabloda 1.69 oranıyla bankacılık ve finans siteleri yer almaktadır (*bkz. Tablo 7*).

Tablo 8. Cinsiyete Göre İnternet Sitesi Kullanım Sıklığındaki Farklılık

İnternet Siteleri	Cinsiyet	N	\bar{X}	t	df	Sig.
Bilgi- Haber Siteleri	Erkek	195	3.87	6.51	433	.000
	Kadın	224	3.09			
Online Devlet Hizmetleri (e-devlet vb.)	Erkek	193	2.21	2.59	423	.010
	Kadın	232	1.90			
Sosyal Paylaşım Sitesi (Facebook, Twitter)	Erkek	194	4.02	4.49	424	.000
	Kadın	232	3.43			
Film ve Video Siteleri	Erkek	196	3.57	4.54	430	.000
	Kadın	236	3.00			
Müzik Siteleri	Erkek	193	3.39	1.97	424	.049
	Kadın	233	3.13			
Oyun Siteleri	Erkek	197	2.47	4.62	432	.000
	Kadın	237	1.88			
Online Alışveriş Siteleri	Erkek	192	2.09	0.31	422	.751
	Kadın	232	2.06			
Dini Siteler	Erkek	198	2.33	2.66	432	.008
	Kadın	236	2.02			
Kişisel Bloglar	Erkek	192	2.38	2.32	422	.020
	Kadın	232	2.09			
Bankacılık ve Finans Siteleri	Erkek	197	1.95	4.76	431	.000
	Kadın	236	1.48			

Tablo 8’de de görüldüğü gibi anket sorularına cevap veren üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre, haftalık Bilgi- Haber Sitesi ($t= 6.51$; $p< .001$), Online Devlet Hizmetleri (e-devlet vb.) Siteleri ($t= 2.59$; $p< .01$), Sosyal Paylaşım Sitesi (Facebook, Twitter) ($t= 4.49$; $p< .001$), Film ve Video Siteleri ($t= 4.54$; $p< .001$), Müzik Siteleri ($t= 1.97$; $p< .05$), Oyun Siteleri ($t= 4.62$; $p< .001$), Dini Siteler ($t= 2.66$; $p< .01$), Kişisel Bloglar ($t= 2.32$; $p< .05$) ve Bankacılık-Finans siteleri ($t= 4.76$; $p< .001$) kullanım sıklıkları anlamlı farklılık göstermektedir. Araştırmaya katılanlar arasında erkekler, kadınlara göre bilgi- haber sitesi, online devlet hizmetleri (e-devlet vb.) siteleri, sosyal paylaşım sitesi (facebook, twitter), film ve video siteleri, mü-

zik siteleri, oyun siteleri, dini siteler, kişisel bloglar ve bankacılık-finans sitelerini haftalık daha sık ziyaret etmektedirler.

4.6. Katılımcıların İnternete Güven Düzeyi

Katılımcıların toplumsal yaşamda internet güven düzeylerini belirlemek üzere 1 ile 10 arasında puan vermelerine yönelik bir skala ($1= Hiç Güvenilmez$, $10= Oldukça Güvenilir$) oluşturulmuştur. 438 kişinin verdiği cevaplar doğrultusunda yapılan betimleyici istatistik analizi sonuçları; katılımcıların orta düzeye ($\bar{X} = 4.91$) yakın oranda internete güven duyduklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 9. Katılımcıların İnternete Güven Düzeyinin Betimleyici İstatistikleri

	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
İnternete Güven Düzeyi	438	1	10	4.91	2.04

Güven sorusuna verilen cevapların cinsiyet ile olan ilişkisine baktığımızda, internete duyulan güvenin cinsiyete göre farklılık göstermediği

dikkat çekmektedir ($t= 1.47$; $p> .05$). Erkek katılımcıların oranı kadınlardan biraz daha yüksek olmasına rağmen, söz konusu oran anlamlı fark oluşturacak düzeyde değildir.

