

İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN AMAÇ, BENİMSEME, YALNIZLIK DÜZEYİ İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA SOSYAL AĞLARI KULLANIMI

Erhan AKYAZI

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

Bilişim Anabilim Dalı

İstanbul

Aylin TUTGUN ÜNAL

Maltepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü

İstanbul

ÖZET

Günümüzde başta gençler olmak üzere toplumun geneli tarafından büyük bir kullanım oranına kavuşan sosyal ağlar iletişim alışkanlıklarımızı ve buna bağlı olarak yaşam tarzlarımızı değiştirir hale gelmiştir. Bu denli önem arz eden sosyal ağların hangi amaçlarla kullanıldığını ve ne derece benimsendiğini araştırmayı hedefleyen bu çalışma hedef kitle olarak üniversite öğrencilerini almıştır. Gelecekte mensupları olacakları yeni medyayı şekillendirme potansiyelleri olmasından dolayı özellikle iletişim fakültesi öğrencileri seçilmiştir. Araştırma kapsamında aynı zamanda aralarındaki farka da değinebilmek adına devlet ve vakıf üniversitelerinin öğrencileri dâhil edilmiştir. Verilerin toplanmasında “Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği” ile “Sosyal Ağları Benimseme Ölçeği” kullanılmıştır. “Kişisel Bilgi Formu” ile öğrencilerin demografik özellikleri ile sosyal ağ siteleri kullanımına yönelik kişisel özellikleri (cinsiyet, günlük kullanım miktarı, ne zamandan beri sosyal ağ sitelerini kullandığı vs.) belirlenmiştir. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları: 1) Sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım; 2) Tanıma ve tanışma amaçlı kullanım; 3) Eğitim amaçlı kullanım faktörleri kapsamında incelenmiştir. Ölçeklerin analizi ile öğrencilerin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları, kişisel özellikleri ile karşılaştırılmıştır. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin 5 faktör kapsamında (Yarar, Kullanım kolaylığı, Sosyal Etki, Kolaylaştırıcı faktörler, Topluluk kimliği) sosyal ağları benimseme düzeylerinin belirlenmesi de amaçlanmıştır. Son olarak araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile sosyal ağları benimseme düzeyleri arasında bir ilişkinin olup olmadığına dair analizlere de yer verilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Sosyal ağ, yalnızlık, benimseme, iletişim

Purpose, Adoption and Level of Loneliness Relation and the Use of Social Networks: A Study on Undergraduate Communication Students

ABSTRACT

Today, social networks have reached a great use rate by the general public, particularly young people have begun to change our communication habits and accordingly our life styles. The study aims to research for what purposes the social networks are used which have become so important for people. The reason why communication students were selected as the target audience for this study is because

these students have the possibility of shaping the future of media use and adoption. At the same time, students of State and Foundation universities were also included in the scope of this research in order to evaluate the difference between them. "Social Networking Sites Intended Use Scale" and "Social Networks Adoption Scale" were used in collection of the data. The demographic characteristics and personnel characteristics of students for the use of social networking sites (gender, amount of daily use, using social networking sites since when etc.) were determined by using "Personal Information Form". The intended use of social networking sites were examined within the scope of the following: 1) Use for the purpose of social interaction and communication, 2) Use for the purpose of knowing and meeting somebody, 3) Use for educational purposes. Analysis of the scales and purposes of students' use of social networking sites were compared with their personal characteristics. Determination of the level of adoption of social networks of university students was also examined under 5 factors (benefit, ease of use, social influence, enabling factors, community identity). Finally, an analysis testing if there is a relationship between the intended use of social networking sites and adoption levels of university students were also included in this research.

Keywords: Social network, loneliness, adoption, communication

Giriş

Bilgi ve İletişim teknolojilerinin hızla geliştiği günümüzde, iletişim araçlarının kullanımı da hayatın hemen hemen her alanında gereklilik haline gelmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan "Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması"na göre, girişimlerde bilgisayar kullanım ve internet erişimine sahiplik oranları 2007 yılı Ocak ayında %88,7 ve %85,4 iken, bu oranlar 2008 yılı Ocak ayında sırasıyla %90,6 ve %89,2'ye yükselmiştir. 2010 yılında ise, internet erişimine sahiplik oranının %90,9'a yükseldiği görülmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2011). Diğer taraftan üniversite öğrencileri ile yürütülen araştırmalarda, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun rahatlıkla ulaşabilecekleri bilgisayar ve internete erişim imkânlarının olduğu belirtilmektedir (Deniz, 2001, 2007; Tutgun ve Deniz, 2010). Bu noktadan hareketle, sosyal etkileşim, iletişim ve bilgi edinme için öncü ve tercih edilen bir ortam haline gelen internetin, gençlerin hayatında giderek artan bir şekilde yer bulmakta olduğu söylenebilir (Gemmill ve Peterson, 2006; Wang, Moon ve diğ., 2010; Tutgun, Deniz ve Moon, 2011).

Karal ve Kokoç (2010)'a göre, sosyal etkileşimi, işbirliğini ve paylaşımı ön planda tutan Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte günümüzde daha farklı internet platformları kullanılmaya başlanmıştır ve ilgili platformlardan birisi de, Web 2.0 teknolojisinin önemli bileşenlerinden ve en popüler paylaşım ortamlarından biri olarak kabul edilen sosyal ağ siteleridir. Günümüzde toplumun geneli tarafından büyük bir kullanım oranına kavuşan sosyal ağlar, iletişim alışkanlıklarımızı ve buna bağlı olarak yaşam tarzlarımız değiştirir hale gelmiştir. Vural ve Bat (2010)'a göre, yeni iletişim ortamlarının gelişmesi ve her kesimden bilgi ve iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırmakta,

sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Türkiye’deki sosyal ağa sahiplik oranları incelendiğinde, 24.143.980 aktif kullanıcı ile kullanıcı sayısı açısından Dünya genelinde 4.sırada yer alan Facebook dikkat çekmektedir (Socialbakers, 2012). Türkiye’deki Facebook kullanıcılarının %37’sini 18-24 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin de içinde yer aldığı gençler oluşturmaktadır (Socialbakers, n.d.). Facebook, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitesi olarak tercih ettikleri ve artan sayıdaki üniversite öğrencisinin sıklıkla giriş yaptığı en popüler platform olarak nitelendirilmektedir (Kabilan, Ahmad ve Abidin, 2010; Lampe, Ellison ve Steinfield, 2006).

Yeni İletişim Platformu Olarak Sosyal Ağlar

Sosyal ağ kavramı incelendiğinde alanyazında birçok tanım yer almaktadır. Bazı araştırmacılar sosyal ağları, kişiler arasındaki karşılıklı etkileşimi destekleyen, ortak ilgi alanlarına sahip bireylerin paylaşımını arttıran ve herkesin kendi kişisel profilini ve iletişim kurmak istediği arkadaş listesini oluşturma şansı veren web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadır (Boyd, 2003; Vural ve Bat, 2010). Preeti (2009)’a göre, sosyal ağ kavramı; ortak bir amaç doğrultusunda kişilerin düşüncelerini paylaşmalarını ve birbirleriyle etkileşime girmelerini kolaylaştıran internet üzerinden bir topluluk oluşumunu işaret etmektedir.

Bireyler arasında kişisel ya da profesyonel ilişkilerin oluşturduğu ağ olarak adlandırılabilir olan sosyal ağlar günlük yaşam tarzının önemli bir parçası haline gelmiş ve gittikçe önem kazanmaya başlamıştır. Kullanıcılar, sosyal ağlar üzerinden yeni iletişim ortamlarının sunduğu hemen hemen tüm özelliklerden yararlanmakta, sürekli paylaşım sağlamaktadırlar. Bilgi değişiminin bu kadar yaygın hali gelmesi her geçen gün yeni sosyal ağlar doğmasına yol açmaktadır.

Günümüzde baskın olan kültür katılımcı kültürdür. Böyle bir kültürde üyeler katkılarının önemli olduğuna inanmakta ve birbirleriyle belli bir sosyal bir bağ hissetmektedirler. En azından yaptıkları/yarattıkları hakkında diğer insanların ne düşündüğüne önem vermektedirler. Katılımcı kültürün günümüzdeki en belirgin biçimi çevrimiçi sosyal ağlardır. Bu ağlar, sosyal ağlaşma (social networking) siteleri kullanılarak oluşturulmaktadır.

