

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL AĞLARI KULLANIMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Necla TEKTAŞ*

Özet

Her geçen gün gelişen bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler interneti günlük yaşamın vazgeçilmezleri arasına almıştır. İnternet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcı ile iletişime geçtiği, bunun yanında normal sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır. Sosyal ağların yaygınlaşması, günümüzde artık her şey gibi sosyalliğin de ölçülebilir bir hal almasını sağlamıştır. Sosyalliğin ölçütü de büyük oranda sosyal paylaşım siteleri olmuştur. Özellikle öğrenciler arasında çokça kullanılan sosyal ağların hayatın vazgeçilmezi haline gelmesi dikkat çekmektedir. Bu çalışma; Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu’nda okuyan öğrencilerin sosyal ağlara bakış açılarının analizini tespit etmek üzere hazırlanmıştır. Bu bağlamda öğrencilere anket uygulanmış, elde edilen veriler analiz edilerek sosyal ağları hangi amaçla kullandıkları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal ağlar, frekans analizi, bağımsız grup t testi, tek yönlü varyans analizi*

A Research On University Students' Social Networking Habits

Abstract

The fast-paced developments and improvements in information and communication technologies have made internet an inseparable part of daily life. In the Internet environment, users identify themselves by every culture different users from contacting it, as well as normal social life used gestures and mimics the movements symbolizing the symbols thoughts and feelings as virtual stated that the social contact that the media "social networking" is defined as. The spread of social networks

* Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler MYO.

specifically now allows the measurability of socialization as in everything else. And the measure of socialization has largely become the social networking sites. It is an interesting fact that the social networks, used intensively especially by students, have become an indispensable part of life. This study aims to discover the opinions of students attending Marmara University Technical Sciences Vocational School on social networking. For this purpose, students are surveyed, and the data collected is analyzed to discover the reasons behind students' using the social networks.

Key Words: *Social networks, frequency analysis, independent t test, one way anova*

Giriş

21. yüzyılda teknoloji ve iletişimde meydana gelen hızlı gelişmeler, bilgiye ulaşma ve onu en etkin şekilde kullanma ihtiyacını insan için vazgeçemeyeceği bir gereksinim ve gündelik yaşamının kaçınılmaz bir parçası haline getirmiştir. Günümüz dünyasında bilgiye ulaşmanın en hızlı ve pratik yolu şüphesiz ki internettir. İnternet, dünya üzerinde sadece milyonlarca bilgisayarı birbirine bağlayan bir ağ olmayıp aynı zamanda milyonlarca insanı, binlerce sosyal grubu da bağlayan bir ortam olmakla birlikte sürekli büyümekte ve gelişmektedir.

Sosyal medya günümüzde en önemli iletişim araçlarından birisi olma yolunda hızla ilerleyen internetin en gözde uygulamaları arasında yer almaktadır. İnternetin kullanılma sıklığı artarken, bu sıklık içinde de sosyal medyaya girilme oranı yükselmektedir. Yakın bir gelecekte neredeyse internet kullanımının çok önemli bir kısmının sosyal medya tarafından sağlanacağı düşünülmektedir. Sosyal medya uygulamaları artık sadece iletişimi sağlamamakta, oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok konuyu da kullanarak, bireylerin hemen her ihtiyacını sağlama niyeti içindedir. Böylece aradığı hemen her şeyi sosyal medyada bulan kişilerin başka bir araca ihtiyaçları olmayacaktır.

İnternet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcı ile iletişime geçtiği, bunun yanında normal sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır. İnternetin çok büyük bir alan olduğu düşünüldüğünde, sosyal ağların sayısının da yadigar olmayacak kadar çok olduğu gerçeği ile karşılaşılmaktadır. Kategorileri ve kullanım amaçları farklı da olsa sosyal ağlar, insanların gerçek sosyal yaşamdaki iletişimlerini, etkileşimini,

çalışmasını, hatta öğrenme sürecinin bir benzerini sanal ortamda meydana getirerek yeniden şekillendirmiştir. Gerçek ortamdaki gibi olmasa da sosyal ağlar, hayatın bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Teknolojinin soğukluğunu Web’de insanların biraraya toplanmasıyla ortadan kaldıran sosyal ağ siteleri, geleneksel ortamda insanlar arasında gerçekleşen yüz-yüze iletişimin yarattığı etkinin benzerini sanal ortamda meydana getirmektedir.

Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar

Sosyal medyanın, yaşamımızın hızla vazgeçilmezleri arasında yer almakla kalmayıp, kullanımının farklı sektörlerle de entegre olarak gelişmesi hayatımızdaki yerini sağlamlaştırmaktadır. Başlarda çok fazla önemsenmeyen sosyal medyanın artık kendisini idare edecek kadar bilgisayar kullanmayı bilen hemen her yaştan kişinin temel ilgi alanları içinde yer aldığı görülmektedir.

Rheingold (2000) sanal toplulukları, insani hislerle yeterli sayıda insanın sanal alanda kişisel ilişki ağlarını biçimlendirmek için, herkese açık konuşmaları yeterli uzunlukta sürdürdüğü zaman, nette ortaya çıkan sosyal toplanma yerleri olarak tanımlamaktadır.

