Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanımı*

Muhammet Ali Özer

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4556-7460>

Yüksek Lisans Öğrencisi / Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Anabilim Dalı, İstanbul – TÜRKİYE

Doç. Dr. Ali Murat Kırık

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5771-4843>

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul – TÜRKİYE

Makale Geçmişi

Geliş: 12.07.2021

Kabul: 06.11.2021

On-line Yayın: 31.12.2021

Anahtar Kelimeler

Eğitim

Eğitim Teknolojileri

İnternet

Sosyal Ağlar

Sosyal Medya

Araştırma Makalesi

* “COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” beyanları: Bu çalışma için herhangi bir çıkar çatışması bildirilmemiştir. Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

DOI:

<http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.52079>

Öz

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler 21.yüzyılda yaşamın her alanında bir değişim ve dönüşüm başlatmıştır. İletişim olanağı artmış, çalışma sektörleri değişmiş, insani ilişkiler dönüşüme uğramış ve kısacası yaşamın her alanına teknolojinin yansımaları hakim olmuştur. Teknolojik gelişmelerin hızı ciddi bir ivme kazanarak eğitim alanında da kendisini göstermeye başlamıştır.

Eğitim, bilgi teknolojilerinin hız kazanacak şekilde ilerlemesiyle birlikte eğitim materyal ve işleyişinin değiştiği bir alan haline gelmiştir. Geleneksel eğitimde basılı yayınlar üzerinden bir eğitim anlayışı söz konusu iken, günümüzde teknolojik gelişmeler görsel, işitsel ve yazılı her alanda eğitimin de dönüşüme uğramasına olanak vermiştir. Son yıllarda eğitim teknolojileri alanında internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte sosyal medya da kullanılır olmuştur. Sosyal medya ağları Facebook, Twitter, Instagram gibi ağlar kişilerin iletişim ve kendi sosyal mecraları iken eğitimde gönderici-alıcı koordinasyonu yer almaya başlamıştır.

Eğitimle sosyal medyanın etkileşimi son yıllarda artarak hız kazanmıştır. Eğitim sosyal medyayla ilişkisini farklı mecralarda güçlendirmiştir. Sosyal medya ve eğitim ilişkisinin nasıl bir yol izleyeceği ve bu sürecin farklı dönüşümlerinin soganlanması eğitim ve sosyal medya süreci açısından önem arz etmektedir. Gelecekte eğitim ve sosyala medyanın birbirleriyle olan ilişkilerinin farklı boyutlarda ve daha güçlü olacağının önemli belirtileri günümüzde daha bir ayrıntılı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada eğitim teknolojileri alanında sosyal medyanın ne şekilde kullanıldığına değinilmiş, üniversite öğrencileri üzerinde yapılan saha çalışması ile çalışmanın kapsamı desteklenmiştir.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Özer, M. A. ve Kırık, A. M. (2021). Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanımı. *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 14(87): 393-408.

*The Use of Social Media in Education**

Muhammet Ali Özer

Master Student / Marmara University, Institute of Social Sciences, Department of Journalism and Media Studies, Istanbul – TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Ali Murat Kırık

Marmara University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, Istanbul – TURKEY

Article History

Submitted: 12.07.2021

Accepted: 06.11.2021

Published Online: 31.12.2021

Keywords

Education
Educational Technologies
Internet
Social Network
Social Media

Research Article

* Statements of "COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors": No conflicts of interest were reported for this article. Ethics committee approval is not required for this article.

DOI:

<http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.52079>

Abstract

Developments in information technologies have initiated a transformation and transformation in all areas of life in the 21st century. Communication opportunities have increased, working sectors have changed, human relations have been transformed and in short, the reflections of technology have been dominant in every aspect of life. The speed of technological developments gained a serious momentum and started to show itself in the field of education.

Education has become an area where educational materials and operation change with the advancement of information technologies. While traditional education has an educational approach through printed publications, today's technological developments have allowed the transformation of education in all fields of visual, audio and written. In recent years, social media has been used with the development of internet technology in the field of educational technologies. Social media networks Networks such as Facebook, Twitter, and Instagram have started to take part in the communication and sender-receiver coordination of people while communicating and communicating with their own social media.

The interaction of education and social media has accelerated in recent years. Education has strengthened its relationship with social media in different channels. How the social media and education relationship will follow and questioning the different transformations of this process are important for the education and social media process. Significant signs that the relations between education and social media and the media will be different and stronger in the future are observed in more detail today.

In this study, how the social media is used in the field of educational technologies was discussed and the scope of the study was supported by the field study conducted on university students.

GİRİŞ

1980’li yıllardan itibaren günümüze damgasını vuran en önemli konulardan bir tanesi internetin icat edilmesi ve toplumun kullanımına sunulmasıdır. Bilgisayar teknolojisinin geliştirilmesinin hemen sonrasında iletişim uyduları ile gelişen teknolojinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan bu yeni iletişim olgu ve süreci, çağımızın “Bilgi Çağı” olarak adlandırılmasına sebep olmuştur. İletişim teknolojileri alanında meydana gelen değişiklikler, yenilikler ve farklılıklar her dönemde insanları hayrete düşürmüştür. İnsanlar bir yandan meydana gelen bu değişiklik ve yeniliklere şaşırılmışlar bir yandan da hayatlarında bir yer açmışlardır. 21. yüzyılda teknoloji olanaklarıyla bambaşka seviyelere gelen iletişim; birey için yeme-içme ve barınma gibi temel ihtiyaçlar arasında yerini almakla kalmamış, zaman zaman bu ihtiyaçlardan bile öncelikli hale gelmiştir. Web 2.0 teknolojisi iletişimi birey için önemli hale getiren bir sosyal medya kavramıdır. Sosyal medya yeni medya teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Kullanıcı tabanlı yapısıyla geleneksel medyadan farklı bir şekilde öne çıkar ve etkileşim temeline dayanır. Bireyler geçmiş yaşamlarında sadece tüketici rolünü üstlenirken; sosyal medya ile beraber yalnızca ona sunulanın tüketicisi değil, aynı zamanda üretici rolünü de üstlenmeye başlamıştır. Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Vine, Periscope gibi sosyal medya ortamları ile kullanıcılar kendi medyalarını oluşturmuş, hatta kendi profil sayfalarıyla sadece kendilerine ait olan bir dünya var etmiştir.

1. PROBLEM

İnsan fizyolojik ve sosyal giderlerini karşılamak adına toplum içerisinde yaşayan ve toplumu meydana getiren en temel öğeyi ifade etmektedir. İnsana dair genel bir tanım yapılamadığı gibi, onun içerisinde yer aldığı topluma dair de genel ve genel kuralları olan bir tanım yapmak mümkün değildir. İnsan, tıpkı Maslow’un hiyerarşisinde de belirttiği gibi temelde fizyolojik ihtiyaçları olan ve bu ihtiyaçları doyuma ulaştıktan sonra sosyal ihtiyaçlarının farkına varan kişidir. Dünyaya geldiğinden itibaren herkeste var olan ve yaradılışın ereği olarak anılan yeme, içme, barınma ihtiyaçları insanın yaşamına devam etmesinde oldukça önem arz etmektedir. Bu ihtiyaçlarını tamamlayan insanoğlu, daha sonra güven, huzur, sevgi vb. duyguları aramaya girer. Bu duygular insanın sosyal ortama katıldığının, topluma girdiğinin en önemli göstergesidir (Maslow, 1943: 44).

