

EĞİTİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE YALNIZLIKLARININ İNCELENMESİ

Arş. Gör. Dr. İsmail Özsarı
İstanbul Üniversitesi
Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi
Temel Eğitim Bölümü
ismailozsari@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Gülşah Batdal Karaduman
İstanbul Üniversitesi
Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi
i Temel Eğitim Bölümü
gulsah@istanbul.edu.tr

Özet

Bu çalışmada eğitim fakültesi öğrencilerinin "sosyal medya" kullanımını ile reel dünyadaki sosyal hayatları ve yalnızlık kavramları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki eğitim fakültesi öğrencileri, örneklemini İstanbul'daki bir devlet üniversitesine bağlı 225 eğitim fakültesi öğrencisi oluşturmaktadır.

Araştırmada verileri toplamak amacıyla Kişisel Bilgi Formu, UCLA Yalnızlık Ölçeği, Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya tutum ve kullanım ölçeklerinden aldıkları puan ile yalnızlık ölçeği arasında anlamlı bir fark çıkmazken; sosyal medya kullanım ve tutum ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farka rastlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yalnızlık, Sosyal Medya, Sosyalleşme, Üniversite Öğrencisi.

INVESTIGATION OF EDUCATION FACULTY STUDENTS' SOCIAL MEDIA USAGE AND LONELINESS

Abstract

In this study, the relation between the usage of "social media" of education faculty students and the concepts of social life and loneliness in the real world is examined. Relational search model was used in the study. The study's universe is the education faculty students in Istanbul and the sample is 225 education faculty students who are studying in a state university in Istanbul.

Personal Information Form, UCLA Loneliness Scale, Social Media Attitude Scale and Social Media Usage Scale were used to collect data in the study. The data obtained from the study were analyzed using the SPSS 21.0 package program.

There was no significant difference between the scores of students' Social Media Attitudes and Social Media Usage scores with UCLA Loneliness Scale; There was a statistically significant difference between Social Media Use and Attitude Scale scores.

Keywords: Loneliness, Social Media, Socialization, University Student.

GİRİŞ

Hızla gelişen teknoloji bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de hayatın akışını etkilemiş ve birçok alanda “akıllı” cihazlar kullanılmaya başlanmıştır. Bunun bir uzantısı olarak insanlar gerçek dünyada paylaşabilecekleri birçok şeyi sanal ortama taşımış ve özellikle bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlar ile yapılan bu paylaşım ortamı “sosyal medya” olarak adlandırılmıştır.

Günümüzde toplumun geneli tarafından büyük bir kullanım oranına kavuşan sosyal ağlar, iletişim alışkanlıklarımızı ve buna bağlı olarak yaşam tarzlarımızı değiştirir hale gelmiştir. (Akyazı ve Ünal, 2013). Bireylerin sosyal medya kullanımı kişiden kişiye göre değişmektedir. Sosyal medya araçlarından hepimizin beklentileri değişik olmakta, farklı amaçtaki kullanımlar farklı doyumlara neden olabilmektedir. Sosyal medya bazıları için sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken; bazıları için ise sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek, takip edilmek isteğinin tezahürü şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Tektaş, 2014).

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 (Akt: Akyazı ve Ünal, 2013).

Gençler yüz yüze iletişim kurdukları sınıf arkadaşı, okul arkadaşı, mahalle arkadaşı, ev arkadaşı, asker arkadaşı gibi arkadaşlıklar yerine Facebook, Twitter ve Myspace arkadaşlığını ya da kardeşliğini tercih ederek, farklı paylaşımın üyesi olmaktadır (Hablemitoğlu ve Yıldırım, 2012).

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 (Akyazı ve Ünal, 2013).

Günümüzde hem internet kullanan, hem de sosyal medya kullanan kişi sayısı çığ gibi artmaktadır. Bilgisayarların ve internetin yaygın olarak kullanılmaya başlanmasının ötesinde akıllı telefon veya cihazlardan da internete erişilebiliyor olması kullanım oranlarını artırmaktadır. Kişiler yeni insanlar tanımak ve arkadaşlıklar edinmek, reel dünyada var olan arkadaşları ile sanal ortamda da iletişim kurmak, diğerleri tarafından paylaşılan içerikleri merak etmek veya eğlence amaçlı olmak üzere pek çok açıdan sosyal medyaya karşı bir istek duymaktadırlar. Wikipedia verilerine göre ülkemizde aktif 40 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır. Bu rakam ülke nüfusunun yarısından fazlasına denk gelmektedir.

