

SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN İLETİŞİM ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA KULLANIMLARININ BAZI DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ

Ali Gürel GÖKSEL¹

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Muğla

Geliş Tarihi: 13.12.2016
Kabul Tarihi: 12.07.2017

Öz: Bu araştırmanın amacı, üniversitelerin Spor Bilimleri Fakültesinde okuyan öğrencilerin iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımının bazı değişkenlere göre incelenmesidir. Araştırmanın çalışma grubunu Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde eğitimlerine devam eden 145'i kadın, 190'ı erkek toplam 335 öğrenci oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak; Altunbaş ve Kul (2015) tarafından geliştirilen "Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)" ve araştırmacı tarafından oluşturulan, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde; katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini belirlemek için frekans ve yüzde analizi, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin iletişim aracı olarak sosyal medyayı tercih etme amaçlarını öğrenmek amacıyla t-testi ve tekyönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda ortaya çıkan istatistiksel farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi uygulanmıştır. Verilerin istatistiksel analizinde ve yorumlarda, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyi dikkate alınmıştır. Araştırmanın sonucunda; SBF öğrencilerinin cinsiyet, yaş, bölüm, sosyal medyada günlük harcanan zaman, üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarını takip etme ve sosyal medyada sahte hesap kullanma değişkenlerine göre SMKÖ alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Sosyal Medya, Yeni Medya, Üniversite Öğrencisi, Spor Bilimleri.

THE EXAMINATION OF USING SOCIAL MEDIA BY SPORT SCIENCE FACULTY STUDENTS AS A COMMUNICATION TOOL IN TERMS OF SOME VARIABLES

Abstract: The aim of this study is to examine using social media by faculty of sport science students as a communication tool in terms of some variables. 145 female and 190 male students, totally 335, studying in faculty of sport sciences at Muğla Sıtkı Koçman University constituted the study group. Using Social Media Scale, developed by Altunbas and Kul (2015) and Demographic Form, designed by the author were used for data collection. Descriptive analysis was used for the analysis of demographic variables. T-test and one-way ANOVA test were used for the analysis of difference between variables in terms of using social media preferences. Tukey HSD test was used for which group caused the differences. Significant level was accepted as $p < 0.05$. Consequently, significant difference was found between genders, age groups, department, the times spent on social media, following official social media accounts of the university and using fake accounts on social media in terms of using social media scale.

Key Words: Communication, Social Media, New Media, University Student, Sport Sciences.

GİRİŞ

İnsanoğlu dünyaya geldiği andan itibaren etrafındaki canlılarla iletişim kurma ihtiyacı duyar. Bu

ihtiyacını da bütün fikirlerini, sorunlarını ve duygularını çevresindeki insanlarla iletişim içerisine girerek giderebilmektedir (Aşçı, Hazar ve Yılmaz,

2015). 1990'lı yılların sonlarına doğru bilgi teknolojilerinde ortaya çıkan değişimler ve hızlı gelişmelerle beraber internetin tüm dünyada yaygınlaşması, insanların günlük yaşantısında da büyük değişimlere yol açmıştır (Tanrıverdi ve Sağır, 2014). Günümüzde var olan yeni iletişim araçlarından özellikle internet dolayısıyla sosyal medya modern iletişim sektörünün en önemli noktasını oluşturmaktadır (Vural ve Bat, 2010).

İletişim teknolojileri arasında bilgisayar ve internet temel yapı taşlarıdır fakat bunlar iletişimi sağlamak için tek başlarına yeterli değildir (Alican ve Saban, 2013). Sosyal medya dediğimiz iletişim ortamları burada devreye girmektedir. Sosyal medya; katılımcılara bilgi, fikir ve çeşitli resim, video ve ses paylaşımları imkânı veren, karşılıklı etkileşim yaratan, çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir (Sayımer, 2008). Ayrıca sosyal medya, devamlı güncellenebilir olması, çoklu kullanıma açık olma özelliği ve sanal paylaşımlara vermesi gibi özellikleriyle kişilerarası iletişim açısından en etkili iletişim araçlarından biri olarak her geçen gün daha çok tercih edilmektedir (Aydın, 2016).

Sosyal medya, katılımcılarının kendilerini hazırladıkları profillerle tanımladığı, her kültürden farklı kişilerle iletişime geçtiği, günlük hayatta kullanılan jest mimiklerin bu iletişim ortamlarında çeşitli simge ve şekillerle ifade edilerek iletişimin kurulduğu ortamlar olarak açıklanmaktadır (Diker ve Uçar, 2016). Sosyal medya araçları sayesinde sadece iletişim kurulmamakta, oyun oynama, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok farklı amaç için kullanarak, insanların nerdeyse tüm ihtiyaçlarını karşılama olanağı sağlanmaktadır. Bu şekilde aradığı hemen her şeyi sosyal medyada temin eden bireylerin farklı bir iletişim aracına ihtiyaçları kalmamaktadır (Tektaş, 2014).

