

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI VE ALIŞKANLIKLARININ BELİRLENMESİ

Umut Davut Başođlu

Nişantaşı Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, İstanbul
umut.basoglu@nisantasi.edu.tr

Şenol Yanar

Muđla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Muđla

Özet

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı ne amaç ile kullanıyor ve sosyal medya alışkanlıkları ne düzeyde olduklarını belirlemek amaçlanmıştır.

Üniversitelerin Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ve Spor Bilimleri Fakültesi bölümü öğrencilerinden oluşmakta olan 1000 kişilik bir gruba kolayda örneklem yoluyla örneklem olarak seçilmiştir. Anketler online olarak dağıtılmış olup 423 öğrenciden geri dönüş sağlanmıştır. Katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçlarını belirlemek amacıyla Usluel ve ark. (2014) tarafından geliştirilen, 26 sorudan oluşmakta olan "Sosyal Medya Kullanım Amaçları" ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları Ortalama (X), Standart sapma(ss) kullanılmıştır. Ayrıca araştırmada yer alan yer alan 26 maddelik sosyal medya kullanım ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliklerini test etmek amacıyla öncelikle verilerimiz keşifsel faktör analize tabi tutulmuştur.

Bulgulara göre, sosyal medyayı 6 yıl ve üzeri kullanan katılımcı sayısının fazla olduğu görülmektedir. Üniversite öğrencileri sosyal medyayı sıklıkla araştırma yapmak için kullandıkları rapor edilmiştir. Ayrıca öğrenciler sosyal medyayı her gün, günde 1-2 saat kullandıklarını söylemişlerdir.

Sonuç olarak, sosyal medya uzun yıllardır hayatımızda ve haftanın her günü ortalama 1-2 saat süre sosyal medya platformunda zaman geçiriyoruz. Sosyal medya kullanımının en fazla olduğu platform ise Facebook olduğu söylenebilir. Ayrıca sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında araştırma yapmak ve iletişimi sürdürülebilir amaçlı kullanıldığı söylenebilir.

UNIVERSITY STUDENTS 'DETERMINATION OF THE SOCIAL MEDIA USAGE AND HABITS

In the research, it was aimed to determine the purpose of university students' use of social media and the level of social media habits.

A group of 1000 people consisting of students from the School of Physical Education and Sport and the Faculty of Sports Sciences of the universities were selected as sample through sample. Surveys were distributed online and 423 students were returned. In order to determine the participants' social networking intentions, Usluel et al. "Social Media Usage Objectives" scale, which is composed of 26 questions developed by the Ministry of Health (2014). The obtained data was transferred to the computer environment. Descriptive statistical methods were used with mean (X) and standard deviation (ss) when data were evaluated. Moreover, in order to test the validity and reliability of the 26-item social media usage scale included in the survey, we were first subjected to analytical exploratory factor analysis. According to findings, it is seen that the number of participants using social media over 6 years is high. It has been reported that university students often use social media to conduct research. In addition, students said they used social media every day for 1-2 hours a day.

As a result, social media has been spending time on our social media platform for an average of 1-2 hours each day in our lives and for many years in our lives. It can be said that Facebook is the platform where social media is most used. It can also be said that social media is used to conduct research and maintain communication in terms of its use.



Giriş

1980’li yıllarda 20. Yüzyıla damgasını vuran en önemli olay ya da buluş, kuşku yok ki internetin bulunması ve toplum hizmetine sunulmasıdır. Bilgisayar teknolojisinin bulunmasından sonra iletişim uyduları ile gelişen teknolojinin birleşmesinden doğan bu yeni iletişim olgu ve süreci, çağımıza “Bilgi Çağı” adının verilmesine neden olmuştur [2]. Toplumları etkileyen internet yine toplumlar tarafından farklı şekillerde anlaşılmıştır. Bizim toplumumuz interneti daha çok kişilerarası bir sohbet ortamı, biraz da sörf ortamı olarak algılamakta, internetin bir haberleşme, bilgi, eğitim ortamı olduğunun farkına varamamaktadır [3].

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemelerle birlikte insanoğlunun hayatına giren internet ve internet araçları, kişilerin yaşam tarzlarının değişimine ve beşeri ilişkilerdeki beklentilerine yönelik değişikliklere sebebiyet vermektedir[15,4]. İletişim teknolojilerindeki değişimler, insan yaşamını etkiler hala gelmiştir. Örneğin, “1980 yılında ev bilgisayarları ve internet aktarmalı sohbetlerle başlayan süreç, 1990 yılında sosyal iletişim ağlarının” yaygın kullanımıyla popüler bir hal almıştır [8]. Akabinde 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 [9]. 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 [9].

