

Gençler Arasında Sosyal Medya Kullanım Karakteristikleri

Reyhan Başbayram^{1*}, Aykut Hamit Turan¹

¹ Sakarya University, * Corresponding author, reyhan.basbayram@gmail.com

Özet

Günümüzde sosyal medya birçok alanda kullanılmaktadır ve sosyal medya kavramının ortaya çıkışı Web 1.0'dan Web 2.0'a geçilmesiyle gerçekleşmiştir. İnternetin birinci dönemi kabul edilen Web 1.0 zamanında iletişim tek taraflıyken, Web 2.0 döneminde internetin kullanımının artmasıyla iletişimin karşılıklı olduğu tüketicilerin yorum ve eleştirisi yapabildiği dönem başlamıştır. Bu sayede kişisel bilgi ve düşüncelerin, resim ve videoların paylaşımını yapılabilen birçok sosyal medya uygulamaları ortaya çıkmıştır. Sosyal medya uygulamaları her yaş grubuna hitap ederken özellikle gençler tarafından daha aktif kullanılmaktadır. Ayrıca bu uygulamaların kullanımının eğitim düzeyi değişmesiyle farklılaştığı düşünülmektedir. Bu çerçevede sosyal medya kullanımının eğitim düzeyine göre nasıl değiştiğini incelemek amacıyla 225 öğrenci ile anket çalışması yapılmıştır. Lise, ön lisans ve lisans öğrencilerinde oluşan katılımcılara uygulanan anketle eğitim düzeyine göre kullandıkları sosyal medya platformlarının kullanma sıklıkları ve bu platformları hangi amaçlarla kullandıkları üzerine incelemeler yapılmıştır. Bu çalışmayla gençler arasında sosyal medya kullanım karakteristikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya kullanımı, Eğitim ve sosyal medya ilişkisi, Anket.

Title

Social Media Usage Characteristics Among Youth

Abstract

Nowadays, social media can be used in many areas of our Daily lives, and the emergence of social media has been realized by switching from Web 1.0 to Web 2.0. Web 1.0 was the period when communication was unilaterally. When the use of the Internet increased in the Web 2.0 era, communication was mutual and consumers were able to comment and criticize. Many social media applications have emerged in which personal information, thoughts, pictures and videos can be shared. Social media applications are used more actively by youngsters, tough addressing to all age groups. It is also thought the use of these applications differed by education. A survey was conducted with 225 students to examine how social media usage in this framework changed according to the level of education. In the questionnaire applied to the high school, undergraduate and undergraduate students, the frequency of use of the social media platforms and the purposes of which these platforms were used examined. This study attempted to determine social media usage characteristics among young people.

Keywords: Social media usage, Education and social media relations, Survey.

Citation: Başbayram, R. Turan, A. H. (2018, October) *Gençler Arasında Sosyal Medya Kullanım Karakteristikleri*. Paper presented at the Fifth International Management Information Systems Conference.

Editor: H. Kemal İltar, Ankara Yıldırım Beyazıt University, Turkey

Received: August 19, 2018, **Accepted:** October 18, 2018, **Published:** November 10, 2018

Copyright: © 2018 IMISC Başbayram, Turan. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

GENÇLER ARASINDA SOSYAL MEDYA KULLANIM KARAKTERİSTİKLERİ

Özet

Günümüzde sosyal medya birçok alanda kullanılmaktadır ve sosyal medya kavramının ortaya çıkışı Web 1.0'dan Web 2.0'a geçilmesiyle gerçekleşmiştir. İnternetin birinci dönemi kabul edilen Web 1.0 zamanında iletişim tek taraflıyken, Web 2.0 döneminde internetin kullanımının artmasıyla iletişimin karşılıklı olduğu tüketicilerin yorum ve eleştiri yapabildiği dönem başlamıştır. Bu sayede kişisel bilgi ve düşüncelerin, resim ve videoların paylaşımını yapılabilen birçok sosyal medya uygulamaları ortaya çıkmıştır. Sosyal medya uygulamaları her yaş grubuna hitap ederken özellikle gençler tarafından daha aktif kullanılmaktadır. Ayrıca bu uygulamaların kullanımının eğitim düzeyi değişmesiyle farklılaştığı düşünülmektedir. Bu çerçevede sosyal medya kullanımının eğitim düzeyine göre nasıl değiştiğini incelemek amacıyla 225 öğrenci ile anket çalışması yapılmıştır. Lise, ön lisans ve lisans öğrencilerinde oluşan katılımcılara uygulanan anketle eğitim düzeyine göre kullandıkları sosyal medya platformlarının kullanma sıklıkları ve bu platformları hangi amaçlarla kullandıkları üzerine incelemeler yapılmıştır. Bu çalışmayla gençler arasında sosyal medya kullanım karakteristikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya kullanımı, Eğitim ve sosyal medya ilişkisi, Anket

