

Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Facebook Kullanım Sıklıkları ile Facebook'taki Gönderi Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma

Mehmet Can Hanaylı

Celal Bayar Üniversitesi Kırkağaç Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Programcılığı
(Celal Bayar University Kırkağaç Higher Vocational School, Computer Programming)
mehmet.can.hanayli@gmail.com

Özet: Bu çalışmanın amacı meslek yüksekokulu öğrencilerinin Facebook kullanım sıklıkları ile gönderi beğenme düzeyleri arasındaki ilişkileri araştırmaktır. Aynı zamanda bu araştırma kapsamında meslek yüksekokulu öğrencilerinin internete erişim için kullandıkları cihaz türleri ve günlük ortalama internet kullanım süreleri de araştırılmıştır. Araştırmanın örneklemini seçkisiz (yansız) atama ile belirlenen toplamda 225 öğrenciden oluşmaktadır. İlişkisel tarama modelinde olan araştırmanın örneklemini Bilgisayar Programcılığı (N=75), Lojistik (N=75) ve Muhasebe (N=75) bölümlerinin birinci ve ikinci sınıflarında öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında örneklem üzerinde bölümler arası karşılaştırmalar yapıldığından dolayı bölümlere göre öğrenci dağılımları eşit alınmıştır. Araştırmada elde edilen verileri çözümlemek amacıyla aritmetik ortalama, yüzde ve frekans gibi betimsel analizlerin yanı sıra; tek örneklem t-testi, bağımsız örneklem için t-testi ve bağımsız ölçümler için tek faktörlü ANOVA ile çoklu doğrusal regresyon analizleri kullanılmıştır. Yapılan istatistiksel çözümler sonucunda meslek yüksekokulu öğrencilerinin interneti ve sosyal medyayı sıklıkla kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca bölümlere göre ve diğer sosyal medya ortamlarına göre karşılaştırmalar gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda meslek yüksekokulu öğrencilerinin eğitiminde Facebook'un etkili bir şekilde kullanılabileceği vurgulanmıştır. Ayrıca meslek yüksekokulu öğrencilerini hedef kitle olarak seçen firmaların reklam içerikleri hakkında sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Facebook kullanımı, internet erişim araçları, internet reklamcılığı

A Research On The Frequencies Of Using Facebook And The Tendencies Of Posting On Facebook Among Higher Vocational School Students

Abstract: The aim of this study is to find out the relations between the students' tendencies of using Facebook and their 'like' rates on Facebook posts or comments. This research also reveals the types of the devices that the students used to access the internet and their daily internet usage intervals. The research sample was carried out by randomly 225 students. The research sample which is relational screening model consists of first and second grade students of Computer Programming (N=75), Logistics (N=75) and Accountancy (N=75) departments. Since it was made comparisons interdepartmentally on the sampling, distribution of the students were made equally in accordance with the departments. In order to analyze the data that is obtained from the research, as well as the descriptive analysis such as arithmetic mean, percentage and frequency, it was also used one-sample t test, t test for independent samples, single-factor ANOVA for independent measures, and multiple linear regression analysis. As a result of the statistical analysis, it has been confirmed that vocational high school students use the Internet and social media

frequently. Moreover, it was made comparisons regarding with the departments and other social media platforms. In consequence of the research, it was emphasized that Facebook could effectively be used on higher vocational school students' educational process. Besides the companies that have chosen the higher vocational students as target group and the results on the contents of their advertisements also appeared.

Keywords: Social media, Facebook usage, internet access devices, internet advertising

1. Giriş

Günümüzde sosyal medya kullanımı, başta Facebook olmak üzere ülkemizde ve dünyada yaygın hale gelmiştir. Alexa istatistiklerine göre Facebook, 31 Ağustos 2013 itibarıyla: Dünya'nın en fazla ziyaret edilen ikinci sitesidir. Bunun yanı sıra: Mısır'ın en fazla ziyaret edilen sitesi; ABD, Avustralya, Türkiye, Panama ve Norveç'in ikinci en fazla ziyaret edilen sitesidir. Facebook ismini "paper facebook" dan alır. Bu form ABD üniversitelerinde okulların öğrenci, öğretmen ve çalışanlar tarafından doldurulan tanıtım formlarından gelmektedir. Facebook sözcüsü Chris Hughes kullanıcılarının hergün ortalama 19 dakika Facebook üzerinde vakit geçirdiği sonucunu açıklamıştır. Sosyal medya olarak Facebook kullanımında Türkiye 32.438.200 kullanıcısıyla yedinci sıradadır.