Özellikle genç nüfusun sosyal medya uygulamalarında harcadıkları zaman ve bu sosyal medya sayfalarında giderek artan üyelik sayısı yeni bir iletişim biçiminin toplumda oturduğunun, yeni iletişim şekillerinin kazanıldığına en önemli işaretlerinden biri olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple özellikle hali hazırda üniversitelerde okuyan öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının incelenmesi, önümüzdeki yıllarda kişilerarası iletişimin ne şekilde kurulacağına dair fikirler oluşmasına katkı sağlayacaktır.

Sosyal medya hesapları yükseköğretim kurumlarında üniversite yönetimi, akademik ve idari personeller ve öğrencilerin birbirleri ile olan iletişimini katkı sağlamak amacıyla da kullanılmaktadır (Mugahe, Rahmi ve Othman, 2013). Haythornthwaite ve Kazmer (2002)'in yapmış oldukları araştırmada sosyal medya uygulamalarının sosyalleşme, eğlenceli zaman geçirme amacıyla kullanmak dışında öğrenci-öğrenci ve öğrenci-öğretim elemanı arasındaki iletişimin artması amacıyla da kullanılabileceğini ifade etmektedir. Ayrıca sosyal medya aracılığı ile iletişim kurmanın kişilerin iletişim giderlerini azaltmaktadır. Bu sebeple sosyal medya araçları üniversite öğrencileri arasında da gün geçtikçe daha fazla tercih edilmekte ve yaygınlaşmaktadır (Donath ve Boyd, 2004).

Sosyal medyanın kullanım amaçlarını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen çeşitli araştırmalarda (Aslanyürek ve ark., 2015; Hrastinski ve Aghae, 2012; Margaryan, Littlejohn ve Vojt, 2011; Madge ve ark., 2009; Roblyer ve ark., 2010; Selwyn, 2008) katılımcılar en fazla, sosyal ilişkilerin devamını sağlamak, şahsi bilgileri paylaşmak, benzer ilgi alanlarını, fikir ve düşüncelerini diğer bireylerle paylaşmak, var olan arkadaşlıklarını sürdürmek düşüncesiyle sosyal medya araçlarına üye olduklarını belirtmişlerdir. Bu durum gün geçtikçe sosyal bilimler alanında çalışmakta olan araştırmacıların dikkatlerini sosyal medya üzerine yönelmesine neden olmakta, gelişen ve değişen iletişim biçimine yeni ve güncel bir kavramsal çerçeve çizilmesinin önemi ortaya çıkarmaktadır. Bu bakımdan mevcut çalışma literatüre sağlayacağı katkı bakımından ve spor bilimleri alanında eğitim alan öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarıyla ilgili yapılmış araştırmaya rastlanılmamış olmasından dolayı önem arz ettiği düşünülmektedir. Ayrıca bu araştırma ile spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarını farklı değişkenler açısından inceleyerek bu mecraların kullanılma amaçlarında istatistiksel açıdan farklılık olup olmadığı da tespit edilmiş olacaktır. Bu düşünceden hareketle çalışmanın amacı; üniversitelerin Spor Bilimleri Fakülte-lerinde (SBF) okuyan öğrencilerin iletişim aracı olarak sosyal medya kullanım amaçlarının bazı değişkenlere göre incelenmesidir.

MATERYAL VE METOT

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi 2016-2017 eğitim-öğretim yılında okuyan öğrencilerle betimsel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, müdahale edilmeksizin kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2016).

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini 2016-2017 yılında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde eğitim ve öğretimlerine devam etmekte olan öğrenciler oluşturmaktadır. Mevcut çalışmanın örneklem grubunu ise en az bir tane sosyal medya hesabı olan ve aktif olarak sosyal medya hesaplarını kullandığını belirterek araştırmaya gönüllü olarak dahil olan 145'i kadın, 190'ı erkek toplam 335 spor bilimleri öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılara uygulanan 400 anketin 65 tanesi eksik ya da değerlendirilmeye alınamayacak şekilde doldurulduğundan çalışmaya dahil edilmemiştir.