Abstract

Nowadays, social media can be used in many areas of our Daily lives, and the emergence of social media has been realized by switching from Web 1.0 to Web 2.0. Web 1.0 was the period when communication was unilaterally. When the use of the Internet increased in the Web 2.0 era, communication was mutual and consumers were able to comment and criticize. Many social media applications have emerged in which personal information, thoughts, pictures and videos can be shared. Social media applications are used more actively by youngsters, though addressing to all age groups. It is also thought the use of these applications differed by education. A survey was conducted with 225 students to examine how social media usage in this framework changed according to the level of education. In the questionnaire applied to the high school, undergraduate and undergraduate students, the frequency of use of the social media platforms and the purposes of which these platforms were used were examined. This study attempted to determine social media usage characteristics among young people.

Keywords

Social Media usage, Education and Social Media Relations, Survey

1.Giriş

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla artan sosyal medya uygulamaları hayatımızda birçok alanda

yer almaktadır. Sosyal medya günümüzde zaman ve mekân sınırlaması olmadan internet aracılığı ile bilgi paylaşımlarının ve tartışmaların yapılmasına olanak sağlayan bir iletişim şeklidir. Sosyal medya platformları insanların kişisel bilgilerini paylaştıkları, arkadaşlık ilişkileri kurarak sosyalleştikleri, marka ve gündem takibi yaptıkları, sorularına cevap buldukları ve bu özelliğiyle eğitim amacı ile de kullanılabilen bir platform olarak dikkat çeken bir iletişim aracıdır. Sosyal medya, eğitimde kullanılabilecek ve eğitim aşamalarını geliştirebilecek birçok özelliğe sahiptir. Yaros'a göre sosyal medyada eğitimin kullanım faydalarından biri dijital araçları kullanarak öğrenci öğretmen ilişkisinin artırılmasıdır(Yaros, 2012). Sosyal medya platformlarında öğrencilerin öğretmenleriyle iletişim halinde olması öğrencinin derse olan ilgisinin de artmasını sağlamaktadır. Son zamanlarda gençler arasında popülerliğini koruyan sosyal medya platformları farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Sosyal medya kullanım amacının kullanım sıklığını etkilediği ve kullanım sıklığının artmasıyla ders başarısının da etkilenileceği düşünülmektedir. Ayrıca farklı eğitim düzeylerine göre eğitimde kullanımının artmasıyla ders başarısının da olumlu yönde artması beklenmektedir. Yapılan çalışma da sosyal medyanın eğitim düzeyi üzerindeki etkisini incelemek için anket çalışması yapılmıştır. Anket sonucunda eğitim düzeylerinin değişmesiyle öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıkları ve kullanım amaçlarının da değiştiği gözlemlenmiştir.

2. Sosyal Medya

Sosyal medya, Web 2.0'in hayatımıza girmesiyle birlikte tek taraflı bilgi paylaşımından, çift taraflı ve anında bilgi paylaşımına ulaşmamızı sağlayan medya sistemidir. İnternette bireylerin karşılıklı yaptığı paylaşımlar ve diyaloglar sosyal medyayı oluşturur. Sosyal medya platformları aracılığıyla yapılan paylaşım ve içeriklere internet kullanıcıları kolaylıkla ulaşabilmektedir.(Öztürk & Talas, 2015).Sosyal medyanın diğer tanımlarına bakıldığında, en basit şekliyle insanların interneti kullanarak birbirleriyle iletişim kurdukları ve bilgi paylaşımı yaptıkları ortamlar olarak tanımlanır (Kırtış & Karahan, 2011). Bu tanımın yanı sıra Sayımer'e göre, kullanıcılarına karşılıklı bilgi ve düşünce paylaşımı olanağı veren internet siteleri için kullanılan bir ifadedir(Sayımer, 2009), Weber'e göre; insanların ilgilendiği benzer konular hakkında düşüncelerini, hislerini ve yorumlarını internette paylaştıkları ortamlardır(Weber, 2011), Hatipoğlu'na göre ise; kişilerin metinler, fotoğraflar, ses dosyaları ve videolar aracılığıyla internette bilgi paylaşımı ile iletişim imkanı sağlayan ortamlar olarak tanımlanır. (Hatipoğlu, 2009).

Sosyal medya en fazla bilgi paylaşımının olduğu, çevrimiçi medyanın yeni bir çeşidi olarak farklı imkanlar sunan fikirlerdendir ve özellikleri aşağıdaki gibidir (Mayfield, 2010):

1. Katılımcılar: Sosyal medyada kullanıcılar ilgilendikleri alanlara geri bildirim yapma cesaretine sahiptirler.

2. Açıklık: Sosyal medyada katılımcılar bilgi paylaşımı ve yorum yapma konusunda daha açık görüşlüdürler.
3. Konuşma: Geleneksel medyada tek taraflı iletişim söz konusu iken sosyal medyada iki taraflı bir iletişim ortamı mevcuttur.
4. Toplum: Sosyal medya insanlara kısa sürede topluluklar oluşturup, beğendikleri içerikleri anında paylaşma imkânı sağlar.
5. Bağlantılar: Sosyal medyada başka sitelerin linkleri ve insanların dikkatini çeken herhangi bir konu hakkında hashtag paylaşımı yapmak mümkündür.