Sosyal ağlarda aslında işin özü sanal bir “cemaat” oluşturup bunlarla birlikte hareket etme, fikirleri paylaşma, yeni çözümler üretme ve benzeri çalışmalar yapmaktır. Sosyal paylaşım ağı tanımına uygun tipteki ilk site örnekleri “Classmates.com” (1995) ve

“SixDegrees.com” (1997) siteleridir (Akyazı ve Ateş, 2012). Classmates.com özellikle geçmişteki sınıf arkadaşlarının bulunmasına yönelik bir tema sunarken, SixDegrees.com kullanıcılarına profil yaratma ve arkadaşlarını listeleme olanağı sunmuştur. 1997-2009 yılları arasında çeşitli etnik grupların kişisel ve profesyonel profillerini paylaştıkları siteler ortaya çıkmıştır. Bu siteler, özellikle yerel dillerde hizmet vermeye başlayarak tüm dünyaya yayılmış ve küresel kültür ürünlerine dönüşmüşlerdir. Manav Türkleri, Tatarlar, Abhazlar ve Çerkezler bu gruplardan sadece bir kaçıdır.

Sosyal ağlar bir iletişim kanalı aracılığıyla bir araya gelen grupların en son örneklerinden biridir. Aslında bu şekilde bir araya gelen insanların yarattığı ortam herkesin birbirini tanıdığı park, kafe gibi yerlere benzemektedir. Gençler arkadaşlarıyla iletişime geçebilmek için ortamlara girerler. Diğer insanlar hazır buldukları ortamda gerçekleşen konuşmaya ilginç bir şeyler söyledikleri sürece dahil edilirler, aksi halde göz ardı edilirler. Kamusal alanın sosyal hayattaki önemi çok büyüktür. Sosyal ağ sitelerinin bu derece ilgi görmesinin en önemli sebeplerinden de budur. Ünlü sosyolog ve iletişim kuramcısı Jürgen Habermas kamusal alanı özel şahısların kamusal meseleleri ve ortak çıkarları tartışmak üzere bir araya gelmeleri şeklinde tanımlamıştır. Bu sayede toplumu oluşturan insanlar kendilerini eşit olarak hissederek demokrasinin önemli şartlarından birini yerine getirmiş olurlar. Sosyal ağlar da herkesin eşit ve özgürce iletişime geçmesine imkan sağlayarak çoğulcu demokrasinin oluşmasına katkı sağladığından dolayı önem arz etmektedir. Söz konusu sosyal ağlardan en önemlileri arasında yer alan Facebook, MySpace, LinkedIn gibi web siteleri olan sosyal ağlar çoğalarak ve büyüyerek hayatımızın bir parçası olmaya devam edeceklerdir. (Akyazı ve Ateş, 2012)

Sosyal ağların tanımlarının yanı sıra, bu konuda yapılan araştırmaların kapsamı da çeşitlilik göstermektedir. Sosyal ağ sitelerine yönelik kültürel araştırmalar (Vitkauskaitė, 2011), gençlerin sosyal ağ kullanım amaçları ve alışkanlıklarını belirlemeye yönelik araştırmalar (Boyd ve Ellison, 2007; Karal ve Kokoç, 2010; Lockyer ve Patterson, 2008; Vural ve Bat, 2010), sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımına yönelik araştırmalar (Masic ve Sivic, 2011; Stanciu, Mihai ve Aleca, 2012) (Masic, Sivic ve diğ., 2011) ve sosyal ağların benimsenme düzeyini ortaya koyan Usluel ve Mazman (2009)'in araştırması bu araştırmalar arasında dikkat çeken birkaç tanesidir. Bu noktadan hareketle, internet veya cep telefonu aracılığıyla erişilen ve kişilerin, özellikle de gençlerin, yoğun kullanımına sahip olan sosyal

ağlara yönelik araştırmaların, ölçek geliştirme çalışmalarına ve psikolojik faktörler üzerine yoğunlaşmaya doğru bir trendin olduğu söylenebilir.

Farklı teknolojik özelliklere sahip, çok çeşitli ilgi alanları ile uygulamalara ortam sağlayan onlarca sosyal ağ sitesi (Facebook, Youtube, Flickr, Myspace, vs.) bulunmakla birlikte bu siteler kullanıcılarına; sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmaya, sosyal ağ ortamı kurma, diğer kullanıcılarla iletişim kurma ve devam ettirme (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşma (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurma, yeni arkadaşlıklar keşfetme (Wang, Moon ve diğ., 2010) olanakları sunmaktadır.

Özellikle gençlerin yaygın olarak kullandığı ve düzenli olarak erişim sağladığı sosyal ağ sitelerinin, onlar için hem olumlu hem de olumsuz yansımaları bulunmaktadır. Sosyal ağ sitelerinin farklı değişkenler (akademik başarı, motivasyon, iletişim, sosyal etkileşim, yalnızlık vs.) üzerinde yarattığı etki, bireylerin sosyal ağ sitelerini ne amaçla ve nasıl kullandığına bağlı olarak değişebilmektedir (Çetin, 2009; Karal ve Kokoç, 2010). Bununla birlikte Usluel ve Mazman (2009), sosyal ağların bu kadar hızlı benimsemelerinin altında yatan faktörleri ve günlük yaşamlarında aktif bir şekilde kullanmalarının nedenlerinin ortaya konulması ile ilgili çalışmaların eksikliğine dikkat çekmektedir. Diğer taraftan, alanyazında sosyal ağ sitelerini yoğun olarak kullanan kişilerin içinde buldukları psikolojik durumların (yalnızlık gibi) tespiti ile ilgili çalışmaların ve bu psikolojik durumların, bu ortamların benimsenmesi ya da kullanım amaçları ile arasındaki ilişkilerin tespit edildiği çalışmalara rastlanmamaktadır. Özellikle gençlerin bu ortamlara yoğun olarak erişim sağlamalarından kaynaklanan, akademik, iş, ikili ilişkiler ve sosyal alanlarda yaşadıkları olumsuzlukların göz ardı edilmemesi, yapılacak çalışmalarla durumun tespiti ile gerekli önlemlerin alınması önemli görülmektedir. Bahsi geçen sebeplere dayanarak, iletişim fakültesi öğrencileri ile yürütülmüş olan bu araştırmanın, gençlerin yaşadıkları birtakım olumsuzlukların tespit edilmesinde etkili olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada, iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağları ne amaçla kullandıkları ve ne düzeyde benimsediklerinin tespit edilmesi, onların bu ortamlara bakış açısını belirleyebileceğinden önemli görülmektedir. Bununla birlikte araştırmanın, yalnızlık boyutunun da yer almasından dolayı, psikolojik faktörlerin sosyal ağlarla ilişkisinin incelenmesine yönelik yapılacak araştırmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu

noktadan hareketle, “Kullanım Amacı, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağlar ve İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır.

Amaç

Bu araştırmanın amacı, iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları, sosyal ağları benimsemeleri ile yalnızlık düzeylerinin analiz edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır.

1. Devlet ve Vakıf Üniversitelerindeki İletişim Fakültesi Öğrencilerinin demografik özellikleri ile sosyal ağ sitelerini kullanım alışkanlıkları nelerdir?
2. Devlet ve Vakıf Üniversitelerindeki İletişim Fakültesi Öğrencileri sosyal ağ sitelerini ne amaçla kullanmaktadır?
3. İletişim Fakültesi Öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları demografik özelliklerine (Cinsiyet, üniversite türü, bölüm vs.) ve sosyal ağları kullanım alışkanlıklarına (günlük kullanım miktarı, sosyal ağ tercihleri vs.) göre farklılaşmakta mıdır?
4. İletişim Fakültesi Öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri ne seviyededir?
5. İletişim Fakültesi Öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini benimseme düzeyleri demografik özelliklerine (Cinsiyet, üniversite türü, bölüm vs.) ve sosyal ağları kullanım alışkanlıklarına (günlük kullanım miktarı, sosyal ağ tercihleri vs.) göre farklılaşmakta mıdır?
6. İletişim Fakültesi Öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları, sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu çalışmada, “Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği”, “Sosyal Ağları Benimseme Ölçeği”, “UCLA Yalnızlık Ölçeği” ile “Kişisel Bilgi Formu” ile elde edilen verilerin nicel analizi ile var olan durum saptandığı için bu araştırma Karasar (1994)’a göre tarama modellerinden genel tarama modelidir.

Çalışma Grubu

Araştırmada çalışma grubu, 2012-2013 Eğitim-Öğretim Yılında, Maltepe Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi devam etmekte olan 353 İletişim Fakültesi öğrencisinden oluşturulmuştur.

Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik Özellikler	f	%
Cinsiyet		
Erkek	190	53,8
Kadın	163	46,2
TOPLAM	353	100
Bölüm/Program		
Gazetecilik	136	38,5
Radyo, Televizyon ve Sinema	71	20,1
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	61	17,3
Görsel İletişim Tasarımı	85	24,1
TOPLAM	353	100
Üniversite		
Marmara Üniversitesi	163	46,2
Maltepe Üniversitesi	190	53,8
TOPLAM	353	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi, grubun 163’ünü (%46,2) kadın, 190’ını (%53,8) ise erkek öğrenciler oluşturmuştur. Toplam dört farklı bölümden öğrenciler araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya katılan grup, 163’ü (%46,2) devlet, 190’ı (%53,8) ise vakıf üniversitelerine devam eden öğrencilerden meydana gelmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada verilerin toplanmasında, Karal ve Kokoç (2010)’un geliştirdiği “Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği”, Usluel ve Mazman (2009)’un geliştirdiği “Sosyal Ağları Benimseme Ölçeği” ile Russel, Peplau and Cutrona (1980) tarafından geliştirilmiş ve Demir (1989) tarafından Türkçe adaptasyonu yapılmış “UCLA Yalnızlık Ölçeği” kullanılmıştır. Diğer taraftan, katılımcıların demografik özellikleri ile sosyal ağlara yönelik alışkanlıklarını belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır.

Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amacı Ölçeği. Karal ve Kokoç (2010)’un geliştirmiş olduğu 14 maddelik ölçek, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik olup, 3 faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler sırasıyla “sosyal etkileşim- iletişim

amaçlı kullanım”, “tanıma ve tanınma amaçlı kullanım” ve “eğitim amaçlı kullanım” olarak adlandırılmıştır. Ölçek, 5’li Likert tipi ölçekleme kullanılarak hazırlanmıştır. Ölçekteki maddeler “1=Hiç Katılmıyorum” ve “5=Tamamen Katılıyorum” arasında 1’den 5’e kadar derecelendirilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0.83, test-tekrar test güvenilirliği katsayısı ise 0.91 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada ise, 0,78 bulunmuştur.

Sosyal Ağları Benimseme Ölçeği. Bu ölçek Usluel ve Mazman (2009) tarafından geliştirilmiş olup, 21 maddeden ve 5 faktörden oluşmaktadır. Bu faktörler sırasıyla, ““yarar”, “kullanım kolaylığı”, “sosyal etki”, “kolaylaştırıcı faktörler” ve “topluluk kimliği” olarak adlandırılmıştır. Ölçekteki sorular 10’lu likert tipinde olup yanıtlar 1=“Hiç katılmıyorum” ve 10=“Tamamen katılıyorum”u ifade edecek şekilde hazırlanmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,90 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada ise 0,89 bulunmuştur.

UCLA Yalnızlık Ölçeği. Russel, Peplau and Cutrona (1980) tarafından geliştirilmiş ve Demir (1989) tarafından Türkçe adaptasyonu yapılmış “UCLA Yalnızlık Ölçeği”, 10’u ters puanlandırılmış olmak üzere toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçek, kişilerin genel yalnızlık düzeylerini belirlemeye yönelik 4’lü likert tipindeki ölçme aracı, 1=“Bu durumu hiç yaşamadım” ve 5=“Bu durumu sık sık yaşarım” arasında derecelendirilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,96 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada 87,5 bulunmuştur.

Kişisel Bilgi Formu. Araştırmacılar tarafından geliştirilen Kişisel Bilgi Formu ile öğrencilerin demografik özellikleri (Üniversite türü, cinsiyet, yaş, bölüm, sınıf vs.) ile sosyal ağ kullanım alışkanlıklarına (Facebook/Twitter hesap adeti, hangi sosyal ağlara bağlandığı, ne zamandan beri sosyal ağları kullandığı, günlük erişim miktarı vs.) yönelik veriler toplanmıştır.

İşlem

Ölçme aracı, 2011-2012 Eğitim-Öğretim Yılında, ders ortamında, gönüllülük ilkesine göre İletişim Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır. Katılımcıların ölçme aracını doldurma süresi 10 ile 15 dakika arasında değişmiştir.

Verilerin Analizi

Öğrencilerden elde edilen veriler, SPSS 18 (PASW) istatistik programı ile analiz edilmiştir. Analizlerde, frekans ölçümü, bağımsız grup t-testi, varyans analizi, korelasyon, ki-kare test teknikleri kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmada ilk önce devlet ve vakıf üniversitelerine devam etmekte olan iletişim fakültesi öğrencilerinin demografik özellikleri (kişisel bilgisayara sahip olma, internet vs.) ile sosyal ağ sitelerini kullanım alışkanlıkları (Facebook, Twitter ve diğer sosyal ağlarda hesabı olma, günlük kullanım süresi, vs.) analiz edilmiştir.

Kişisel bilgisayara sahip olma durumu analiz edildiğinde; öğrencilerin üniversite türüne göre kişisel bilgisayara sahip olma durumlarına ilişkin ki-kare testi sonucunda, öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü ile kişisel bilgisayara sahip olmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır ($X^2 = 6,401$, $sd=1$, $p < 0,05$). Diğer bir ifadeyle öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü, kişisel bilgisayara sahip olma durumlarını belirlemede etkilidir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin % 88,3'ü kişisel bilgisayar sahip iken, vakıf üniversitesi öğrencilerinin % 95,8'i kişisel bilgisayara sahiptir.

İnternet erişim imkânlarına yönelik yapılan analiz sonucunda ise, öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü ile internet imkânına sahip olmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($X^2 = 3,502$, $sd=1$, $p > 0,05$). Diğer bir ifadeyle öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü, internet imkânına sahip olma durumlarını belirlemede etkili değildir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin % 96,9'u internet erişim imkânına sahip iken, vakıf üniversitesi öğrencilerinin % 99,5'i internet erişim imkânına sahiptir.

Sosyal ağ sitelerini aile ile haberleşmek için kullanıp kullanmadıkları analiz edildiğinde, öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü ile arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($X^2 = 0,240$, $sd=1$, $p > 0,05$). Devlet üniversitesi öğrencilerinin %43,6'sı ailesi ile haberleşmek için sosyal ağ sitelerini kullanırken, vakıf üniversitesinde bu oran %41,6'dır.

Öğrencilerin Facebook ve Twitter hesabına sahip olma durumu analiz edildiğinde, devlet üniversitesindeki öğrencilerin %89'unun ($n=145$) Facebook, %75,5'inin ($n=123$) Twitter, %48,5'inin ($n=79$) diğer sosyal ağlarda hesabı bulunmaktadır. Vakıf üniversitesi öğrencilerinin ise, %89,4'ü ($n=170$) Facebook, %70'i ($n=133$), %55,2'si ($n=105$) diğer sosyal ağ sitelerinde hesaba sahiptir. Yapılan ki-kare testi sonucunda öğrencilerinin devam ettikleri üniversite türü, herhangi bir sosyal ağ sitesinde hesabının olup olmaması durumunu belirlemede etkili değildir.

Mobil cihazlardan sosyal ağ sitelerine bağlanma durumu analiz edildiğinde, öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü ile arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (X^2

=12,111, sd=1, p <0,005). Diğer bir ifadeyle öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü, mobil cihazlardan sosyal ağ sitelerine bağlanma durumlarını belirlemede etkilidir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin % 73'ü mobil cihazlardan sosyal ağlara bağlanırken, vakıf üniversitesi öğrencilerinin % 85,8'i mobil cihazlardan erişim sağlamaktadır.

Ne zamandan beri sosyal ağ sitelerinin kullanıldığı analiz edildiğinde, devlet üniversitesi öğrencilerinin en yüksek oranda (%41,1) 5 yıldan fazla kullandığı, ikinci sırada ise, %35,6 oranında 3-5 yıl arası kullandığı belirlenmiştir. Buna göre, öğrencilerin %75,7'si 3 yıldan fazla süredir sosyal ağları kullanmaktadır. Diğer taraftan, 1 yıldan az süredir sosyal ağları kullananların oranı oldukça düşüktür (%2,5). Vakıf üniversitesi öğrencilerine yönelik analizlerde de benzer sonuçlar tespit edilmiş (%43,9'u 5 yıldan fazla, %33,4'ü 3-5 yıl arası) olup, üniversite türü, sosyal ağları kullanım süresini belirlemede etkili bulunmamıştır ($X^2 = 1,808$, sd=3, p>0,05).