Bireylerin sosyal medya kullanımı kişiden kişiye göre değişmektedir. Sosyal medya araçlarından hepimizin beklentileri değişik olmakta, farklı farklı kullanımlar farklı farklı doyumlara neden olabilmektedir. Sosyal medya bazıları için sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken, başka bazıları için ise sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek, takip edilmek isteğinin tezahürü şeklinde ortaya çıkabilmektedir.

Sosyal medya daha çok bu teknoloji üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşimi, topluluk oluşumunu ve işbirliği projelerini gerçekleştirmeyi sağlayan siteler olarak tanımlanmaktadır (Bruns ve Bahnisch’den aktaran Akar, 2010: 17). Artık e-mail’lerin yerini almaya aday olan sosyal medya uygulamaları bilgisayara da ihtiyaç göstermeden bu yeni nesil telefonlarla, tabletlerle bütünleşik bir şekilde yaşamımız içinde yerlerini almaya başlamışlardır.

Kim’e göre (2008) sanal topluluk denilince birbiriyle online etkileşim kuran insan grupları kastedilir. Sanal topluluklar bilgiyi bir araya getirmekle değil, insanları bir araya getirmekle ilgilidir. Bu etkileşim kısa süreli olabileceği gibi, uzun süreli ya da kısa sıklıklarla da olabilmektedir.

Hagel ve Armstrong’a (1997, s.18-19) göre bu etkileşimler insanların dört temel ihtiyacını karşılamak arzusuna dayanmaktadır; ilgi, ilişki, hayal gücü ve

işlem yapma. Bu temel ihtiyaçlara odaklanma açısından sanal topluluklar farklılaşacaktır.

Sosyal Ağ Çeşitleri

Buss ve Strauss'a (2009) göre online topluluk türü olarak sosyal ağlar, kullanıcılar arasındaki ilişkilerin geliştirildiği web siteleri olarak ifade edilen online toplulukların en saf biçimidir. Online sosyal ağlar ya da sosyal ağ siteleri (İngilizce kısaltması SNS), 21.yüzyılın en çok dikkat çeken teknolojik fenomenlerinden birisidir. Değişik sosyal ağ siteleri günümüzde küresel olarak en çok ziyaret edilen Web siteleri arasındadır. Bu tarz siteler, yarı biçimlendirilmiş bir formda bireylerin kişisel bilgilerini yayımlamasına imkan vermektedir ve çeşitli türlerde ilişkileri olan diğer üyelere bağlantıları ifade etmektedir (Finin vd.,2005,s.418-419).

Sosyal medya araçları geniş bir kullanım alanı içerisinde kendine yer bulmaktadır. Dünyada çoğu insan 2002'de faaliyete geçen Friendster'ı ilk ciddi etki yaratan site olarak görmektedir. Friendster'den sonra birçok site faaliyete geçmiştir.

Sosyal ağlar genel olarak aşağıdakileri içerir (Dawley, 2009: 111):

- Sosyal siteler: MySpace (2003), Facebook (2004), Twitter (2008)
- Fotoğraf Paylaşım Siteleri: Flickr (2004), PhotoBucket.
- Wikiler: Wetpaint, PBWiki.
- Video Paylaşım: YouTube.
- İçerik etiketleme: MERLOT, SLoog.
- Profesyonel Ağ Siteleri: LinkedIn (2003), Xing.
- Bloglar: Blogger.com, Wordpress.
- Sanal Kelime:SL, Active Worlds, There, Whyville,Club Penguin, HiPiHi.

Sosyal medya için dünya çapında rakamsal bir değerlendirme yapıldığında şöyle bir tablo ile karşılaşılmaktadır (Kahraman, 2009):

- Twitter'ın 2008 için büyüme oranı: %1.500.
- İnternette sosyal medya pornoyu geride bırakmıştır.
- Dünya üzerinde her üç kişiden ikisi sosyal ağları ziyaret etmektedir.
- Her gün Youtube'ta 100 milyon video izlenmekte ve her dakika 20 saatlik video yüklenmektedir.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma

- Her gün Facebook üzerinde 8 milyar dakika geçirilmekte ve 285 milyon adet içerik paylaşılmaktadır.
- 350 milyon aktif kullanıcısı ile Facebook bir ülke olsaydı Çin ve Hindistan'dan sonra dünyanın en kalabalık 3. ülkesi olurdu.
- 307 milyon üyesi ile YouTube Çin ve Hindistan'ın ardından 3. en kalabalık ülke olurdu.
- Twitter'a açıldığı günden bu yana 6.7 milyar tweet gönderildi.
- İnternet kullanıcılarının sadece % 65.1'i e-posta kullanmakta, sosyal ağları kullananlar ise %68'dir.
- 14 milyondan fazla kullanıcıyla Türkiye Facebook'ta en aktif 3. ülke Friendfeed'in Dünya'da en popüler olduğu ülke Türkiye'dir
- Türkiye, Avrupa'nın internette en çok zaman geçiren ülkesi durumundadır.