En ilkel kabilelerden günümüzün küreselleşen dünyasında yer alan modern yaşam öğelerine değin, insanın içerisinde yer aldığı her topluluk, cemaat, grup vb. birlik onun var olmasında, topluma kazandırılmasında oldukça önemli yer tutmaktadır. Fakat topluma karışan insan, toplum içerisinde bir arada yaşamanın bir gerekliliği olarak çeşitli kural, norm ve kaidelere uymak zorundadır. İşte bu noktada insanın eğitilmesi, sosyal bir varlık olma noktasında kendisini tamamlaması, topluma karışması gereklidir.

“Eğitim”, Türk Dil Kurumu’nun tanımıyla (2018) çocuk ve gençlerin toplum içerisindeki yerlerini almaları adına okul içinde veya dışında terbiye edilmesine verilen isimdir. Türk Dil Kurumu’nun yaptığı tanımda ilk dikkat çeken eğitimin kitlesi ve kapsam alanıdır. Tanımda eğitimin kitlesi çocuk ve gençler, kapsam alanı ise okul içi veya dışı olarak gösterilmiştir (TDK, 2018:761). Hilmi Ziya Ülken (2001: 101) eğitimin kendine has bir felsefesinin olduğunu, bu felsefenin insan ile alem arasında bir diyalektiğe dayandığını ve insanı geliştiren ve genişleten bir yanı olduğunu söylemektedir. Eğitim felsefesi, entelektüel kimliğin de bir yansıması olarak tarih içerisinde insanın değişimini de konu almaktadır. Bu nedenle ülkemizdeki eğitim anlayışı başta olmak üzere eğitimde felsefe sahibi olmak şarttır (Ülken, 2001:102).

Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler her geçen gün dünya üzerinde yeni bir gelişimin ve değişikliğin yaşanmasına, trendlerin ve yaşam biçiminin değişmesine olanak sağlamaktadır. Bu değişimler eğitim anlayışına, eğitim felsefesinin ve uygulamalarının değişmesine de

olanak vermektedir. Çağımızın en önemli iletişim kaynağı olan internet, bilgisayar teknolojileri ve mobil cihazlardaki yenilikler sosyal hayatı etkilemekte, insanların beğenilerine ve alışkanlıklarına yön vermekte ve yaşamı baştan sona değiştirmektedir (Tekman, 2002:45).

Bilgiye erişmek geçmişten günümüze her dönemde oldukça önemli olmuştur. Fakat 21.yüzyılın “Bilgi Çağı” olarak adlandırılmasının önemli bir sebebi de bu çağda bilgiye erişmek ve o erişimden yeni bir bilgi ortaya çıkarmanın mümkünlüğünün artmasıdır (Stene, 1997: 54). Gelişen teknoloji ile birlikte yaşam şartları ve standartları değişmiş, insanlar daha kısa sürede daha çok şey elde etme arzusuna sahip olmuşlardır. Teknoloji özellikle internet dünyasındaki gelişmeleri ile bir “tık” uzakta, verimli ve pratik bir yaşamın oluşmasını sağlamıştır (Karaman, 1998:4). Bu değişimler hayatın her alanında dönüşüm sağladığı gibi eğitim alanında da dönüşüm sağlamıştır. Bugün sosyal ağların yaşamın her alanında kullanılması, bu ağlardan eğitim alanında da yararlanma fikrini doğurmuştur. İnternet teknolojilerinin multimedya özelliği, hemen her alanda video, ses kaydı, görüntü sunabilmesi imkanı eğitimde kişilerin bu şekilde materyallerden faydalanabilmesini sağlamaktadır (Bahşişoğlu, 1999:37).

2. İNTERNET TEKNOLOJİSİNİN GELİŞİM SÜRECİ

Dünya üzerinde internetin ilk ortaya çıkışı 1969 senesinde ABD Savunma Bakanlığı'nda ARPANET'in kurulmasıyla başlamıştır. Halka açık internet kullanımı ise 1989 yılında başlamıştır. FNC (Federal Networking Council), 1995 senesinde interneti tanıtan bir protokol yayınlamış ve bu protokolle birlikte internet sistemlerinde yüksek düzeyli servislere ve hizmete ulaşılmasının amaçlandığı açıklanmıştır (Barbier ve Lavenir, 2001:11).

Yeni medyayı oluşturan süreci 1800'lü yıllara kadar dayandıran Lev Manovich; bu süreci Daguerre'nin 'dagerotip'in icadından, Babbage'nin 'analitik makine'sine, 1900'lü yıllarda ortaya çıkan dijital bilgisayarlara kadar uzatmaktadır. Analitik makineyle bilgisayar teknolojileri ivme kazanmış; hareketli görüntü, ses ve metnin değişik formlarla saklanması imkân haline gelmiş ve bu ikisinin birleşimiyle var olan medyanın sayısal verilere dönüştürülmesiyle yeni medya ortaya çıkmıştır (Başlar, 2013:1).

3. TEKNOLOJİK AÇIDAN YENİ MEDYA

Dünya son yıllarda endüstri 4.0 adı verilen dördüncü sanayi devrimini yaşamaktadır ve bu devrim insanların çağa, olaylara ve olgulara bakış açısını oldukça değiştirmektedir. Teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde arttığı günümüzde yapay zekâ teknolojisinin de gelişmesiyle birlikte dünya üzerindeki küreselleşme olgusu oldukça canlı ve önemli bir şekilde yaşanmaktadır (Alioğlu, 2011: 55).

Teknolojik gelişmeler 90'lardan bugüne cep telefonları, radyo vb. birçok aracın değişmesini, güncelleşmesini, zamana bağlı olarak kimilerinin yok olmasını, kimilerinin ise dönüşüme uğramasını sağlamıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra akıllı cihazların hızlı şekilde güncellenerek üretilmesi, yeni medya alanında da hızlı bir gelişmeye olanak vermiştir. Akıllı telefonların hemen hemen her ortamdan internete ve wi-fi cihazlarına bağlanması hızlı bir veri alışverişi sağlamış; bu durum da hemen her ortamda insanların medya ağlarından faydalanmasını olanaklı kılmıştır. Bugün 4.5G teknolojisi ile dünya üzerinde her ortamda çok hızlı şekilde internete girilebilmesi, teknolojik anlamda cep telefonlarıyla eş zamanlı olarak yeni medyanın da gelişmesinin bir göstergesidir (Atkins, 2011: 23).

Yeni medya teknolojilerinin oluşması belirli bir tarihte olmamıştır. Bu gelişim tarihsel bir süreci ifade etmektedir. Ancak özellikle 1980'li yıllardan yeni medya teknolojilerinin gelişim hızı yükselerek bugünlere gelinmiştir. Yeni medyanın teknolojik boyutunu iletişim teknolojilerindeki gelişmeler oluşturmaktadır. Bu teknolojiye bilgisayar öne çıkmaktadır. Bilgisayar ile birlikte iletişimin diğer araçlarından olan telefon ve tabletlerle de yeni medya teknolojileri bambaşka boyutlara ulaşmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşümler ve gelişmeler hem laboratuvarlarda hem de bilgisayar üzerinde üretilen nesneler toplamından oluşmaktadır. Nitekim bilgisayar ve internet üzerinden üretilen sosyal medya uygulamaları ve yazılımları ile birlikte yeni medya gelişimini bu yönde sürdürmektedir. İnternette hazırlanan yazılım ve paylaşım aracı aynı zamanda birer medya aracı olma özelliğini de taşımaktadır. İrili ufaklı birçok sosyal medya uygulaması birçok farklı paylaşım zemin hazırlamaktadır (Törenli, 2005: 110).