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Mevcut araştırmada veri toplama aracı olarak Altunbaş ve Kul (2015) tarafından geliştirilen ve geçerlilik-güvenirliliği yapılmış "Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)" ve araştırmacı tarafından oluşturulan, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği toplam 15 madde ve 4 alt boyuttan ("iletişim", "kullanım amacı", "alternatif medya", "özgürlük alanı") oluşmaktadır. İletişim alt boyutu ile sosyal medyada bireylerin yüz yüze, telefonla vb. iletişim şekillerine göre kendi duygu ve düşüncelerini daha kolaylıkla ifade etme durumları incelenmektedir. Kullanım amacı alt boyutu ise kişilerin sosyal medyayı bilgi edinme, arkadaşlarını takip etme, zaman geçirme, oyun oynama gibi unsurlardan hangileri için kullandıklarının tespit edilmesini sağlamaktadır. Alternatif medya alt boyutunda ise bireylerin sosyal medyayı yazı ve gör-

sel medyaya göre tercih etme durumları değerlendirilmektedir. Özgürlük alanı alt boyutunda ise kişilerin sosyal medyayı fikirlerin açıkça belirtmek için uygun bir ortam olarak değerlendirme şekilleri incelenmektedir. Veri toplama aracı 5'li likert tipinde (5=Tamamen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Kısmen Katılıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Hiç Katılmıyorum) puanlanmaktadır. Mevcut çalışmada ölçekten alınabilecek en yüksek puan 75.00 ve en düşük puan ise 15.00'dır.

Ölçeğin Cronbach's Alpha iç tutarlık katsayısı yapılan analiz sonucunda ".850" olarak hesaplanmıştır. Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanır; $0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir, $0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür, $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir (Kalaycı, 2008). Bu sonuca (.850) göre, çalışma sonucunun güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Veri toplama aracı öğrencilere ders saati öncesinde uygulanmıştır. Öğrencilere veri toplama aracı dağıtılmadan önce veri toplama aracı ve veri toplama aracının doldurulması hakkında detaylı bilgi verilmiştir. Çalışmada gönüllü katılım ilkesi esas alınmış ve sadece çalışmaya gönüllü olarak dahil olmak isteyen öğrencilere anket formu dağıtılmıştır. Araştırmacı tarafından toplanan anket formları (335 adet) değerlendirilmek üzere bilgisayar ortamına aktarılmıştır.

Araştırmanın Problemleri

Mevcut araştırmanın amaçları doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

- (1) Cinsiyet değişkenine göre SBF öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?
- (2) SBF öğrencilerinin yaş değişkenine göre sosyal medya kullanım amaçlarında istatistiksel açıdan farklılık var mıdır?
- (3) Sosyal medya kullanım amaçlarında, farklı bölümlerde okuyan SBF öğrencileri arasında anlamlı farklılık var mıdır?
- (4) SBF öğrencilerinin sosyal medyada günlük harcadıkları zaman değişkenine göre sosyal medya kullanım amaçlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?

(5) SBF öğrencilerinin üniversitesin sosyal medya hesaplarını takip etme durumu değişkenine göre sosyal medya kullanım amaçlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?

(6) Öğrencilerin sosyal medyada sahte hesap kullanma değişkenine göre sosyal medya kullanım amaçlarında istatistiksel açıdan farklılık var mıdır?

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinden toplanan verilerin analizinde; verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla normallik testi yapılmış ve verilerin normal dağılım durumuna sahip olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu sebeple parametrik testler uygulanmıştır. Sosyo-demografik özelliklerini belirlemek için frekans ve yüzde analizi, cinsiyetler arasındaki farklılığı tespit etmek, üniversitesinin resmi sosyal medya hesaplarını takip etme durumu ile sosyal medyada sahte hesap kullanma durumu arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla t-testi ve öğrencilerin yaş, bölüm ve sosyal medyada günlük harcanan zaman değişkenleri arasındaki farklılığı belirlemek için tekyönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda ortaya çıkan istatistiksel farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi uygulanmıştır. Verilerin istatistiksel analizinde ve yorumlarda, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyi dikkate alınmıştır.

Tablo 1. Ölçek puan dağılımı

	N	Min.	Max.	\bar{X}	σ	Çarpıklık	Baskılık
SMKÖ	335	25,00	75,00	3,55	0,544	-,522	,157

Araştırma kapsamında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin "Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinden" (SMKÖ) aldıkları puanların aritmetik ortalaması 3,55'dir. Çarpıklık (-,522) ve baskılık (,157) katsayıları incelendiğinde katılımcılardan toplanan verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir. Standart sapma değeri ise 0,544'dür (Tablo-1).

BULGULAR

Tablo-2'de SBF öğrencilerinin demografik bilgileri hakkında bilgi vermektedir. Buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin %56,7'si (190 kişi) erkek; %43,3'ü (145 kişi) ise kadındır. Katılımcıların eğitim aldıkları bölümlere bakıldığında %24,8'i (83 kişi) Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, %21,2'si (71 kişi) Antrenörlük Eğitimi, %29,3'ü (98 kişi) Spor Yöneticiliği ve %24,8'i (83 kişi) Rekreasyon Bölümü öğrencisidir. Çalışmaya gönüllü olarak katılan SBF öğrencilerinin sosyal medyada günlük harcadıkları süreler bakıldığında %10,4'ü (35 kişi) 30 dakikadan az, %18,5'i (62 kişi) 31-60 dakika arası, %20,9'u (70 kişi) 61-120 dakika arası ve %50,1'i (168 kişi) günlük 2 saatten daha fazla sürelerini sosyal medyada harcamaktadır. Sosyal medyada sahte hesap kullanma durumlarına bakıldığında ise; SBF öğrencilerinin %18,5'inin (62 kişi) sosyal medyada sahte hesap kullandıkları, %81,5'inin ise sahte hesap kullanmadıkları görülmektedir.