Sosyal medya olarak Facebook kullanıcılarına bir taraftan eşsiz paylaşım ve eğlence olanağı sunarken diğer taraftan kullanıcılarının kendilerini geliştirdikleri yeni nesil informal bir öğrenme ortamı olarak da tanımlanabilmektedir. Siemens tarafından ortaya atılan bağlantılılık teoremi (2005) bilgi edinimi bireyin herhangi bir öğrenme topluluğuna bağlanmasıyla başlamaktadır.

Yeni bilginin formal eğitim ortamlarında öğrenilmesini güçleştiren temel etkenlerin başında, bilginin deneyim yaşamaksızın tek yönlü olarak öğretmenden öğrenciye aktarılmasıydı. Öğrenci bu şekilde bilgiyi öğrenmek yerine ezberlemek zorunda kalıyordu. Oysa gerçek yaşamda yaşanan deneyimlerle elde edilen öğrenmeler hem kalıcı hemde pratikte uygulanması kolay olmaktadır. Facebook da gerçek yaşamın içinde olan bazı etik ve güvenlik so-

runlarıyla birlikte bireylere ilgi ve gereksinim doğrultusunda görsel ve işitsel deneyimler yaşatarak doğal bir öğrenme ortamı sağlamaktadır. Bireyler ilgileri doğrultusunda gruplar kurmakta, tartışmalar gerçekleştirme ve paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu ve benzeri özellikleri Facebook'un öğrenme ortamlarında nasıl kullanılabilceğine yönelik fikirlerin ortaya atılmasına neden olmuştur. Bu bağlamda formal öğrenme ortamları için oldukça yeni olan bu teknolojinin öğretme-öğrenme ortamlarında nasıl kullanılabilceğine ilişkin çeşitli araştırmalar yapılmadan önce bu çalışmalara altyapı oluşturacak bazı ön çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu gerekçe doğrultusunda mevcut çalışma, öğrenim sürecindeki öğrenciler için Facebook'tan nasıl yararlanılabileceğine ilişkin ipuçları toplamayı amaçlamaktadır. Bu araştırma sonucunda öğrencilerin Facebook kullanımında paylaşımlarını inceleyerek, öğrenim ortamlarında kullanılması, böylelikle bilginin içselleştirilmesi ve deneyim kazanımların edinilmesi sonucu kalıcılığının artacağı düşünülmektedir. Daha açık bir ifadeyle bu çalışmanın amacı meslek yüksekokulu öğrencilerinin Facebook kullanım sıklıkları ile gönderi beğenme düzeyleri arasındaki ilişkileri araştırarak elde edilen sonuçların öğretme-öğrenme ortamları açısından tartışmaktır.

Sosyal medya kullanımındaki artış, e-pazarlamanın önemli bir fırsat haline gelmesine yol açmıştır. Sosyal medya üzerinde kullanıcıların kişisel bilgilerinin bulunması, yapılan reklamların kişiye özel pazarlama yöntemi olmasına yol açmaktadır. (Alabay) Bu araştırma kapsamında hedef kitlesinin yüksekokul öğrencisi olan firmaların paylaşımlarında üzerinde durulması gereken noktalar açısından

da incelemektir. Bir başka deyişle meslek yüksekokulu öğrencilerini hedef alan reklamların içerikleri hakkında incelemeler yapmaktır.

Kuramsal Çerçeve

Kuramsal çerçeve üç bağlamda incelenmiştir. Bunlar İnternet, Web 2.0 ve Sosyal Medya , Sosyal Medya Reklamcılığı'dır.