Yeni medyanın teknolojik ortamında kendi içinde kullanılan bir de teknoloji dili bulunmaktadır. Bu geniş teknoloji dili enformasyonun nesnel olarak da ölçülmesini sağlamaktadır. Bu yeni bilgi işlem dile ise 'bit'lerden oluşmaktadır. Ölçülebilen enformasyon ile birlikte ortaya konan her medya ifadesi hesaplanabilir bir duruma gelmektedir. Hesaplanabilir olması ise ticari ve ekonomik kaygıların bir göstergesi olarak öne çıkmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerini oluşturan ve bu teknolojilerin alt yapısını oluşturan beş farklı dinamik bulunmaktadır. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

- Mikro İşlemciler-Bilgi İşlem
- Sayısal Teknoloji
- Veri sıkıştırma-Saklama Teknolojileri
- Fiber Optik Kablolar ile Dağıtım Teknolojisi
- Uydu Teknolojisi (Cansabuncu, 2013: 49).

4. SOSYOLOJİK AÇIDAN YENİ MEDYA

Yeni medya popüler kültürün egemen olduğu ve değişimin çok hızlı bir şekilde yaşandığı 21.yüzyılda ortaya çıkan bir kavramdır. Yeni medyanın varlığı sadece teknoloji ve iletişim anlamında bir devrim yaratmamış, aynı zamanda toplumda da yeni bir dönemin başlamasına olanak vermiştir. Yeni medya ile birlikte insanların toplumsal yaşamdaki alışkanlıkları değişmeye başlamış, bu alışkanlıklar doğrultusunda yaşamın içerisinde de değişimler toplumsal anlayışların da değişmesine önayak olmaya başlamıştır (Jones, 2009: 12).

Yeni medya döneminde teknolojik aletlerin zaman-mekan boyutundan soyutlanarak insan yaşamındaki aktif yerini artırması sebebiyle teknoloji yaşamın her alanına hakim olmaya başlamıştır. İnsanların hemen her yerden internete bağlanabilmesi, interaktif olarak görüş ve düşüncelerini paylaşabilmesi ve iletişim kurabilmesi kolaylığı dış dünyadan soyutlanma oranını artırmıştır. Bu da yeni bir kimlik dönüşümü dönemi başlatmıştır (Kenan ve Shiri, 2009: 34).

5. EĞİTİM AÇISINDAN YENİ MEDYA

Eğitim çocukluktan itibaren başlayan ve insanın ölümüne değin geçen yaşam sürecinin her aşamasına hakim olan bir öğedir. Ailede başlayan eğitim daha sonra okullar aracılığıyla profesyonelleşerek kişiye yaşamında bir yol ve karakter haritası çizmesini sağlamaktadır. Bir süreç olarak eğitim yönetilirken döneme, kişiye ve kullanılan eğitim materyallerine göre anlam kazanmaktadır. Eğitimin amacı ve işlevi birçok faktörden etkilenecek yerine getirilmektedir (Lamri ve arkadaşları, 2014: 45).

Geleneksel medya araçları, değişik kategorilerde eğitim almak isteyen çocuk, yaşlı ve emekli gibi öğrencilere hayat boyu öğrenmede fırsat eşitliği sağlamaktadır. 80'li yılların başında Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) ve Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Sistemi'nin işbirliği ile kitle iletişim aracı olan televizyon üzerinden ilk kez ders yayını yapılmış olması da bu fırsat eşitliğinin göstergesi sayılmıştır (Küçükcan, 2016:169).

2000'li yıllarda gelişen teknolojiyle beraber hayatımıza giren yayın teknolojilerinin yüksek tanımlı televizyonu (HDTV) tüketiciyle buluşturması izleyicilerin beklentilerini yükseltmiştir.

Daha bu teknolojiler ülkemizde ve dünyada henüz tam yaygınlaşmadan mobil teknolojiler ortaya çıkmıştır. Bu teknolojilerle beraber hayatımıza “Yeni Medya Araçları” girmiştir; söz konusu araçların popülaritesi halen sürmektedir. Yeni medya araçları sayesinde uzaktan eğitimle bilgiye istenilen zaman ve istenilen yerde ulaşmak mümkün hale getirmiştir. Böylece televizyonun dar yayıncılık kapsamı genişlemiştir. Bunun yanı sıra televizyon yayıncılığı kendini geliştirmeye devam ettiği için en etkili kitle iletişim aracı olma özelliğini korumaktadır. Ancak televizyon yayıncılığı bütçe ve uğraş gerektiren organizasyon olmasının yanında mevcut yasalarla mümkün olmadığından dolayı TRT için özel yasa ve düzenlemeler çıkarılmıştır. TRT ile ortak olan Anadolu Üniversitesi’nin de bir kamu yayıncısı olarak kabul edilip yasanın düzenlenmesi gerekmektedir (Küçükcan, 2016:178)

21.yüzyılda bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve internetin yaşamın her alanına hakim olması eğitimde geleneksel alışkanlıkların da değişmesine neden olmuştur. Geleneksel eğitimde yer alan ansiklopedi, kitap vb. yazılı kaynakların yerine bugün slayt, gösteri, sunum, e-kaynaklar gibi kaynaklar daha fazla kullanılmaktadır. Bu durum internetin dönüşümüyle birlikte yaşamın her alanına hakim bir güç olarak yerini almasından kaynaklıdır. Yeni medyanın yükselişe geçmesi ve birçok şeyin dijitalleşmesiyle birlikte artık bilgi kaynakları küçülerek yer ve zaman sıkıntısından kurtularak insanların ulaşımına açılmışlardır. Bugün insanlar parmak boyutundaki telefonlarla her yerden internete bağlanabilmekte ve bilgi edinmek istedikleri konularda araştırma yapabilmektedirler (Yang ve Yu, 2016: 12).

5.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada tarama modeli kullanılmıştır. Bu model kapsamında “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitim Amaçlı Kullanımları Ölçeği” ve “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” adlı ölçeklerle sosyal medyayı kullanan üniversite öğrencilerinden nicel veriler toplanarak, analiz edilmiş ve bulgular raporlanarak sunulmuş ve yorumlanmıştır.