Tablo 10. Cinsiyete Göre İnternete Güven Düzeyindeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	df	Sig.
İnternete Güven Düzeyi	Erkek	200	5.07	1.47	436	.140
	Kadın	238	4.78			

Tablo 11. Günlük İnternet Kullanım Süresi ile İnternet Güven Arasındaki İlişki

	Güven Düzeyi
Günlük İnternet Kullanım Süresi	169**
N	417
Not: ** $p< .01$	

Bir başka noktada günlük internet kullanım süresi ile internete güven düzeyi arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek için yararlanılan korelasyon analizi sonuçları ince-

lendiğinde, iki değişken arasında pozitif yönde zayıf anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r= .169$; $p< .01$). Buna göre katılımcıların günlük internet kullanım süresi arttıkça; internete güven düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır (bkz. Tablo 11).

Araştırmaya katılanların haftalık internet kullanım sıklığı ile internete güven düzeyleri arasında da anlamlı ilişki bulunmaktadır ($F= 6.52$; $p< .001$). Tukey testi sonucunda % 5 anlam düzeyinde haftalık internet kullanım sıklığı ile internete güven düzeyi arasında ortaya çıkan anlamlı farklılaşmanın kaynağı, her gün düzenli internet kullananların ($\bar{X} = 5.37$); hiç ($\bar{X} =$

3.00), haftada 1-2 gün ($\bar{X} = 4.48$), haftada 3-4 gün ($\bar{X} = 4.50$) ve haftada 5-6 gün ($\bar{X} = 4.66$) internet kullananlardan farklı düşünmesinden ortaya çıkmaktadır. Bir başka anlatımla katılımcıların haftalık internet kullanma sıklığı arttıkça, internete güven düzeylerinde de bir artış kendini hissettirmektedir ($r = .215$; $p < .01$).

Tablo 12. Haftalık İnternet Kullanım Sıklığına Göre İnternete Güven Düzeyindeki Farklılık

	İnternet Kullanımı	N	\bar{X}	F	df	Sig.
İnternet Kullanım Sıklığı	Hiç	7	3.00	6.52	4	.000
	Haftada 1-2 Gün	72	4.48			
	Haftada 3-4 Gün	80	4.50			
	Haftada 5-6 Gün	68	4.66			
	Her Gün Düzenli	211	5.37			

4.7. Katılımcıların İnternet Bağımlılık Düzeyi ve İnternet Kullanımı

Katılımcıların internet bağımlılık düzeylerini belirlemek üzere 1 ile 10 arasında puan vermelerine yönelik hazırlanan bir skaladan (1 = Hiç

Bağımlı Değilim, 10 = Oldukça Bağımlıyım) yararlanılmıştır. 438 kişinin verdiği cevaplar doğrultusunda yapılan betimleyici istatistik analizi sonuçları; katılımcıların orta düzeye ($\bar{X} = 4.79$) yakın oranda bağımlılığa sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 13. Katılımcıların İnternete Bağımlılık Düzeyinin Betimleyici İstatistikleri

	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Bağımlılık Düzeyi	438	1	10	4.79	2.56

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre internet bağımlılık düzeyleri anlamlı farklılık taşımaktadır ($t = 4.56$; $p < .001$). Araştırma sorusuna yanıt verenler içinde

erkeklerin 5.39 aritmetik ortalama değeriyle, internet bağımlılık düzeyleri kadınlara ($\bar{X} = 4.29$) göre daha yüksektir (bkz. Tablo 14).

Tablo 14. Cinsiyete Göre İnternet Bağımlılığı Düzeyindeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	df	Sig.
Bağımlılık Düzeyi	Erkek	200	5.39	4.56	436	.000
	Kadın	238	4.29			

Öte yandan günlük internet kullanım süresi ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde; iki değişken arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişki bulunduğu dikkat çekmektedir ($r = .490$; $p < .01$). Buna göre araştırma sorusuna cevap veren üniversite öğrencilerinin günlük internet kullanım süresi arttıkça; internet bağımlılık düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır (bkz. Tablo 15).

Tablo 15. İnternet Kullanım Süresi ile İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişki

	Bağımlılık Düzeyi
Günlük İnternet Kullanım Süresi	490**
N	417
Not: ** $p < .01$	

Araştırmaya katılanların internete bağlantı durumlarına göre internet bağımlılık düzeyleri de anlamlı farklılık göstermektedir (F= 8.14; p< .001). Betimleyici istatistik sonuçları ve çoklu karşılaştırma tablosu incelediğinde; kişisel bilgisayarı ile internete bağlananlar (\bar{X} =

5.09); cep telefonu (\bar{X} = 4.10) ve internet kafeden (\bar{X} = 2.80) internete bağlanana göre kendilerini daha bağımlı hissetmektedirler. Yine birden çok araçla internete bağlananların (\bar{X} = 4.95); internet kafeden erişim sağlayanlara nazaran bağımlılık düzeyleri daha yüksektir.