İnternet

İki yada daha fazla bilgisayarın birbirine bağlanması ile oluşan bilgisayar ağına yerel ağ denir. Birden fazla bilgisayarın veya yerel bilgisayarın bağlı olduğu ağların ağına ise internet denir. Yani internet servis sağlayıcı firmanın sunduğu olanaklar ile bütün dünyadaki bilgisayarların birbirine bağlanması hadisesidir. (Bal, 2003) İnternet, bilgi erişiminin ve paylaşımın artmasına sebep olan, kullanıcılar açısından istedikleri işlemleri, imkânlar doğrultusunda gerçekleştirme olanağı sunan çevrimiçi bir sistemdir. Bu sistem günden güne hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmaya devam etmektedir. Birçok işlem artık internet ortamına taşınmaktadır. Bankacılık, e-devlet, alış-veriş, eğlence internet ortamından sunulan hizmetlerin sadece bir kısmıdır. İnternetin gelişmesiyle sosyal çevre, arkadaşlıklar ve sohbet imkânları da artmıştır. Zaman ve mekân sınırı olmadan kullanıcılar için oluşturulmuş sosyal platformlarda görüşmeler, tartışmalar, informal eğitimler internet sayesinde gerçekleştirilebilmektedir.

Bahar & Kaya (2013) tarafından meslek yüksekokulu öğrencilerine yapılan çalışmada, öğrencilerin cinsiyetleri, okumakta oldukları program ve internete bağlanma sıklıkları ile BT'ne yönelik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır. Bayan öğrencilerin erkeklere göre, bilgisayarı olmayan öğrencilerin bilgisayar sahibi olanlara göre, BT'ne erişim olanakları düşük olan öğrencilerin erişim olanakları çok daha iyi olanlara göre, bilgisayar teknolojileri konusunda daha yüksek düzeyde kaygı taşıdıkları, BT ile ilgi sorunları

çözmede kendilerini daha zayıf hissettikleri ve algılanan BT'ne yönelik tutumlarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Farklı sınıflardaki öğrencilerin bilgisayar teknolojilerine karşı tutumları açısından ilişki olmadığı bulgusu tespit edilmiştir.

Web 2.0 ve Sosyal Medya

Teknolojideki hızlı gelişmeler ve Web 2.0'in gelişimi blogların, video paylaşım sitelerinin ve sosyal ağların kullanımını da beraberinde getirmiştir. Önceleri bireylerarası iletişim ve etkileşim sayesinde yaşamımızda var olan sosyal ağlar, teknoloji ile birlikte çevrimiçi sosyal ağlar olarak benimsenmiş ve yaygınlaşmıştır. Çevrimiçi sosyal ağlar, sosyal ilişkilerin ve etkileşimlerin kurulabildiği çevrimiçi platformlar olarak tanımlanmaktadır (Tiryakioğlu & Erzurum, 2011). Hamid, Chang, & Kurnia (2009) çevrimiçi sosyal ağları, sosyal teknolojiler sayesinde bir grup insanın gerçekleştirdiği etkinlikler bütünü olarak tanımlamaktadır. Çevrimiçi sosyal ağlar aracılığıyla bireyler dijital bir profil oluşturarak sosyal çevreleri ile çeşitli paylaşımlarda bulunabilmekte, paylaşımlara yorum yapabilmekte ve yorum alabilmektedir. 1997 yılında SixDegrees.com ile başlayan sosyal ağ siteleri zamanla çeşitlenerek artmıştır (Boyd & Ellison, 2008). Günümüzde Facebook, Twitter, LinkedIn, MySpace, Ning gibi çevrimiçi sosyal ağlar sıklıkla kullanılmaktadır. 2004 yılında kurulan Facebook ayda 901 milyon, günde 526 milyon aktif kullanıcısı ile mevcut sosyal ağlar arasında önemli bir yere sahiptir (Facebook, 2012). Ortalama 398 milyon kullanıcının haftanın 6 günü aktif olarak çevrimiçi olduğu Facebook, ulaşabildiği kullanıcı kitlesiyle eğitimciler açısından büyük bir potansiyel barındırmaktadır.