Son yıllarda, sosyal ağ sitelerine, on milyonlarca internet kullanıcısı talep gösterdi ve böylece sosyal ağlar hem yetişkinler hem de gençler arasında kullanıcılarla değerini arttırdı. Bu noktada sosyal ağlar ile ilgili sayısal verilere bakıldığında büyük önem arz eden rakamlar ile karşılaşmaktadır. (Lenhart ve Madden, 2007:2)

- Üniversite öğrencilerinin % 82'si ve 19 yaş altının % 55'i sosyal ağ kullanır.
- 13-19 yaş arasının % 28'inin blogu bulunmaktadır.
- İnternet kullanıcılarının % 28'i etiketlenmiştir ya da fotoğraflar, yeni hikayeler veya blog mektupları gibi online içeriklerine göre sınıflandırılmışlardır.
- İnternet kullanıcılarının % 48'i YouTube gibi video paylaşım sitesi kullanmaktadırlar.

Türkiye, sosyal ağlarda vakit geçirme bakımından dünyada beşinci sırada yer alarak Avrupa ortalamasının bile üstünde bulunmaktadır (%95.7). Sosyal medyada en çok Facebook ve Twitter sitelerinin kullanıldığı ve üniversite öğrencileri arasında yaygınlığı söz konusudur. Facebook'un üye sayısı yaklaşık 717 milyon, Türkiye ise yaklaşık 30 milyon üye sayısı ile dünyada 5. sırada yer alıyor. Twitter'ın Türkiye'deki kullanıcı sayısı 5 milyona yaklaşırken, LinkedIn kullanan Türklerin sayısı 630.000'i bulunuyor. Avrupa'nın en çok online video (Youtube, Vimeo, Dailymotion) izleyen 2. ülkesi olan Türkiye'de diğer sosyal ağların kullanımı da hızla artıyor. Üniversiteler arasındaki kullanım oranına da

bakıldığında Marmara Üniversitesi'nin Facebook kullanım açısından 8., Twitter kullanım açısından da 4. sırada yer aldığı görülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada amaç, Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören öğrencilerin bilgi iletişim teknolojileri arasında yer alan sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek ve elde edilen bulgular neticesinde bir takım değerlendirmeleri ortaya koymaktır.

Araştırmanın Önemi

Yapılan bu çalışma ile Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin öncelikle demografik özellikleri genel olarak ortaya konmuştur. Ardından, öğrencilere yöneltilen sosyal medya ve sosyal ağ bilgi ve kullanım alışkanlıklarına ilişkin sorularla öğrencilerin sosyal ağlara karşı tutumları ve kullanım alışkanlıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Varsayımları

Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağ bilgi ve kullanım alışkanlıklarına yönelik ankette yer alan önermeler, söz konusu öğrencilerin sosyal ağ kullanım alışkanlıklarını ortaya koymak için yeterlidir. Seçilen araştırma yöntemi, araştırmanın amacına, konusuna ve soruların çözümüne uygundur. Anket katılımcı sayısı örneklem büyüklüğü açısından sosyal ağ kullanım alışkanlıklarını belirlemek için yeterlidir.

Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez 1: İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Cinsiyet değişkenine göre sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirilen zaman arasında anlamlı bir fark vardır.

Hipotez 3: Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanma süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma bulguları anketin yapıldığı Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin anketin uygulandığı tarihteki sosyal ağ-paylaşım sitelerine göre ilişkin algılarını yansıtmakta olup, sadece anket çalışması yapılarak değerlendirilmiş olması, diğer veri toplama yöntemlerinin kullanılmamış olması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Araştırma Yöntemi

Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin internet ve sosyal ağ kullanımına yönelik bu çalışmada anket ile bilgi tarama modeli esas alınmıştır. Öğrencilere uygulanan anket aracılığıyla veriler toplanmış ve verilerin değerlendirilmesi SPSS 17.0 programında yapılmıştır. Program üzerinde verileri değerlendirirken frekans analizi, bağımsız grup T testi(Independent T-Testi) ve Tek yönlü Varyans (One Way Anova) kullanılmıştır.

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın ana kütesini Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencileri oluşturmaktadır. Anket üniversitede okuyan 250 öğrenci tarafından cevaplandırılmış olup, 221 tanesinin tamamı doldurulmuş ya da büyük bir kısmı işaretlenmiş, 29 tanesi ise boş ya da değerlendirmeye alınamayacak şekilde teslim edilmiştir. Böylece toplam 221 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

Verilerin Çözümlemesi

Ankette elde edilen veriler bilgisayar ortamında, SPSS 17 paket programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Öğrencilerin verdikleri yanıtlardan frekans analizi kullanılarak internet kullanımının mevcut durumuna dair görüşler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bir sonraki aşama ise sosyal ağ-paylaşım sitelerinin kullanımının belirlenmesidir. Bu doğrultuda internet kullanımı ve sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım ilişkisi araştırılmıştır ve bağımsız grup T testi (Independent T-Testi) ve Tek yönlü Varyans (One Way Anova) analizi ile internet ve sosyal ağ-paylaşım sitelerinin kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Uygulanan anket sonuçlarına ilişkin veriler; toplam 250 kişiye uygulanan anket sorularından elde edilen 221 kişinin yanıtlarını içermektedir. Anket katılımcılarının %50.2'si erkek %49.8'i bayandır.