Sosyal medya, kullanıcıları için sınırsız imkanlar sunduğu gibi bazen istenmeyen sonuçlara da neden olabilmektedir. Sosyal medyanın hızlı olması paylaşımlarımızı anında yapmamıza olanak sağlarken yanlış haberlerin hızlı yayılmasına da neden olabilir. Geleneksel medyada bir haberi yapmak için fazla para harcanması gerekirken sosyal medyada çoğu platformu ücretsiz kullanıp istediğimiz haberi üreterek internet ortamında tüketici konumundan üretici konumuna geçebiliriz. Ama herkes tarafından yapılan ve bir dayanağı olmayan bazı paylaşımlar haberlerin güvenilirliğini de etkilemektedir.

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birçok alanda sosyal medya platformlarının kullanımı artmıştır. Sosyal medyanın tüketicilere ve firmalara veri üretimi sağlaması, anlık ve aracsız paylaşımlarda bulunmaya izin vermesi ticari açıdan önemini artırır.

Bugünlerde artan rekabet ortamı göz önüne alındığında sosyal medya, tüketicilerle iletişime geçmek isteyen firmalar için farklı fırsatlar sağlamaktadır(Aydın, 2012). Pazarlama alanında firmaların müşterileriyle iletişiminin önemi; firmanın müşteride güven hissi uyandırması, müşterinin hoşgörüsünün kazanılması, tercih edilme olasılığının artmasına imkân sağlamak, akla gelmeyi kolaylaştırmak, farklılık oluşturmak ve ikna etmekle ilgili olduğundan firmalar müşteri ilişkilerinde sosyal medyayı önemsemektedirler(Akar, 2004). Turizm alanında; sosyal medya diğer ülkelerdeki kişilerin, tatil zamanında plan yaparken faydalandığı sınırlı kaynaklara ulaşım imkanı sağlayan araçtır (Hays, Page, & Buhalis, 2013). Ülkemizde turizmden elde edilen gelirin büyük kısmını yabancı turistlerin oluşturduğunu düşünürsek, sosyal medyanın diğer ülkedeki kişilere anında ulaşmasının önemi anlaşılmaktadır.

Eğitimde; sosyal medya kullanıcılarının çoğunluğunu öğrenci ve genç neslin oluşturduğu düşünüldüğünde, sosyal medya platformlarının eğitim hayatında kullanımı yönünde çalışmaların yapılması iletişim çağına uyum sağlaması bakımından önemlidir(Baysal, 2011). Ancak önceden yapılan çalışmalar incelendiğinde yeni teknolojiler ve sosyal medya platformlarının tüm öğrenciler için önemli olmadığı hatta bazen internet kaynaklı sorunlarla karşılaştığı ve bazı öğrenciler tarafından sınıf ortamını bozması gibi problemlere de yol açtığı düşünülmektedir(Odom, Jarvis,

Sandlin, & Peek, 2013). Ayrıca yapılan birçok çalışmada öğrencilerin sosyal medya kullanımının eğitimde ders ve konuya olan ilgisinin azalmasına (Kulesza, DeHondt II., & Nezek, 2011) ve daha az ders çalışılmasına sebep olarak notların düşmesine de etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır(Kirschner & Karpinski, 2010). Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube gibi sosyal medya platformları genellikle kullanıcıların kişisel bilgi ve düşüncelerini ifade ettiği ortamlar olarak kullanımı tercih edilse de son zamanlarda eğitim hayatında ders çalışma aktivitesi olarak da kullanılmaya başlandığı görülmektedir.

3. Sosyal Medya ve Eğitim İlişkisi

Eğitim, belirli bir program üzerinde uygulanarak ilerleyen kişinin kendini geliştirmesini sağlayan süreçler bütünüdür. Eğitim ile ilgili yapılan tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir(Demirel, 1987):

- Eğitim, genel anlamda bireylerin yeni davranış kazanma sürecidir.
- Eğitim, kişilerin buldukları toplum standartlarına, inanç biçimlerine ve yaşam şekillerine uyum sağlamasında etkili olan bütün süreçleri kapsar.
- Eğitim, insanların yaşadığı toplumda değeri olan, tutum, yetenek ve diğer davranışlarını da geliştirdiği süreçler bütünüdür.
- Eğitim, belirlenmiş bir ortamın özellikle okulun etkisi altında bireysel gelişimin ve sosyal gelişimin oluşmasını sağlayan bir süreçtir

Eğitimden istenilen fayda, genellikle kişilerin karakterlerine, yeteneklerine ve çevrenin beklentilerine göre değişim gösterse de, özünde eğitim insanların becerilerini, bilgilerini, marifetlerini, değerlerini değiştirmek ve geliştirmek amacı ile donatılmış olmaktadır(Erjem, 2013).