Çevrimiçi sosyal ağların kullanımı ile ilgili araştırmalarda genç kesimin sosyal ağları sıklıkla kullandıklarına değinilmektedir. Murray (2008), İngiltere'de 8-17 yaş arası çocukların yaklaşık yarısının bir sosyal ağ sitesinde profillerinin bulunduğunu belirtmektedir. Gülbahar,

Kalelioğlu, & Madran (2010), sosyal ağ sitelerinin üniversitelerin fazla desteği olmadan kolay ve ucuz bir şekilde kullanılabilirliğini; öğrenciler için eğitim süreçlerine kolaylıkla entegre edilebildiğini ve bu türdeki kullanımların yaygınlaştığını belirtmektedirler. Jones, Blackey, Fitzgibbon, & Chew (2010)'e göre öğrencilerin büyük bir bölümü çevrimiçi sosyal ağlarda zamanlarının oldukça önemli sayılabilecek kısımlarını harcamaktadırlar (akt. Tiryakioğlu ve Erzurum, 2011). Tiryakioğlu ve Erzurum (2011), öğrenmelerini desteklemek amacıyla Facebook'un kullanılmasına öğretim elemanlarının sıcak baktıklarını belirtmektedir. Öğretim elemanları, Facebook'un eğitim sürecinde öğretici-öğrenen iletişimini zenginleştireceğini ve öğrenimi destekleyici bir araç olarak kullanılabilirliğini düşünmektedirler. Erkoç ve Erkoç (2011), ders dışı etkinliklerinde Facebook'u kullanan öğrencilerin, bu ortamı daha eğlenceli bulduklarını ve sınıf ortamına göre daha rahat hissettiklerini belirtmektedir.

Facebook; tartışma gruplarını desteklemesi, anlık mesajlaşma özelliğinin bulunması, e-posta desteği sağlaması, video ve fotoğraf paylaşımına izin vermesi ve en önemlisi de öğrencilerin büyük çoğunluğunun bu platformda hesabı olması nedeniyle eğitim amaçlı kullanıma uygundur (Munoz & Towner, 2009). Bu gerekçeler doğrultusunda bu çalışmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin Facebook kullanım sıklıkları ile gönderileri beğenme düzeyleri arasındaki ilişkiler öğretme-öğrenme etkinliklerinde kullanımı açısından tartışılmıştır.

Sosyal Medya Reklamcılığı

Facebook reklamlarını çok etkili buldum. Facebook ve reklam kampanyaları olmasa şirketim bugün olduğu yere gelemezdi.

Chris Meyer, Başkan

İnternette sosyal medya ağlarının yaygınlaşmasıyla, tam homojen pazara ve tüketici gruplarına ulaşmak mümkün olmaktadır. Facebook'un kendi veri tabanını işletmelere açmasıyla,

işletmelerin doğrudan istenen tüketici kitlesine en azından bugün için reklam ve tanıtım görselleriyle ulaşması sağlanmış oldu. Sosyal ağların sadece kişilerin birbirlerini bulmasını, tanışmasını bilgi alışverişini yaptıkları basit sanal sosyal yollar olmaktan çıktığı bilinen bir gerçektir. Günümüzde sosyal ağlar, işletmelerin markaları, imajları ve satış gelirleri için dikkate aldıkları birer platform haline gelmiştir. (N.Alabay) Sosyal medya olarak Facebook kullanımında ülkemiz 32.438.200 kullanıcıyla yedinci sıradadır. (Mart, 2013) Bu kullanıcı sayısı firmalar tarafından yeni bir tanıtım pazarı olarak görülmektedir. Şirketler Facebook veri tabanlarından taranarak seçilen hedef kitle üzerine; hediye kuponları, reklam ve kampanyalar yardımıyla hedef kitlelerinin dikkatlerini çekebilmektedir. Bu çalışmada hedef kitlesinin meslek yüksekokulları olan firmalar için, öğrencilerin sosyal medya üzerinde takip ettikleri gönderilerin özellikleri araştırılmaya ve açıklanmaya çalışılmaktadır.

Bu amaçlara ulaşmak için aşağıdaki araştırma sorularının yanıtlarına odaklanılmıştır.

Araştırma Soruları

1. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin Facebook kullanım sıklıkları ve gönderileri beğenme düzeyleri nelerdir?
2. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin gönderileri beğenme düzeyleri bölümlere, sınıflara ve cinsiyetlere bağlı olarak değişmekte midir?
3. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin internete erişim için kullandıkları cihazlar ile kullandıkları sosyal medya arasında bir ilişki var mıdır?