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini sosyal medya ortamlarını kullanan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin bu çalışmanın da desteklediği şekliyle hemen hemen tamamının sosyal medya ortamlarını kullanıyor olması evreni “Türkiye’deki tüm üniversite öğrencileri” olarak tanımlayabilmemize neden olmaktadır. Örneklemi ise amaçlı örneklem seçim metodu ile seçilen sosyal medya mecralarını kullanan ve araştırmacı tarafından ulaşılabilir olan 169 üniversite öğrencisidir. Bu öğrencilerden sosyal medya ortamlarından özellikle facebook ve twitter üzerinden paylaşılan linkler yardımı ile veriler toplanmıştır. Bu 169 kişinin detaylı demografik verileri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1: Çalışma Grubunun Özellikleri

		f	%
Cinsiyet	Kadın	94	55,6
	Erkek	75	44,4
	Toplam	169	100,0
Sınıf	İkinci Sınıf	46	27,2
	Üçüncü Sınıf	34	20,1
	Dördüncü Sınıf	49	29,0
	Okulu Uzatmış	40	23,7
	Toplam	169	100,0
Üniversite	Marmara Üniversitesi	98	58,0
	Afyon Kocatepe Üniversitesi	5	3,0
	Anadolu Üniversitesi	12	7,1
	Ankara Üniversitesi	4	2,4
	Atatürk Üniversitesi	8	4,7
	Bilecik Üniversitesi	1	,6
	Ege Üniversitesi	2	1,2
	Erciyes Üniversitesi	10	5,9
	İstanbul Üniversitesi	8	4,7
	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	5	3,0
	Mersin Üniversitesi	9	5,3
	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	7	4,1
	Toplam	169	100,0
Fakülte	Eğitim	90	53,3
	Fen Edebiyat	11	6,5
	Hukuk	4	2,4
	İktisadi İdari Bilimler	4	2,4
	İletişim	43	25,4
	Spor Bilimleri	9	5,3
	Tıp	8	4,7
	Toplam	169	100,0
Bölüm	BÖTE	90	53,3
	Gazetecilik	14	8,3
	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	10	5,9

	Hukuk	4	2,4
	Kimya	5	3,0
	Marka ve İletişim	6	3,6
	Radyo Televizyon ve Sinema	10	5,9
	Reklamcılık ve Tanıtım	3	1,8
	Tıp	8	4,7
	Türk Dili ve Edebiyatı	6	3,6
	Yönetim Bilişim Sistemleri	4	2,4
	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	9	5,3
	Toplam	169	100,0
Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi	1-2 yıl	8	4,7
	3-4 yıl	17	10,1
	4 yıldan fazla	144	85,2
	Toplam	169	100,0
Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı	Her gün bir kere	10	5,9
	Her gün bir kereden fazla	159	94,1
	Toplam	169	100,0
Sosyal Medya Sitelerine Her Girildiğinde Harcanan Ortalama Süre	5-10 dk	48	28,4
	11-30 dk	67	39,6
	31-60 dk	20	11,8
	61-120 dk	19	11,2
	121 dk ve daha fazla	15	8,9
	Toplam	169	100,0

Tabloda görüldüğü gibi örneklemin 94'ünü (%55,6) kadın, 75'ini (%44,4) erkek kullanıcılar oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan örneklemin 46'sı (%27,2) ikinci sınıf, 34'ü (%20,1) üçüncü sınıf, 49'u (%29) dördüncü sınıf ve 40'ı (%23,7) okulunu uzatmış öğrencilerden oluşmaktadır. Marmara Üniversitesi öğrencisi 98 (%58), Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencisi 5 (%3), Anadolu Üniversitesi öğrencisi 12 (%7,1), Ankara Üniversitesi öğrencisi 4 (%2,4), Atatürk Üniversitesi öğrencisi 8 (%4,7), Bilecik Üniversitesi öğrencisi 1 (%0,6), Ege Üniversitesi öğrencisi 2 (%1,2), Erciyes Üniversitesi öğrencisi 10 (%5,9), İstanbul Üniversitesi öğrencisi 8 (%4,7), Manisa Celal Bayar Üniversitesi öğrencisi 5 (%3), Mersin Üniversitesi öğrencisi 9 (%5,3) ve Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencisi 7 (%4,1) öğrenci çalışmada yer almaktadır. Üniversitelerdeki dağılım Marmara Üniversitesi lehine fazlalık içerdiğinden bu değişkenlerle yapılan analizlerde Marmara Üniversitesi ve Diğer Üniversiteler şeklinde bir kategorilendirmeye gidilmiş ve analizler bu şekilde gerçekleştirilmiştir.

Yine tabloya bakıldığında fakülte değişkeni kategorileri şu şekildedir: Eğitim Fakültesi 90 (%53,3) öğrenci, Fen Edebiyat Fakültesi 11 (%6,5), Hukuk Fakültesi 4(%2,4), İktisadi İdari Bilimler Fakültesi 4 (%2,4), İletişim Fakültesi 43 (%25,4) ve Spor Bilimleri Fakültesi 9 (%5,3) öğrencidir. Fakültelerdeki dağılım Eğitim ve İletişim Fakülteleri lehine fazlalık içerdiğinden bu değişkenlerle

yapılan analizlerde Eğitim, İletişim ve Diğer Fakülteler şeklinde bir kategorilendirmeye gidilmiş ve analizler bu şekilde gerçekleştirilmiştir.

Tabloda görüleceği üzere bölüm değişkeni kategorilerinin şu şekildedir: Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) 90 (%53,3), Gazetecilik 14 (%8,3), Halkla İlişkiler ve Tanıtım 10 (%5,9), Hukuk 4 (%2,4), Kimya 5 (%3,0), Marka ve İletişim 6 (%3,6), Radyo Televizyon ve Sinema 10 (%5,9), Reklamcılık ve Tanıtım 3 (%1,8), Tıp 8 (%4,7), Türk Dili ve Edebiyatı 6 (%3,6), Yönetim Bilişim Sistemleri 4 (%2,4) ve Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği 9 (%5,3) öğrenci. Bölüm değişkeni bir birleştirme işlemine tabi tutulmamış ve bu değişken analizlerde kullanılmamıştır. Çünkü bir kısım bölüm hücrelerindeki sayılar 5'in altına düştüğünden dengesiz bir dağılım oluşmuştur.

Yine tabloda görüleceği üzere Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi değişkeni kategorileri "1-2 yıl" 8 (%4,7), "3-4 yıl" 17 (%10,1), "4 yıldan fazla" 144(%85,2) öğrenci şeklinde; Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı değişkeni kategorileri "Her gün bir kere" 10 (%5,9), "Her gün bir kereden fazla" 159 (%94,1) öğrenci şeklinde; Sosyal Medya Sitelerine Her Girildiğinde Harcanan Süre değişkeni kategorileri "5-10 dk" 48 (%28,4), "11-30 dk" 67 (%39,6), "31-60 dk" 20(%11,8), "61-120 dk" 19 (%11,2), "121 dk ve daha fazla" 15(%8,9) öğrenci şeklindedir.

5.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplamak amacıyla araştırmacı iki farklı ölçek geliştiricilerinden izin alınarak kullanılmıştır. Bu ölçeklerden biri "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitim Amaçlı Kullanımları Ölçeği" ve diğeri ise "Sosyal Medya Tutum Ölçeği"dir. Ayrıca bir "Kişisel Bilgi Formu" ile de çalışmada kullanılan örneklemin demografik verileri toplanmıştır.

5.4. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Cinsiyete Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitim Amaçlı Kullanımları Ölçeği Puanı ve Alt Boyut Puanları Farklılaşmaktadır.

H1a Cinsiyete göre sosyal medyanın eğitim süreçlerindeki önemi düzeyi farklılaşmaktadır.

H1b Cinsiyete göre sosyal medyanın eğitimde kullanımını etkileyen faktörler farklılaşmaktadır.

H1c Cinsiyete göre sosyal medyayı eğitimde kullanmaya yönelik tutumlar farklılaşmaktadır.

H1d Cinsiyete göre eğitim süreçlerinde sosyal medyanın kullanım sıklığı farklılaşmaktadır.

