

Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Belirlenmesi

Ahmet Şahin¹

Cevahir Kaynakçı¹

Yeşim Aytop^{2*}

¹Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Avşar Kampüsü, Onikişubat, Kahramanmaraş, Türkiye

^{2*} Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Pazarlık Meslek Yüksek Okulu, Dış Ticaret Programı, Pazarlık, Kahramanmaraş, Türkiye

*Sorumlu yazar: E-mail: yesimmeral@ksu.edu.tr

Geliş Tarihi (Received): 06.07.2015

Kabul Tarihi (Accepted): 24.03.2016

Sosyal medya iletişim ve eğitim alanlarında özellikle üniversite öğrencileri tarafından yaygın bir sanal araç olarak kullanılmaktadır. Araştırmanın amacı Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde öğrenim gören Ziraat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Araştırmanın ana materyalini 384 öğrenci ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler ve ki kare testinden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre öğrencilerin tamamı internet kullanmakta ve ortalama internet kullanım süresi 13.75 sa/hafta'dır. Öğrencilerin internet kullanım süresinin %84.0'nü sosyal medyada geçirdikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin % 82.29'nun sosyal medya hesabı olduğu ve öğrencilerin % 73.70'inin Facebook, %28.65'inin ise Twitter hesabına sahip olduğu tespit edilmiştir. Ziraat Fakültesi öğrencilerinin çoğunluğu mesleki konulardaki Twitter ve Facebook hesaplarını takip etmektedir. Bu çalışmanın sonuçları, ziraat öğreniminde görev alanlarda farkındalık oluşması ile ileride yapılacak tarımsal iletişim ve yayım çalışmalarında yarar sağlayacaktır.

Anahtar kelimeler: İnternet, Sosyal medya, Ziraat Fakültesi, Öğrenci

Determination of Social Media Usage Habits of Students in The Agriculture Faculty

Social media is widely used as a virtual tool in the field of communication and education especially by college students. The aim of this study was to determine the intended purposes and factors affecting the use of social media among students in the Faculty of Agriculture at Kahramanmaraş Sutcu Imam University. The main material of the research was the data obtained from surveys administered face to face to 384 students. Descriptive statistics and chi-square test were used to analyze the data. According to the findings derived from this study, all the students are using the internet and the average internet usage time is 13.75 h/ week. It was found that the students having access to internet spent 84% of their time on social media. The results of this study showed that 82.29% of students have social media account, and 73.70% of them have Facebook account and 28.65% of them have Twitter account. The majority of the Faculty of Agriculture students are following their Twitter and Facebook accounts in vocational purpose. The outcomes of this study will be useful for the awareness of those who have duty in agricultural education and will also be educatory in agricultural communications and publications in the future.

Key words: Internet, Social media, Agriculture faculty, Student

Giriş

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemelerle birlikte insanoğlunun hayatına giren internet ve internet araçları kişilerin geleneksel yaşam tarzlarını köklü bir biçimde değiştirmiştir. İletişim teknolojilerindeki değişimler, kişilerin günlük yaşamlarına da yansımıştır. Öyle ki 1980 yılında ev bilgisayarları ve internet aktarmalı sohbetlerle başlayan süreç, 1990 yılında sosyal iletişim ağlarının kullanımıyla daha da popüler hale gelmiştir (İlgaç, 2013). Bunu takiben 2003

yılında internet tabanlı web teknolojilerini daha fonksiyonel hale getirmek için ortaya konulan eğilimleri ifade eden web 2.0 terimi; bilginin internet üzerinden paylaşımında, kullanıcıların kendileri tarafından ürettikleri içerikleri özgür ve kolay bir şekilde paylaşmalarına olanak sağlamıştır (Karaman vd. 2008). Blog, microblog (Twitter, Tumblr), wikiler (Wikipedia), sosyal işaretleme (Delicious), medya paylaşım siteleri (Youtube, Flickr), Podcast, sanal dünyalar (Secondlife) ve sosyal ağlar (Facebook, Myspace, Friendfeed)

olarak adlandırılan bu siteler web 2.0 uygulamalarının en popüler örneklerindedir. Sosyal medyanın kullanım genişliğini ortaya koymak için yapılan bir araştırmaya göre; dünya üzerinde 2.5 milyar insan internet kullanmaktadır. Bu kullanıcıların 1.8 milyarının sosyal medya ağlarında hesabı bulunmaktadır. Yalnızca 2013 yılında 135 milyon insan daha sosyal ağlara katılmıştır. Sosyal medya aktif kullanıcı sayılarının her geçen yıl arttığı; Facebook'un, 1,184 milyarlık güncel aktif kullanıcı sayısı ile sosyal ağlar arasındaki liderliğini koruduğu belirtilmiştir. Amerika, Fransa, Almanya, Kanada, Brezilya, İtalya ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerde en çok tercih edilen iki sosyal ağ, Facebook ve Twitter'dır (Anonim, 2014). Türkiye'de ise internet kullanım oranı, tüm nüfusa oranla %45'tir. Türkiye'de 35 milyonun üzerinde internet kullanıcısı, 36 milyon aktif Facebook hesabı (sahte hesaplar dahil) bulunmaktadır. Türkiye'de kullanıcılar günde ortalama 4.9 saatini kişisel bilgisayarlar üzerinden, 1.9 saatini mobil cihazlar aracılığıyla internette harcamaktadır. Günde ortalama 2 saat 32 dakika sosyal medyada geçirmektedir. Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook'u (%93), sırayla Twitter (%72), Google+ (%70) ve LinkedIn (%33) takip etmektedir (Önerli, 2014).