İnternet kullanımının artmasıyla ortaya çıkan sosyal medya platformlarının, eğitim hayatını da etkilediği düşünülmektedir. Stansbury, okulda sosyal medya kullanımı için işbirlikçi öğrenme, gerçek dünya uygulamalarını okul ortamıyla bütünleştirme, başka öğretmenlerle ilişki kurma, , kültürler arası iletişim ve yabancı dil öğrenme, uzaktan eğitim, değerlendirme araçları ve anket hazırlama, ailelerle iletişim kurma imkanı sağlama, öğrenciler ve velilerle dersteki ödevleri/yapılan duyuruları paylaşma, sosyal yardım toplulukları oluşturma, kişisel ve mesleki gelişim olmak üzere 10 boyutta toplamıştır (Stansbury, 2011).

Eğitimde kullanılmak için etkili bir uygulama olan sosyal medya platformlarının eğitimciler ve öğrenciler tarafından kullanılması önemlidir. Öğrenciler YouTube gibi platformlar üzerinden ders konu videoları izleyerek, Instagram ve Facebook gibi sosyal medya platformlarında gruplar arayıcılığıyla yapılan paylaşımları takip ederek ders çalışabilmektedirler. Ayrıca sosyal medya eğitim düzeyindeki değişime göre farklı amaçlarla ve farklı sıklıklarla kullanılabilir.

4. Araştırma Yöntemi ve Verileri

Bu araştırmanın amacı sosyal medyanın eğitim düzeyi üzerindeki etkisini incelemektir. Eğitim düzeylerine göre öğrencilerin hangi sosyal medya platformlarını ne sıklıkla ve hangi amaçla kullandıklarını tespit etmek için 225 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen bir anket çalışması yapılmıştır. Katılımcılarda öğrenci olma şartı dikkate alındığında 10 kişinin lisede öğrenci olduğunu söylediği ancak lise öğrenimi yaş aralığının sınırları içerisinde yer almadığı tespit edildiğinden çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışma sırasında gerekli varsayımların sağlandığı kabul edilmektedir. Katılımcıların ilk olarak demografik özellikleri belirlenmiştir. Ardından, öğrencilere yöneltilen sorularla öğrencilerin eğitim düzeyine göre kullandığı sosyal medya platformları, burada ne kadar vakit harcadıkları ve bunları hangi amaçla kullandıkları tespit edilmiştir. Araştırmada uygulanan anket çalışması Ek-1 'de mevcuttur.

Araştırma sırasında cevap aranan sorular aşağıda yer almaktadır:

- 1. Öğrenciler eğitim düzeylerine göre hangi sosyal medya platformlarını kullanıyorlar?*
- 2. Eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanım sıklıkları nasıldır?*
- 3. Öğrenciler genelde sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorlar ve kullanım amaçları eğitim düzeyine göre nasıl değişiyor?*
- 4. Eğitim düzeyine göre sosyal medyada harcanan zamanlar arasında nasıl bir ilişki vardır?*

Araştırma yöntemi, çalışma evreni ve örneklem düzeyi, veri toplama aracının geliştirilmesi ve uygulanması, verilerin çözümlenmesine ilişkin açıklamalara bakarsak; Araştırma 14-50 yaşları arasında toplam 225 katılımcıyla gerçekleşmiştir. 225 katılımcının 10 tanesinin öğrenci olmadığı tespit edildiğinden anket değerlendirilmesi 79 lise, 45 ön lisans ve 91 lisans öğrencisi yani toplam 215 öğrenci üzerinden yapılmıştır.

Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu katılımcılara birebir sorularak veya internet üzerinden uygulanmıştır. Ankete katılan öğrencilerin daha doğru ve çekinmeden yanıt vermeleri açısından anket formlarında isim bilgisi istenmemiştir. Anket formunda, ilk sorular olarak cinsiyetiniz, yaşıınız, sosyal medya sitelerine günde ortalama kaç defa giriş yapıyorsunuz, sosyal medya sitelerinde günde ortalama ne kadar vakit harcıyorsunuz ve not ortalamanız nedir, soruları açık uçlu olarak sorulmuştur. Bunlara ek olarak eğitim seviyeniz, kullanılan sosyal medya platformları ve kullanım sıklıkları, sosyal medya sitelerine nereden giriş yapıyorsunuz, sosyal medya sitelerinin ders başarısını etkilediğini düşünüyor musunuz, sosyal medya sitelerinin kullanımının ders başarısını nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz ve sosyal medya sitelerinin ders başarısını artırdığını düşünüyor musunuz soruları ise kapalı uçlu ve çoktan seçmeli olarak oluşturulmuştur. Son olarak sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz sorusu birden fazla amaçla kullanılabileceği düşünülerek birden fazla seçenek seçilebilecek şekilde oluşturulmuştur. Anket 5 'i açık uçlu, 8 'i kapalı uçlu sorulardan olmak üzere toplam 13 sorudan oluşmaktadır.