H2: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeği Puanı ve Alt Boyut Puanları Farklılaşmaktadır.

H2a Cinsiyete göre sosyal yetkinlik düzeyi farklılaşmaktadır.

H2b Cinsiyete göre paylaşım ihtiyacı farklılaşmaktadır.

H2c Cinsiyete göre öğretmenlerle ilişkileri farklılaşmaktadır.

H2d Cinsiyete göre sosyal izolasyon düzeyi farklılaşmaktadır.

H3: Üniversiteye Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitim Amaçlı Kullanımları Ölçeği Puanı ve Alt Boyut Puanları Farklılaşmaktadır.

H3a Üniversiteye göre sosyal medyanın eğitim süreçlerindeki önemi düzeyi farklılaşmaktadır.

H3b Üniversiteye göre sosyal medyanın eğitimde kullanımını etkileyen faktörler farklılaşmaktadır.

H3c Üniversiteye göre sosyal medyayı eğitimde kullanmaya yönelik tutumlar farklılaşmaktadır.

H3d Üniversiteye göre eğitim süreçlerinde sosyal medyanın kullanım sıklığı farklılaşmaktadır.

H4: Üniversiteye Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeği Puanı ve Alt Boyut Puanları Farklılaşmaktadır.

H4a Üniversiteye göre sosyal yetkinlik düzeyi farklılaşmaktadır.

- H4b Üniversiteye göre paylaşım ihtiyacı farklılaşmaktadır.
 H4c Üniversiteye göre öğretmenlerle ilişkileri farklılaşmaktadır.
 H4d Üniversiteye göre sosyal izolasyon düzeyi farklılaşmaktadır.

H5: Fakülteye Göre Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Eğitim Amaçlı Kullanımları Ölçeği Puanı ve Alt Boyut Puanları Farklılaşmaktadır.

- H5a Fakülteye göre sosyal medyanın eğitim süreçlerindeki önemi düzeyi farklılaşmaktadır.
 H5b Fakülteye göre sosyal medyanın eğitimde kullanımını etkileyen faktörler farklılaşmaktadır.
 H5c Fakülteye göre sosyal medyayı eğitimde kullanmaya yönelik tutumlar farklılaşmaktadır.

H5d Fakülteye göre eğitim süreçlerinde sosyal medyanın kullanım sıklığı farklılaşmaktadır.

H6: Fakülteye Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeği Puanı ve Alt Boyut Puanları Farklılaşmaktadır.

- H6a Fakülteye göre sosyal yetkinlik düzeyi farklılaşmaktadır.
 H6b Fakülteye göre paylaşım ihtiyacı farklılaşmaktadır.
 H6c Fakülteye göre öğretmenlerle ilişkileri farklılaşmaktadır.
 H6d Fakülteye göre sosyal izolasyon düzeyi farklılaşmaktadır.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz çağ, bilgisayarın, bilgi teknolojilerinin ve internetin merkezi bir öneme kavuştuğu (Arslan, Kırık, Çetinkaya ve Gül, 2015), ortaya çıkan yeni ortamların yaşamın hemen her alanında vazgeçilemeyecek gereklilik haline geldiği (Tutgun Ünal ve Arslan, 2013; Arslan ve Tutgun Ünal, 2013) dijital araç ve uygulamaların günlük yaşamda çok daha fazla sayı ve sürede yer almakta olduğu (Arslan, Kırık, Karaman ve Çetinkaya, 2015) ve kitlelerin iletişim biçimlerinin değiştiği (Arslan ve Kırık, 2013) dijital çağ olarak da isimlendirilen bir zaman dilimidir. Bu zaman diliminde ortaya çıkan sosyal medya ortamları da hayatın hemen her alanını etkisi altına almıştır. Öncelikle eğitim amacıyla üretilmemiş olan bu ortamlar sonrasında eğitimcilerin ve eğitim-öğretim sisteminin unsurlarının dikkatini çekmiş ve eğitim-öğretim süreçlerinde de kullanılır olmalarına neden olmuştur.

Çalışmada (1)Üniversite öğrenciler sosyal medya ortamlarını hangi amaçlarla kullanmaktadır?, (2)Üniversite öğrencileri hangi sosyal medya ortamlarını kullanmaktadırlar?, (3)Üniversite öğrencileri sosyal medyanın eğitim süreçlerindeki önemi konusundaki düşünceleri nelerdir?, (4)Üniversite öğrencilerine göre sosyal medyanın eğitimde kullanımını etkileyen faktörler nelerdir?, (5)Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitimde kullanmaya yönelik tutumları nasıldır?, (6)Üniversite öğrencilerinin eğitim süreçlerinde sosyal medyanın kullanım sıklığı ne seviyededir?, (7)Üniversite öğrencilerinin eğitim süreçlerinde kullandıkları sosyal medya araçları nelerdir?, (8)Üniversite öğrencilerinin eğitim süreçlerinde kullanılan sosyal ağ web siteleri nelerdir?, (9)Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ web sitelerinin kullanım amaçları nelerdir? ve (10)Üniversite öğrencilerinin cinsiyet, sınıf, üniversite, fakülte, bölüm, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerine her girildiğinde harcanan ortalama süre değişkenleri ile “üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları ölçeği” ve “sosyal medya tutum ölçeği” adlı ölçekler arasında anlamlı fark var mıdır ? şeklinde tasarlanan araştırma sorularına cevap aranmıştır.

“Arkadaşlarımla bağlantı kurmak için.” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 158 (%93,5) kişi “Kullanıyorum”, 11 (%6,5) kişi “Kullanmıyorum” olarak cevap vermiştir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının sosyal medyayı arkadaşları ile bağlantı kurmak amacıyla kullandığını göstermektedir.

“Hiç tanışmadığım kişilerle yeni arkadaşlıklar kurmak için” maddesine verdikleri cevaplar

şu şekildedir: 46 (%27,2) kişi “Kullanıyorum”, 123 (%72,8) kişi “Kullanmıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının sosyal medyayı hiç tanışmadığı kişilerle yeni arkadaşlıklar kurmak amacıyla kullanmadığını göstermektedir.

“Bir forum ortamında fikirlerimi ve görüşlerimi paylaşmak için.” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 121 (%71,6) kişi “Kullanıyorum”, 48 (%28,4) kişi “Kullanmıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının sosyal medyayı bir forum ortamında fikirlerini ve görüşlerini paylaşmak amacıyla kullandığını göstermektedir.

“İnsanlar hakkında daha fazla bilgi edinmek için (Daha önce tanıdığım ya da tanımadığımı).” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 134 (%79,3) kişi “Kullanıyorum”, 35 (%20,7) kişi “Kullanmıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının sosyal medyayı insanlar hakkında daha fazla bilgi edinmek amacıyla kullandığını göstermektedir.

“Ders konularıyla ilgili olarak öğretim görevlileriyle iletişim kurmak için.” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 120 (%71) kişi “Kullanıyorum”, 45 (%29) kişi “Kullanmıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının sosyal medyayı ders konularıyla ilgili olarak öğretim görevlileriyle iletişim kurmak amacıyla kullandığını göstermektedir. Ders konularıyla ilgili olarak öğretim görevlileriyle iletişim kurmanın bu derece yüksek oranda olması eğitim amaçlı sosyal medya kullanımının hedef kitemizde yoğun olduğu şeklinde yorumlanabilir.