$p < 0,05$

Tablo-3'de SBF öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre SMKÖ'nden aldıkları puanlar incelendiğinde, kadın ve erkek öğrenciler arasında ölçeğe ait tüm alt boyutlarda erkek öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Alternatif medya ($p = ,001 < 0,05$); kullanım amacı ($p = ,000 < 0,05$); özgürlük alanı ($p = ,030 < 0,05$) ve iletişim ($p = ,000 < 0,05$) alt boyutlarında erkek öğrenciler lehine anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Tablo-4'de SBF öğrencilerinin yaş değişkenlerine göre SMKÖ'nden aldıkları puanlara bakıldığında, özgürlük alanı ($p = ,427 > 0,05$) alt boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunamamıştır. Fakat alternatif medya ($p = ,006 < 0,05$), kullanım amacı ($p = ,000 < 0,05$) ve iletişim ($p = ,048 < 0,05$) alt boyutlarında 21-23 yaş arasındaki öğrencilere göre 18-20 arasındaki öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Tablo-5'de SBF öğrencilerinin bölüm değişkenleri hakkında bilgi verilmektedir. Bölüm değişkeni bakımından katılımcıların SMKÖ'nden aldıkları puanlara bakıldığında, alternatif medya ($p = ,846 > 0,05$); özgürlük alanı ($p = ,908 > 0,05$) ve iletişim ($p = ,523 > 0,05$) alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunmadığı tespit edilmiştir. Ancak kullanım amacı ($p = ,047 < 0,05$) alt boyutunda ise Antrenörlük Eğitimi ve Spor Yöneticiliği bölümleri arasında Antrenörlük Eğitimi Bölümü öğrencileri lehine anlamlı fark tespit edilmiştir.

Tablo 2. SBF öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bilgiler

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Erkek	190	56,7
	Kadın	145	43,3
Yaş	18-20 Yaş Arası	89	26,6
	21-23 Yaş Arası	176	52,5
	24 Yaş ve Üzeri	70	20,9
Bölüm	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	83	24,8
	Antrenörlük Eğitimi	71	21,2
	Spor Yöneticiliği	98	29,3
	Rekreasyon	83	24,8
Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre	30 Dakikadan Az	35	10,4
	31-60 Dakika Arası	62	18,5
	61-120 Dakika Arası	70	20,9
	2 Saatten Fazla	168	50,1
Üniversitenin Sosyal Medya Hesabı Takibi	Evet	156	46,6
	Hayır	179	53,4
Sosyal Medyada Sahte Hesap Kullanımı	Var	62	18,5
	Yok	273	81,5
Toplam		335	100

Tablo 3. SBF öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre SMKÖ t-testi sonuçları

Alt boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	σ	t	p
Alternatif Medya	Erkek	190	3,66	0,613	3,496	,001*
	Kadın	145	3,38	0,784		
Kullanım Amacı	Erkek	190	3,73	0,567	4,643	,000*
	Kadın	145	3,41	0,673		
Özgürlük Alanı	Erkek	190	3,61	0,688	2,184	,030*
	Kadın	145	3,42	0,838		
İletişim	Erkek	190	3,65	0,626	3,611	,000*
	Kadın	145	3,38	0,715		

Tablo 4. SBF öğrencilerinin yaş değişkenlerine göre SMKÖ ANOVA sonuçları

Alt Boyutlar	Yaş	N	\bar{X}	σ	F	p	Post-Hoc
Alternatif Medya	18-20 Yaş Arası	89	3,69	0,632	5,279	,006*	18-20 Yaş Arası - 21-23 Yaş Arası
	21-23 Yaş Arası	176	3,42	0,761			
	24 Yaş ve Üzeri	70	3,64	0,592			
Kullanım Amacı	18-20 Yaş Arası	89	3,82	0,596	8,956	,000*	18-20 Yaş Arası - 21-23 Yaş Arası
	21-23 Yaş Arası	176	3,48	0,615			
	24 Yaş ve Üzeri	70	3,59	0,659			
Özgürlük Alanı	18-20 Yaş Arası	89	3,61	0,706	,853	,427	
	21-23 Yaş Arası	176	3,48	0,787			
	24 Yaş ve Üzeri	70	3,53	0,765			
İletişim	18-20 Yaş Arası	89	3,66	0,575	3,073	,048*	18-20 Yaş Arası - 21-23 Yaş Arası
	21-23 Yaş Arası	176	3,45	0,709			
	24 Yaş ve Üzeri	70	3,56	0,701			