Sosyal ağları kullanım alışkanlıklarına dair son olarak sosyal ağ sitelerinin günlük kullanım süreleri analiz edilmiş olup, öğrencilerinin üniversite türüne göre farklılaşmadığı görülmüştür ($X^2 = 1,916$, sd=3, p>0,05). Devlet üniversitesi öğrencilerinin neredeyse yarısı (%47,2), yoğun olarak günde “1-3 saat arası” sosyal ağ sitelerine bağlandıkları, ikinci sırada ise, “1 saatten az” (%30,7) bağlandıkları tespit edilmiştir. Diğer taraftan, öğrencilerin günlük olarak, %14,7'sinin “3-5 saat arası”, az oranda da olsa %5,5'inin “5 saatten fazla” sosyal ağlara bağlanması dikkat çekmektedir. Vakıf üniversitesindeki durum incelendiğinde, benzer sonuçlara rastlanmaktadır (%38,4'ü 1-3 saat, %35,3'ü 1 saatten az, %16,8'i 3-5 saat arası, %6,8'i 5 saatten fazla).

Diğer araştırma amacı olan sosyal ağ sitelerinin ne amaçla kullanıldığı, “Sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım”, “Tanıma ve tanışma amaçlı kullanım” ve “Eğitim amaçlı kullanım” faktörleri kapsamında analiz edilmiştir. Devlet ve vakıf türündeki üniversitelerdeki dağılımlar benzerlik göstermekte olduğundan, bu amaç tüm öğrencilere yönelik analizlerle ölçülmüştür.

Sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı sosyal ağ sitelerinin kullanımı

Bu amaç kapsamında, ilk olarak, “kendine özgü alan (profil, kişisel sayfa vs.) yaratma imkanı sunduğu için kullanma” amacı analiz edilmiştir. Devlet üniversitesine devam eden öğrencilerin yarısına yakını (%45,4)'ü katıldıklarını ifade ederken, ikinci sırada (%33,1) orta derecede katıldıklarını ifade etmişlerdir. Tamamen katılanların oranı %8 olmakla birlikte, tüm

oranlardaki katılanların toplamı ortalamanın üzerindedir (%86,5). Vakıf üniversitesi öğrencilerinde de dağılımlar benzer olup, tüm katılanların oranı %79,5'tir.

“Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirme” amacı analiz edildiğinde, her iki üniversite türünde (devlet ve vakıf) dağılımlar benzerlik göstermekte olup, katılanların oranı oldukça yüksektir. Buna göre, öğrencilerin %40,5'i katıldıklarını, %37,1'i tamamen katıldıklarını ifade etmiş olup, oranlarının ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir (%77,6). Orta derecede katılanları da bu oranlara dâhil ettiğimizde, öğrencilerin %90,9'unun olumlu görüş bildirdiği söylenebilir.

“İlgilendiği insanların ve arkadaşlarının yaşamlarını inceleme” amacı analiz edildiğinde, üniversite türü açısından bir farklılık görülmemekle birlikte, en çok (%34,8) “orta derece katılıyorum” ifadesinin, ikinci sırada ise (%34,1) “katılıyorum” ifadesinin seçildiği görülmektedir. Bu amaca katılmayanların oranı %20,4, kesinlikle katılmayanların oranı ise, %10,2'dir.

“Eski arkadaşlarla tekrar iletişime geçme” amacıyla kullanma durumu analiz edildiğinde, yine üniversite türü açısından farklılık görülmemekte olup, öğrencilerin çoğunluğu (%39,9) katıldıklarını belirtmişlerdir. Orta derece katılanların oranı %26,3, tamamen katılanların oranı ise %20,1'dir. Bu durumda, tüm oranlardaki katılım durumunun oldukça yüksek olduğu görülmektedir (%86,3). Diğer taraftan, bu amaca katılmayanlar %9,9, kesinlikle katılmayanlar ise %3,7'dir.

“Düşüncelerini başkalarıyla paylaşma” amacı analiz edildiğinde, orta derecede katılanlar (%32,9), katılanlar (%34,0) ile tamamen katılanların (%15,3) oranının ortalamanın üzerinde (%66,9) olduğu söylenebilir (%82,2). Katılmayanların oranı %11,6, kesinlikle katılmayanların oranı ise %6,2'dir.

“İlgisini çeken gruplara katılma” amacı analiz edildiğinde, olumlu görüş bildirenler çoğunlukta olup, katılanlar (%33,4), tamamen katılanlar (%13) ile orta derece katılanların (%28,3) toplam oranı %74,7'dir. Katılmayanlar (%17,6) ile kesinlikle katılmayanlar (%7,6) azınlıktadır.

“Beğendiği nesnelere (video, resim vs.) paylaşma” amacı analiz edildiğinde, yine olumlu görüş bildirenler çoğunlukta. Katılanlar (%38,5), tamamen katılanlar (%14,2) ile orta derece katılanların (%30) toplam oranı %82,7'dir. Katılmayanlar (%9,9) ile kesinlikle katılmayanların (%7,4) azınlıkta olduğu görülmektedir.

Tanım ve tanınma amaçlı sosyal ağ sitelerinin kullanımı

Bu amaç kapsamında, ilk olarak, “Yeni insanlarla tanışma, yeni arkadaşlıklar kurma” amacı analiz edilmiştir. Öğrencilerin en çok (%32) “katılmıyorum” ifadesini tercih ettikleri, %19,3’ünün ise, “kesinlikle katılmıyorum”u tercih ettikleri görülmektedir. Orta derecede katılanlar (%30,3), katılanlar (%12,7) ve tamamen katılanlar (%5,7) birlikte değerlendirildiğinde oranın %48,7 olduğu ve olumsuz görüş bildirenlerin ortalamasının üzerinde (%51,3) olduğu görülmektedir.

“Diğer insanlar tarafından tanınma” amacı analiz edildiğinde, olumsuz görüş bildirenlerin ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir (%62,1). Katılanların arasında ise, orta derecede katılanlar ağırlıkta (%23,8) olup, katılan (%11) ve tamamen katılanlar (%3,1) azınlıktadır.

“Farklı kültürden insanlarla tanışma” amacı analiz edildiğinde, olumlu (%53,8) ve olumsuz görüş bildirenler (%46,2) birbirine yakın orandadır. Fakat olumlu görüş bildirenlerin daha çok orta derecede katılanlardan oluştuğu (%28,6) göz önüne alınırsa, tamamen olumlu görüş bildirenler azınlıktadır (%25,2).

Eğitim amaçlı sosyal ağ sitelerinin kullanımı

Bu amaç kapsamında öncelikle “Okul proje/ödevleriyle ilgili araştırma yapma” amacı analiz edilmiştir. Olumlu görüş bildirenler çoğunlukta (%71,9) olup, tamamen katılanların oranı %14,4, katılanların oranı %28, orta derecede katılanların oranı %29,5’dir. Katılmayanların oranı %18,4, kesinlikle katılmayanların oranı ise %9,6’dır.

“Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri inceleme” amacı analiz edildiğinde, kayda değer oranda (%81,3) olumlu görüş bildirildiği görülmüştür. Tamamen katılanlar (%17,3) ile katılanların (%36) oranı ortalamasının üzerindedir (%53,3).

“Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşma amacı analiz edildiğinde, yine, kayda değer oranda (%89) olumlu görüş bildirildiği görülmüştür. Tamamen katılanlar (%22,9) ile katılanların (%42,2) oranı ortalamasının üzerindedir (%65,1).

“Yabancı dil bilgisini geliştirme” amacı analiz edildiğinde, en çok orta derecede katılanlar (%30,6) dikkat çekmekte, katılmayanların oranı ise, ikinci sırada gelmektedir (%26,3). Fakat orta derece katılanları dâhil ederek katılan (%18,1) ve tamamen katılanlar (%9,9) birlikte değerlendirildiğinde, ortalamasının üzerinde oldukları görülmektedir (%58,6). Kesinlikle katılmayanların oranı %15 olup, olumsuz görüş bildirenlerin toplam oranı %41,3’tür.

İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarının, demografik özelliklerine ve kullanım alışkanlıklarına göre analizi

Cinsiyete göre yapılan analizlerin sonucuna göre, “Tanıma ve tanınma” amaçlı sosyal ağ sitelerinin kullanımında erkekler lehine bir farklılık bulunmuştur ($t=4,93$; $p<0,001$). Buna göre, erkekler, kadınlara göre sosyal ağ sitelerini daha fazla tanıma ve tanınma amacıyla kullanmaktadır. Diğer taraftan, eğitim amaçlı sosyal ağ sitelerinin kullanımı analiz edildiğinde, kadınlar lehine bir farklılık bulunmuştur ($t=3,16$; $p<0,005$). “Sosyal etkileşim ve iletişim” boyutunda ve boyutların toplamında cinsiyete yönelik bir farklılaşma bulunmamaktadır ($t=1,28$; $p>0,05$).