“Ders konularıyla ilgili olarak sınıf arkadaşlarımla iletişim kurmak için.” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 148 (%87,6) kişi “Kullanıyorum”, 21 (%12,4) kişi “Kullanmıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının sosyal medyayı ders konularıyla ilgili olarak sınıf arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla kullandığını göstermektedir. Ders konularıyla ilgili olarak sınıf arkadaşları ile iletişim kurmanın bu derece yüksek oranda olması eğitim amaçlı sosyal medya kullanımının hedef kitemizde yoğun olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanımını faydalı buluyorum” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 1 (%0,6) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 3 (%1,8) kişi “katılmıyorum”, 15 (%8,9) kişi “kararsızım”, 66 (%39,1) kişi “katılıyorum” ve 84 (%49,7) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının (%88,8) sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanımını faydalı bulduğunu göstermektedir.

“Eğitimimde sosyal medyayı kullanmam, daha iyi notlar almamı sağlıyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 5 (%3) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 6 (%3,6) kişi “katılmıyorum”, 26 (%15,4) kişi “kararsızım”, 73 (%43,2) kişi “katılıyorum” ve 54 (%34,9) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının (%78,1) sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanmalarının daha iyi notlar almalarını sağladığını düşündüklerini göstermektedir.

“Eğitimimde sosyal medyayı kullanmam, ödevlerimi daha çabuk bitirmemi sağlıyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 1 (%0,6) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 10 (%5,9) kişi “katılmıyorum”, 26 (%15,4) kişi “kararsızım”, 79 (%46,7) kişi “katılıyorum” ve 53 (%31,4) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının (%78,1) sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanmalarının ödevlerini daha çabuk bitirmelerini sağladığını göstermektedir.

“Eğitimde sosyal medya kullanmak verimliliğimi artırıyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 2 (%1,8) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 16 (%9,5) kişi “katılmıyorum”, 29 (%17,2) kişi “kararsızım”, 63 (%37,3) kişi “katılıyorum” ve 59 (%34,9) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının (%72,2) sosyal medyanın eğitimde kullanmalarının verimliliklerini artırdığını göstermektedir.

“Derslerimize giren öğretim görevlileri ve okulumuzun yöneticileri eğitim süreçlerinde sosyal medya araçlarının kullanımı konusunda beni teşvik ediyorlar” maddesine verdikleri cevaplar

şu şekildedir: 9 (%5,3) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 17 (%10,1) kişi “katılmıyorum”, 42 (%24,9) kişi “kararsızım”, 72 (%42,6) kişi “katılıyorum” ve 29 (%17,2) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin yarıdan çoğunun (%59,8) derslerine giren öğretim görevlileri ve okullarının yöneticilerinin eğitim süreçlerinde sosyal medya araçlarının kullanımı konusunda teşvik ettiklerini düşündüklerini göstermektedir.

“Arkadaşlarım eğitim sürecimde sosyal medyayı kullanmamın gerekli olduğunu düşünüyorlar” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 8 (%4,7) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 19 (%11,2) kişi “katılmıyorum”, 45 (%26,6) kişi “kararsızım”, 55 (%32,5) kişi “katılıyorum” ve 42 (%24,9) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin yaklaşık üçte ikisinin (%57,4) arkadaşlarının eğitim süreçlerinde onların sosyal medyayı kullanmalarının gerekli olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

“Eğer bir ders çalışma konusuyla ilgili olarak bir cevap almaya ihtiyaç duyarsam, üye olduğum sosyal medya grubuna çözüm ile ilgili cevap almak için mesaj atabiliyorum” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 2 (%1,2) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 11 (%6,5) kişi “katılmıyorum”, 12 (%7,1) kişi “kararsızım”, 91 (%53,8) kişi “katılıyorum” ve 53 (%31,4) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının (%85,2) bir ders çalışma konusuyla ilgili olarak bir cevap almaya ihtiyaç duyarlarsa, üye oldukları sosyal medya grubuna çözüm ile ilgili cevap almak için mesaj atabildiklerini göstermektedir.

“Bana göre, geleneksel eğitim yöntemlerine ilave olarak sosyal medyanın öğretim etkinliklerinde kullanımın daha çok çekici olduğunu düşünüyorum” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 8 (%4,7) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 4 (%2,4) kişi “katılmıyorum”, 23 (%13,6) kişi “kararsızım”, 59 (%34,9) kişi “katılıyorum” ve 75 (%44,4) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının (%79,3) geleneksel eğitim yöntemlerine ilave olarak sosyal medyanın öğretim etkinliklerinde kullanımın daha çok çekici olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

“Geleneksel eğitim yöntemlerine ilave olarak sosyal medyanın öğretim etkinliklerinde kullanımın çok daha iyidir” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 1 (%0,6) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 3 (%1,8) kişi “katılmıyorum”, 29 (%17,2) kişi “kararsızım”, 95 (%56,2) kişi “katılıyorum” ve 41 (%24,3) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin çok büyük kısmının (%80,5) geleneksel eğitim yöntemlerine ilave olarak sosyal medyanın öğretim etkinliklerinde kullanımın daha çok iyi olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

“Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 13 (%7,7) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 51 (%30,2) kişi “katılmıyorum”, 40 (%23,7) kişi “kararsızım”, 42 (%24,9) kişi “katılıyorum” ve 23 (%13,6) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin yaklaşık yarısının (%48,5) sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandıklarını göstermektedir.

“Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 2 (%1,2) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 18 (%10,7) kişi “katılmıyorum”, 12 (%7,1) kişi “kararsızım”, 82 (%48,5) kişi “katılıyorum” ve 55 (%32,5) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının (%81) sosyal medya sitelerinde gördükleri paylaşımları arkadaşlarıyla sohbet konusu yapmaktan hoşlandıklarını göstermektedir.

“Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 8 (%4,7) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 13 (%7,7) kişi “katılmıyorum”, 31 (%18,3) kişi “kararsızım”, 78 (%46,2) kişi “katılıyorum” ve 39 (%23,1) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının (%69,3) sosyal medya sitelerindeki

içerikler hakkında yorum yapmaktan hoşlandıklarını göstermektedir.

“Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 39 (%23,1) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 37 (%21,9) kişi “katılmıyorum”, 46 (%27,2) kişi “kararsızım”, 28 (%16,6) kişi “katılıyorum” ve 19 (%11,2) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin yaklaşık üçte birinin (%27,8) sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduklarını düşündüklerini göstermektedir.

“Paylaşımlarımın arkadaşlarım tarafından beğenilmesinden hoşlanıyorum” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 2 (%1,2) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 10 (%5,9) kişi “katılmıyorum”, 20 (%11,8) kişi “kararsızım”, 74 (%43,8) kişi “katılıyorum” ve 63 (%37,3) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının (%81,2) paylaşımlarının arkadaşları tarafından beğenilmesinden hoşlandıklarını göstermektedir.

“Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 15 (%8,9) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 19 (%11,2) kişi “katılmıyorum”, 36 (%21,3) kişi “kararsızım”, 55 (%32,5) kişi “katılıyorum” ve 44 (%26) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin yarıdan fazlasının (%58,5) öğretmenlerinin sosyal medya sitelerinde onları takip etmesinin kendilerini değerli hissetmelerini sağladığını düşündüklerini göstermektedir.