Tablo 1. Öğrencilerin internet kullanma değişkeni sonuçları

	Frekans	%
Evet	219	99,1
Hayır	2	0,9
Toplam	221	100

Tablo 1’de öğrencilerin ‘İnternet kullanıyor musunuz?’ sorusuna verdikleri cevapların sonuçlarını göstermektedir. Öğrencilerin %99.1’i internet kullanmaktadır, %0.9’u ise interneti aktif bir biçimde kullanmadığını belirtmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin internete yoğun ilgi gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Öğrencilerin internette ortalama harcadıkları zaman değişkeni sonuçları

	Frekans	%
1 saat veya daha az	67	30,3
2 - 6 saat	129	58,4
7 - 11 saat	18	8,1
12 - 16 saat	7	3,2
Toplam	221	100

Öğrencilerin ‘İnternete girdiğinizde ortalama kaç saat zaman harcıyorsunuz?’ sorusuna verdikleri cevaplar Tablo2’de görülmektedir. Buna göre öğrencilerin % 58.4’ünün internette 2-6 saat zaman harcadıkları görülmektedir. % 30.3’ü ise 1 saat veya daha az süre harcadıklarını belirtmişlerdir. % 8.1’i 7-11 saat, % 3.2’si ise 12-16 saat internette online kaldıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin günün çoğunu internette geçirdikleri söylenebilir.

Tablo 3: Öğrencilerin internete bağlanırken kullandıkları cihaz dağılım sonuçları

	Frekans	%
Bilgisayar	55	24,9
Cep Telefonu	93	42,1
İkisi birlikte	73	33
Toplam	221	100

Tablo 3’de ‘İnternete bağlanırken en fazla hangi cihazı kullanıyorsunuz?’ sorusuna verilen cevapların dağılımı görülmektedir. Öğrencilerin % 42.1’inin internete girmek için cep telefonu kullandıkları görülmektedir. % 24.9’u sadece bilgisayar kullanırken % 33’ü ise iki cihazı da kullanmaktadır. Yeni nesil telefonlar ve yapılan kampanyalar ile cep telefonundan internete bağlanma oranının yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin sosyal ağ-paylaşım sitelerinde harcadıkları zamanın dağılımı

	Frekans	%
Az bir zaman dilimini	53	24
Hemen hemen yarısını	113	51,1
Yarisından fazlasını	32	14,5
Hemen hemen hepsini	23	10,4
Toplam	221	100

‘İnternete ayırdığımız zamanın ne kadarını sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçiriyorsunuz?’ sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar Tablo 4’de görülmektedir. Öğrencilerin % 51.1’i internette geçirdiği zamanın hemen hemen yarısını sosyal paylaşım sitelerinde harcamaktadır. % 24’ü az bir zaman dilimini, % 14.5’i yarisından fazlasını, % 10.4’ü ise hemen hemen hepsini sosyal paylaşım sitelerinde harcamaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda değerlendirme yapıldığında öğrencilerin %76’sı internette buldukları sürenin yarisından fazlasının sosyal ağlarda vakit geçirdiği görülmektedir.

Tablo 5: Öğrencilerin sosyal iletişim adına sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanma süreleri

	Frekans	%
0 - 6 ay	13	5,9
6 - 12 ay	10	4,5
1 - 2 yıl	17	7,7
2 - 4 yıl	62	28,1
5 yıl ve üzeri	119	53,8
Toplam	221	100

Tablo 5’de öğrencilerin ‘Sosyal iletişim adına sosyal ağ sitelerini kaç ay veya yıldır kullanıyorsunuz?’ sorusuna verdikleri cevapları göstermektedir. Buna göre; öğrencilerinin %53.8’i sosyal paylaşım sitelerini 5 yıl veya daha fazla süredir kullanmaktadır. Bu durum öğrencilerin yarısından fazlasının uzun zamandır sosyal paylaşım sitelerinde aktif olduklarını göstermektedir. % 28.1’i 2-4 yıl süre ile % 4.5’i 6-12 aydır ve sadece % 5.9’u 6 ay ve daha az süredir sosyal paylaşım sitelerini kullanmaktadır.

Tablo 6: Öğrencilerin sosyal ağları kontrol etme durumlarının sonuçları

	Frekans	%
Her zaman	53	24
Ara sıra	141	63,8
Nadiren	27	12,2
Toplam	221	100

Tablo 6’de öğrencilerin ‘İnternete bağlandığınızda ilk olarak sosyal ağlarınızı mı kontrol edersiniz?’ sorusuna verdikleri cevapları göstermektedir. Öğrencilerin % 24’ü internete her bağlandığında hemen sosyal paylaşım sitelerindeki sayfalarını kontrol etmektedirler. % 63.8’i internete her bağlandığında ara sıra sosyal ağlarını kontrol ederken, % 12.2’si ise nadiren ilk baktıkları sayfaların sosyal paylaşım sitelerindeki sayfaları olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 7: Öğrencilerin aktif kullandıkları sosyal ağ-paylaşım sitelerini ziyaret etme durumları

	Frekans	%
Haftada 1 kez veya 1'den az	54	24,4
Haftada 2 veya 3 kez	19	8,6
Günde 1 veya 2 kez	55	24,9
1 günde bir çok kez	78	35,3
Her zaman çevrimiçi	15	6,8
Toplam	221	100