p<0,05

Tablo 5. SBF öğrencilerinin bölümlerine göre SMKÖ ANOVA sonuçları

Alt Boyutlar	Bölüm	N	\bar{X}	σ	F	p	Post-Hoc
Alternatif Medya	Bed. Eğt. ve Sp. Öğr.	833	58	0,741	2,272	,846	
	Antrenörlük Eğt.	713	52	0,684			
	Spor Yön.	983	49	0,697			
	Rekreasyon	833	57	0,704			
Kullanım Amacı	Bed. Eğt. ve Sp. Öğr.	833	65	0,622	2,675	,047*	Antrenörlük Eğt.- Spor Yöneticiliği
	Antrenörlük Eğt.	713	72	0,582			
	Spor Yön.	983	46	0,629			
	Rekreasyon	833	58	0,673			
Özgürlük Alanı	Bed. Eğt. ve Sp. Öğr.	833	58	0,682	,183	,908	
	Antrenörlük Eğt.	713	49	0,808			
	Spor Yön.	983	52	0,823			
	Rekreasyon	833	52	0,730			
İletişim	Bed. Eğt. ve Sp. Öğr.	833	61	0,698	,749	,523	
	Antrenörlük Eğt.	713	50	0,623			
	Spor Yön.	983	55	0,744			
	Rekreasyon	833	45	0,622			

p<0,05

Tablo 6. SBF öğrencilerinin sosyal medyada günlük harcadıkları zaman değişkenine göre SMKÖ ANOVA sonuçları

Alt Boyutlar	Günlük Harcanan Zaman	N	\bar{X}	σ	F	p	Post-Hoc
Alternatif Medya	30 Dakikadan Az	35	3,24	0,810	6,316	,000*	2 saatten fazla – 30dk. az
	31-60 Dakika Arası	62	3,43	0,665			2 saatten fazla – 31-60 dk.
	61-120 Dakika Arası	70	3,41	0,779			2 saatten fazla – 61-120 dk.
	2 Saatten Fazla	168	3,69	0,626			
Kullanım Amacı	30 Dakikadan Az	35	2,98	0,723	28,520	,000*	2 saatten fazla – 30dk. az
	31-60 Dakika Arası	62	3,44	0,508			2 saatten fazla – 31-60 dk.
	61-120 Dakika Arası	70	3,42	0,583			2 saatten fazla – 61-120 dk.
	2 Saatten Fazla	168	3,85	0,545			61-120 dk. -30 dk. az 31-60 dk.- 30 dk. az
Özgürlük Alanı	30 Dakikadan Az	35	3,13	0,934	7,328	,000*	2 saatten fazla – 30dk. az
	31-60 Dakika Arası	62	3,48	0,851			2 saatten fazla – 61-120 dk.
	61-120 Dakika Arası	70	3,37	0,755			
	2 Saatten Fazla	168	3,69	0,640			
İletişim	30 Dakikadan Az	35	2,99	0,792	15,235	,000*	2 saatten fazla – 30dk. az
	31-60 Dakika Arası	62	3,37	0,657			2 saatten fazla – 31-60 dk.
	61-120 Dakika Arası	70	3,47	0,628			2 saatten fazla – 61-120 dk.
	2 Saatten Fazla	168	3,73	0,600			61-120 dk. -30 dk. az

p<0,05

Tablo-6'da SBF öğrencilerinin sosyal medyada günlük harcadıkları zaman değişkenine göre SMKÖ'nden aldıkları puanlar hakkında bilgi verilmektedir. Alternatif medya (p=,000<0,05) alt boyutunda; sosyal medyada 2 saatten fazla zaman harcayanlar lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Kullanım

amacı (p=,000<0,05) alt boyutunda; sosyal medyada 2 saatten fazla zaman harcayanlar lehine ve ayrıca 61-120 dakika arası ve 31-60 dakika arası zaman harcayanlar ile 30 dakikadan az zaman harcayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmiştir.

Özgürlük alanı ($p=,000<0,05$) alt boyutunda; 30 dakikadan az ve 61-120 dakika arasında zaman harcayanlarla 2 saatten fazla sosyal medyada zaman harcayanların lehine anlamlı fark bulunmuştur. İletişim ($p=,000<0,05$) alt boyutunda ise; 2 saatten fazla zaman harcayanların lehine diğer tüm gruplarla arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Ayrıca yine aynı alt boyutta 61-120 dakika arası sosyal medyada günlük zaman harcayanların lehine 30 dakikadan daha az zaman harcayanlarla anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 7. SBF öğrencilerinin üniversitenin sosyal medya hesaplarını takip etme değişkenine SMKÖ t-testi sonuçları