Kişisel bilgisayara sahip olma durumuna göre sosyal ağların kullanım amaçlarının farklılaşmasına yönelik yapılan analizlerde ise, “sosyal etkileşim ve iletişim” boyutunda bir farklılık görülmekte olup, bu farklılığın, kişisel bilgisayara sahip olmayanlardan kaynaklandığı bulunmuştur ($t=2,18$; $p<0,005$). Diğer alt boyutlarda bir farklılık bulunmamakla ($p>0,05$) birlikte, toplam kullanım amaçları yine kişisel bilgisayara sahip olmama durumuna göre farklılaşmaktadır ($t=2,14$; $p<0,005$). Diğer taraftan, mobil cihazlardan sosyal ağ sitelerine erişim ile sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarında bir farklılığın görülmesi, kişisel bilgisayara sahip olmayanların daha çok mobil cihazlardan bağlantı kurması ile açıklanabilir. Buna göre, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı sosyal ağ kullanımı mobil cihazlardan erişenler lehine farklılaşmakta olup, bu fark yüksek seviyededir ($t=4,60$; $p<0,001$). Yine, mobil cihazlardan sosyal ağ sitelerine bağlananların, tanıma ve tanınma amaçlı sosyal ağ sitelerini daha çok kullandıkları görülmektedir ($t=3,09$; $p<0,005$). Mobil cihazlardan bağlanma, eğitim amaçlı kullanım bakımından farklılık oluşturmamaktadır ($t=1,62$; $p>0,05$). Tüm amaçlar toplamına bakıldığında, mobil cihazlardan erişim kullanım amaçlarını yüksek seviyede etkilemektedir ($t=4,21$; $p<0,001$).

Diğer taraftan, aile ile haberleşmeye göre sosyal ağ sitelerinin kullanım amacı tüm boyutlar bakımından farklılaşmamaktadır ($t=,86$; $p>0,05$).

Sosyal ağ sitelerinde hesabı olma durum ile sosyal ağları kullanım amaçları karşılaştırıldığında, Facebook hesabına sahip olanların sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım yönünde, yüksek seviyede bir farklılık oluşturduğu görülmektedir ($t=4,26$; $p<0,001$). Facebook hesabına sahip olma, diğer tanıma ve tanınma ile eğitim amaçlı kullanım boyutlarında bir farklılık yaratmamıştır. Fakat tüm amaçlar toplamında yine anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t=2,73$; $p<0,005$). Diğer taraftan, Twitter hesabına sahip olma, tüm

boyutlarda yüksek seviyede anlamlı bir farklılığa yol açmıştır ($t=4,83$; $p<0,001$). Buna göre, Twitter hesabı olanlar yüksek seviyede ($t=5,03$; $p<0,001$). sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı sosyal ağlara bağlanmakta olup, tanıma ve tanınma ($t=2,55$; $p<0,005$) ve eğitim amaçlı ($t=3,21$; $p<0,005$) kullanımları da anlamlı bir farklılığa yol açmıştır.

Diğer sosyal ağlarda hesabı olanların, yine tüm boyutlarda yüksek seviyede bir farklılığa yol açtığı görülmektedir ($t=4,19$; $p<0,001$).

Günlük sosyal ağ sitelerine erişim süresine göre sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarının farklılaşmasına yönelik yapılan analizde, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım boyutunda yüksek seviyede bir farklılığın olduğu görülmüştür ($F=6,65$; $p<0,001$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğu LSD analizi ile tespit edilmiş olup, günde 1-3 saat kullananlar ile 3-5 saat kullananların, 1 saatten az kullananlardan farklılaştığı bulunmuştur.

Günlük sosyal ağ sitelerine erişim miktarı, tanıma ve tanışma amaçlı kullanımlarında da düşük seviyede farklılığa yol açtığı bulunmuştur ($F=2,98$; $p<0,005$). Buna göre, günde 3-5 saat arası sosyal ağlara bağlananlar 1 saatten az bağlanana göre daha fazla tanıma ve tanınma amaçlı sosyal ağ sitelerini kullanmaktadırlar. Diğer taraftan, günlük sosyal ağlara erişim süresi, eğitim amaçlı kullanımlarında bir farklılığa yol açmamıştır ($F=1,48$; $p>0,05$). Tüm amaçlar toplamı analize dildiğinde, günde 1-3 saat ile 3-5 saat arası sosyal ağ sitelerine bağlananlar, 1 saatten az bağlanana göre anlamlı seviyede farklılaşmaktadır ($F=6,86$; $p<0,005$).

Diğer taraftan, sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları, öğrenim gördükleri bölümlere göre ($F=,604$; $p>0,05$), ne zamandan beri sosyal ağları kullandıklarına göre ($F=,667$; $p>0,05$) ve devam ettikleri üniversite türüne göre ($t=1,36$; $p>0,05$) farklılaşmamaktadır.

İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeylerinin analizi

İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağları benimseme düzeyleri analiz edildiğinde, benimseme düzeylerinin orta seviyenin oldukça üzerinde, diğer bir deyişle, yüksek seviyede olduğu görülmüştür ($\bar{x}=130,25$). Benimseme düzeyinin alt boyutları analiz edildiğinde, yarar ($\bar{x}=23,65$), sosyal etki ($\bar{x}=17,08$) ve topluluk kimliği ($\bar{x}=21,55$) boyutlarının ortalamasının üzerinde olduğu, kullanım kolaylığı ($\bar{x}=32,08$) ve kolaylaştırıcı faktörler ($\bar{x}=35,88$) boyutlarının ise yüksek seviyede olduğu söylenebilir.

Yalnızlık düzeyi analiz edildiğinde, İletişim fakültesi öğrencilerinin orta seviyenin üzerinde ($\bar{x}=39,55$) yalnız oldukları bulunmuştur. Bu oranın, devlet ($\bar{x}=38,99$) ve vakıf ($\bar{x}=40,04$) üniversitelerine dağılımı incelendiğinde, her iki üniversite türünde de öğrencilerin orta seviyenin üzerinde yalnız oldukları görülmüştür.

İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini benimseme düzeylerinin, demografik özelliklerine ve kullanım alışkanlıklarına göre analizi

İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağları benimsemeleri Facebook hesabına sahip olma durumuna göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($t=4,87$; $p<0,001$). Bu sonuca göre, Facebook'ta hesabı olanların sosyal ağları daha çok benimsemesinin doğal bir sonuç olduğu söylenebilir.

Twitter hesabı olanlar analiz edildiğinde, yine benimseme düzeyleri ile arasında olumlu yönde bir farklılık olduğu ($t=3,15$; $p<0,005$) görülmekte olup, diğer sosyal ağları kullananların da benimseme düzeyleri farklılığa yol açmaktadır ($t=3,00$; $p<0,005$).

Günlük sosyal ağlara bağlanma süreleri analiz edildiğinde, benimseme düzeylerinde anlamlı bir farklılığa yol açtığı bulunmuştur ($F=5,51$; $p<0,001$). Buna göre, günde daha fazla kullananların daha çok sosyal ağları benimsediği söylenebilir. LSD testi ile yapılan gruplar arası karşılaştırmada, günde 5 saatten fazla kullananların ($\bar{x}=140,21$), 1 saatten az kullananlardan ($\bar{x}=119,47$) farklılaştığı, 3-5 saat arası kullananların ($\bar{x}=139,40$), yine 1 saatten az kullananlardan ($\bar{x}=119,47$) farklılaştığı, 1-3 saat kullananların da ($\bar{x}=129,94$), 1 saatten az kullananlardan ($\bar{x}=119,47$) farklılaştığı bulunmuştur.

Diğer taraftan, öğrencilerin, cinsiyet, üniversite türü, kişisel bilgisayara ve internet imkânına sahip olma gibi demografik özellikleri ile ne zamandan beri sosyal ağları kullandığı, aile ile haberleşme amaçlı kullanım, mobil cihazdan bağlanma gibi sosyal ağları kullanım alışkanlıklarına göre benimseme düzeylerinin farklılaşmadığı görülmüştür.

İletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçları, sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin analizi

Buna göre, sosyal ağları kullanım amacı ile benimseme düzeyi arasında pozitif yönde ve orta seviyede bir ilişki tespit edilmiştir ($r = 0,488$, $p<0,005$). Buna göre, benimseme düzeyi arttıkça sosyal ağları kullanım amacı da artmaktadır.