“Arkadaşlarımın paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor” maddesine verdikleri cevaplar şu şekildedir: 8 (%4,7) kişi “kesinlikle katılmıyorum”, 17 (%10,1) kişi “katılmıyorum”, 19 (%11,2) kişi “kararsızım”, 85 (%50,3) kişi “katılıyorum” ve 40 (%23,7) kişi “kesinlikle katılıyorum” olarak cevap vermişlerdir. Bu sonuç öğrencilerin büyük kısmının (%74) arkadaşlarının paylaşımları hakkında yorum yapmalarının onları mutlu ettiğini göstermektedir.

Öncelikle sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarına bakılmış ve öğrencilerin daha çok arkadaşlarıyla bağlantı kurmak (%93,5), fotoğraf, müzik, video ya da diğer çalışmaları paylaşmak (%88,2), ders konularıyla ilgili olarak sınıf arkadaşlarıyla iletişim kurmak (%87,6), meslekleri ile ilişkili etkinlikler için (87,6) ve ders konularıyla ilgili olarak öğretim görevlileriyle iletişim kurmak için (%71) kullandıkları bulunmuştur. Ardından, eğitim süreçlerinde kullanılan sosyal medya araçlarına bakılmış ve öğrencilerin daha çok sosyal Ağ web siteleri (Facebook, MySpace, Bebo, LinkedIn, Google+ vb.) (%99,4), YouTube (%97,6), anlık Mesajlaşma Araçları (%95,3) kullandıkları anlaşılmış ve daha sonra eğitim süreçlerinde kullanılan sosyal ağ web sitelerine bakılmış ve öğrencilerin daha çok Facebook (%81,1), Google + (%75,1), Instagram (%72,2) ve Twitter (%69,2) kullandıkları saptanmıştır. Bu veri farklı araştırmalar tarafından da desteklenen önemli bir veridir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları ölçeği’nin Sosyal Medyanın Eğitimde Önemi Boyutu İçin yapılan analizlere bakıldığında öğrencilerin bu ortamları önemli buldukları ve bu ortamlara alışmalarının çok kolay olduğunu ortaya koymuştur. Kullanımı kolay bulunmuş, deneyimli kullanıcı olmak kolay olmuş, eğitim sırasında ulaşılan internet ortamının bu ortamları kullanmayı kolaylaştırdığı ve sosyal medyanın eğitim açısından kullanımını desteklediği ortaya çıkmıştır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları ölçeği’nin Sosyal Medyanın Eğitimde Kullanımını Etkileyen Faktörler Boyutu İçin yapılan analizler öğrencilerin bir ders çalışma konusuyla ilgili olarak bir cevap almaya ihtiyaç duyduklarında bunu sosyal medya sayesinde çözebildiklerini, arkadaşlarının eğitim süreçlerinde sosyal medyayı kullanmayı gerekli gördüklerini ve derslere giren öğretim elemanlarının onları sosyal medyayı eğitim süreçlerinde kullanmalarını teşvik ettiklerini ortaya koymuştur. Aynı ölçeğin Sosyal Medyayı Eğitimde Kullanmaya Yönelik Tutumlar Boyutu İçin yapılan analizler sosyal medyayı eğitimde kullanmayı çok çekici bulduklarını ve bu ortamları eğitim süreçlerinde kullanmaktan çok hoşlandıklarını ortaya koymuştur. Son boyut olarak

Eğitim Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanım Sıklığı Boyutu İçin yapılan analizler öğrencilerin eğitim-öğretim ortamında her geçen gün daha sıklıkla sosyal medya mecralarının kullandıklarını ortaya çıkarmıştır.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları ölçeği için yapılan analizler öğrencilerin sosyal medya tutumlarının oldukça olumlu ve yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Düzenlenen etkinliklerden haberdar olmak, paylaşımların arkadaşlar tarafından beğenilmesi ve görülen paylaşımların sohbet konusu olması öğrenciler tarafından çokça arzulanan ve hoş karşılanan durumlardır.

Çalışmada cinsiyet, üniversite ve fakülte değişkenleri ile sosyal medya kullanımı ölçeği ve sosyal medya tutumları ölçeği arasındaki farkları ortaya koymak amacıyla bağımsız grup t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri yapılmıştır. Özellikle Üniversite değişkeni için üniversiteler arasında birleştirme yapılmış ve örneklemin çoğunluğunu oluşturan Marmara Üniversitesi ayrı bir kategori olarak ele alınmış diğer üniversitelerin tamamı "Diğer" kategorisinde toplanmıştır. Fakülte değişkeni için de benzer bir yol izlenmiş ve fakülteler eğitim, iletişim ve diğer olmak üzere üç kategoride sunulmuştur. Sosyal medya kullanımı ölçeği için cinsiyet değişkeni ile yapılan analizler kadın öğrencilerin erkek öğrencilerle karşılaştırıldığında anlamlı bir şekilde sosyal medyanın eğitim süreçlerinde daha önemli bulmakta, eğitimde kullanımın daha etkili olduğunu belirtmekte ve eğitimde sosyal medyayı kullanmaya yönelik daha olumlu tutum taşımakta olduğunu göstermektedir. Yine cinsiyet değişkeninin sosyal medya tutum ölçeği puanlarında anlamlı farklılıklar ortaya koymuştur. Sosyal medya tutumu ölçeğinde kadın öğrencilerin erkek öğrencilerle karşılaştırıldığında anlamlı bir şekilde sosyal izolasyon yaşadıklarını ve erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre anlamlı bir şekilde kendilerini sosyal medya konusunda yetkin olarak gördüklerini belirtmektedir.

Sosyal medya kullanımı ölçeği için üniversite değişkeni için yapılan analizler farkın sadece "Sosyal Medyanın Eğitimde Kullanımını Etkileyen Faktörler" boyutunda ortaya çıkmıştır. Buna göre, sosyal medyanın eğitimde kullanımı açısından Marmara Üniversitesi öğrencileri diğer üniversite öğrencilerine göre daha anlamlı ve daha etkili bir konumdadır. Sosyal medya tutum ölçeği puanlarının üniversiteye göre yapılan t-testi analizlerinde öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği "Öğretmenlerle İlişki" boyutu anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır. Sonuç bize diğer üniversite öğrencilerinin Marmara Üniversitesi öğrencilerine göre anlamlı bir şekilde daha fazla miktarlarda sosyal medyayı öğretmenlerle iletişim kurmak amacıyla kullandıklarını ortaya çıkarmıştır.

Sosyal medya kullanımı ölçeği puanlarının fakülte değişkenine göre yapılan tek yönlü ANOVA testi analizlerinde öğrencilerin sosyal medya kullanımı ölçeği "Eğitim Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanım Sıklığı" boyutu puanları anlamlı bir şekilde farklılaştığını ortaya koymuştur. Bu sonuç iletişim fakültesi öğrencilerinin diğer fakülte öğrencilerine göre anlamlı bir şekilde sosyal medyayı eğitimde daha sık kullandıklarını ortaya çıkarmıştır. Yine fakülte değişkeni ile sosyal medya tutum ölçeği puanlarına yapılan analizler "Öğretmenlerle İlişki" boyutu ve "Sosyal İzolasyon" boyutu puanları anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Sonuç diğer fakülte öğrencilerinin eğitim ve iletişim fakültesi öğrencilerine göre anlamlı bir şekilde daha fazla öğretmenlerle iletişim sağlaması nedeniyle sosyal medya mecralarına olumlu tutum taşıdıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca eğitim fakültesi öğrencilerinin diğer ve iletişim fakültesi öğrencilerine göre daha fazla sosyal izolasyon yaşadıkları ortaya çıkmıştır.