Anket aracılığıyla elde edilen veriler bilgisayar ortamında, SPSS paket programı yardımıyla değerlendirilmiştir. Öğrencilerin verdikleri yanıtlara göre demografik özellikleri frekans dağılımları gibi betimleyici istatistik teknikleri esas alınarak bulunmuştur. Araştırma sorularını açıklarken Frekans analizi ve Ki-kare (Chi-Square) test analizlerinden faydalanılmıştır.

5.Bulgular

1-Ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan 215 öğrencin demografik özellikleri incelendiğinde, kadın ve erkek oranının birbirinden farklı olduğu, yüzde 72.1'inin kadın ve yüzde 27.9'unun erkek öğrencilerden oluştuğu, yaş ortalamasının büyük çoğunluğunun 20-30 yaş aralığı (yüzde 50.7) ile 14-19 yaş aralığında (yüzde 45.1) olduğu, katılımcıların eğitim seviyelerine bakıldığında lisans (yüzde 42.3) ve lise (yüzde 36.7) oranın birbirine yakın ve ön lisans (yüzde 20.9) öğrencilerinin oranından fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya platformları sırasıyla Whatsapp %99 (213 kişi), Instagram %91.6 (197 kişi), Facebook %68.3 (147 kişi), YouTube %67.4 (145 kişi), Snapchat %53.4 (115 kişi), Twitter %42.7 (92 kişi), Skype %25.1 (54 kişi), Swarm %20 (43 kişi) olduğu görülmektedir. Yani öğrencilerin neredeyse tamamı Whatsapp ve Instagram kullanırken, Skype ve Swarm'ın kullanım oranının oldukça düşük olduğu görülmektedir.

2- Öğrenciler eğitim düzeylerine göre hangi sosyal medya platformlarını kullanılıyor?

Tablo 2.Eğitim Düzeylerine Göre Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Tabloda eğitim düzeylerine göre kullanılan sosyal medya platformları ve eğitim düzeylerinde kullanılma yüzdeleri verilmiştir. Whatsapp' ın (yüzde 99.1) ve Instagram' ın (yüzde 91.6) tüm eğitim düzeylerinde kullanımının yoğun olduğu aynı zamanda Skype (yüzde 25.1) ve Swarm'ın (yüzde 20) kullanımının daha az olduğu görülmektedir. Facebook'un %81.3 oranıyla en çok lisans düzeyinde daha sonra %60.8 oranı ile lisede kullanıldığı görülmektedir. Twitter kullanımının lisans seviyesinde (yüzde 53.8) lise ve ön lisansa oranla daha çok kullanıldığı, Snapchat'ın eğitim düzeylerinde kullanımının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Her eğitim seviyesi için popüler olan Whatsapp ve Instagram'ı Facebook, YouTube ve Snapchat takip etmektedir.

Kullanılan sosyal medya platformları ve eğitim düzeyleri arasında bir ilişki var mı bakmak için Ki-kare (Chi-Square) Testi uyguladık. Anlamlılık düzeylerine bakarak Whatsapp, Instagram ve Snapchat kullanımının eğitim düzeylerine bağlı olmadığı ancak Facebook, Twitter, Skype, Swarm ve YouTube'un eğitim düzeyiyle %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkisi olduğu söylenebilir. Facebook ile Skype'ın ön lisans öğrencileri tarafından lise ve lisans öğrencilerine göre daha az kullanıldığı ayrıca Swarm ile Twitter'ın eğitim düzeyi arttıkça kullanım oranının arttığı görülmektedir. YouTube ise lise öğrencileri tarafından daha çok tercih edilmektedir.

3- Eğitim düzeyine göre sosyal medyayı kullanım sıklıkları nasıldır?

Eğitim düzeyine göre sosyal medya kullanan öğrencilerin kullanım sıklıklarına bakıldığında lise öğrencilerin %54.2'si Facebook'u nadiren, %41.9'u İnstagram'ı ara sıra, %42.9'u Twitter'ı nadiren, %38.5'i Whatsapp'ı ara sıra, %50'si Skype 'ı nadiren, %42.9'u Swarm'ı hiçbir zaman, %31.3'ü ile %31.3'ü Snapchat'ı nadiren ve ara sıra, %30.6'sı YouTube'u ara sıra kullanmaktadır. Ayrıca lise ğrencilerinde Twitter ve Skype her zaman kullananın olamaması dikkat çekmektedir.

n lisans ğrencilerinin % 32'si Facebook'u nadiren, % 52.5' i İnstagram'ı her zaman, % 27.3' ü Twitter'ı sıklıkla aynı zamanda %27.3'ü her zaman, %59.1'i Whatsapp'ı her zaman, %75' i Skype'ı nadiren, %57.1' i Swarm'ı nadiren, %37.5' i Snapchat'ı ara sıra, %36'sı ise YouTube'u her zaman kullanmaktadır. n lisans ğrencilerinin Skype kullanmadığı ya da nadiren kullandıkları dikkat çekmektedir.