Yalnızlık düzeyine yönelik yapılan analizde ise, yalnızlık ile benimseme arasında ters yönde ve düşük seviyede bir ilişki ($r = 0,121$, $p < 0,005$), yalnızlık ile sosyal ağları kullanım amacı arasında, yine, ters yönde ve düşük seviyede bir ilişki ($r = 0,074$, $p < 0,005$) bulunmuştur. Buna göre, yalnızlık düzeyi azaldıkça, benimseme düzeyinin ve sosyal ağları kullanım amacının arttığı, yalnızlık düzeyinin artması durumunda ise, benimseme düzeyinin ve sosyal ağları kullanım amacının azaldığı söylenebilir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma, kullanım amacı, benimseme ve yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağlar ve iletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma olup, amaçlarda değinilen alt problemler birçok istatistiksel yöntemle analiz edilmiştir.

Araştırmada ilk olarak, devlet ve vakıf üniversitelerine devam etmekte olan iletişim fakültesi öğrencilerinin demografik özellikleri ile sosyal ağ sitelerini kullanım alışkanlıkları analiz edilmiş olup, devlet ve vakıf üniversitelerine yönelik karşılaştırmalar da yapılmıştır. Buna göre, öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü ile kişisel bilgisayara sahip olmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin devam ettikleri üniversite türü, kişisel bilgisayara sahip olma durumlarını belirlemede etkilidir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin % 88,3'ü kişisel bilgisayar sahip iken, vakıf üniversitesi öğrencilerinin % 95,8'i kişisel bilgisayara sahiptir. Bu durumun sosyal ağ kullanımlarında bir farklılığa yol açıp açmadığı, diğer analizlerin de yorumlanmasıyla açıklanabilir. Bu noktadan hareketle, öğrencilerin internet erişim imkânına yönelik yapılan analizde, devlet ve vakıf üniversitelerine devam eden öğrenciler arasında bir farklılık bulunmamıştır. Yani, devlet üniversitesine devam eden öğrencilerin, kişisel bilgisayara sahip olma oranları vakıf üniversitesindeki öğrencilerden daha düşük olsa da, internet erişimlerini gerek üniversitedeki bilgisayarlardan, gerekse başka cihazlardan sağlamakta oldukları söylenebilir. Diğer taraftan, devlet ve vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin günlük sosyal ağ sitelerine bağlanma süreleri farklılaşmamaktadır. Kişisel bilgisayara sahip olma durumu her halükarda sosyal ağları kullanım sürelerini veya internet imkânlarını etkilememektedir.

Öğrencilerin, internete erişim imkânları üniversite türüne göre değişmemekle birlikte, devlet üniversitesi öğrencilerinin % 96,9'u internet erişim imkânına sahip iken, vakıf üniversitesi öğrencilerinin % 99,5'i internet erişim imkânına sahiptir. Bu sonuç, üniversite

öğrencilerinin kolaylıkla erişebilecekleri internet imkânlarına sahip olduğunu vurgulayan pek çok araştırmayı (Deniz, 2001, 2007; Deniz ve Coşkun, 2004; Tutgun ve Deniz, 2010; Tutgun Ünal, 2012) desteklemektedir.

Sosyal ağ sitelerini aile ile haberleşmek için kullanıp kullanmadıkları analiz edildiğinde, öğrencilerin yarısına yakını bu amaçla kullanmakta olup, devlet üniversitesine devam eden öğrencilerinin %43,6'sı ailesi ile haberleşmek için sosyal ağ sitelerini kullanırken, vakıf üniversitesinde bu oran %41,6'dır. Üniversite türü bakımından bir farklılaşmaya rastlanmamıştır. Bahsi geçen oranlar çok düşük oranlar olarak görülmemekle birlikte, bu durum, üniversitelerde şehir dışından gelen öğrencilerin aileleriyle haberleşmek için telefon dışında, iletişim kanalı olarak sosyal ağları da kullandıkları ile açıklanabilir. Diğer taraftan teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte yeni yetişen genç nüfusun daha erken bilgisayar ve internetle tanışması, onların yaşça büyüklerine göre daha fazla interneti kullanma eğiliminde olmalarını sağlayabilmektedir (Tutgun, 2009; Wright, 2001). Wright (2001), yeni yetişen genç nüfusu "Net Jenerasyonu" olarak adlandırarak bahsi geçen durumu vurgulamakta, internetin bu derece genç nüfus tarafından kullanılmasının sebepleri araştırıldığında ise, internete erişim imkânlarının her yıl artış göstererek giderek yaygınlaşması durumu karşımıza çıkmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2011). Yeni yetişen genç nüfusun aile ile haberleşmek için interneti ve internet yoluyla erişilen sosyal ağları kullanmaları bahsi geçen durumların doğal bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer taraftan, devlet üniversitesindeki öğrencilerinin %89'unun (n=145) Facebook, %75,5'inin (n=123) Twitter, %48,5'inin (n=79) diğer sosyal ağlarda hesabı bulunurken, bu oranlar vakıf üniversitesinde sırasıyla, %89,4 (n=170), %70 (n=133), 55,2 şeklindedir. Yapılan ki-kare testi sonucunda öğrencilerinin devam ettikleri üniversite türü, herhangi bir sosyal ağ sitesinde hesabının olmasını belirlemede etkili bulunmamıştır. Bu sonuçların, genç nüfusun internet kullanıcılarının büyük bir oranını oluşturduğunu belirten araştırmalar (Tutgun ve Deniz, 2010; Tutgun, Deniz ve Moon; Tutgun Ünal, 2012) dikkate alındığında, doğal olduğu söylenebilir. Yeni jenerasyon olarak adlandırılan (Wright, 2001) gençler, internetteki uygulamalarla daha erken tanışmakta ve ilgi duymaktadırlar. Erikson (1998)'a göre, üniversite gençliğinin en temel gelişim görevi aynı veya karşıt cinsteki yaşlıları ile yakın ilişkiler kurmayı başarmaktır. Sosyal ağ siteleri, günümüzde, gençlerin birbirleri ile ilişki kurabilmelerini sağlayan cazip bir platformdur. Bu bağlamda, onların aktif olarak kullandıkları sosyal ağlarda hesaplarının olması kaçınılmazdır. Devlet ve vakıf türündeki

üniversitelerdeki aynı yaş grubundaki öğrenciler ile çalışıldığından, sosyal ağlarda hesabı olma durumunun üniversite türüne göre farklılaşmaması doğal karşılanabilir.

Mobil cihazlardan sosyal ağlara erişim durumu analiz edildiğinde, karşılaşılan oranlar oldukça yüksektir. 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. Diğer taraftan, devlet üniversitesi öğrencilerinin % 73'ü mobil cihazlardan sosyal ağlara bağlanırken, vakıf üniversitesi öğrencilerinin % 85,8'i mobil cihazlardan erişim sağlamakta ve bu durum vakıf üniversitesindeki öğrenciler lehine farklılığa yol açmaktadır ($p<0,05$). Bu sonuç, vakıf üniversitesindeki öğrencilerin internet erişimli mobil cihaza sahip olma imkânlarının daha fazla olması ile açıklanabilmektedir.

Öğrencilerin, sosyal ağları 5 yıldan fazla zamandır kullanması sonucu, yine onların internet ve bilgisayarla erken tanışması ile sosyal ağların, sosyal anlamda yaşlıları ve karşı cinsle yakınlaşmalarını cazip kılması birlikte değerlendirerek açıklanabilir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin en yüksek oranda (%41,1) 5 yıldan fazla kullandığı, ikinci sırada ise, %35,6 oranında 3-5 yıl arası kullandığı belirlenmiştir. Buna göre, öğrencilerin %75,7'si 3 yıldan fazla süredir sosyal ağları kullanmaktadır. Vakıf üniversitesi öğrencilerine yönelik analizlerde de benzer sonuçlar tespit edilmiştir (%43,9'u 5 yıldan fazla, %33,4'ü 3-5 yıl arası). Diğer taraftan, üniversite türü, öğrencilerin, sosyal ağları ne zamandan beri kullandıklarını belirlemede etkili bulunmamıştır.