Öğrencilerin 'Aktif olarak kullandığınız sosyal ağ-paylaşım site veya sitelerini ziyaret etme sıklığını belirtiniz.' sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 7'de görülmektedir. Öğrencilerinin % 35.3'ü gün içerisinde bir çok kez sosyal paylaşım sitelerindeki sayfalarını ziyaret etmektedirler. % 6.8'i her zaman çevrimiçi olduklarını belirtmişlerdir. % 24.9'i günde bir veya iki kez sayfalarını ziyaret ederken, % 8.6'sı haftada iki veya üç kez, % 24.4'ü ise haftada bir kez veya birden az sayfalarını ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Toplama bakıldığında öğrencilerin % 67'sinin günde en az bir kez sosyal paylaşım sitelerindeki sayfalarını ziyaret ettikleri görülmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin sosyal ağ-paylaşım sitelerinde günlük ortalama harcadıkları zaman

	Frekans	%
30 dk. veya daha az	45	20,4
Yaklaşık 1 saat	39	17,6
1 - 2 saat	57	25,8
2 - 3 saat	45	20,4
4 saat ve üzeri	35	15,8
Toplam	221	100

Tablo 8'de 'Sosyal ağlarda günlük ortalama kaç saat zaman harcıyorsunuz?' sorusunun cevapları görülmektedir. Öğrencilerin sosyal ağlarda günlük ortalama bulunma sürelerine bakıldığında %25.8'i 1-2 saat, % 20.4'ü 2-3 saat, % 20.4'ü yarım saat ya da daha az, % 17.6'sı yaklaşık bir saat ve % 15.8'i ise 4 saat ve üzerinde sosyal paylaşım sitelerinde gün içerisinde zaman

harcamaktadırlar. Öğrencilerin % 80'ni gün içinde bir saat veya daha fazla sürede sosyal ağlarda buldukları görülmektedir.

Tablo 9: Öğrencilerin sosyal ağ hesaplarında kendi ismini kullanma durumları

	Frekans	%
Evet	215	97,3
Hayır	6	2,7
Toplam	221	100

Öğrencilerin ‘Sosyal ağ hesaplarınızda kendi isminizi mi kullanıyorsunuz?’ sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 9’da görülmektedir. Öğrencilerin % 97.3’ü sosyal ağ sayfalarını kullanırken kendi ismini kullanırken, % 2.7’si kendi isimlerini kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin çok küçük bir kısmı takma isim kullanarak sosyal ağ sayfalarında gezindikleri görülmektedir.

Tablo 10: Öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal ağ

	Frekans	%
Facebook	133	60,2
Twitter	53	24
Linkedin	13	5,9
MySpace	1	0,5
Instagram	11	5
Youtube	10	4,5
Toplam	221	100

Tablo 10’da ‘Eğer birden fazla sosyal ağda profiliniz varsa en fazla hangisinde zaman harcıyorsunuz?’ sorusunun cevapları görülmektedir. Öğrencilerin sosyal ağlarda bulunan sayfalarının arasında hangisini daha çok tercih ettiklerine bakıldığında % 60.2’sinin Facebook’u tercih ettikleri görülmektedir. Türkiye’deki kullanım oranına bakıldığında ağırlıklı olarak Facebook’un tercih edilmesi ile öğrenciler arasında Facebook’un en çok tercih edilmesi örtüşmektedir. Facebook’u % 24 ile Twitter, % 5.9 ile LinkedIn, % 5 ile Instagram, % 4.5 ile Youtube ve % 0.5 ile MySpace takip

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma

etmektedir. Sorular arasında bulunan FriendsFeed ve Google + sitelerinin ise ilk sırada tercih edilmediği görülmektedir.

Tablo 11: Öğrencilerin sosyal ağlarda üyeliklerini güncelleme durumları

	Frekans	%
Her zaman	6	2,7
Ara sıra	141	63,8
Nadiren	74	33,5
Toplam	221	100

Öğrencilerin ‘Sosyal ağlardaki üyelik bilgilerinizi ne sıklıkla güncellersiniz?’ sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 11’de görülmektedir. Öğrencilerin sosyal ağlarda bulunan sayfalarında yer alan üyelik bilgileri ile ilgili bilgileri ne sıklıkla güncelledikleri sorulduğunda % 63.8’inden ara sıra cevabı alınmıştır. % 33.5’i nadiren, % 2.7’si ise her zaman cevabını vermiştir. Bu durum öğrencilerin her zaman sosyal ağlarda bilgi güncellemesine gerek duymadıkları sadece değişen bir durum neticesinde üyelik bilgilerini güncelledikleri göstermektedir.