Lisans ğrencileri %44.6'si Facebook'u nadiren, %41' i İnstagram'ı her zaman, %24.5' i Twitter'ı ara sıra ve %24.5' i her zaman, %49.5' i Whatsapp'ı her zaman, %52,8' i Skype 'ı nadiren, %37.9' u Swarm'ı nadiren, %46.5' i Snapchat'ı nadiren, %39.7'sı ise YouTube sıklıkla kullanmaktadır.

Lise ve ön lisans ğrencilerinin en çok Whatsapp, İnstagram ve YouTube'u kullanırken Lisans ğrencilerinin Whatsapp, İnstagram ve Facebook'u en çok kullandıkları tespit edilmiştir.

Her eğitim düzeyiyle sosyal medya platformlarının kullanım sıklığının %1 seviyesinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Yani eğitim düzeyi değiştikçe sosyal medya kullanım sıklığının da değişim gösterdiği tespit edilmiştir.

4-Öğrenciler genelde sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorlar ve kullanım amaçları eğitim düzeyine göre nasıl değişiyor?

Ankete katılan öğrencilerin %96.3'ü yani neredeyse tamamına yakınının sosyal medya sitelerine telefondan giriş yaptığı görülmektedir. Lise ğrencileri sosyal medya sitelerine günde ortalama 14 defa giriş yapıp yaklaşık 8 saat zaman harcarken, ön lisans ğrencilerinin günde ortalama 47 defa giriş yapıp yaklaşık 6 saat zaman harcadıkları ve Lisans ğrencilerinin günde ortalama 21 defa giriş yapıp yaklaşık 5 saat zaman harcadıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya platformlarına günde ortalama giriş sayısı ve harcanan zaman arasında %1 anlamlılık seviyesinde 0.670 oranında pozitif bir ilişki varlığı tespit edilmiştir. Ayrıca ğrencilerin sosyal medyayı hangi amaç ile kullandıklarını incelersek sırasıyla %17.7'si zaman geçirmek, %13.9'u gündemi takip etmek, %13.3'ü paylaşımlarda bulunmak, %12.5'i arkadaş takibi, %8.5'i online sohbet etmek, %8,3'ü müzik dinlemek, %6.1'i ders çalışmak, %5.6'sı markaları takip etmek, %4.9'u profil güncellemek, %4.2'si oyun oynamak, %2.9'u yeni arkadaş bulmak ve %2.1'i diğer seçeneği için kullanmaktadır. Öğrencilerin sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarına frekans analizi yöntemiyle bakılmıştır. N sayısının fazla olma nedeni çoktan seçmeli soru olmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanım Amacı Frekans Analizi

Eğitim düzeylerinin kullanım amacına göre %1 seviyesinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Farklı eğitim düzeylerinin sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarına bakarsak , Lise ğrencilerinin %68.4' zaman geçirmek, %46.8'i gündem takibi ve %45.6'sı paylaşımda bulunmak için kullanırken, ön lisans ğrencilerinin %80'ni zaman geçirmek, %66.7'si gündem takibi ve %60'ı paylaşımda bulunmak için kullandığı, lisans ğrencilerinin ise %69.2'si zaman geçirmek, %59.3' arkadaş takibi, %58.2'si gündem takibi, %57.1'i paylaşımda bulunmak ve %35.2'si online sohbet etmek gibi amaçlarla sosyal medya platformlarını kullandığı tespit edilmiştir. Lisans ğrencilerinin %27.5'i, lise ğrencilerinin %26.6'sı, ön lisans ğrencilerinin ise %15.6'sı sosyal medya platformlarını ders çalışmak amacı ile kullanırken, yeni arkadaş bulmak ve oyun oynamak amacıyla sosyal medyayı en çok lise ğrencilerinin kullandığı tespit edilmiştir.

5.Eğitim düzeyine göre sosyal medyada harcanan zamanlar arasında nasıl bir ilişki vardır?

Eğitim düzeyi ile katılımcıların sosyal medya da harcadıkları zaman arasında %5 anlamlılık seviyesinde ilişki mevcuttur. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin %77.1'inin 1ile 6 saat arasında sosyal medyada vakit harcadıkları tespit edilmiştir. Lise ğrencilerinin ön lisans ve lisans öğrencilerine göre sosyal medyada daha fazla vakit harcadıkları (%15.4'ünün 19 ile 24 saat arası) bulunmuştur.