Sosyal ağların günlük kullanım süreleri incelendiğinde, devlet üniversitesi öğrencilerinin neredeyse yarısı (%47,2), yoğun olarak günde “1-3 saat arası” sosyal ağ sitelerine bağlandıkları, ikinci sırada, “1 saatten az” (%30,7), üçüncü sırada, “3-5 saat arası” (%14,7), dördüncü sırada, “5 saatten fazla” (%5,5) bağlandıkları tespit edilmiştir. Vakıf üniversitesindeki durum incelendiğinde, benzer sonuçlara rastlanmaktadır (%38,4'ü 1-3 saat, %35,3'ü 1 saatten az, %16,8'i 3-5 saat arası, %6,8'i 5 saatten fazla). Öğrencilerin günde yoğun olarak 1-3 saat arası internet üzerinden sosyal ağlara bağlandıkları sonucu, üniversite öğrencilerinin günlük internet kullanım süresinin en yoğun 1-4 saat arası olarak bulunduğu Tutgun Ünal (2012)'in çalışmasına paralel bulunmuştur. Az oranda da olsa, sosyal ağlara günde 3-5 saat ile 5 saatten fazla zaman ayıran öğrencilerin olması dikkat çekicidir. Bu noktadan hareketle, aşırı sosyal ağları kullanan gruplar üzerine, internet bağımlılığına ve patolojik bir durumun olup olmadığına dair araştırmaların yapılmasında fayda vardır.

Diğer araştırma amacı olan sosyal ağ sitelerinin ne amaçla kullanıldığı, “Sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanım”, “Tanıma ve tanışma amaçlı kullanım” ve “Eğitim amaçlı kullanım” faktörleri kapsamında analiz edilmiştir.

Sosyal etkileşim-iletişim amaçlı kullanıma yönelik olarak, “Kendine özgü alan (profil, kişisel sayfa vs.) yaratma imkanı sunduğu için kullanma”, “Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirme”, “Eski arkadaşlarla tekrar iletişime geçme”, “Düşüncelerini başkalarıyla paylaşma”, “Beğendiği nesnelere (video, resim vs.) paylaşma” alt amaçları en yüksek oranda tercih edilmiş olup, her biri için oranlar %80’in üzerindedir. Daha az tercih edilen/olumlu görüş bildirilen kullanım amacı ise, “İlgilendiği insanların ve arkadaşlarının yaşamlarını inceleme” (%69,4) amacıdır. “İlgisini çeken gruplara katılma” amacıyla kullanım oranı ise %74,7’dir.

Bulunan sonuçlar, sosyal ağ sitelerinin temel amacının; sosyal bir ortamda kendilerini tanıtmaya, sosyal ağ ortamı kurma, diğer kullanıcılarla iletişim kurma ve devam ettirme (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007), oluşturdukları içeriği (fotoğraf, video, blog vb.) paylaşma (Kim, Jeong ve Lee, 2010), kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturma ve tanımadığı insanlarla ilişkiler kurma, yeni arkadaşlıklar keşfetme (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. Buna bağlı olarak, araştırma sonuçları yine gençlerin bahsi geçen paylaşım amacına hizmet ettiğini göstermektedir.

Tanıma ve tanınma amaçlı kullanım kapsamında incelenen; “Yeni insanlarla tanışma, yeni arkadaşlıklar kurma” (%48,7), “Diğer insanlar tarafından tanınma” (%37,9), “Farklı kültürden insanlarla tanışma” (%53,8) alt amaçları değerlendirildiğinde, sosyal ağları etkin kullanan iletişim fakültesi öğrencilerinin bu amaçları, sosyal etkileşim ve iletişim amacına göre çok daha az tercih ettiği ve çoğunlukla olumsuz görüş bildirdiği söylenebilir.

Eğitim amaçlı sosyal ağ sitelerinin kullanımı araştırıldığında, “Okul proje/ödevleriyle ilgili araştırma yapma” (%71,9) ile “Eğitim amaçlı grupları ve etkinlikleri inceleme”

amaçlarına kayda değer oranda (%81,3) olumlu görüş bildirilmiş olup, “Güncel, farklı bilgiler ve düşüncelerle karşılaşma” amacı da dikkate değer orandadır (%89). Diğer taraftan, “Yabancı dil bilgisini geliştirme” amacı analiz edildiğinde, en çok orta derecede katılanlar (%30,6) dikkat çekmekte, katılmayanların oranı ise, ikinci sırada gelmektedir (%26,3). Orta seviyede katılanlar ile tamamen katılanları değerlendirdiğimiz de oran orta seviyenin üzerine (%58,6) çıkmaktadır. Fakat ortalamaya yakın diğer bir grubun olumsuz görüş bildirdiği göz önüne alındığında, sosyal ağların yabancı dil bilgisi geliştirmede az tercih edildiği söylenebilir.

Diğer taraftan, sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçları öğrencilerin demografik özelliklerine ve sosyal ağ kullanım alışkanlıklarına göre farklılaşıp farklılaşmaması analiz edilmiştir. Cinsiyete göre yapılan analizde, erkekler, kadınlara göre sosyal ağ sitelerini daha fazla tanıma ve tanınma amacıyla kullanmaktadır. Kadınlar ise, sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımında anlamlı bir farklılığa yol açmıştır. “Sosyal etkileşim ve iletişim” boyutunda ve boyutların toplamında cinsiyete yönelik bir farklılaşma bulunmamıştır ($t=1,28$; $p>0,05$). Çünkü sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanım her iki cinsiyetin de sosyal ağları asıl tercih nedeni olarak görülmektedir.

Kişisel bilgisayara sahip olma durumuna göre sosyal ağların kullanım amaçlarının farklılaşması incelendiğinde, kişisel bilgisayara sahip olmayanların, “sosyal etkileşim ve iletişim” amaçlı kullanımları ve toplam amaçları farklılaşmaktadır ($t=2,18$; $p<0,005$). Diğer taraftan, mobil cihazlardan sosyal ağ sitelerine erişim ile sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarında bir farklılığın görülmesi, kişisel bilgisayara sahip olmayanların daha çok mobil cihazlardan bağlantı kurması ile açıklanabilir. Buna göre, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı sosyal ağ kullanımı mobil cihazlardan erişenler lehine farklılaşmakta olup, bu fark yüksek seviyededir ($t=4,60$; $p<0,001$). Yine, mobil cihazlardan sosyal ağ sitelerine bağlananların, tanıma ve tanınma amaçlı sosyal ağ sitelerini daha çok kullandıkları görülmektedir ($t=3,09$; $p<0,005$). Mobil cihazlar, zamandan mekândan bağımsız internet erişimine izin verdiğinden, kişiler sosyal ağları bu cihazlardan daha sık kontrol edebilmektedirler. Sosyal etkileşim ve iletişim ile tanıma-tanınma amaçlı kullanımların mobil cihazlarda yoğun olarak görülmesi, mobil cihazların bahsi geçen rahatlığından dolayı, kişilerin kullanımlarını sınırlayamamasından kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan, Mobil cihazlardan bağlanma, eğitim amaçlı kullanım bakımından farklılık oluşturmamaktadır ($t=1,62$; $p>0,05$). Tüm amaçlar

toplamına bakıldığında, mobil cihazlardan erişim kullanım amaçlarını yüksek seviyede etkilemektedir ($t=4,21$; $p<0,001$).

Facebook, Twitter ya da diğer sosyal ağ sitelerinde hesabı olanların, sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımları anlamlı olarak farklılaşmaktadır ki, zaten sosyal ağ sitelerinin temel amacı sosyal etkileşim ve iletişimi sağlamaktır. Bulunan sonuç, sosyal ağların amacına hizmet ettiğini doğrulamaktadır. Bununla birlikte, günlük olarak sosyal ağlara daha fazla vakit ayıranların, 1 saatten az vakit ayıranlara göre, sosyal-etkileşim ve iletişim ile tanıma-tanınma amaçlı daha çok kullanmakta oldukları görülmüştür. Bahsi geçen amaçları sağlayabilmek için kişinin sosyal ağlara, günlük olarak düzenli erişmesi ve zaman ayırması gerekmektedir. Akyazı (2012)'ye göre, toplum olabilmek için bireyler arasında belirli ve devamlı bir ilişki olmalıdır. Bu bağlamda, öğrenci sosyal ağlar aracılığıyla ilişki sağlıyorsa, bunu belirginleştirmek ve devamını sağlamak için sosyal ağlara günlük olarak diğer kullanıcılara göre daha fazla vakit ayıracaktır. Öyleyse, araştırma sonucu, sosyal ağların asıl amacı olan iletişimin devamlılığı durumunu destekler niteliktedir.