İnternet sunduğu olanaklarla geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Televizyon ve yazılı basın gibi geleneksel iletişim kanalları görsel anlamda etkileyici olmakla birlikte, tek yönlü bir iletişim kurdukları için amaca ulaşma konusunda manipülatif oldukları düşünülmektedir. İnternetin sağladığı web uygulamalarında ise iletişim kuran taraflar arasında eş zamanlı ve iki yönlü enformasyon akışı sağlanmaktadır [12]. Kendini sürekli yenileyen internet sosyal medya ile kendi içinde altın çağını yaşamaktadır. Bu çağ öyle bir çağdır ki insanların hayatlarına dokunmaktadır. Birçok kişi arkadaşlarıyla görüşmek, arkadaşlarının fotoğraflarına ve iletilerine bakmak, mesaj göndermek ve almak, eğlenmek, boş zamanını değerlendirmek, bilgiye erişmek, gündemi takip etmek için sosyal medyayı kullanmaktadır.

Bu bağlamda, günlük hayatın içerisinde ve insan yaşamının kolaylaştırmak için sürekli gelişim gösteren teknolojinin beşeri ilişkilere ve yaşamına etkileri araştırmacılar tarafından konu olarak ele alınmaktadır. Bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin günlük yaşantıları içerisinde sosyal medya kullanımlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırma nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama yöntemiyle tasarlanmıştır. Çalışmanın evreni tüm Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ve Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri olarak belirlenmiş olup; bu evreni temsil etmesi amacıyla Üniversitelerin Beden



Eğitimi ve Spor Yüksekokulu ve Spor Bilimleri Fakültesi bölümü öğrencilerinden oluşmakta olan 1000 kişilik bir gruba kolayda örneklem yoluyla örneklem olarak seçilmiştir. Anketler online olarak dağıtılmış olup 423 öğrenciden geri dönüş sağlanmıştır. Katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçlarını belirlemek amacıyla Usluel ve ark. (2014) tarafından geliştirilen, 26 sorudan oluşmakta olan “Sosyal Medya Kullanım Amaçları” ölçeği kullanılmıştır [13]. Elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları Ortalama (X), Standart sapma(ss) kullanılmıştır. Ayrıca araştırmada yer alan yer alan 26 maddelik sosyal medya kullanım ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliklerini test etmek amacıyla öncelikle verilerimiz keşifsel faktör analizine tabi tutulmuştur. Keşifsel faktör analizi bulguları, problemleri iki maddenin düşürülmesini ardından ölçeğimizin iletişim kurma, iletişim sürdürme, araştırma, sosyal etkinlik planlama ve eğlence başlıkları altında olmak üzere toplam 5 faktör altında toplandığını göstermektedir. İletişim kurmanın cronbach alfa değeri 0,74, iletişim sürdürmenin 0,91, araştırmanın 0,88, sosyal etkinlik planlamanın 0,81 ve eğlencenin ise 0,77 olarak hesaplanmaktadır. Dolayısıyla ölçeğimiz gerekli geçerlilik ve güvenilirlik kriterlerini karşılamaktadır.

BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların betimsel istatistik tablosu

Cinsiyet		%
Kadın	56	36,9
Erkek	67	63,1
Yaş		
16-18	0	4,7
19-21	42	33,6
22-24	40	33,1
25-27	1	14,4
28-30	4	5,7
30 üstü	6	8,5
Bölüm		
Antrenör Eğitimi	2	17,0
Beden Eğitimi Öğretmeni	0	21,3
Spor yöneticiliği	17	51,3
Rekreasyon	4	10,4

Tablo 1’de araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri frekans tablosunda verilmiştir. Bulgulara göre; katılımcıların %36,9’ kadın, %63,1’ i erkek, yaş aralıkları ise %4,7’si 16-18 yaş, %33,6’sı 19-21 yaş, %33,1’i 22-24 yaş, %14,4’ü 25-27 yaş, %5,7’s, 28-30 yaş ve



%8,5'i 30 yaş ve üzeri olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların okudukları bölümlere göre dağılımı ise; %17,0'si antrenörlük eğitimi, %21,3'ü beden eğitimi öğretmenliği, %51,3'ü spor yöneticiliği ve son olarak %10,4'ü rekreasyon bölümü öğrencisi olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcılara sosyal medya kullanım alışkanlıkları