Yöntem

Araştırma Deseni

Araştırmada ikili ve tekil ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini amaçlı olarak seçilen Kırkağaç Meslek Yüksekokulu 2013-2014 öğretim yılına öğrenim gören Bilgisayar Programcılığı, Lojistik ve Muhasebe bölümleri öğrencileri oluşturmaktadır. İlgili bölümlerden (Bilgisayar Programcılığı (N=75), Lojistik (N=75), Muhasebe (N=75)) birinci ve ikinci sınıf düzeylerinden toplamda 225 öğrenci yansız olarak seçilmiştir. Bölümler arası karşılaştırılmalar yapılacağından dolayı bölümlere göre öğrenci sayıları eşit alınmıştır. Seçilen katılımcıların %56,9'u kız (N=128), %43,1'i erkek (N=97), %44,4'ü 1.sınıf (N=100), %55,6'sı 2.sınıf (N=125) öğrencileridir. Bu anlamda katılımcıların sınıf ve bölüm değişkenleri açısından birbirine yakın oranda dağıldıkları görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada meslek yüksekokulu öğrencilerinin interneti kullanma sıklıkları ile sosyal medya kullanım sıklıkları arasındaki ilişki, Facebook kullanım sıklıkları ile Facebook'ta yapılan gönderileri beğenme eğilimleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla bir anket kullanılmıştır. Ankette kullanılan maddelerin kapsam geçerliliği için Kırkağaç Meslek Yüksekokulundaki uzmanların kanısına başvurulmuştur. Ankette beşli likert tipi ölçek kullanılmıştır. Anket sonuçlarının çözümlemesi Spss 20 programı üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Araştırmaya konu olan meslek yüksekokulu öğrencilerinin demografik özellikleri:

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bulguların frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1'de verilmiştir.

		Frekans	% Dağılım
Cinsiyet	Kız	128	56,9
	Erkek	97	43,1
Öğrenim Gördüğü Program	Bilgisayar	75	33,3
	Muhasebe	75	33,3
	Lojistik	75	33,3
Sınıfı	1.Sınıf	100	44,4
	2.Sınıf	125	55,6

Tablo 1. Araştırmaya Konu Olan Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Demografik Özellikleri

Tablo1'e göre katılımcıların sınıf ve bölüm değişkenleri açısından birbirine yakın oranda dağıldıkları görülmektedir. Cinsiyet değişkenindeki dağılımın farkı, öğrencilerin öğrenim gördükleri programlardan kaynaklanmaktadır.

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin interneti kullanım sıklıklarının incelenmesine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin internet kullanım sıklıklarını incelemek amacıyla tek örneklem t-testi uygulanmış ve sonuçları tablo2'de verilmiştir.

Günlük internet kullanım süreniz?					
0-30 dakika	1-2 Saat	2-3 Saat	3-4 Saat	4 Saat ve üzeri	
	N	X	SS	t	p
İnternet kullanma süresi	225	3,22	1,36	2,443	,015

Tablo 2. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İnternet Kullanım Sıklıklarının İncelenmesine İlişkin Tek Örneklem T-Test Sonuçları

Tablo 2'de görüldüğü üzere yapılan tek örneklem t-testi analizi sonucunda meslek yüksekokulu öğrencilerinin interneti günlük hayatta sıklıkla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Günlük hayatta interneti ortalama 3-4 saat kullanmakta oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka deyişle internetin 2-3 saat kullanımına göre anlamlı bir fark vardır ve bu fark olumlu yönde internet kullanımını etkilemektedir.

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklıklarının incelenmesine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıklarını incelemek amacıyla tek örneklem t-testi uygulanmış ve sonuçları tablo3'te verilmiştir.

	N	X	SS	t	p
Sosyal medya kullanma sıklığı.	225	4,14	0,97	17,59	,000
Facebook kullanma sıklığı.	225	4,08	1,10	14,67	,000
Twitter kullanma sıklığı.	225	2,15	1,52	-8,416	,000
Google Plus kullanma sıklığı.	225	2,48	1,47	-5,260	,000

Tablo 3. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Sıklıklarının İncelenmesine İlişkin Tek Örneklem T-Test Sonuçları

Tablo 3'e göre meslek yüksekokulu öğrencileri sosyal medyayı sıklıkla kullanmaktadır. Sosyal medyalar içerisinde ise Facebook sıklıkla öğrenciler tarafından tercih edilmektedir. Twitter ve Google Plus gibi sosyal medya uygulamaları ise yüksekokul öğrencileri tarafından nadiren kullanılmaktadır. Bir başka deyişle meslek yüksekokulu öğrencileri genellikle sosyal medya ortamları içerisinde Facebook kullanımını tercih etmektedirler.