Hipotez 1:

H₀: İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 12: İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanım arasında ilişki olup olmadığını belirlemek üzere yapılan One way Anova testi sonuçları

	N	\bar{X}	ss	F	p
İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı	1 saat veya daha az	67	1,82	0,886	7,631 0,000
	2 - 6 saat	129	2,14	0,817	
	7 - 11 saat	18	2,83	0,924	
	12 - 16 saat	7	2,57	0,976	
Toplam	221	2,11	0,89		

İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? sorusuna yanıt aranmış ve anlamlılığın belirlenmesi için yapılan One way Anova testi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir. Yapılan değerlendirmede F değeri: 7,631 ve $p < 0,05$ bulunmuştur. H_0 reddedilmiş ve internet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez 2:

H_0 : Erkek ve kadın öğrencilerin sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirdikleri zaman arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_1 : Erkek ve kadın öğrencilerin sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirdikleri zaman arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 13. Sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirilen zamanın Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup T-Test Sonuçları

	Grup	N	\bar{X}	ss	t	sd	p
Sosyal ağ-paylaşım sitelerinde harcanan zaman	Erkek	111	1,96	,990	-2,554	219	0.012
	Kadın	110	2,26	,750			

Tablo 13’de görüldüğü üzere, araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirilen zamanın cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t-testi sonucunda, $p < 0,05$ ’den küçük olduğu için istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz. H_0 hipotezi reddedilmiş ve kadın öğrencilerin internette geçirdikleri zamanının daha büyük bir kısmını sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Hipotez 3:

H_0 : Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 14: Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında ilişki olup olmadığını belirlemek üzere yapılan One way Anova testi sonuçları

		N	\bar{X}	ss	F	p
Sosyal ağ-paylaşım siteleri kullanım süresi ile kontrol etme	Her zaman	53	4,26	1,095	7,95	0,001
	Arasıra	141	4,31	0,965		
	Nadiren	27	3,44	1,695		
Total		221	4,19	0,89		

Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla One way Anova testi yapılmıştır. Tablo 14’de görüldüğü üzere F değeri 7,95 ve $p < 0,001$ olarak bulunmuş H_0 reddedilmiştir. Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasında anlamlı bir ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ağları daha uzun süredir kullanmaya başlayanlar internete girdiklerinde sosyal ağları kontrol etmeyi alışkanlık haline getirmiş oldukları görülmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada, Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu’nda eğitim gören öğrencilerin bilgi iletişim teknolojileri arasında yer alan sosyal ağ kullanım alışkanlıkları ve bakış açıları araştırılmıştır.

Araştırmada ilk olarak, öğrencilerin interneti aktif olarak kullanma durumlarına bakılmış ve tamamına yakınının interneti kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (%99.1). İnterneti kullanma sürelerine bakıldığında ise %69,7 oranı ile en az iki saat internette vakit geçirmektedirler. Bu konuda yapılan araştırmada da aynı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir (Akyazı, Ünal, 2013; 17). Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte yeni yetişen genç nüfusun daha erken bilgisayar ve internetle tanışması, onların yaşça büyüklerine göre daha fazla interneti kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir (Tutgun, 2009; Wright, 2001; Akyazı, Ünal 2013). Wright (2001), yeni yetişen genç nüfusu “Net Jenerasyonu” olarak tanımlamakta ve internete erişim imkânlarının her yıl

artış göstererek giderek yaygınlaşmasıyla da bu Net Jenerasyon içinde yer alan yüksekökol öğrencileri tarafından da internet daha çok kullanılmaktadır.

İnternete bağlanmak için kullanılan cihaz ise %42,1 ile cep telefonları olmuştur. Bu durum mobil cihazlardan internete erişildiği günümüzde, öğrencilerin bu imkâna kolay sahip olması ile açıklanabilir. Çünkü günümüzde internet paketlerini almak ve kullanmak oldukça cazip hale gelmiştir. Bu nedenle; öğrencilerde bu paketleri kullanmakta ve internete kolay ulaşımdan yararlanmaktadırlar.

Öğrencilerinin birçoğu internette harcadığı zamanın %76 gibi büyük bir kısmını sosyal paylaşım sitelerinde geçirmektedirler. Öğrencilerin yaşları gereği yaşlıları ile yakın ilişkiler kurmaya çalıştıkları dönemdedir. Sosyal ağ-paylaşım siteleri bu yönüyle gençlerin birbirleri ile ilişki kurabilmelerini sağlayan cazip bir araçtır.

Öğrencilerin, sosyal ağları 5 yıldan fazla zamandır kullanıyor olmalarının oranının % 53,8 olması, yine onların internet ve bilgisayarla erken tanışmaları ve yaşlıları ile paylaşımında bulunmak için kendilerini sosyal ağları kullanmak zorunda hissediyor olmaları ile açıklanabilir.

Sosyal ağ sitelerinin temel amacının; sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmak, sosyal ağ ortamı kurmak, diğer kullanıcılarla iletişim kurmak ve devam ettirmek (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşmak (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturmak ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurmak, yeni arkadaşlıklar keşfetmek (Wang, Moon ve diğ., 2010) olanakları sunması olduğunu belirten araştırmaları desteklemektedir.

Ajjan ve Hartshorne (2008), Facebook, Youtube, Flickr, Myspace gibi sosyal ağ uygulamalarının, kişisel bilgi, resim, video, içerik ve profil paylaşımı vb. amaçlarla ortaya çıktığını belirtmişlerdir. Buna bağlı olarak, sosyal ağ uygulamalarının kolay kullanılabilmesiyle sürekli çoğalan bilgilerin hızla güncellenebilmesi, analiz edilebilmesi ve paylaşılabilmesi kullanıcıların büyük ilgisini çekmiş hem bu uygulamaların sayısı hem de kullanıcılarının sayıları günden güne artarak yayılımları hızlanmıştır. Araştırmamızın sonuçlarındaki sosyal iletişim adına sosyal ağ sitelerini kullanım oranı 2 yıl ve daha fazla olan öğrenci sayısının %89,6 olması ile de doğrulanmaktadır.