Tablo 16. İnternete Bağlantı Durumuna Göre İnternet Bağımlılığındaki Farklılık

	Bağlantı Durumu	N	\bar{X}	F	df	Sig.
İnternete Bağlananlar Yer	Kişisel Bilgisayar	273	5.09	8.14	3	.000
	Cep Telefonu	57	4.10			
	İnternet Kafe	25	2.80			
	Birden Çok	81	4.95			

SONUÇ VE TARTIŞMA

Ulaştığı boyut itibariyle internet, tüm dünyada gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen, heyecan verici yeni bir iletişim ortamıdır. İnsanların ihtiyaç duyduğu her türlü bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabilmesine; dünyada meydana gelen gelişmelerden anında haberdar olmasına; eğlenceli ve hoşça vakitler geçirebilmesine; sevdikleriyle ve tanıdıklarıyla sohbet edebilmesine, bankacılık işlemleri başta olmak üzere birçok ticari işlemleri yapabilmesine imkân sağlayan bu yeni medya sayesinde, insan hayatı daha da kolaylaşmaya başlamıştır. İnternetin getirdiği değişim ve yenilikler aynı zamanda toplumsal yaşantımız üzerinde büyük etkiler meydana getirmiştir. Söz konusu etkileri belki de en çok hissedenlerin başında, bu araçları en çok kullanan, erişimlerin olanaklarının ve bilgi birikimlerinin yüksek olmasıyla genç nüfus gelmektedir. İşte betimleyici bir tasarıma sahip ve örneklemini Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin oluşturduğu bu alan araştırması sonuçlarına göre; çalışmaya katılan öğrencilerin yarıya yakın bir kısmı, her gün düzenli internet kullanmaktadır. Cinsiyete göre erkeklerin, kadınlara nazaran haftalık daha sık internet kullandıkları ortaya çıkmaktadır.

Yine saha araştırması ile araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin günlük ortalama üç saate yakın bir süreyi internet karşısında geçirdikleri bulgulanmıştır. Cinsiyet açısından erkeklerin günlük internet kullanım süresi kadınlara göre daha fazladır. Kendi kişisel bilgisayarı ile internete bağlananların günlük internet

kullanım süresi; cep telefonu ve internet kafeden erişime sahip olanlara nazaran daha yüksektir.

Katılımcıların internet kullanım nedenleri arasında ise; haber ve bilgi ihtiyacını karşılamak, dünyada ve Türkiye’de meydana gelen olaylardan haberdar olmak, diğer iletişim araçlarına göre hızlı ve kapsayıcı bir araç olması, çok yönlü iletişimi bünyesinde barındırması gibi maddeler ilk sıralarda yer almaktadır. Gerçekten de günümüzde internet dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan, eşzamanlılık üzerinden mekânın önemini ortadan kaldıran ve aynı zamanda dünyayı küresel bir köye dönüştüren karmaşık bir ağ sistemidir. Öte yandan sosyal kaçış mekanizması olması ve küçük çaplı bireysel ticaretin yapılmasına imkân tanınmasından dolayı internet kullanımı, üniversite öğrencileri arasında daha az puan verilen değişkenleri oluşturmaktadır.

Araştırma sorularına cevap veren öğrencilerin haftalık en çok ziyaret ettikleri internet siteleri arasında; sosyal paylaşım ağları, bilgi-haber siteleri, film, video ve müzik siteleri ilk sıralarda bulunmaktadır. Özellikle erkekler, kadınlara göre bu siteleri haftalık daha çok ziyaret etmektedirler.

Bir başka noktada üniversite öğrencilerinin toplumsal yaşamda kullandıkları internete orta düzeyde güven duydukları bu araştırmayla tespit edilmiştir. Katılımcıların gerek günlük internet kullanım süreleri gerekse haftalık in-

ternet kullanım sıklığı arttıkça, internete duydukları güven düzeyinde de bir artış kendini göstermektedir.