Sosyal medyanın iletişim ve eğitim alanlarında; özellikle lise ve üniversite öğrencileri tarafından yaygın bir sanal araç olarak kullanıldığı (Li, 2007; ODTÜ ve TİB, 2011, Otrar ve Arın, 2014), öğrencilere ders çalışmalarına bağlı olarak (İlğan, 2013), katılımçılık (girişkenlik) ve akademik başarıyı yükseltme gibi olumlu katkısının yanı sıra (Junco vd.2011), bilinçsiz ve aşırı kullanımının gündelik yaşam aktivitelerini bozacak düzeyde onların beden ve ruh sağlığını olumsuz etkilediği (Otrar ve Arın 2014; Fuat ve Him 2013) ortaya konulmuştur. Amerika'da yapılan bir araştırmada; Çiftlik Hayvanları Yayımları Kurulu ve Ulusal Çiftlik Yayıncıları Birliği üyelerinin, web 2.0 araçlarını kendi mesleklerinde nasıl kullandıkları ve algıladıklarını, onu kullanan dinleyici ve izleyicilerin bu teknolojiyi nasıl kullandıklarına dair hislerini tespit etmeye yönelik bir çalışma yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; bu organizasyonlar kendi takipçileriyle bilgi paylaşımını ağırlıklı olarak web sitesi üzerinde gerçekleştiriyor olmalarına rağmen orta düzeyde mikroblog siteleri ve sosyal ağları, nadiren de blog siteleri, online video ağı ve podcast yayınları kullanmaktadırlar. Çoğunun web 2.0 araçlarını faydalı görürken, bazılarının ise zaman ve kaynak

sıkıntısı sebebiyle bunları benimsemekte temkinli davrandığı belirtilmiştir (Rohoades, 2010).

Sosyal medya kullanımının gerekliliği ve kullanım sonrası etkilerinin ölçüldüğü farklı disiplinlerde birçok çalışma yapılmıştır. Sosyal medya konulu araştırmalarda; eğitim, iletişim ve diplomasi, pazarlama, psikoloji ve sosyoloji, işletme, mühendislik alanları literatürde en sık rastlanılan disiplinlerdir. Diğerlerinden farklı olarak bu araştırmanın hedef kitlesi Ziraat Fakültesi öğrencileri olarak seçilmiştir.

Ziraat fakültesinde okutulan temel derslerden biri tarımsal yayım ve iletişim dersidir. Ziraat Mühendislerinin görevlerinden birisi de tarımsal yenilikleri uygun iletişim vasıtaları ile hedef kitle olan çiftçiye aktarmaktır. Günümüzde iletişimin bir çeşidi ise sosyal medyadır. Bu bağlamda ziraat fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin bu süreçte sosyal medya ilişkilerinin irdelenmesi önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle öğrencilerin eğlence ve iletişim dışında öğrencilik ve mesleki gelişim adına sosyal medya kullanma beceri ve isteklerini ortaya koymak istenmiştir.

Daha ayrıntılı olarak bu çalışmada;

- Öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemek,
- Öğrencilerin internet kullanım süresi ve kullanım amacını belirlemek,
- Öğrencilerin sosyal medya algısını belirlemek,
- Öğrencilerin sosyal medyada geçirilen süre ve kullanım amacını belirlemek,
- Öğrencinin kullandığı sosyal medya araçlarını belirlemek,
- Öğrencilerin sosyal medyaya erişim türlerini belirlemek,
- Öğrencilerin Facebook ve Twitter'da belirli sayfaları takip etme durumunu belirlemek,
- Öğrencilerin sosyal medya kullanımını etkileyen faktörleri belirlemek amaçlanmıştır.

Ziraat mühendisleri kamuda ve özel sektörde birçok alanda çalışmaktadır. Son yıllarda tarımsal danışmanlık hizmeti ziraat mühendislerinin en çok tercih ettiği mesleklerden biridir. Ziraat fakültelerinde verilen tarımsal yayım ve iletişim dersi ile çiftçinin karşılaşılabileceği sorunları nasıl çözebileceği konusunda yetenek geliştirmesi ve mesleki bilgi ve yenilikleri çiftçilere götürmesinde izlenecek yöntem ve davranışlara katkıda

bulunmak amaçlanmaktadır. Özellikle yeniliklerin takibinde sosyal medya gündeme gelmektedir. Tarım ve tarıma dayalı sanayi sektörlerinde hizmet sunacak ziraat mühendisi adaylarının henüz eğitim-öğretim süreçlerindeyken sosyal medya araçlarını eğlence, arkadaş edinme, iletişim kurmanın yanı sıra bilgidan haberdar olma-etme, üreticilere daha etkin ve daha hızlı hizmet sunma amacıyla kullanmalarının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Materyal ve Yöntem

Materyal

Araştırmanın ana materyali Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi (KSÜ) Ziraat Fakültesi lisans öğrencileri ile 2013 Mayıs- Haziran aylarında yüz yüze yapılan 384 anketten elde edilen veriler oluşturmaktadır. KSÜ Ziraat Fakültesinde 2011 ve 2014 yılları arası kayıt yaptıran öğrenci sayısı 1124'tür. Öğrencilerin sosyal medya hesabına sahiplik durumu bilinmediği için araştırmanın örnek hacmi, ana kitle oranlarına dayalı kümelendirilmiş tek aşamalı tesadüfi olasılık örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir (Collins, 1986; Meral ve Şahin, 2013).

$$n = t^2 \cdot [1 + (0,02) \cdot (b-1)] \cdot (p \cdot q) / e^2 \dots \dots \dots (1)$$

n= örnek hacmi

t: %95 önem derecesine karşılık gelen tablo değeri

b: Örnekleme aşaması (bu aşama tek aşamalı olduğu için 1 alınmıştır)

p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı %50 olarak alınmıştır.

q: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı (1-p)

e: Kabul edilen hata payını (bu çalışmada %5 olarak alınmıştır) ifade etmektedir.

b=1 alındığında denklem; $n = t^2 \cdot (p \cdot q) / e^2$ şeklini almaktadır, değerler yerine koyulduğunda;

$$n = (1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5) / (0,05)^2 \quad n = 384 \quad \text{olarak bulunmuştur.}$$

Belirlenen örnek hacmi Ziraat Fakültesi bünyesindeki 9 bölüm ve her aşamadan sınıflara oransal olarak dağıtılmıştır.