Alt boyutlar	Üni. SM Hesaplarını Takip Etme	N	\bar{X}	σ	t	p
Alternatif Medya Kullanım Amacı	Evet	1563,470,734-				
	Hayır	1793,600,6741,655				,099
Özgürlük Alanı	Evet	1563,430,620-				
	Hayır	1793,740,6114,613				,000*
İletişim	Evet	1563,480,823				
	Hayır	1793,560,703-				,962 ,337
İletişim	Evet	1563,420,709-				
	Hayır	1793,620,6392,652				,008*

$p<0,05$

Tablo-7'de SBF öğrencilerinin üniversitelerinin sosyal medya hesaplarını takip etme değişkenine göre SMKÖ'nden aldıkları puanlar incelendiğinde, Alternatif medya ($p=,099>0,05$) ve özgürlük alanı ($p=,337>0,05$) alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır. Ancak kullanım amacı ($p=,000<0,05$) ve iletişim ($p=,008<0,05$) alt boyutlarında üniversitenin sosyal medya hesaplarını takip etmeyen öğrenciler lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 8. SBF öğrencilerinin sosyal medyada sahte hesap kullanımı değişkenine göre SMKÖ t-testi sonuçları

Alt boyutlar	Sahte Hesap	N	\bar{X}	σ	t	p
Alternatif Medya Kullanım Amacı	Var	62	3,69	0,727		
	Yok	273	3,50	0,696	1,904	,058
Özgürlük Alanı	Var	62	3,74	0,585		
	Yok	273	3,56	0,640	2,065	,040*
İletişim	Var	62	3,66	0,663		
	Yok	273	3,50	0,780	1,543	,124
İletişim	Var	62	3,71	0,605		
	Yok	273	3,49	0,688	2,336	,020*

$p<0,05$

Tablo-8'de SBF öğrencilerinin sosyal medyada sahte hesap kullanma durumu değişkenine göre SMKÖ'nden aldıkları puanlar hakkında bilgi verilmektedir. Alternatif medya ($p=,058>0,05$) ve özgürlük alanı ($p=,124>0,05$) alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık görülmemektedir. Ancak kullanım amacı ($p=,040<0,05$) ve iletişim ($p=,020<0,05$) alt boyutlarında sosyal medyada sahte hesabım var diyen öğrenciler lehine istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir.

TARTIŞMA

Mevcut araştırma kapsamında SBF öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları puanlara bakıldığında, ölçeğe ait tüm alt boyutlarda erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Erkek öğrencilerin sosyal medyayı alternatif bir medya, farklı bir özgürlük alanı, iletişim için gerekli bir araç ve kullanım amacı bakımından da kadın öğrencilerden farklı değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonucun erkek öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının ve sosyal medyadan beklentilerinin kadın öğrencilere göre daha farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aslanyürek ve ark., (2015) meslek yüksekokulu öğrencilerinde sosyal medya algısıyla ilgili yaptıkları çalışmada bizim çalışmamızın aksine cinsiyet değişkeni açısından, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha negatif bir yaklaşım içinde olduklarını belirlemiştir. Aydın (2016) ise yapmış olduğu çalışmada, sosyal medyayı kullanma durumlarının cinsiyet değişkenine göre bir farklılık teşkil etmediği sonucu mevcut araştırmamızla paralellik göstermemektedir.

SBF öğrencilerinin yaş değişkenlerine göre sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları puanlara incelendiğinde, sosyal medyayı kullanım amacı, iletişim ve alternatif medya alt boyutlarında 18-20 yaş arası öğrenciler lehine 21-23 yaş arası öğrenciler arasında anlamlı fark bulunmuştur. Bilgi teknolojisinde yaşanan hızlı değişim ve gelişmelerle beraber yeni yetişen genç nüfusun daha erken yaşlarda bilgisayar, internet ve hatta sosyal medya ile tanışması, onların kendilerinden yaşça daha büyük bireylere göre daha fazla interneti kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir (Akyazı ve Ünal 2013; Sırakaya ve Seferoğlu, 2013; Tutgun, 2012).

Ayrıca Wright (2001), yaşı daha küçük olan bireyleri “Net Jenerasyon” olarak tanımlamakta ve internete ulaşım olanaklarının her geçen yıl daha da yaygınlaşmasıyla da bu Net Jenerasyon içinde yer alan yükseköğretim öğrencileri tarafından da internetin daha çok kullanılmakta olduğunu belirtmiştir.