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya erişimi için kullandıkları cihazlar ve sosyal medya üzerindeki kişisel verilerinin güvenliğine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin sosyal medya erişimi için kullandıkları cihazlar ve kişisel verilerin güvenliğine ilişkin sorular betimsel istatistikler kullanılarak tablo4, tablo5 ve tablo6'da verilmiştir.

	N	X	SS
Sosyal medya erişimi için en çok kullandığımız cihaz hangisidir?	225	1,47	0,58
Sosyal medya üzerindeki kişisel verilerin güvenliğine inanır mısınız?	225	2,68	1,03

Tablo 4. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Erişimi İçin Kullandıkları Cihazlar ve Sosyal Medya Üzerindeki Kişisel Verilerin Güvenliğine İlişkin Betimsel İstatistik Sonuçları

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Kişisel PC	127	56,4	56,4	56,4
	Cep Tel	92	40,9	40,9	97,3
	İnternet Kafe	4	1,8	1,8	99,1
	Okul Lab.	2	,9	,9	100,0
	Total	225	100,0	100,0	

Tablo 5. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Erişimi İçin Kullandıkları Cihazlara İlişkin Betimsel İstatistik Sonuçları (Frekans Tablosu)

Tablo 5'e göre meslek yüksekokulu öğrencileri sosyal medya erişimi için genellikle kişisel bilgisayarlarını yada cep telefonlarını tercih etmektedirler. Günümüzde akıllı telefonların hızla gelişmesi ve internet erişimindeki kolaylıklar sayesinde sosyal medyaya erişim için tercih edilme oranının artacağı düşünülmektedir.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Kesinlikle İnanmıyorum	31	13,8	13,8	13,8
	İnanmıyorum	68	30,2	30,2	44,0
	Kararsızım	75	33,3	33,3	77,3
	İnanıyorum	44	19,6	19,6	96,9
	Kesinlikle İnanıyorum	7	3,1	3,1	100,0
Total	225	100,0	100,0		

Tablo 6. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Üzerindeki Kişisel Verilerin Güvenliğine İlişkin Betimsel İstatistik Sonuçları (Frekans Tablosu)

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanımını tercih etme sebeplerine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin sosyal medya kullanımını tercih etme sebeplerini incelemek amacıyla tek örneklem t-testi uygulanmış ve sonuçları tablo7’de verilmiştir.

	N	X	SS	t	p
Arkadaşlarımla sohbet için kullanırım	225	3,19	1,38	2,07	,039
Yeni arkadaş edinmek için kullanırım.	225	2,36	1,61	-5,99	,000
Haberleri takip etmek için kullanırım.	225	3,36	1,28	4,23	,000
Müzik dinlemek ve film seyretmek için kullanırım.	225	3,18	1,31	2,02	,044

Tablo 7. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımını Tercih Etme Sebeplerine İlişkin Tek Örneklem T-Test Sonuçları

Araştırma kapsamında tablo 7’ye göre sosyal medyayı meslek yüksekokulu öğrencileri; sohbet, haber takibi, müzik dinleme ve film seyretme amaçlarıyla sosyal medya kullanımına yöneldikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca nadiren yeni arkadaş edinmek için kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin Facebook üzerinde gönderi eğilimlerinin incelenmesine ilişkin bulgular:

Öğrencilerin Facebook üzerinde gönderi eğilimlerini incelemek amacıyla tek örneklem t-testi uygulanmış ve sonuçları tablo8’de verilmiştir.