Yöntem

Belirlenen amaçlar doğrultusunda veriler tanımlayıcı istatistikler ve ki-kare testi yardımıyla

analiz edilmiştir. 5'li likertli soruların ortalaması Palaz ve Boz (2008)'un geliştirmiş olduğu yorumlama skalasına göre değerlendirilmiştir.

Ortalamalar katılma kategorisi, etki kategorisi ve sıklık kategorisi kapsamında değerlendirilmiştir. Aşağıda sıralanan ortalama aralıklarına göre kategoriler belirlenmiştir.

1.00-1.49 arası= Kesinlikle katılmıyorum, tamamen etkisiz, hiçbir zaman

1.50-2.49 arası= Az katılıyorum, az etkili, çok nadir

2.50-3.49 arası= Orta derece katılıyorum, orta derecede etkili, ara sıra

3.50-4.49 arası= Oldukça katılıyorum, oldukça etkili, sık sık

4.50-5.00 arası= Kesinlikle katılıyorum, tamamen etkili, her zaman

Anketlerin güvenilirliği likert sorulara Cronbach alfa içsel tutarlılık katsayısı uygulanarak hesaplanmış ve %83.9 oranında bir güvenilirlik elde edilmiştir.

Bulgular

Sosyo-Demografik Özellikler

Anket yapılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri Çizelge 1'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde öğrencilerin ortalama yaşının 21.77 yıl olduğu, %40.89'unun 21-22 yaş grubunda olduğu gözlenmiştir. Öğrencilerin %51.82'sinin kadın, %92.97'sinin bekâr olduğu, Öğrencilerin memleketleri incelendiğinde %26.56'sının Kahramanmaraşlı, %7.81'inin ise Adanalı olduğu, öğrenim gördükleri bölümler incelendiğinde ise %17.45'inin gıda mühendisliği, %6.51'inin zootekni bölümünde öğrenim gördükleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin %27.60'ı 2. Sınıf olduklarını, dönem not ortalamalarının 2.23 olduğunu, ortalama tekrar edilen ders sayısının ise 1.22 olduğunu bildirmişlerdir. Öğrencilerin gelirleri incelendiğinde gelirlerinin ortalama 548.82TL olduğu %48.96'sının 301-550 TL arasında geliri olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin %30.45'inin arkadaşları ile birlikte kaldığı, %51.83'ünün orta derecede İngilizce bildikleri, %16.49'unun ise hiç bilmedikleri diğer bulgulardır.

Çizelge 1. Öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri

Table 1. Socio-demographic characteristics of the students

Demografik özellikler	Kişi sayısı	Oran (%)	Demografik özellikler	Kişi sayısı	Oran (%)
Yaş			Memleket		
≤20	115	29.95	Kahramanmaraş	102	26.56
21-22	157	40.89	Adana	30	7.81
23 ≤	112	29.17	Gaziantep	27	7.03
Toplam	384	100.00	Adıyaman	22	5.73
Cinsiyet			Şanlıurfa	21	5.47
Erkek	185	48.18	Malatya	20	5.21
Kadın	199	51.82	Mersin	18	4.69
Toplam	384	100.00	Diğer	144	37.50
Medeni durum			Toplam	384	100.00
Evli	27	7.03	Sınıf		
Bekar	357	92.97	1.sınıf	99	25.78
Toplam	384	100.00	2.sınıf	106	27.60
Bölümler			3.sınıf	89	23.18
Gıda mühendisliği	67	17.45	4.sınıf	90	23.44
Bahçe bitkileri	57	14.84	Toplam	384	100.00
Tarım ekonomisi	53	13.80	Gelir		
Bitki koruma	52	13.54	0-300	98	25.52
Tarla bitkileri	51	13.28	301-550	188	48.96
Biyosistem müh.	43	11.20	551 TL ve üzeri	98	25.52
Toprak ve bitki besl.	36	9.38	Toplam	384	100.00
Zootečni	25	6.51	Yabancı dil bilme düzeyi		
Toplam	384	100.00	Hiç bilmiyorum	63	16.49
Yaşadığı yer			Az biliyorum	199	51.83
Devlet yurdu	97	25.20	Orta derecede biliyorum	106	27.49
Özel yurt	44	11.55	İyi biliyorum	15	3.93
Ailemle birlikte	93	24.15	Çok iyi biliyorum	1	0.26
Arkadaşlarıyla birlikte evde	117	30.45	Toplam	384	100.00
Diğer	33	8.65			
Toplam	384	100.00			

İnternet kullanım bilgileri

Öğrencilerin internet kullanım bilgileri Çizelge 2’de verilmiştir. Öğrencilerin tamamı internet kullanmakta olup ortalama internet kullanım süresi 13.75 sa/hafta’dır. Türkiye’de ortalama internette geçirilen süre ise 18.13 sa/haftadır (Önerli, 2014). Sosyal medyada geçirilen vakit 11.55 sa/haftadır. Akıncı Vural ve Bat (2010) araştırmalarında anket yapılan öğrencilerin %41.1’inin günde 1-3 saat arası sosyal ağlarda vakit geçirdiğini tespit etmiştir. Önerli (2014)

araştırmasında Türkiye’de bireylerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin ortalama 2.3 sa/gün olduğunu bildirmiştir. Sosyal medya kullanımının hızlı bir şekilde yükseldiği ve yaygınlaştığı anlaşılmaktadır. Öğrencilerin %82.29’u sosyal medyayı kullanmaktadır. Öğrenciler internet kullanmak için ayırdıkları zamanın %84’ünü sosyal medyada geçirmektedirler. Öğrencilerin %66.15’inin cep telefonlarında internet olduğu, yalnızca %35.17’sinde internet erişimi ile ilgili derslerinin olduğu diğer bulgulardır (Çizelge 2).