Öğrencilerin çoğu internete bağlandığında ilk olarak sosyal ağ sayfalarını ziyaret etmemektedirler(% 63,8). Fakat gün içinde aktif olarak kullanılan sosyal ağ-paylaşım site veya sitelerini ziyaret etme sıklığı %67 oranında

gerçekleşmektedir. Bu yönden bakıldığında, öğrenciler iletişim aracı olarak büyük oranda sosyal ağları kullandıklarından dolayı gün içinde sayfalarını ziyaret etmektedirler. Ayrıca sosyal ağlarda günlük ortalama harcanan zamanın genel olarak bir saatten fazla olması bu durumu desteklemektedir (% 62). Koç ve Karabatak (2012) sosyal ağların, öğrenciler arasında yepyeni ve sürekli kendisini yenileyen bir iletişim köprüsü olduğunu, öğrenciler ile hocaları arasındaki boşluğu doldurduğunu, bu yüzden öğrencilerin internete bağlandığında mutlaka sosyal ağlarına da bağlandığını söylemektedirler.

Öğrenciler % 97,3 sosyal ağları kendi ismi ile kullanmayı tercih etmektedirler. %2,7 si takma isim ile sosyal ağlarda gezinmektedir. Öğrenciler sosyal ağ-paylaşım sitelerinde genel olarak %60,2 oranı ile en çok Facebook sitesini tercih etmekte ve %24 ile ikinci sırada Twitter yer almaktadır. Diğer sosyal paylaşım sitelerinin kullanım oranı çok düşüktür.

Sosyal ağ-paylaşım sitelerinde geçirilen zamanın cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız grup t testi ile araştırılmış, farklı olduğu ve kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla zaman ayırdıkları sonucuna ulaşılmıştır.

İnternet kullanım sıklığı ile sosyal ağ kullanımı arasında ilişki tek yönlü varyans analizi ile araştırılmış ve aralarında anlamlı bir ilişki vardır sonucuna ulaşılmıştır. Vural ve Bat 2010'da Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri ile yaptığı çalışmada da internet kullanım sıklığı ile sosyal ağların kullanımı arasında anlamlı ilişki bulunduğunu belirtmiştir.

Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi ile sosyal ağları kontrol etme arasındaki ilişki tek yönlü varyans analizi ile araştırılmış ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal ağ-paylaşım sitelerini kullanım süresi 5 yıldan fazla olanların oranının yarıdan fazla olması öğrencilerin sosyal ağları düzenli ve sürekli kontrol etmeleri olanağını sağlamıştır.

Sosyal ağlar, kitlelerle paylaşılması için kişinin kendi profilinin paylaşılmasını zorunlu kılması sonucu kullanıcıların birbirlerinin profillerini eklemesine olanak tanıyan ve sistemdeki her kişinin birbirini görmesini sağlayan web tabanlı hizmetler olarak görülmektedir. Öte yandan sosyal ağlar, birbiriyle ilgili olan ve farklı grupları içinde barındırabilen web ortamında bir grubu ifade etmektedir. Sosyal ağlar, facebook gibi sosyal siteleri, fotoğraf paylaşım sitelerini, video paylaşım sitelerini, iş sektörü için hazırlanmış profesyonel siteleri, blogları, wikileri vb. içermektedir. Sosyal ağlar günlük hayatın niteliğini artırmakla beraber, kişilerin özel hayatlarını deşifre etmesi

nedeniyle eleştirisi konusu olmaktadır. Ancak bu durum sosyal ağlara olan ilgiyi azaltmamaktadır (Vural, Bat; 2010). Çünkü gençler artık zamanlarının çoğunu aile, okul ortamları ve gerçek paylaşımlar yerine dijital ortamlarda geçirmektedirler. Bu dijital araçlar da günlük hayatın alışkanlığı bir vazgeçilmez aracı ve alışkanlığı haline gelmektedir. Araştırmalar gençlerin ellerinde bulunan olanakları kullanmaları yerine dijital ortamları tercih ettiklerini göstermektedir.

Gelişen teknoloji ile birlikte kurumların da aktif olarak internet hizmetleri ve sosyal ağları kullandıklarını görmekteyiz. Artık üniversiteler de kendileri hakkındaki gelişmeleri ve etkinlikleri duyururken sosyal ağları tercih etmekte ve yoğun olarak kullanılmaktadırlar. Öğrencilerinin üniversite ile ilgili her türlü işlemi yapabilmeleri için onlara özel hesap açtırmakta ve takip için sosyal ağ hesaplarını duyurmaktadırlar.

Ajjan ve Harsthone (2008), sosyal ağları eğitsel bağlamda kullanmak için uygun bir araç olarak görmekte ve sosyal ağların öğrenci öğrenmelerini arttırdığını, okul-öğrenci ve öğrenci-öğrenci arasında etkileşim sağladığını, öğrencilerin derslere ilişkin memnuniyetlerini arttırdığını, öğrencilerin yazma becerilerini geliştirdiğini ve derslere uyumu kolay araçlar olduğunu ortaya koymuşlardır.