Diğer bir araştırma sonucu olarak, iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağları benimseme düzeyleri orta seviyenin oldukça üzerinde, diğer bir deyişle yüksek seviyede olduğu görülmüştür ($\bar{x}=130,25$). Benimseme düzeylerinin alt boyutları analiz edildiğinde, özellikle, kullanım kolaylığı ($\bar{x}=32,08$) ve kolaylaştırıcı faktörler ($\bar{x}=35,88$) boyutlarının oldukça yüksek seviyede olduğu söylenebilir. Benimseme düzeyleri sosyal ağlardan Facebook'a yönelik maddeleri kapsamakta olup, öğrencilerin, Facebook'u kullanım kolaylığı ve kolaylaştırıcı faktörleri açısından çok daha fazla benimsediği söylenebilir.

Yalnızlık boyutuna yönelik incelemeler sonucunda, iletişim Fakültesi Öğrencilerinin yalnız düzeylerinin orta seviyenin üzerinde olduğu görülmüştür. Yalnızlık düzeyi, öğrencilerin devam ettikleri üniversitelerin türüne (devlet ya da vakıf) göre farklılaşmamıştır. Bu sonuç, durumun oldukça ciddi olduğunu göstermektedir. Bunun nedenlerinin, belirli aralıklarda yapılacak psikolojik çalışmalarla ve derinlemesine incelemelerle belirlenmesine ihtiyaç vardır.

Diğer taraftan, benimseme düzeyine yönelik yapılan detaylı incelemelerde, öğrencilerin sosyal ağlarda hesabı olmasının ve günlük sosyal ağ kullanım sürelerinin benimseme düzeyini etkilediği bulunmuştur. Sosyal ağlarda hesabının olması ile günlük vakit ayırması, benimseme düzeyi yüksek olarak görülen öğrencilerden beklenen davranışlardır. Çünkü öğrencinin sosyal ağlarda hesabının olması ve günde diğerlerinden daha fazla bu

ortamlarda vakit geçirmesi, onun benimsediğinin göstergesidir. Buna göre, araştırma sonuçları da bu durumu doğrular niteliktedir.

Son olarak çalışmada, sosyal ağları kullanım amacı, benimseme düzeyi ve yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Buna göre, iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amacı ile benimseme düzeyi arasında bir ilişki bulunmuştur ($r = 0,488$, $p < 0,005$). Buna göre, benimseme düzeyi arttıkça sosyal ağları kullanım amacı da artmaktadır.

Yalnızlık düzeyine yönelik yapılan analizde ise, yalnızlık ile benimseme arasında ($r = 0,121$, $p < 0,005$) ve sosyal ağları kullanım amacı arasında ($r = 0,074$, $p < 0,005$) ters yönde ve düşük seviyede bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, yalnızlık düzeyi azaldıkça, benimseme düzeyinin ve sosyal ağları kullanım amacının arttığı, yalnızlık düzeyinin artması durumunda ise, benimseme düzeyinin ve sosyal ağları kullanım amacının azaldığı söylenebilir. Burada düşük oranda da olsa bir ilişkinin bulunması, sosyal iletişim ve etkileşim odaklı olan sosyal ağların, yalnız olan öğrenciler tarafından fazla benimsenmediğini düşündürmektedir. Bu durumun açıklanabilmesi için yalnızlık ve psikolojik faktörleri içeren araştırmaların yapılmasına ihtiyaç vardır.

Araştırma sonucunda, iletişim fakültesi öğrencilerinin demografik özellikleri ile sosyal ağ sitelerini kullanım alışkanlıklarının devlet ve vakıf üniversitesine göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Buna göre yapılacak araştırmalarda bu farklılıkların göz önünde bulundurulması ve bu tür çalışmaların farklı özellikteki gruplara ayrı ayrı yapılmasına ihtiyaç vardır. Böylece, üniversite türü ve bölümler bazında yapılacak çalışmalarda, farklı problemler tespit edilebilecek ve buna göre alınacak önlemler de çeşitlenecektir. Gençlerin sosyal ağları benimsediklerini gösteren bu araştırma, yalnızlık seviyelerinin de bir o kadar benimsemeleriyle ilişkili olduğunu göstermekte ve konuyla ilgili çalışmaların başlatılmasını ve gerekli önlemlerin alınmasını önemli kılmaktadır.

Kaynaklar

- Ajjan, H., & 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.
- Akyazı, E. (2012). Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim, <http://eakyazi.wordpress.com/> web adresinden 13 Aralık 2012 tarihinde erişilmiştir.
- Akyazı, E. & Ateş, D. (2012). Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal Medya Akademi*, Beta, 173-195.

- Boyd, S. (2003). "Are you ready for social software?"
http://www.stoweboyd.com/message/2006/10/are_you_ready_f.html web adresinden 06 Temmuz 2008 tarihinde erişilmiştir.
- boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Çetin, E. (2009). Sosyal İletişim Ağları ve Gençlik: Facebook Örneği. *Uluslararası Davraz Kongresi Bildiri Kitabı*, 1094-1105.
- Demir, A. (1989). UCLA Yalnızlık Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirliği. *Psikoloji Dergisi*, 7(23), 14-28.
- Deniz, L. (2001). Psikolojik danışma ve rehberlik öğrencilerinin bilgisayar yaşantılarına yönelik bir izleme çalışması, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13, 87-110.
- Deniz, L. (2007). Prospective class teachers' computer experiences and computer attitudes. *International Journal of Social Sciences*, 2(2), 116-122.
- Deniz, L. & Coşkun, Y. (2004). Öğretmen adaylarının internet kullanımına yönelik yaşantıları. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 20, 39-52.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1.
- Erikson, E. (1998) Life cycle completed: Extended version. New York: WW Norton & Company.
- Gemmill, E., & Peterson, M. (2006). Technology Use among College Students: Implications for Student Affairs Professionals. *NASPA Journal*, 43(2), 280-300.
- Kabilan, M. K., Ahmad N. & Abidin, M. J. Z. (2010). Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education? *The Internet and Higher Education*, 13(4), 179 – 187.
- Karal, H. & Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(3), 251-263.
- Karasar, N. (1994). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: 3A Araştırma Danışmanlık Limited.
- Kim, W., Jeong, O. R. & Lee, S. W. (2010). On social Web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, C. (2006). A face (book) in the crowd: social searching vs. social browsing. *Proceedings of the 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Banff, Alberta, Canada.
- Lockyer, L. & Patterson, J. (2008). Integrating social networking technologies in education: a case study of a formal learning environment. In. *Proceedings of 8th IEEE international conference on advanced learning Technologies*, 529 – 533, Spain: Santander.
- Masic, I. & Sivic, S. (2011). Social Networks in Education of Health Professionals in Bosnia and Herzegovina – the Role of Pubmed/Medline in Improvement of Medical Sciences, *Acta Inform Med.*, 19(4), 196-202.
- Masic, I., Sivic, S. & diğ. (2011). Social Networks in Improvement of Health Care, *Mat Soc Med*, 24(1), 48-53.
- Preeti, M. (2009). Use of social networking in a linguistically and culturally rich India, *The International Information & Library Review*, 41(3), 129-136.

- Russell, D., Peplau, L.A. & Cutrona, C.E. (1980). The revised UCLA loneliness scale: concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39:472–80.
- Socialbakers (2012). Turkey Facebook Statistics., <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/turkey> Web adresinden 7 Aralık 2012 tarihinde erişilmiştir.
- Stanciu, A., Mihai, F. & Aleca, O. (2012). Social Networking As An Alternative Environment For Education, *Accounting and Management Information Systems*, 11(1), 56–75.
- Tutgun, A. (2009). Öğretmen Adaylarının Problemlı İnternet Kullanımı. Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi (M.A.), İstanbul.
- Tutgun, A. & Deniz, L. (2010). Problematic Internet Usage among Prospective Teachers. *International Educational Technology Conference] (IETC)*, Volume II, Page 1226, Boğaziçi University, İstanbul.
- Tutgun, A, Deniz, L. & Moon, Man-Ki (2011). A Comparative Study of Problematic Internet Use and Loneliness among Turkish and Korean Prospective Teachers. *TOJET (The Turkish Online Journal of Educational Technology)*, 10(4), 14-30.
- Tutgun Ünal, A. (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.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2011). Bilgi Toplumu İstatistikleri, http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/View/12808/Bilgi_Toplumu_Istatistikleri_2011.pdf web adresinden 12 Ocak 2012 tarihinde erişilmiştir.
- Usluel, Y.K. & Mazman, S.G.(2009). Sosyal Ağların Benimsenmesi Ölçeği, *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 8 (15), 139-160
- Vitkauskaitė, E. (2011). Cultural Adaptation Issues In Social Networking Sites, *Economics And Management*, 2011: 16.
- Vural, Z.B. & 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. & 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.