Çizelge 2. İnternet ve sosyal medya kullanım bilgileri

Table 2. Information of internet and social media usage

İnternet kullananların oranı(%)	100.00
Ortalama internet kullanım süresi (sa/hafta)	13.75
Ortalama sosyal medyada geçirilen vakit (sa/hafta)	11.55
Sosyal medya kullanımının internet kullanımı içinde payı (%)	84.00
Sosyal medya kullanan oranı (%)	82.29
Cep telefonunda internet paketi olanların oranı (%)	66.15
İnternet erişim ile ilgili dersi olanların oranı (%)	35.17

Öğrencilerin internet kullanımlarına yönelik 9 amaç sorgulanmıştır. Öğrencilerin interneti kullanmadaki en önemli amacının sırasıyla gündemi takip etmek (3.82), araştırma yapmak (3.63) ve sosyal medyayı takip etmek (3.63) olduğu, en az ise resmi hizmetler (2.88) ve elektronik posta alışverişi yapmak (2.88) olduğu tespit edilmiştir. Geliştirilen yorumlama skalasına göre gündemi takip etmek, araştırma yapmak, sosyal medyayı takip etmek ve eğlence faktörlerinin oldukça katılıyorum kategorisinde; elektronik posta alışverişi, diğer ve resmi hizmetler faktörlerinin ise orta derecede katılıyorum kategorisinde yer aldığı görülmektedir (Çizelge 3). Bu sonuca paralel olarak Akıncı Vural ve Bat (2010) araştırmalarında öğrencilerin %36.7'sinin interneti kullanmadaki öncelikli amaçlarının bilgi alışverişi olduğunu %26.6'sının

sosyal ağları kullanmak olduğunu tespit etmişlerdir.

Sosyal medya kullanım durumu

Öğrencilere sosyal medya denildiğinde aklınıza ilk ne geliyor sorusu yöneltildiğinde öğrencilerin %31.38'i iletişim, %23.40'ı paylaşım, %10.64'ü ise eğlence geldiğini belirtmişlerdir (Çizelge 4).

Öğrencilere Çizelge 5'te belirtilen sosyal medyaya erişimde yaygın olarak kullanılan araçların hangileri ile sosyal medyaya eriştikleri sorulduğunda %83.38'i kişisel bilgisayar/laptop ile, %72.04'ü cep telefonu/akıllı telefon ile %16.67'si ise internet kafeden eriştiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 5).

Çizelge 3. İnternet kullanım amacı

Table 3. Purpose of internet usage

	Min	Max	Ortalama	Std. Sapma	Katılma Kategorisi
Gündemi takip etmek	1.00	5.00	3.82	1.23	Oldukça katılıyorum
Araştırma yapmak	1.00	5.00	3.63	1.23	Oldukça katılıyorum
Sosyal medyayı takip etmek	1.00	5.00	3.63	1.29	Oldukça katılıyorum
Eğlence (video izlemek, oyun oynamak)	1.00	5.00	3.62	1.34	Oldukça katılıyorum
Diğer	1.00	5.00	3.19	1.28	Orta derecede katılıyorum
Elektronik posta alışverişi	1.00	5.00	2.88	1.37	Orta derecede katılıyorum
Resmi hizmetler	1.00	5.00	2.82	1.28	Orta derecede katılıyorum

1>Kesinlikle Katılmıyorum 2>Katılmıyorum 3>Orta Derecede Katılıyorum 4>Oldukça Katılıyorum 5>Kesinlikle Katılıyorum

Çizelge 4. Sosyal medya hakkındaki bilgiler

Table 4. Information about social media

	Kişi sayısı	Oran (%)
Sosyal medya		
İletişim	120	31.38
Paylaşım	90	23.40
Anlık Erişim	70	18.09
Bilgi	63	16.49
Eğlence	41	10.64
Toplam	384	100.00

Çizelge 5. Sosyal medya erişim türleri

Table 5. Access types of social media

Sosyal medya erişim türleri	Evet	Hayır	Oran (%)
Kişisel bilgisayar/ Laptop	83.38	16.62	100.00
İnternet kafe	16.67	83.33	100.00
Yurt/apart bilgisayar	18.55	84.45	100.00
Cep telefonu/Akıllı telefon	72.04	27.96	100.00
Tablet	22.58	77.42	100.00

Öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanım sıklığını belirlemek amacıyla Çizelge 6'daki sosyal medya çeşitlerinin kullanım sıklığı sorulmuştur. Öğrencilerin sırasıyla en sık sosyal ağları kullandıkları (3.75), medya paylaşım sitelerini (3.29) kullandıkları en az ise podcast (1.39) ve sanal dünyaları (1.48) kullandıkları tespit edilmiştir. Yorumlama skalasına göre sosyal ağların sık sık kategorisinde; medya paylaşım siteleri ve wikilerin ara sıra kategorisinde; çevrimiçi topluluklar, mikroblog, blog ve sosyal işaretleme ve etiketlemelerin çok nadir; sanal dünyalar ve podcastlerin ise hiçbir zaman kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Yıldırım ve Varol (2013) araştırmalarında öğrencilerin %74.9'unun sosyal ağlardan en sık Facebook'u kullandıklarını tespit etmişlerdir. Akıncı Vural ve Bat (2010) da öğrencilerin %85.9'unun sosyal ağları, %53.6'sının medya paylaşım sitesini kullandıklarını ve öğrencilerin %88.7'sinin sosyal işaretleme ve etiketleme sitelerini kullanmadıklarını tespit etmişlerdir. Benzer bir sonuca ulaşan Otrar ve Argın (2014)'nin araştırma sonuçlarına göre Facebook %71,8'lik kullanım oranı ile en fazla kullanılan sosyal medya sitesidir. ODTÜ ve TİB (2011)'in raporuna göre de Facebook %99'luk kullanım oranı ile en fazla kullanılan sosyal ağ durumundadır. Sosyal medya kullanma amaçlarına yönelik önermeler Çizelge 7'de verilmiştir. Öğrenciler sosyal medyayı sırasıyla en çok iletişim kurmak (4,02), güncel olaylardan

haberdar olmak (3.91), eğlenceli içerikler ile zaman geçirmek amacıyla kullanırken, en az tüketim (2.15) ve tanışma (2.48) amacıyla kullandıkları belirtmişlerdir. İletişim, güncel olaylardan haberdar olma ve eğlenceli içerikler ile zaman geçirme faktörleri oldukça etkili; fikir alışverişinde bulunmak, deneyimleri paylaşmak ve bilgiye erişim faktörleri orta etkili; tanışma ve tüketim faktörleri ise az etkili kategorisinde yer almaktadır. Fuat ve Him (2013) araştırmalarında öğrencilerin %47'sinin iletişim amacıyla internet kullandıklarını tespit etmişlerdir. Bu sonuçlara paralel olarak sosyal medya denildiğinde öğrencilerin aklına en çok iletişim geldiği görülmektedir (Çizelge 4).

Sosyal medyada hangi bilgileri paylaştıklarına yönelik yöneltilen 10 önermeye öğrencilerin sırasıyla en çok satın aldığı mal/hizmeti paylaşıyorum (1.83), okulda öğrendiğim bilgiyi paylaşıyorum (1.79), yiyecek (tükettiğim gıdaların resimlerini paylaşıyorum) (1.76) önermelerine katıldıklarını belirtmişlerdir. En az ise dünya görüşüme uygun bilgiler (politik görüşler) paylaşıyorum (1.55) ve güncel haberleri paylaşıyorum (1.52) önermelerine katıldıklarını belirtmişlerdir. Önermelerin tamamının az katılıyorum kategorisinde yer aldığı gözlemlenmektedir (Çizelge 8). Sosyal medyada çok fazla içerik paylaşılmasına rağmen KSU Ziraat fakültesi öğrencilerin mesaj iletmekten daha çok almaya açık oldukları anlaşılmaktadır.

Çizelge 6. Sosyal medya kullanım sıklıkları

Table 6. Frequency of social media usage

	Min	Max	Ortalama	Std. Sapma	Sıklık Kategorisi
Sosyal ağlar (Facebook. Google Plus. LinkedIn)	1.00	5.00	3.75	1.28	Sık sık
Medya paylaşım siteleri (Youtube. Flickr. Slideshare)	1.00	5.00	3.29	1.44	Ara sıra
Wikiler (Wikipedia)	1.00	5.00	2.51	1.46	Ara sıra
Çevrim içi topluluklar (Sözlükler. forumlar)	1.00	5.00	2.41	1.30	Çok nadir
Mikroblog (Twitter)	1.00	5.00	2.01	1.36	Çok nadir
Blog	1.00	5.00	1.63	0.95	Çok nadir
Sosyal işaretleme ve etiketleme (StumbleUpon. Digg. Reddit)	1.00	5.00	1.58	1.01	Çok nadir
Sanal dünyalar (Knight online. WOW)	1.00	5.00	1.48	0.93	Hiçbir zaman
Podcast (Itunes)	1.00	5.00	1.39	0.87	Hiçbir zaman

1>Hiçbir zaman 2>Çok nadir 3>Ara sıra 4>Sık sık 5>Her zaman

Çizelge 7. Sosyal medya kullanım amaçları

Table 7. Usage purpose of social media

	Min.	Max.	Ortalama	Std.Sapma	Etki kategorisi
İletişim (arkadaşlarla görüşmek)	1.00	5.00	4.02	1.15	Oldukça etkili
Güncel olaylardan haberdar olma	1.00	5.00	3.91	1.19	Oldukça etkili
Eğlenceli içerikler ile zaman geçirmek	1.00	5.00	3.50	1.36	Oldukça etkili
Fikir alışverişinde bulunmak	1.00	5.00	3.36	1.28	Orta etkili
Deneyimleri paylaşmak	1.00	5.00	2.99	1.37	Orta etkili
Bilgiye erişim(eğitim/öğretim)	1.00	5.00	2.95	1.26	Orta etkili
Tanışma	1.00	5.00	2.48	1.49	Az etkili
Tüketim (alışveriş yapmak)	1.00	5.00	2.15	1.23	Az etkili