SBF öğrencilerinin eğitim gördükleri bölüm değişkenine göre sosyal medya kullanım ölçeğinden almış oldukları puanlar incelendiğinde, alternatif medya, özgürlük alanı ve iletişim alt boyutlarında Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Antrenörlük Eğitimi, Spor Yöneticiliği ve Rekreasyon bölümü öğrencileri arasında anlamlı bir farka rastlanılmamıştır. Ancak kullanım amacı alt boyutunda Spor Yöneticiliği bölümü öğrencileri ile Antrenörlük Eğitimi bölümü öğrencileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark tespit edilmiştir. Bu farklılığın Antrenörlük Eğitimi öğrencilerinin sosyal medyayı bilgi edinmek ve ilgi alanları ile ilgili güncel gelişmeleri araştırmak amaçlı kullanımlarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sosyal medyada günlük harcadıkları zaman değişkenleri incelenen SBF öğrencileri ama bilgisayar başında, ama akıllı telefonlar aracılığıyla bağlandıkları internet sayesinde sosyal medya hesaplarında çok daha fazla zaman geçirebilmektedir. Bu bağlamda yapılan ANOVA testi sonucuna göre sosyal medya kullanım ölçeğinden alınan puanlar incelendiğinde tüm alt boyutlarda sosyal medyada 2 saatten daha fazla zaman harcayan öğrencilerle 120 dakikadan daha az zaman harcayan diğer gruplar (30 dakikadan az, 31-60 dakika arası, 61-120 dakika arası) arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. SBF öğrencilerinin sosyal medyada günlük harcadıkları süreler bakımından ise; %10,4’ü 30 dakikadan az, %18,5’i 31-60 dakika arası, %20,9’u 61-120 dakika arası ve %50,1’i günlük 2 saatten daha fazla sürelerini sosyal medyada harcamaktadır. Hazar’ın (2011) araştırmasında 1 saat kullananların %39,9, 2-4 saat kullananların %50,4 olduğu; Tektaş (2014) çalışmasında yaklaşık bir saat kullananlar %17,6, 2-3 saat kullananların %20,4 olduğu; Diker ve Uçar (2016) çalışmasında 3 saat ve altı kullananların %37, 4-7 saat arasında kullananların %34,5, 8-11 saat arasında kullananların %15, 12 saat üstü kullananların ise %13,4 olduğu görülmektedir. Literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda sosyal medyada harcanan zamanın artmasına paralel olarak, bireylerin günlük hayatlarının bu doğrultuda olumsuz yönde etkilendiğini ortaya koymaktadır.

Pala ve ark., (2016) internet bağımlılığının kişinin yalnızlıkları üzerine etkisini ortaya koyan çalışmalarında; bireylerin internete olan bağımlılıkları arttıkça yalnızlık düzeylerinin arttığını ve buna bağlı olarak sosyalleşme durumlarının da azaldığını tespit etmişlerdir.

Eğitim gördükleri üniversitenin resmi sosyal medya hesaplarını takip etme değişkenine göre SBF öğrencilerinin sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları puanlara bakıldığında sadece kullanım amacı ve iletişim alt boyutlarında üniversitenin sosyal medya hesaplarını takip etmeyen öğrenciler lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu bakımdan üniversitelerinin sosyal medya hesaplarını takip etmeyen öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçlarının eğitimleriyle ilgili bilgi edinmek, belli bir konuda işbirliği yapmak, ortak ilgi alanların sahip bireylerle bir araya gelmek ve yapılacak olan etkinliklerden haberdar olmak amacıyla kullanmadıkları düşünülebilir. Benzer bir biçimde Balcı ve Ayhan’ın (2007) araştırmasında da, üniversite öğrencileri arasında internet kullanımında etkili olan nedenler önem sırasına göre; sosyal kaçış, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda sağlama umudu, sosyal etkileşim ve eğlence olarak sıralanmıştır. Vural ve Bat (2010) İletişim Fakültesi öğrencilerini dahil ettikleri çalışmalarında öğrencilerin en fazla sosyal medyayı “zaman geçirmek” amacıyla kullandıklarının (%31,0) tespit edilmesi mevcut çalışmanın sonucu ile örtüşmektedir.

SBF öğrencilerinin sosyal medyada sahte hesap kullanma durumu değişkenine göre sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları puanlar incelendiğinde kullanım amacı ve iletişim alt boyutlarında sosyal medyada sahte hesabım var diyen öğrenciler lehine istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Tespit edilen bu farklılığın öğrencilerin sosyal medyada kendilerini gizlemeyi tercih ederek, kendilerini internet ortamında daha rahat bir şekilde ifade etme isteğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Literatüre bakıldığında Altunbaş ve Kul (2015) üniversite öğrencilerinin katıldığı bir çalışmada sahte hesabı olanlar ile olmayanlar açısından “kullanım amacına” göre farklılık olduğu belirlenmiştir. Sahte hesabı olanların olmayanlara göre ölçek oranlarında artış olduğu sonucuna ulaşmaları mevcut çalışmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir.