Ayrıca ğrencilerin sosyal medya kullanımının ders başarısını olumlu ve olumsuz yönde etkilediği %1'lik anlamlılık seviyesinde tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının ders başarısını etkilediğini söyleyen öğrencilerin %54.4 ' olumlu ve orta düzeyde etkilediğini söylerken, %46.7'si olumsuz ve orta düzeyde etkilediğini belirtmiştir.

Sonuç

Farklı eğitim düzeylerinin sosyal medya platformlarını kullanma amaçlarına bakıldığında öğrencilerin genel olarak sosyal medya platformlarını zaman geçirmek, gündem takibi yapmak, paylaşımda bulunmak ve online sohbet etmek amacıyla kullandıkları, ancak eğitim düzeyine göre kullanma amaçlarının yüzdelerinin değiştiği tespit edilmiştir. Ayrıca sosyal medyayı oyun oynamak, yeni arkadaş bulmak ve profil güncellemek için en çok lise ğrencilerinin kullandığı bulunmuştur. Sosyal medya hesaplarının kullanma oranına bakıldığında lisans ğrencilerinin kullandığı sosyal medya sayısı lise ve n lisansa göre daha fazla olduğu ve eğitim düzeylerine göre sosyal medyanın kullanım sıklıklarının da farklılaştığı tespit edilmiştir. Lise ve ön lisans ğrencilerinin en çok Whatsapp, İnstagram ve YouTube'u kullanırken Lisans ğrencilerinin Whatsap, İnstagram ve Facebook'u en çok kullandıkları tespit edilmiştir. Whatsapp, İnstagram ve Snapchat kullanımının eğitim düzeylerine bağlı olmadığı ancak Facebook, Twitter, Skype, Swarm ve YouTube'un eğitim düzeyiyle %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkisi olduğu bulunmuştur. Facebook ile Skype'ın ön lisans öğrencileri tarafından lise ve lisans öğrencilerine göre daha az kullanıldığı ayrıca Swarm ile Twitter'ın eğitim düzeyi arttığıka kullanım oranının arttığı, YouTube'nun ise lise öğrencileri tarafından

daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Eğitim düzeyi artıka sosyal medyada geçirilen zamanın azaldığı ve lise ğrencilerinin sosyal medyada daha fazla vakit harcadıkları bulunmuştur.

Son olarak araştırma bulguların anketin uygulandığı 225 öğrencinin sosyal medya platformlarına karşı tutumunu yansıtmakta olup anketle toplanan verilerin güvenilirliği ve geçerliliği, araştırmada kullanılan veri toplama teknikleri ile sınırlıdır. Gelecekteki alışmalar anket yöntemi dışında diğerk veri toplama tekniklerini de kullanarak daha geniş örneklem düzeyi üzerinde uygulanabilir.

Kaynakça

- Akar, E. (2004). Sanal Ortamda Müşteri İlişkileri Yönetimi ve THY Web Sitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine. *Yayınlanmamış Doktora Tezi. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.*
- Aydın, Ö. K. (2012). Türkiye’de Otelcilik Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımına Yönelik Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Retrieved from <http://iletisim.akdeniz.edu.tr/wp-content/uploads/2016/11/2012-18.pdf#page=99>
- Baysal, F. Ö. C. A. M. S. N. (2011). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. *6th International Advanced Technologies Symposium*, (January 2012).
- Demirel, Ö. v. (1987). Eğitim Terimleri. Ö. v. Demirel. içinde Ankara: Şafak Matbaacılık.
- Erjem, Y. (2013). M. T. F. Merter içinde, *Sosyoloji* (s. İstanbul). Lisans Yayıncılık.
- Hatipoğlu, B. H. (2009). Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri. *E- Ticaret*.
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: Its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211–239. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1237–1245. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.024>
- Kirtış, A. K., & Karahan, F. (2011). To Be or Not to Be in Social Media Arena as the Most Cost-Efficient Marketing Strategy after the Global Recession. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 260–268. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.083>
- Kulesza, J., DeHondt II., G., & Nezlek, G. (2011). More Technology, Less Learning? *Information Systems Education Journal*, 9(7), 4–13. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1136848&lang=tr&site=eds-live&scope=site&authtype=ip,uid>
- Mayfield, A. (2010, 02 02). *What is Social Media, iCrossing, e-book, s. 6.* .
What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf;
http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, adresinden alındı
- Odom, S. F., Jarvis, H. D., Sandlin, M. R., & Peek, C. (2013). Social Media Tools in the Leadership Classroom: Students’ Perceptions of Use. *Journal of Leadership Education*, 12(1), 34–53.

Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken Journal of World of Turks*, 7(1), 101–120.

Sayımer, İ. (2009). Sanal Ortamda Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi. *Beta Yayınları*.

Stansbury, M. (2011). Ten ways schools are using social media effectively. *eSchool News*.