Sosyal Medyayı Kullanım Süresi		%
1 Yıdan Az		1,2
1-2 Yıl	5	3,5
3-4 Yıl	1	14,4
5-6 Yıl	06	25,1
6 Yıl Ve Üzeri	36	55,8
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı		
Her gün	78	89,4
Haftada 1-2 Gün	5	3,5
Haftada 3-4 Gün	9	6,9
Ayda 3-4 Gün		,2
Günlük Sosyal Medya Kullanımına		
0-15 Dk	4	8,0
16-30 Dk	5	20,1
31-60 Dk	8	18,4
1 Saat- 2 Saat	15	27,2
2 saatten fazla	11	26,2

Tablo 2 incelendiğinde; katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre dağılımında bir yılda az kullananlar %1,2, 1-2 yıl kullananlar %3,5, 3-4 yıl kullananlar %14,4, 5-6 yıldır kullananlar %25,1 ve 6 yıl ve üzeri sosyal medya kullanan kişiler ise %55,8 olarak tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığında her gün kullananlar %89,4, hafta 1-2 kullananlar %3,5, hafta 3-4 gün kullananlar %6,9 ve ayda 3-4 gün kullananlar %0,2 olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal medya günlük kullanıma süresine göre dağılımına bakıldığında 0-15dk %8, 16-30 dk %20,1, 31-60dk %18,4, 1-2 saat %27,2 ve 2 saatten fazla kullananlar %26,2 olarak rapor edilmiştir.



Tablo 3. Sosyal medya kullanım nedenleri ortalama ve standart sapma değerleri

Sosyal Medya Kullanım Nedenleri	rt.	Std. Spm
İletişim Başlatma	23 ,84	1,58
İletişim Sürdürme	23 ,41	1,52
Araştırma	23 ,72	1,51
Sosyal Etkinlik Planlama	23 ,34	1,51
Eğlence	23 ,72	1,65

Tablo 3 incelendiğinde; katılımcıların sosyal medya kullanım nedenleri arasında en yüksek ortalama ile araştırma yapmak amaçlı kullanım $4,72 \pm 1,51$, sonrasında iletişimi sürdürme amacıyla $4,41 \pm 1,52$, eğlence amacıyla $3,72 \pm 1,65$, Sosyal etkinlik planlama $3,34 \pm 1,51$ ve son olarak iletişim başlatmak amacıyla sosyal medya kullanan katılımcıların ortalaması ise $2,84 \pm 1,58$ olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4. Sosyal Medya Kanalları Kullanımına Tercihleri

Sosyal Medya Kanalları	Tercih Sayısı
Facebook	407
Instagram	265
Twitter	179
Tumblr	11
Youtube	255
Wikipedia	64
Foursquare (Swarm)	58
Snapchat	52
Google	107
Whatsapp	85
Bloglar	27

Tablo 4' te katılımcıların tercih ettikleri sosyal medya kanalları incelenmesi sonucunda, Facebook 407, Instagram 265, Twitter 179, Tumblr 11, Youtube 255, Wikipedia 64, Foursquare (Swarm) 58, Snapchat 52, Google 107, Whatsapp 85 ve Bloglar 27 olarak dağılım göstermektedir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Sosyal medya kullanım sürelerine göre dağılımında bir yılda az kullananlar %1,2, 1-2 yıl kullananlar %3,5, 3-4 yıl kullananlar %14,4, 5-6 yıldır kullananlar %25,1 ve 6 yıl ve üzeri sosyal medya kullanan kişiler ise %55,8 olarak tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım sıklığına bakıldığı zaman her gün kullananlar %89,4, hafta 1-2 kullananlar %3,5, hafta 3-4 gün



kullananlar %6,9 ve ayda -3-4 gün kullananlar %0,2 olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal medya günlük kullanıma süresine göre dağılımına bakıldığında 0-15dk %8, 16-30 dk %20,1, 31-60dk %18,4, 1-2 saat %27,2 ve 2 saatten fazla kullananlar %26,2 olarak rapor edilmiştir. Ayrıca katılımcıların tercih ettiği sosyal medya dağılımı ise; Facebook 407, Instagram 265, Twitter 179, Tumblr 11, Youtube 255, Wikipedia 64, Foursquare (Swarm) 58, Snapchat 52, Google 107, Whatsap 85 ve Bloglar 27 olarak dağılım göstermektedir.

Araştırmanın bulguları ile ilgili literatür incelendiğinde; Sosyal medya aktif kullanıcı sayılarının her geçen yıl artış göstermektedir. Günümüzde Sosyal medya kullanımına bakıldığında; 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 [7]. 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 geçirilmektedir. Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook'u (%93), sırayla Twitter (%72) ve Google+ (%70) takip etmektedir [11]. Yıldırım ve Varol (2013) araştırmalarında öğrencilerin %74.9'unun sosyal ağlardan en sık Facebook'u kullandıklarını tespit etmişlerdir [14]. 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. Başka bir çalışma yine benzer sonuçlar görülmektedir [1]. Otrar ve Argın (2014)'nin araştırma sonuçlarına göre Facebook %71,8'lik kullanım oranı ile en fazla kullanılan sosyal medya sitesidir. Araştırmanın bulgularında katılımcıların tercih ettiği sosyal medya platformu Facebook (407) olarak rapor edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %27,2'si günde 1-2 saat sosyal medya ya zaman harcadıklarını söylemişlerdir [10].