	N	X	SS	t	p
Müzik ile ilgili iletileri beğenirim.	225	3,68	1,19	8,54	,000
Paylaşılan kişisel iletileri beğenirim.	225	3,57	1,41	0,61	,000
Teknoloji içerikli iletileri beğenirim.	225	3,76	1,14	9,86	,000
Güncel içerikli (haber) iletileri beğenirim.	225	4,00	1,05	14,25	,000
Dikkat çeken fotoğrafları beğenirim.	225	3,85	1,12	11,40	,000
Komik iletileri beğenirim(video fotoğraf).	225	3,95	1,08	13,09	,000
Eğitim içerikli iletileri beğenirim	225	3,90	1,07	12,61	,000
Gerçeğe yakın iletileri beğenirim.	225	3,71	1,20	8,80	,000
Arkadaşlarımla fotoğraflarımı beğenirim	225	3,95	1,01	13,97	,000
Kendi kişisel bilgilerimi sosyal medyaya ekler ve beğenirim.	225	2,55	1,37	-4,90	,000
Kendi fotoğraf albumlerimi sosyal medyada paylaşarak beğenirim.	225	2,76	1,45	-2,48	,014
Sosyal medyada oynadığım oyunları arkadaşlarımla paylaşır ve beğenirim.	225	2,44	1,51	-5,58	,000

Tablo 8. Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Facebook Gönderi Eğilimlerine İlişkin Tek Örneklem T-Test Sonuçları

Öğrenciler “Müzik ile ilgili iletileri, Paylaşılan kişisel iletileri, Teknolojik iletileri, Güncel içerikli iletileri, Dikkat çeken fotoğrafları, Komik iletileri, Eğitim içerikli iletileri, Gerçeğe yakın iletileri, Arkadaşlarının fotoğraflarını” sıklıkla

beğenmektedirler. Bunun yanında öğrenciler kendi kişisel verilerini sosyal medyada paylaşmaya çok olumlu bakmamaktadırlar.

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin “Facebook kullanım sıklıkları” ile “Günlük internet kullanım sıklıkları” arasındaki ilişkiye ait bulgular:

	N	p	X	Beta	t
Facebook kullanım sıklığımız.	225	,000	4,08	,691	14,26

Tablo 9.“Facebook kullanma sıklığı.” ile “Sosyal medya kullanım sıklığı.” Değişkenleri Arasında Basit Doğrusal Regresyon Sonuçları

a. Dependent Variable: Sosyal medya kullanım sıklığınız.

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,691a	,477	,475	,703	,477	203,399	1	223	,000	1,974

a. Predictors: (Constant), A8 Facebook kullanım sıklığınız.

b. Dependent Variable: A7 Sosyal medya kullanım sıklığınız.

Sosyal medya kullanımında meydana gelen değişimin %47,5'ini açıklamada Facebook kullanımının etkisi vardır. Bu etkinin olumlu ve anlamlı bir etki olduğunu Anova tablosundaki F değeri göstermektedir. Bu etki diğer değişkenler sabit tutulduğunda ise tek başına sosyal medya kullanımının %69'unu açıklayabilmektedir.(t=14,26 p<0,05 Beta=0,691) Bir başka deyişle sosyal medya kullanımının önemli bir kısmını, facebook kullanımı açıklamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bilgi toplumunda yaşayan bireyler gelişmeleri yoğun olarak takip etmekte, yenilikleri öğrenip yaşamlarında kullanma çabasındadırlar. Bilgiyi içselleştirmek için formal eğitim ortamlarındansa, informal eğitim ortamlarını tercih etmektedirler. Bu gelişmeler kapsamında Facebook kullanımı Türkiye’de yoğun ilgi görmektedir. Öğrenciler sosyal paylaşım ortamı olarak en çok tercih ettikleri Facebook üzerinden içselleştirdikleri bilgilerin daha kalıcı oldukları kanısındadır. Öğretme ve öğrenme ortamlarında Facebook yardımıyla sosyal tartışma grupları oluşturularak eğitim içerisinde bireylerin paylaşımında bulunma ve katılım oranlarında artım gözlenebilir. Bu sebepler göz önüne alınarak eğitim ortamlarında Facebook tercih edilebilir. Sosyal medyada gönderi paylaşımında, öğretmenlerin dikkat etmesi gereken noktalara bulgular kısmında detaylı değinilmiştir. İçerik olarak paylaşımlar; güncel içerikli, teknolojik bilgilerle süslenmiş olursa öğrenciler tarafından ilgi görebilir ve böylece daha kolay isteni-

len öğrenme ortamı yakalanmış olabilir. Oluşturulan tartışma ortamlarında alanlarına uygun komik ve aynı zamanda güncel mesajlar yardımıyla istenilen veriler üzerinde bilgi paylaşımları gerçekleştirilebilir. Bu sayede öğrencinin paylaşılanları dikkatle incelemesi, merak ettiği anlamadığı konular üzerinde araştırma yaparak bilgiyi içselleştirebileceği düşünülmektedir.