1>Tamamen etkisiz 2> Az etkili 3>Orta Etkili 4>Oldukça Etkili 5>Tamamen Etkili

Çizelge 8. Sosyal medyada paylaşılan bilgiler

Table 8. Shared information on social media

	Min	Max	Ortalama	Std. sapma	Katılma kategorisi
Satın aldığım mal/hizmeti paylaşıyorum	1.00	5.00	1.83	0.49	Az Katılıyorum
Okulda öğrendiğim bilgiyi paylaşıyorum	1.00	5.00	1.79	0.69	Az Katılıyorum
Yiyecek (tükettiğim gıdaların resimlerini paylaşıyorum)	1.00	5.00	1.76	0.63	Az Katılıyorum
Beğendiğim markaları paylaşıyorum	1.00	5.00	1.66	0.63	Az Katılıyorum
Tuttuğum takımın bilgilerini paylaşıyorum	1.00	5.00	1.61	0.76	Az Katılıyorum
Bulduğum مکانı/yeri paylaşıyorum	1.00	5.00	1.59	0.74	Az Katılıyorum
Okuduğum bölüm ile ilgili bilgileri paylaşıyorum	1.00	5.00	1.59	0.74	Az Katılıyorum
Arkadaşlarımın iletilerini paylaşıyorum	1.00	5.00	1.56	0.77	Az Katılıyorum
Dünya görüşüme uygun bilgiler (politik görüşler) paylaşıyorum	1.00	5.00	1.55	0.69	Az Katılıyorum
Güncel haberleri paylaşıyorum	1.00	5.00	1.52	0.89	Az Katılıyorum

1>Kesinlikle Katılmıyorum 2>Az Katılıyorum 3>Orta Derecede Katılıyorum 4>Oldukça Katılıyorum 5>Kesinlikle Katılıyorum

Facebook ve Twitter kullanım bilgileri

Öğrencilerin % 73.70'inin Facebook hesabına sahip olduğu, %28.65'inin ise Twitter hesabına sahip olduğu tespit edilmiştir. Akyazı ve Ünal (2013) araştırmasında öğrencilerin %89.5'inin Facebook hesabına, %75.5'inin Twitter hesabına sahip olduğunu bildirmiştir. Facebook kullanan öğrencilerin arkadaş sayıları ortalama 239.63 kişi, Facebook'taki beğendikleri sayfa sayısı ortalama 53.99, Facebook'taki takip ettikleri grup sayfası sayısı ise ortalama 15.91'dir. Facebook kullanan kişilerin %57'sinin arkadaşları arasında yabancı uyruklu kişilerin olmadığı diğer bir bulgudur. Twitter kullanan öğrencilerin ise toplam takipçi sayısı ortalama 66.0, toplam takip edilen kişi sayısı ortalama 92.35'dir. Kişi başı günlük atılan tweet sayısı ortalaması 3.72, kişi başı toplam şimdiye kadar atılan tweet sayısı ortalaması 177.56'dır. Twitter kullanan kişilerin %56'sının arkadaşları arasında yabancı uyruklu kişilerin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Çizelge 9).

Öğrencilerin Facebook ve Twitter' da takip ettikleri sayfalar incelendiğinde öğrencilerin %81.16'sının üniversite sayfası/üniversitelerin internet sayfasını, %60.67'sinin ÖSYM sayfasını, %55.90'ının Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı sayfasını takip ettiklerini, öğrencilerin sadece %12.64'ünün Dünya Bankası'nın sayfasını, ve %16.53'ünün FAO'nun sayfasını takip ettikleri tespit edilmiştir (Çizelge 10). Anket yapılan öğrencilerinin çoğunluğu TÜBİTAK, FAO, TÜİK, Dünya Bankası, Kooperatifler, Ziraat Mühendisleri Odası ve öğretim üyelerinin Twitter ve Facebook hesaplarını takip etmemektedir. Bu sonuçlara göre anket yapılan öğrencilerin çoğunluğunun mesleki konularda yardım alacakları siteleri takip etmedikleri görülmektedir. Çizelge 1 ve Çizelge 7'deki bulgulara bağlı olarak öğrencilerin sosyal medyayı bilgi edinmekten daha çok iletişim (arkadaşları ile görüşmek) amacıyla kullandıkları için mesleki sitelerden çok yararlanmadıkları bunun yanı sıra FAO, Dünya Bankası gibi yabancı dil içerikli sitelere yabancı dil bilgilerinin yeterli olmamasından kaynaklı giremedikleri sonucuna ulaşabiliriz..

Çizelge 9. Facebook ve Twitter kullanımına ilişkin bilgiler

Table 9. Information about the use of Facebook and Twitter

	Min	Max	Ortalama	Std. Sapma
Facebook arkadaş sayısı:	10.00	970.00	239.63	162.88
Facebook Beğeni sayfa sayısı:	0.00	450.00	53.99	79.15
Facebookta takip edilen grup sayfası:	0.00	300.00	15.61	38.00
Twitter sizi takip eden sayı:	0.00	560.00	66.00	100.89
Twitter sizin takip ettiğiniz sayı:	0.00	650.00	92.35	136.72
Atılan toplam tweet sayısı	0.00	2050.00	177.56	379.70
Günlük atılan tweet sayısı	0.00	50.00	3.72	8.88

Çizelge 10. Facebook ve Twitterda takip edilen internet sayfaları

Table 10. Web pages followed in Facebook and Twitter

	Evet oran (%)	Hayır oran (%)	Oran (%)
Üniversite Sayfası/Üniversitelerin İnternet Sayfası	81.13	18.87	100.00
TÜİK	26.33	73.67	100.00
Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	55.90	44.10	100.00
Ziraat Mühendisleri Odası	46.50	53.50	100.00
Kooperatifler	24.93	75.07	100.00
FAO	16.53	83.47	100.00
Dünya Bankası	12.64	87.36	100.00
İş İlanları	37.25	62.75	100.00
Yabancı Dil Öğrenme Siteleri	44.10	55.90	100.00
Memurlar.net	42.02	57.98	100.00
ÖSYM	60.67	39.33	100.00
TÜBİTAK	40.06	59.94	100.00
Üniversite hocalarımı takip ediyorum	38.98	61.02	100.00