SONUÇ

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanmakta oldukları yargısını ortaya çıkarmaktadır. Ancak bu aktif kullanım daha fazla eğitim ve araştırma dışı etkinlikler amacıyla olduğundan dolayı sosyal medya araçları SBF öğrencilerinin akademik başarılarına ve sosyal ilişkilerine olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir. Sonuç olarak küreselleşen dünyada internet ve sosyal medya kullanımı her geçen gün giderek yaygınlaşan bir iletişim ve paylaşım aracıdır. İnsanların yaşamlarında çok önemli etkileri olan bu iletişim araçlarının daha etkili ve daha verimli kullanmak temel amaç olmalıdır. Bu düşünceden hareketle sosyal medyanın insanlar, çocuklar ve öğrenciler için daha doğru ve faydalı bir şekilde kullanılması amacıyla aşağıdaki maddeler önerilebilir:

- İnternet ve sosyal medya başında harcanan zamanın bireylerde bağımlılık yapma riskinin ortadan kaldırılması amacıyla, ailelerin çocuklarının internet ve sosyal medyada harcadıkları vakti denetlemeleri ve çocukların sosyalleşebilecekleri yeni ortamlar hazırlanmalıdır.

- Eğitim amacı dışında sosyal medyanın benimsenmesinin, öğrencilerin akademik başarıları üzerindeki olumsuz etkilerinin giderilmesi için öğrencilere ve eğitimcilere yönelik internet ve sosyal medya okuryazarlığı eğitimi verilmelidir.

- Çocuklara ve genç yetişkinlere her şeyin internet ve sosyal medyadan ibaret olmadığı yaşatılarak uygulamalı bir şekilde gösterilmelidir.

- Mevcut çalışmayla benzerlik gösteren yeni çalışmalar yapılmaya devam edilmeli, literatürde çok fazla olmayan sosyal medya ve internet kullanımıyla ilgili araştırmacıların nitel çalışmalara yönelmesi gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

1. Akyazı E, Ünal AT (2013): İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal Turkish Edition*, 6(3), 1-24.
2. Alican C, Saban A (2013): Ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35(2), 1-14.
3. Aslanyürek M, Gürdal SA, Dursun S, Tunçel E, Ayan SM (2015): Sosyal medya gerçeği ve meslek

yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya algısının değerlendirilmesi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 5(6), 1-8.

4. Aşçı Ö, Hazar G, Yılmaz M (2015): Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin iletişim becerileri ve ilişkili değişkenler. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3), 160-165.
5. Aydın İE (2016): Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.
6. Balcı Ş, Ayhan B (2007): Üniversite öğrencilerinin internet kullanım ve doyumları üzerine bir saha araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 174-197.
7. Diker Z, Uçar M (2016): Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına yönelik bir araştırma: Safranbolu Meslek Yüksekokulu örneği. *Journal of Research in Education and Teaching*, 5(1), 376-386.
8. Donath J, Boyd DM (2004): Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
9. Haythornthwaite C, Kazmer MM (2002): Bringing the Internet Home: Adult Distance Learners and Their Internet, Home, and Work Worlds, *The Internet in Everyday Life*. Blackwell Publishers, New Jersey.
10. Hazar M (2011): Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
11. Hrastinski S, Aghae NM (2012): How are campus students using social media to support their studies? An explorative interview study. *Education and Information Technologies*, 17(4), 451-464.
12. Kalaycı Ş (2008): SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
13. Karasar N (2016): Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler. 30. Basım. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
14. Madge C, Meek J, Wellens J, Hooley T (2009): Facebook, social integration and informal learning at university: It is more for socializing and talking to friends about work than for actually doing work. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 141-155.
15. Margaryan A, Littlejohn A, Vojt G (2011): Are digital natives a myth or reality? University students' use of digital technologies. *Computers in Education*, 56(2), 429-440.
16. Mugahe W, Rahmi AL, Othman MS (2013): Evaluating student's satisfaction of using social media through collaborative learning in higher education. *International Journal of Advances in Engineering & Technology*, 6(4), 1541-1551.
17. Pala A, Edin İ, Biner M (2016): Teknolojik yalnızlık; internet bağımlılığının Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin yalnızlıklarına etkisinin incelenmesi. 14. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, 01-04/Kasım, Antalya.

18. Roblyer MD, McDaniel M, Webb M, Herman J, Witty JV (2010): Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. *The Internet and Higher Education*, 13(3), 134-140.
19. Selwyn N (2008): An investigation of differences in undergraduates' academic use of the internet. *Active Learning in Higher Education*, 9, 11-22.
20. Tanrıverdi H, Sağır S (2014): Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(18), 775-822.
21. Tektaş N (2014): Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımına yönelik bir araştırma. *Journal of History School*, 17, 851-870.
22. Tutgun ÜA (2012): A study on characteristics of internet use of CEIT students and their preferences. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 3(6), 22-41.
23. Sayımer İ (2008): *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. Beta Yayınları, İstanbul.
24. Sırakaya M, Seferoğlu SS (2013): Öğretmen adaylarının problemleri internet kullanımlarının incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(1), 356-368.
25. Vural ZBA, Bat M (2010): Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.
26. Wright C (2001): Children and technology: Issues, challenges and opportunities. *Childhood Education*, 78(1), 37-41.