Şahin ve ark. (2016), öğrencilerin sosyal medya kullanımı ile ilgili yapmış oldukları bir araştırmada, 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 [17]. Ayrıca Yıldız ve ark. (2017), yapmış oldukları araştırmada üniversite öğrencilerinin bilgi arama ve iletişim sürdürme süreçlerinde sosyal medya araçlarını etkili kullandıkları belirtilmiştir. 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 [16]. Fuat ve Him (2013) araştırmalarında öğrencilerin %47'sinin iletişim amacıyla internet kullandıklarını tespit etmişlerdir[6].

Üniversite gençlerinin sosyal medya kullanımları üzerine yapılan bir araştırmada ise, öğrencilerin sosyal medya araçlarını bir rekreatif etkinlik alanı olarak kullandıkları ifade edilmiştir [5].



Sonuç olarak, sosyal medya uzun yıllardır hayatımızda ve haftanın her günü ortalama 1-2 saat süre sosyal medya platformunda zaman geçiriyoruz. Sosyal medya kullanımının en fazla olduğu platform ise Facebook olduğu söylenebilir. Ayrıca sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında araştırma yapmak ve iletişimi sürdürülebilir amaçlı kullanıldığı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- [1] Akıncı 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.
- [2] Aziz, A. (2008). İletişime Giriş, Aksu Kitapevi, İstanbul.
- [3] Dikener, O. (2010). İnternet Reklamcılığında Web Tasarımı, Aybil Yayıncılık, Konya.
- [4] Dirik, D., ve Yıldız, K., (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle Sanal Ortam Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. Dünya Spor Bilimleri Araştırmaları Kongresi bildiri kitabı, 391-392.
- [5] Er B., Yıldız, K., ve Güzel, P.(2017). Üniversite öğrencilerinin rekreatif bir etkinlik alanı olarak sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi. MCBÜ Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, II. Uluslararası Lisansüstü Eğitim Kongresi bildiri kitabı, 4, 1000-1000.
- [6] 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, Techology and Design. 02-04 May.
- [7] Global Digital Statics, (2014) Anonim, <http://etonpreneurs.com/uploads/Global%20Social,%20Digital%20&%20Mobile%20Statistics,%20Jan%202014.pdf> (Erişim tarihi: 13.03.2015).
- [8] Ilagan, F.T. (2013). An Analysis on The İmpact 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](http://www.academia.edu/4418324/An_Analysis_on_the_impact_of_Social_Media_on_College_Students_Academic_Performance). Erişim Tarihi: 08.03.2015.
- [9] Karaman, S., Yıldırım, S. ve Kaban, A. (2008). Öğrenme 2.0 Yaygınlaşıyor: Web 2.0 Uygulamalarının Eğitimde Kullanımına İlişkin Araştırmalar ve Sonuçları. İnettr'08- XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri. 22-23 Aralık, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- [10] 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.
- [11] Önerli, B. (2014) İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2014.Digital Ajans Sektörel Haberler Kategorisi. <http://www.dijitalajanslar.com/internetve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2014/> Erişim Tarihi:05.03.2015.
- [12] Sayımer, İ. (2008) Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Yayınları, İstanbul.
- [13] Usluel, Y.K., Demir, Ö. ve Çınar, M. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği. Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi, 5(2). <http://www.et-ad.net/> erişim tarihi: 10.04.2016.
- [14] Yıldırım, N., Varol, A. (2013). Sosyal Ağlarda Güvenlik: Bitlis Eren ve Fırat Üniversitelerinde Gerçekleştirilen Bir Alan Çalışması, Türkiye Bilişim Vakfı Bilgisayar Bilimleri Dergisi, 7(7).
- [15] Yıldız, K. (2016). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Boyutuyla Spor ve İletişim. Ankara: Nobel, Basım. ISBN:978-605-320-503-6.



- [16] Yıldız, K., Çokpartal, C., Ada, Ö., & Kalkan, N. (2017). A Research on facebook connection strategies of university students. 1st International Students' xx Scientific Conference (ISCC2017), 26-27.
- [17] Şahin, A., Kaynakçı, C., Aytop, Y., (2016). "Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Belirlenmesi" Journal of Tekirdag Agricultural Faculty, 13 (02)