Sosyal medya kullanma durumunu etkileyen unsurların istatistiksel analizi

Öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları incelendiğinde %82.3'ünün sosyal medya kullandığı, %17.7'sinin sosyal medya kullanmadıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımı ile belirli değişkenler arasındaki istatistiksel ilişkiyi ortaya koymak amacıyla ki-kare analizi uygulanmıştır. Analizde öğrencilerin yaş, dönem not ortalaması, gelir, cinsiyet, sınıf, cep telefonunda internet olma durumu ve eğlence amacı ile internet kullanma durumu ve akıllı telefona sahip olma durumu ile sosyal medya kullanımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olup olmadığı değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda yaş, dönem not ortalaması, cep telefonunda internet erişimine sahip olma durumu, eğlence amacı ile internet kullanma durumu ve akıllı cep telefonuna sahip olma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir (Çizelge 11). Yaş azaldıkça sosyal medya kullanan kişi sayısında bir artış olduğu tespit edilmiştir, yaş ile sosyal medya kullanan kişi sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p=0,070<0,10$). Dönem not ortalaması ≤ 1.99 ve altında olan öğrencilerin %84.7'sinin, 2.00-2.50 olan öğrencilerin 85.7'sinin,

2.51 ve üzeri dönem not ortalamasına sahip öğrencilerin %71.1'inin sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir. Dönem not ortalaması ile sosyal medya kullanım durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu dönem not ortalaması arttıkça sosyal medya kullanım oranının azaldığı tespit edilmiştir ($p=0,010\leq 0,010$). Cep telefonunda internet olanların %85.4'ünün sosyal medya kullandığı, cep telefonunda internet olmayanların ise %76.6'sının internet kullandığı ve aralarında doğrusal bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanma durumu ile cep telefonunda internet olma durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=0,024<0,05$). Tamamen eğlence amacı ile interneti kullanan öğrencilerin %93.2'sinin eğlence amacı ile interneti kullanmayan öğrencilerin %44.2'sinin sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir. Eğlence amacı ile internet kullanma ile sosyal medya kullanım durumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p=0,000<0,010$). Akıllı cep telefonu olan öğrencilerin %84.7'sinin sosyal medya kullandığı, olmayan öğrencilerin ise %76.9'unun sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir. Akıllı telefona sahip olma ile sosyal medya kullanımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($p=0,076<0,10$).

Çizelge 11: Sosyal medya kullanım durumunun istatistiksel analizi
Table 11: Statistical analysis of social media usage status

	Sosyal medya kullanan oran (%)	Sosyal medya kullanmayan oran (%)	Toplam oran (%)
Yaş grupları			
18-21 yaş	84.56	15.44	100.00
22 yaş ve üzeri	76.79	23.21	100.00
Toplam	82.29	17.71	100.00
Ki kare: 3.289 p:0.070*			
Dönem not ortalaması			
≤1.99	84.69	15.31	100.00
2.00-2.50	85.71	14.29	100.00
2.51 ve üzeri	71.08	28.92	100.00
Toplam	82.29	17.71	100.00
Ki kare: 9.174 p: 0.010***			
Gelir			
0-300 TL	78.57	21.43	100.00
301-550 TL	80.85	19.15	100.00
551 TL ve üzeri	88.78	11.22	100.00
Toplam	82.29	17.71	100.00
Ki kare: 4.026 p:0. 134			
Cinsiyet			
Erkek	81.62	18.38	100.00
Kadın	82.91	17.09	100.00
Toplam	82.29	17.71	100.00
Ki kare: 0.710 p: 0.740			
Sınıf			
1. sınıf	84.85	15.15	100.00
2. sınıf	85.85	14.15	100.00
3. sınıf	78.65	21.35	100.00
4. sınıf	78.89	21.11	100.00
Toplam	82.29	17.71	100.00
Ki kare: 2 .889 p: 0.409			
Cep telefonunda internet olma durumu			
Evet	85.43	14.57	100.00
Hayır	76.15	23.85	100.00
Toplam	82.29	17.71	100.00
Ki-kare: 5.081 p:0.024**			
Eğlence amacı ile interneti kullanma durumu			
Kesinlikle katılmıyorum	44.19	55.81	100.00
Katılmıyorum	55.56	44.44	100.00
Orta derecede katılıyorum	83.72	16.28	100.00
Oldukça katılıyorum	91.57	8.43	100.00
Tamamen katılıyorum	93.02	6.98	100.00
Toplam	82.07	17.93	100.00
Ki kare: 70.586 p:0.000***			
Akıllı telefon sahip olma durumu			
Evet	84.70	15.30	100.00
Hayır	76.92	23.08	100.00
Toplam	82.53	17.47	100.00
Ki kare: 3.144 p:0.076*			