Selçuk Üniversitesi örneğinde yürütülen bu alan araştırmasıyla aynı zamanda öğrencilerin internet bağımlılık düzeyleri de mercek altına alınmıştır. Betimleyici istatistik sonuçları; katılımcıların orta düzeye yakın oranda bir bağımlılık taşıdıklarını göstermektedir. Araştırma sorularına cevap verenler arasında erkeklerin bağımlılık düzeyleri kadınlara göre daha yüksektir. Katılımcıların günlük internet kullanım süresi arttıkça, bağımlılık düzeylerinde de bir artış yaşanmaktadır.

Sonuçta günümüz insanı için internet; kullanım kolaylığı, kolay erişilebilirliği sayesinde artık yüksek bir bağımlılık yaratmaktadır. Gün geçtikçe de bu bağımlılık artmaktadır. Üniversite öğrencileri için internet içinde buldukları ortamdan bir kaçış olanağı sağlarken; aynı zamanda farklı mecralara da kimlik belirtmek için girilip çıkılmasının vermiş olduğu rahatlıkla daha çekici bir mecra haline gelmektedir. Sanal alem de denilen bu yeni ortam; kişilere, dünyanın bütün sorunlarından sıyrılıp kendilerine ait bir dünya yaratmada önemli bir kapı açmakta ve yeni olanaklar sunmaktadır. Kendini daha rahat ifade edebilme, farklı kimliklerle farklı ortamlarda değişik konularda tartışmalara girebilme ve karşılıksız bilgi depolayabilme gibi birçok faktör günümüz toplumlarında interneti vazgeçilmez hale getirmektedir.

KAYNAKÇA

Aktaş C (2007a) Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması, Gülbuğ Erol (Ed.), Medya Üzerine Çalışmalar, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, ss. 107-120.

Aktaş C (2007b) Bir İletişim Aracı Olarak İnternetin Topluma Etkileri, Gülbuğ Erol (Ed.), Medya Üzerine Çalışmalar, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, ss. 121-130.

Atabek Ü (2001) İletişim ve Teknoloji: Yeni Olanaklar Yeni Sorunlar, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Atabek Ü (2003) İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar, Sevda Alankuş (Ed.), Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya,

Habercinin El Kitabı Dizisi: 3, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, ss. 55-84.

Aydoğan F (2010) İkinci Medya Çağında Gözetim ile Kamusal Alan Paradoksunda İnternet, Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz (Eds.), İkinci Medya Çağında İnternet, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım, ss. 3-17.

Ayhan B ve Balcı Ş (2009) Kırgızistan'da Üniversite Gençliği ve İnternet: Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması, Bilig Journal of Social Sciences of the Turkish World, 48, 13-40.

Balcı Ş ve Ayhan B (2007) Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması, Selçuk İletişim, 5 (1), 174-197.

Balcı Ş ve Gülnar B (2009) Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili, Selçuk İletişim, 6 (1), 5-22.

Balcı Ş ve Tarhan A (2007) Siyasal Bilgilenme ve İnternet: 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri'nde Bir Kullanımlar ve Doyumlar Araştırması, Medya ve Siyaset Uluslararası Sempozyumu, Cilt 1, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, 15-17 Kasım, İzmir, ss. 322-335.

Balta Ö Ç ve Horzum M B (2008) Web Tabanlı Öğretim Ortamındaki Öğrencilerin İnternet Bağımlılığını Etkileyen Faktörler, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 41 (1), 187-205.

Başaran F (2010) İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme: Yayılmanın Ekonomi Politikası, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Baykal N (2001) Bilgisayar Ağları, Veri İletişimi, Yerel-Geniş Ağlar, İnternet Teknolojileri, SAS Bilişim Yayınları, Ankara.

Çağır G ve Gürkan U (2010) Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Problemleri İnternet Kullanım Düzeyleri İle Algılanan İyilik Halleri ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (24), 70-85.

Çavuş H ve Gökdaş İ (2006) Eğitim Fakültesinde Öğrenim Gören Öğrencilerin İnternette Yararlanma Nedenleri ve Kazanımları, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3 (2), 56-78.