Cinsiyet, üniversite, fakülte değişkenleri haricinde araştırma sorularında yer alan bölüm, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerine her girildiğinde harcanan ortalama süre değişkenleri ile "üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları ölçeği" ve "sosyal medya tutum ölçeği" adlı ölçekler arasında anlamlı fark olup olmadığı da analiz edilmiştir. Öncelikle iki kategoriden oluşan sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı

değişkeni için bağımsız grup t testi ikiden fazla kategori içeren sınıf, sosyal medya sitelerini kullanma süresi ve sosyal medya sitelerine her girildiğinde harcanan ortalama süre değişkenleri için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri yapılmıştır. Sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkeni için yapılan bağımsız grup t testi sonucuna göre “Eğitimde Süreçlerinde Önemi”, “Sosyal Medyayı Eğitimde Kullanmaya Yönelik Tutum” ve “Sosyal Medyayı Eğitimde Kullanım Sıklığı” boyutlarında sosyal medyaya daha sık girenler anlamlı bir şekilde daha yüksek puanlar almışlardır. Yine aynı şekilde sosyal medya tutumu ölçeğinde “Sosyal Yetkinlik”, “Paylaşım İhtiyacı” ve “Öğretmenle İlişki” boyutlarında sosyal medyaya daha sık girenler anlamlı bir şekilde daha yüksek puanlar almışlardır.

Sınıf değişkeni için yapılan tek yönlü varyans analizi testi sınıf arttıkça öğretmenlerle iletişimlerin de arttığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya kullanım süresi değişkeni için yapılan tek yönlü varyans analizi testi sonucuna göre “üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları ölçeği”nin “Sosyal Medyayı Eğitimde Kullanmayı Etkileyen Faktör” ve “Eğitim Süreçlerinde Sosyal Medyanın Kullanım Sıklığı” boyutlarında anlamlı bir farklılıkla karşılaşılmıştır. Ayrıca, ilk yıllarda az kullanımın olduğu ve 4 yıldan sonra da doyumluk verdiği için kullanımın anlamlı bir şekilde azaldığı şeklinde yorumlanmıştır. Sosyal medya sitelerine her girildiğinde harcanan ortalama süre değişkeni için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonucuna göre “üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları ölçeği” ve “sosyal medya tutum ölçeği”nin bütün boyutlarında anlamlı farklılıkla karşılaşıldığı ortaya çıkmıştır. Çoklu karşılaştırma testlerinde sosyal medya sitelerine her girildiğinde harcanan süre “11-30 dk” ve “31-60 dk” olanlar hemen bütün boyutlarda daha yüksek puanlar almışlardır. Çok az kullanım ile aşırı kullanımın birbirine yakın sonuç verdiği görülmüştür. Aşırı kullanımın ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlar sosyal medya ortamlarına tutumu olumsuzlaştırdığı ve bu ortamları eğitimde kullanmaya mani olduğunu düşündürmüştür. Çok az kullanımın da olumsuz tutum ve eğitimde kullanma konusunda benzer sonuçlar verdiği ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma öğrencilerin zaten sıklıkla kullanmakta oldukları sosyal medya mecralarını eğitim amacıyla da kullandıkları belirlenmiştir. Zaten var olunan bu mecralar eğitim için ciddi potansiyeller taşımaktadır. Bu potansiyelin kullanılmasına yönelik öneriler eğitimciler tarafından dikkate alınmalı ve kullanılmalıdır. Bu açıdan hedef kitlenin yer aldığı bu ortamlar öğreticiler tarafından da tanınmalı ve bu ortamlardan eğitim-öğretim süreçlerinde yararlanma maksadıyla projeler geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Alioğlu, N. (2011). *Yeni Medya Sanatı ve Estetiği*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Arslan, A. ve Kırık, A. M. (2013). *Sosyal Paylaşım Ağlarında Konum Belirleme Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi. Sayı 10.
- Arslan, A. ve Ünal, A. T. (2013). *Examination Of Cell Phone Usage Habits And Purposes Of Education Faculty Students*. International Journal Of Human Sciences.
- Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M. ve Çetinkaya, A. (2015). Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8(8). Doi: 10.17361/UHIVE.2015813153
- Atkins, P. (2011). *Maddenin Geleceği*. Jhon Brockman, (Ed.). Gelecek 50 Yıl: 21. Yüzyılın İlk Yarisında Hayat ve Bilim. (N. Elhüseyni, Çev.). (217-228). İstanbul: NTV Yayınları.
- Bahşıoğlu, H. K. (1999). İnternet ve Kütüphanecilik Eğitimi, Bilgi Çağı, Bilgi Merkezleri ve Bilgi Teknolojileri Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Barbier, F. ve Lavenir, C. B. (2001). *Diderot'tan İnternete Medya Tarihi*, İstanbul: Okyanus Yayınları.
- Başlar, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm*, Akademik Bilişim Konferansı, İstanbul. <http://Ab.Org.Tr/Ab13/Bildiri/247.Pdf> . (Erişim Tarihi: 10.02.2017).

- Cansabuncu, İ.A. (2013). Türkiye’de Yeni Medya Yayıncılığı ve Yeni Medya Ürünlerinden Bir Örnek: Mazinein Tablet Dergisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jones,B.(2009).Examining Information Behavior Through Social Networks An Interdisciplinary Review, Journal Of Documentation, 65,(4).
- Karaman, İ. (1998). *Bilgi Toplumu Olmaya Süratle Yönelmeliyiz*, Yeni Türkiye Dergisi, 4(19).
- Kenan, A, A. Ve Shiri, A. (2009). Sociability And Social Interaction On Social
- Küçükcan, U. (2016). Açık Öğretim Sistemi Televizyon Program Tasarımında Yeni Uygulamalar. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5 (1).
- Lamri, M., Akrouf, S., Boubetra, A., Merabet, A., Selmani, L. ve Boubetra, D. (2014). From Local Teaching To Distant Teaching Through Iot Interoperability. In Interactive Mobile Communication Technologies And Learning (IMCL), International Conference On.
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory Of Human Motivation*. Psychological Review, 50(4).
- Networking Websites, Library Review, 58(6).
- Stene G. S. (1997). Commercial Speech On The Internet, Unpublished Doctoral Dissertation, Colarado: The Faculty Of The Graduate School of The University of Colorado.
- Tekman, E. (2012). *Enformatik Sistemler ve Bilgi Toplumu*, Tekeli, İ.,Özoğlu, S. Ç., Akşit, B., Irzık, G. ve İnım, A. (Der), Bilgi Toplumuna Geçiş: Sorunlar/Görüşler, Yorumlar/Eleştiriler ve Tartışmalar, *Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları*, Ankara.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Ülken, H. Z. (2001). *Bilgi ve Değer*, Ülken Yayınları, İstanbul.
- Yang, Y.ve Yu, K. (2016). Construction Of Distance Education Classroom in Architecture Specialty Based On Internet Of Things Technology. International Journal Of Emerging Technologies in Learning.