Bölgelere göre yapılan karşılaştırmalar sonucunda sosyal medya kullanımına dair anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır. Bu bağlamda meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medyaya bakış açıları, tutum ve davranışları büyük oranda benzerlik göstermektedir. Bu benzerlik kapsam açısından son derece uygundur. Bir başka deyişle meslek yüksekokulları için geliştirilecek uygulama ve etkinliklerin sosyal medya üzerinden erişilebilirliği yüksektir.

Günümüzde yeni bir reklam platformu olarak da gün yüzüne çıkan sosyal medya, firmalar için stratejik önem taşımaktadır. Sosyal medya olarak dünya çapında kullanılan Facebook son

gelişmelere göre veri tabanını şirketlere açmıştır. Rekor kullanıcılara ulaşan Facebook üzerinden firmalar, portföylerine uygun kitlelere ulaşma imkânı bulmuştur. Bu araştırma sonucunda hedef kitlesi meslek yüksekokulu olan firmalar, öğrencilerin dikkat ettikleri gönderi içeriklerine uygun paylaşımlarda bulunurlarsa, hazırlanan reklam içeriklerinin daha fazla ilgi göreceği düşünülmektedir.

Teşekkürler:

Bu çalışmanın hazırlanmasında görüş ve önerilerini esirgemeyen Doç.Dr. N. Sinan KÖKSAL, Yrd.Doç.Dr. Sedat PAK ve Yrd.Doç.Dr. Serkan ŞENDAG' a teşekkürlerimi iletirim.

Kaynaklar

[1] Bahar, E., Kaya, F., “Meslek Yüksekokulu Sosyal Programlar Öğrencilerinin Bilgi Teknolojileri Kullanımlarına Yönelik Tutumları”, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 70-79, (2013).

[2] Bal, H. Ç., “Bilgisayar ve İnternet Kullanımı”, *Dilara Yayınevi, Trabzon*, (2003).

[3] Tiryakioğlu, F., Erzurum, F., “Bir eğitim aracı olarak ağların kullanımı”, *2nd International Conference on New Trends in Education and Their Implications, Antalya, Turkey*, 1031-1047, (2011).

[4] Hamid, S., Chang, S., Kurnia, “S. Identifying the use of online social networking in higher education”, *ASCILITE 2009 Auckland, New Zealand*, (2009).

[5] Boyd, D. M., Ellison, N. B. “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230, (2008).

[6] Facebook, Newsroom, “Facebook/ Newsroom/ Keys Fact/ Statistics ”, <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>, adresinden 13.07.12 tarihinde erişildi, (2012).

[7] Murray, C. “Schools and social networking: Fear or education? Synergy Perspectives: Local, 6 (1), 8-12” <http://www.slav.schools.net.au/synergy/vol6num1/murray.pdf> adresinden erişildi. (2008)

[8] Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, R. O. “Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı.” *Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi* (2010).

[9] Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. “Get out of MySpace!” *Computers & Education*, 54(3) , 776–782 (2010).

[10] Erkoç, M. F., & Erkoç, Ç. “Değerler eğitiminde etkinlik ortamı olarak sosyal ağ sitelerinin kullanımı: Facebook grupları.” *5th International Computer & Instructional Technologies Symposium*, 203-208. Elazığ, Turkey (2011).

[11] Munoz, C., & Towner, T. “Opening Facebook: How to use Facebook in the college classroom. In I. Gibson et al. (Eds.)”, *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2623-2627. Chesapeake, VA: AACE (2009).

[12] Nalabay, Mehmet N. “Sosyal Medyada Tüketiciler ve Pazar Bölümlenme Uygulamaları”, *XVI. Türkiye’de İnternet Konferansı, Ege Üniversitesi* (2011)

[13] Facebook kullanımı, “Wikipedia/Facebook Kullanım” <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> adresinden erişildi (15-Aralık 2013).