- Demirkol Z (2001) İnternet Teknolojileri, Pusula Yayıncılık ve İletişim Ltd., İstanbul.
- Dursun F (2004) Üniversite Öğrencilerinin İnterneti Kullanım Amaçları, 13. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya, ss. 1-11.
- Ferguson D A and Perse E M (2000) The World Wide Web as a Functional Alternative to Television, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2), 155-174.
- Geray H (2003) İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Gibson R and Ward S (2000) A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites, *Social Science Computer Review*, 18 (3), 301-319.
- Gülner B ve Balcı Ş (2010). Televizyon İzleme Motivasyonları ve Kültürleşme: Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 28, 447-484.
- Gülner B ve Balcı Ş (2011). Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum, *LiteraTürk Yayınları*, Konya.
- Gülner B, Balcı Ş ve Çakır V (2010) Motivations of Facebook, You Tube and Similar Web Services User Based on Spectacle Performance Paradigm and Diffused Audience, *Bilgi Journal of Social Sciences of the Turkish World*, 54, 161-184.
- Işık U (2007) Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kara H (2002) İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar, Serhan Yedig ve Haşim Akman (Eds.), *İnternet Çağında Gazetecilik*, Ankara: Metis Yayınları, ss. 37-44.
- Kaye B K (1998) Uses and Gratifications of the World Wide Web: From Couch Potato to Web Potato, *The New Jersey Journal of Communication*, 6 (1), 21-40.
- Kaye B K and Johnson T J (2002) Online and in the Know: Uses and Gratifications of the Web for Political Information, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46 (1), 54-71.
- Keskin N ve Ertuğrul İ (2010) Buldan MYO Büro Yönetimi Öğrencilerinin, Bilgisayar Kullanımına Yönelik Tutumlarının Belirlenmesine İlişkin Alan Çalışması, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 3 (5), 1-19.
- Koçak A and Özcan Y Z (2002) Information or Entertainment?: Use of Internet Among University Students in Turkey, *International Conference on Media and Communication in the E-Society of the Century: Access and Participation*, Moscow, October 17-19.
- Korgaonkar P K and Wolin L D (1999) A Multivariate Analysis of Web Usage, *Journal of Advertising Research*, 39, March-April, 53-68.
- Köse S, Gencer A S ve Gezer K (2007) Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Bilgisayar ve İnternet Kullanımına Yönelik Tutumları, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (21), 44-54.
- Kurulgan M ve Argan M (2007) Anadolu Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet Üzerinden Bilgi Arama Davranışları, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 291-304.
- Morris M and Ogan C (2004) The Internet As Mass Medium, D McQuail (Ed.), *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, London: Sage Publications, pp. 134-145.
- Nalçaoğlu H (2007) İnternet ve Görselin İmhası: İnternet İçeriğini Analiz Etmek İçin Kuramsal Model Arayışları, Mutlu Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları*, Dipnot Yayınları, Ankara, ss. 45-68.
- Newhagen J E and Rafaeli S (1996) Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue, *Journal of Communication*, 46 (1), 4-13.
- Okay Ş ve Aydoğan E (2010). MYO Öğrencilerinin İnternet Kullanım Amaçlarının İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 283-296.
- Özdemir S M ve Usta E (2007) İlköğretim Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin İnternet Kullanım Amaçlarının İncelenmesine İlişkin

Bir Araştırma, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11 (3), 91-110.

Özsoy O (2010) İnternetin Kararttığı Hayatlar: İnternetin Hayatımıza Etkisi, Pozitif Yayınları, İstanbul.

Papacharissi Z and Rubin A M (2000) Predictors of Internet Use, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44 (2), 175-196.

Song I, LaRose R et al. (2004) Internet Gratifications and Internet Addiction: On the Uses and Abuses of New Media, CyberPsychology & Behavior, 7 (4), 384-394.

Şeker T B (2005) İnternet ve Bilgi Açığı, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.

Tarcan A (2005) İnternet ve Toplum, Anı Yayıncılık Eğitim ve Danışmanlık, Ankara.

Timisi N (2003) Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Törenli N (2005) Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara:

Yedig S ve Akman H (2002) İnternet Çağında Gazetecilik, Metis Yayınları, Ankara.

Yolal M ve Kozak R (2008) Bilgiye Erişim Aracı Olarak Öğrencilerin İnternete Yaklaşımı, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20, 115-128.

Zeybek I (2002) Yeni Bir İletişim Dizgesi: Chat Dili, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 14, 417-434.

<http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/06/10/internette-dunya-15incisiz>, (Erişim: 1 Ekim 2012).