Araştırmanın sonucunda; Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin tamamının internet kullandığı saptanmıştır. Dijital ekonominin geliştiği ve bu ekonomide sosyal ağların önemli bir yer kapladığı dünyamızda öğrencilerin çoğunluğunun interneti hemen hemen her gün kullanmaları önemli bir gelişme olmakla beraber bu ağları ne kadar etkin kullandıkları ve bu etkinliği ne kadar faydalı hale getirdikleri önemlidir. Öğrencilerin internette geçirdikleri zamanın çoğunu sosyal ağlarda harcadıkları ve ilgilerinin sosyal ağlarda yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin sosyalleşme kavramından anladıkları sosyal medyayı yoğun kullanmak ve sosyal ağlarda bolca vakit geçirmektir. Öğrencilerin yoğun kullandıkları sosyal ağları boş zamanlarını geçirmek veya eğlenmek için kullanmalarının yerine doğru kullanma yollarını öğrenmelerini sağlamak için çalışmalar yapılması önerilebilir. Öğrencilerin etkili zaman yönetimi konusunda bilgi sahibi olmaları için grup çalışmaları yapılabilir, seminerler düzenlenebilir ve sosyal ağları nasıl yararlı kullanmaları gerektiği konularında bilgi sahibi olmaları sağlanabilir. Bundan sonra bu konuda çalışacaklara öğrencilerin sosyal ağlarda ne yaptıkları, niçin ve neden sosyal ağları kullandıkları ve etkin kullanıma yönelik sorular ile

yönlendirilerek cevapları bulmaya yönelik çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Ajjan, H., ve Hartshorne, R. (2008) Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests, *The Internet and Higher Education*, 11(2), 71-80.

Akar, E., (2010) Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri– Bir Pazarlama İletişim Kanalı Olarak İşleyişi, *Anadolu University Journal Of Social Sciences*, Vol.10, No:1, shf.107–122

Akar, E.,(2010) *Sosyal Medya Pazarlaması*, Efil Yayınevi, Ankara.

Akyazı, E., Ünal, A. T. (2013). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı, *Global Media Journal Turkish Edition*, Sayı 6, Cilt 3 Sf 1-24

Altunay M.C., (2010). *Twitter: Gündelik Yaşamın Yeni Rutini 'Pıt Pıt Net*, Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu, Eskişehir

Bayzan, Ş., Özbilen A., (2012). Dünyada İnternetin Güvenli Kullanımına Yönelik Uygulama Örnekleri ve Türkiye’de Bilinçlendirme Faaliyetlerinin İncelenmesi ve Türkiye için Öneriler, *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume: 7, Number: 2,

Buss, A., Strauss, N., (2009). *Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand On The Web*, New Riders Press, USA.

<http://www.comscoredatamine.com/2013/11/finnish-internet-users-are-most-avid-consumers-of-online-news/> , Erişim Tarihi 31 Ocak 2014.

Dawley, L., (2009). *Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy*, On the Horizon, Vol. 17, No.2, 2009

Ellison, N. B., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). *The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites*, Journal of ComputerMediated Communication, 12(4), 1.

Finin, T., Ding ,L., Zhou,L., ve Joshi A., (2005). *Social Networking on the Semantic Web*, The Learning Organization, Vol.12No.5,418-435.

Hagel J., Armstrong, A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities*, Harvard Business School Press, 1997.

Hazar M., (2011). *Sosyal Medya Bağımlılığı- Bir Alan Çalışması*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 32.

Kahraman, M., “Rakamlarla Sosyal Medya ve 2009”
<http://www.muratkahraman.net/2009/12/rakamlarla-sosyal-medya-ve-2009.html>, *Erişim Tarihi 20.10.2013*

Kim, W., Jeong, O. R. & Lee, S. W. (2010). *On social Web sites*. *Information Systems*, 35(2), 215-236.

Kim, H-S., Park J.Y. ve Jin,B. (2008). *Dimensions of online community attributes, Examination of online communities hosted by companies in Korea*, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol.36 No.10,812-830.

Koç, M., Karabatak M. (2012). *Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*, e-Journal of New World Sciences Academy, Volume: 7, Number: 1.

Lenhart, A., Madden, M., (2007). *Social Networking Websites and Teens: An Overview*, Pew İnternet & American Life Project, January.

Rheingold, H. (2010). *The Virtual Community: Home steading on the Electronic Frontier*, *MIT Press Edition*

<http://www.sosyalmedyahaber.com/2011/07/25/hangi-universiteler-sosyal-medyada-daha-etkin/>, *Erişim Tarih 31 Ocak 2014*.

Tutgun, A. (2009). *Öğretmen Adaylarının Problemlı İnternet Kullanımı*. Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi (M.A.), İstanbul.

VURAL, Z. B. A. 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

Wang, S. S., Moon, S., Kwon, K. H., Evans, C. A. ve Stefanone, M. A. (2010). *Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on facebook*. *Computers in Human Behaviour*, 26(2), 226-234.

Wright, C. (2001). *Children and Technology: Issues, Challenges and Opportunities*. *Childhood Education*, 78 (1), 37-41.