*0.1 düzeyinde anlamlıdır **0.05 düzeyinde anlamlıdır ***0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma ile Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde öğrenim gören Ziraat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımını etkileyen değişkenler belirlenmiştir. Öğrencilerin tamamı internet kullandığını, internette geçirdikleri zamanın büyük bir çoğunluğunu sosyal medyada geçirdiklerini ve sosyal medyayı daha çok gündemi takip etmek amacıyla kullandıklarını bildirmişlerdir. Ziraat Fakültesi öğrencilerin mesleklerine yönelik kurumların hesaplarını takip etme oranları düşük bulunmuştur. Öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal medya hesabı vardır ve haftalık yaklaşık 12 saati sosyal medyada geçirmektedirler. Mesleki farkındalık noktasında öğrenim kurumlarının, meslek örgütlerinin ve resmi kurumların sosyal medya kullanımını artırmaları yararlı olacaktır. Bu konuda üniversitelerde ve diğer kurumlarda verilecek seminerler ve eğitim programları ile öğrencilerin sosyal medyayı mesleki sayfaları daha aktif kullanması sağlanabilir. Öğrencilerin sosyal medyada daha çok mesaj alıcı konumunda oldukları ve mesleki öğrenim ve bilgi edinimi amaçlarının daha düşük olduğu saptanmıştır. Ziraat fakültesi ders müfredatlarında mesleki bilgi edinmede sosyal medyayı kullanma yöntemlerini içeren derslerin okutulması yararlı olabilir. Böylece, mesleki öğrenim ve bilgi ilgisinin dersler ve ödevlerle artırılması ile katkı sağlanabilir. Araştırma sonuçları ışığında öğrencilerin internette geçirdikleri ortalama sürenin %84'ünü sosyal medyada geçirdiklerini ve sosyal medyanın yaşamlarına önemli bir yer tuttuğu gözlemlenmektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya araçlarından en çok sosyal ağları kullandığı, sosyal ağlardan ise Facebook hesaplarını kullandıklarını tespit edilmiştir. Sosyal ağlarda Ziraat Fakültesi öğrencilerin büyük çoğunluğunun üniversitelerin sayfalarını beğendiğini, ancak kendilerine mesleki fayda sağlayacak sayfaları beğenen öğrencilerinin sayısının oldukça az olduğu sonucunu görmekteyiz. Bu bulgular ışığında Üniversite sayfalarında yaratıcı öğrenme yöntemleri ile paylaşılacak mesleki bilgiler ile bilginin yayılımı sağlanacaktır. Bunun yanı sıra üniversite sayfalarının öğrencilerin mesleki yaşantılarına olumlu katkılar sağlayacak sayfaları önermesi öğrencilerin öğrenme istekliliğine olumlu katkılar sağlayacaktır. Özellikle bölüm sayfalarında mesleki konulara yönelik internet sayfası linkleri ve sosyal medya adresleri önerilmesi yararlı olacaktır. Kimi

üniversitelerde eğitim ve öğretimde bazı yeteneklerin ve kişisel gelişimin (pazarlama, ikna vb) sağlanmasında sosyal medyadan yararlanılmaktadır. Bu bağlamda tarımsal iletişim ve yayım hizmeti de yapacak olan Ziraat Mühendislerinin bu konuda öğrenim döneminde yönlendirilmeye ihtiyacı vardır.

Kaynaklar

- Akinci Vural, Z.B. ve Bat, M. 2010. Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yasar University 20(5):3348-3382.
- Akyazı, E. ve Ünal, A. T. (2013). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı. Global Media Journal Turkish Edition. 6 (3): 1-24.
- Anonim, 2014 Global Digital Statics, <http://etonpreneurs.com/uploads/Global%20Social,%20Digital%20&%20Mobile%20Statistics,%20Jan%202014.pdf> (Erişim tarihi: 13.03.2015).
- Collins, M., 1986. Sampling (Editör: R. Worcester ve ark. 1986), Consumer Market Research Handbook. Elsevier Sci. Pub. Company Inc.
- Fuat, N. ve Him, T. 2013. Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım Durumları ve Saldırganlık Düzeyleri Arasındaki Korelasyon: GAÜ Psikoloji, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü Öğrencilerinde İnternet Kaynaklı Tutum Değişiklikleri. II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design. 02-04 May.
- İlhan, F.T. 2013. An Analysis on The Impact of Social Media on College Students' Academic Performance. http://www.academia.edu/4418324/An_Analysis_on_the_impact_of_Social_Media_on_College_Students_Academic_Performance. Erişim Tarihi: 08.03.2015.
- Junco, R., Heiberger, G., Loken, E. 2010. The Effect of Twitter on College Student Engagement and Grades, Journal of Computer Assisted Learning 27(2): 119-132.
- Karaman, S., Yıldırım, S. ve Kaban, A., 2008. Öğrenme 2.0 Yaygınlaşıyor: Web 2.0 Uygulamalarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Araştırmalar ve Sonuçları. İnet-tr'08- XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri. 22-23 Aralık ,Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Li, C. 2007. How Consumers Use Social Networks. For Interactive Marketing Professionals, June 21: 1-11.
- Meral, Y., Şahin, A. 2013. Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Gemlik Zeytini Örneği, KSÜ Doğa Bil. Derg., 16(4):16-24
- ODTÜ ve TİB 2011. Çocukların Sosyal Paylaşım Sitenin Kullanım Alışkanlıkları Araştırması Raporu. Ankara. Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu.
- Otrar, M. ve Argın, F.S. 2014. Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi. 3(1). ISSN:2146-9199.

- Önerli, B. 2014. İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2014. Digital Ajans Sektörel Haberler Kategorisi. <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2014/> Erişim Tarihi:05.03.2015.
- Palaz, S. ve Boz, İ. 2008. Üniversite Mezunu Yetişkinlerin Farklı Organizasyonlarda Gönüllü Hizmet Vermesini Etkileyen Faktörler Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,11(19):95-106
- Rhoades, E. ve Aue, K. 2010. Social Agriculture: Adoption of Social Media by Agricultural Editors and Broadcasters. <http://agrillife.org/saas/files/2011/02/rhoades2.pdf> Erişim Tarihi: 07.05.2015.
- Yıldırım, N. Ve Varol, A., 2013. Sosyal Ağlarda Güvenlik: Bitlis Eren ve Fırat Üniversitelerinde Gerçekleştirilen Bir Alan Çalışması, Türkiye Bilişim Vakfı Bilgisayar Bilimleri Dergisi, 7(7).