Weber, L. (2011). *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business: Second Edition. Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business: Second Edition*. <https://doi.org/10.1002/9781118258125>

Yaros, R. A. (2012). Social Media in Education: Effects of Personalization and Interactivity on Engagement and Collaboration. R. A. Yaros içinde, *Social Media Usage and Impact*, Published by Lexington Books. UK.

Tablolar

Tablo 4. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

	Demografik Özellikler	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	155	72,1%
	Erkek	60	27,9%
Yaş Grupları	14-19	97	45,1%
	20-30	109	50,7%
	31-40	4	1,9%
	41-50	5	2,3%
Eğitim Seviyeleri	Lise	79	36,7%
	Ön Lisans	45	20,9%
	Lisans	91	42,3%

Tablo 5.Eğitim Düzeylerine Göre Kullanılan Sosyal Medya Platformları

	Kullanılan Sosyal Medya Platformları							
	Facebook	İnstagram	Twitter	Whatsapp	Skype	Swarm	Snapchat	YouTube
Lise	48	74	21	78	14	7	48	62
%	60,8%	93,7%	26,6%	98,7%	17,7%	8,9%	60,8%	78,5%
Eğitim	25	40	22	44	4	7	24	25
Düzeyleri	25	40	22	44	4	7	24	25
%	55,6%	88,9%	48,9%	97,8%	8,9%	15,6%	53,3%	55,6%
Lisans	74	83	49	91	36	29	43	58
%	81,3%	91,2%	53,8%	100,0%	39,6%	31,9%	47,3%	63,7%
Tüm Öğrenciler	68,4%	91,6%	42,8%	99,1%	25,1%	20,0%	53,5%	67,4%

Tablo 6. Sosyal Medya Kullanım Amacı Frekans Analizi

	Responses		Percent of Cases	
	N	Percent		
Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz ^a	Profilini güncellemek	42	4,9%	19,5%
	Yeni arkadaşlar bulmak	25	2,9%	11,6%
	Arkadaşlarımı takip etmek	108	12,5%	50,2%
	Paylaşımlarda bulunmak (fotoğraf video v.b. yüklemek)	115	13,3%	53,5%
	Online sohbet etmek	73	8,5%	34,0%
	Oyun oynamak	36	4,2%	16,7%
	Zaman geçirmek	153	17,7%	71,2%
	Markaları takip etmek	48	5,6%	22,3%
	Gündemi takip etmek	120	13,9%	55,8%
	Derslere Çalışmak	53	6,1%	24,7%
	Müzik Dinlemek	72	8,3%	33,5%
Diğer	18	2,1%	8,4%	
Total	863	100,0%	401,4%	

a. Group

Ek1 - Anket Soruları

1.Cinsiyetiniz Nedir?

- Kadın
- Erkek

2.Yaşınız Nedir?

3.Eğitim Durumunuz Nedir?

- Lise
- Ön lisans
- Lisans

4.Sosyal Medya Sitelerinde Hesabınız Var Mı?

Sosyal Medya Platformu	Evet	Hayır
------------------------	------	-------

Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foursquare (Swarm)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SnapChat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
You Tube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.Hangi Sosyal Medya Platformlarını ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

Sosyal Medya Platformu	Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara Sıra	Sıklıkla	Her Zaman
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Whatsapp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skype	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foursquare (Swarm)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SnapChat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
You Tube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6.Genelde Sosyal Medya Sitelerine Nereden Giriş Yapıyorsunuz?

- Telefon
- Tablet
- Bilgisayar
- Diğer:

7.Sosyal Medya Sitelerine Günde Ortalama Kaç Defa Giriş Yapıyorsunuz?

8.Sosyal Medya Sitelerinde Günde Ortalama Ne Kadar Vakit Harcıyorsunuz? (Saat aralığı DEĞİL, net saat verilmeli. Örneğin; 3,5,8 gibi)

9.Sosyal Medyayı Hangi Amaçla Kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek seçebilirsiniz)

- Profilini güncellemek
- Yeni arkadaşlar bulmak
- Arkadaşlarımı takip etmek
- Paylaşımlarda bulunmak (fotoğraf, video vb. yüklemek)
- Online sohbet etmek
- Oyun oynamak
- Zaman geçirmek
- Markaları takip etmek
- Gündemi takip etmek
- Derslere Çalışmak
- Müzik Dinlemek
- Diğer
-

10.Not ortalamanız nedir? (Dörtlük yada Yüzlük Sisteme Göre Giriniz)

11.Sosyal Medya Kullanımının Ders Başarınızı Etkilediğini Düşünüyor musunuz?

- Evet
- Kararsızım
- Hayır

12.Sosyal Medya Siteleri Ders Başarınızı Nasıl Etkiler?

	Az	Orta	Çok
Olumlu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olumsuz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13.Sosyal Medya Siteleri Ders Başarısını Artırır

Kesinlikle	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle
Katılmıyorum (1)	(2)	(3)	(4)	Katılıyorum (5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>