Erol ve Hassan’ın 2014 yılında yaptıkları ve kullanıcıların birden fazla seçenek işaretleyebildikleri bir çalışmada, ülkemizde Facebook 93.3, Twitter 58.4, Google+ 57.1, YouTube 56.7, MySpace 7.3 kullanım oranlarına sahiptir. Gerek ülkemizde, gerekse yurtdışında yapılan çalışmalar incelendiğinde bilgisayar kullanımı, internet kullanımı, akıllı cihaz kullanımı ve sosyal medya kullanımının özellikle ergenler ve genç yetişkinler arasında oldukça yüksek bir orana sahip olduğuna ve bu oranın her geçen gün arttığına dair pek çok veriye ulaşmak mümkündür. Peki sosyal medya kullanan insanlar yalnız hissettikleri, sosyalleşemedikleri, kendi içine kapanık oldukları için mi ekran başına geçip paylaşım yapmakta veya paylaşımları takip etmekte; ya da sosyal medyayı sıkça kullanan insanlar aslında reel dünyada da sosyal insanlar mı? Yalnızlık kavramına değinelim biraz.

Weiss (1973) yalnızlık kavramını kişinin sahip olduğu sosyal ilişkilerdeki yetersizlik veya kişinin sosyal ilişkilerinde yakınlık, içtenlik ve duygu paylaşımı gibi özelliklerin bulunmaması sonucu ortaya çıkan bir duygu olarak ifade etmektedir. Weiss yalnızlığı teorik olarak sosyal ve duygusal olmak üzere iki farklı açıdan ele almaktadır. Duygusal yalnızlık kişinin eşi, ailesi veya karşı cins ile bağlanma eksikliğinden/yoksunluğundan, Sosyal yalnızlık ise kişinin sosyal ortamlardaki yetersizlik ve yoksunluklarından kaynaklanmaktadır.

Derlega ve Margulis (1982, akt. Oruç, 2013), çaresizlik ve yalnızlık arasındaki ilişkiye bakarak bireyin yalnızlık yaşama nedenlerinden birisini bireyin önceki zayıf sosyal ilişkilerinin ilerleme olmaksızın devam edeceğine

inancı olduğunu belirtmişlerdir. Yalnız öğrenciler büyük bir olasılıkla sosyal olarak kısıtlanmış dolayısıyla da kişiler arası iletişim becerileri gelişmemiş kişilerdir (Yüksel 2002). Yalnız öğrencilerin sosyal ağları daha küçüktür (Oruç, 2013).

Ponzetti'ye (1990, akt. Arslan ve ark., 2011) göre yalnızlık, bireyin mevcut sosyal ilişkisi ile istediği sosyal ilişkisi arasındaki tutarsızlık sonucunda oluşan ve hoş olmayan öznel, psikolojik bir durumdur. Bireylerin ilişkilerinde yetersiz ve bireysel olarak doyurucu olmayan sosyal yaşantılar içinde olmaları yaşamlarını farklı ölçülerde etkileyebilmektedir. Bu da bireylerin kendilerini toplumdaki soyutlamalarına ve yalnız hissetmelerine sebep olabilmektedir (Buluş, 1997, akt. Arslan ve ark., 2011).

Bir tür sosyal aktivite haline gelen sosyal medya oyunları, bir yandan sosyal mesafeyi azaltırken diğer yandan da sosyal teması yok etmektedir. İnsanlığın esas gereksinimi olan iletişim, gerçek mekânlarda doğaçlama olarak yüz yüze ve olağan hızla gerçekleşirken, günümüzde artık sanal mekânlarda kurgulanmış olarak çok hızlı gerçekleşmektedir. Bu kurgu dünyası gerçekliğin yerine geçerek iletişimde algılanan gerçeklik olgusunu değiştirmiştir. Ortaya çıkan yeni gerçeklik anlayışında kültür, tüketim ve iletişim biçimleri sanal ortamlarda tüketilir hale gelmiştir. Yeni sanal tüketim biçimleri, gerçek mekânlarda yakın mesafede dokunulabilir temasa olan ihtiyacı giderek daha fazla azaltmaktadır (Sucu, 2012). Sucu'nun da ifade ettiği gibi sosyal medya kullanımı ve sosyal medyada oynanan oyunlar reel dünyanın gerçeklik olgusunu değiştirmekte ve bireyler iletişim biçimlerini sanal ortamlara taşımaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım durumları ve sosyal medyaya karşı tutumlarının; reel dünyadaki sosyal hayatları ve yalnızlık kavramlarıyla ilişkisini incelemektir.

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Araştırmada "ilişkisel tarama modeli" kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul ilindeki eğitim fakültesi öğrencileri, örneklemini İstanbul'daki bir devlet üniversitesine bağlı 225 eğitim fakültesi öğrencisi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

UCLA Yalnızlık Ölçeği: Bireylerin öznel yalnızlık duygularını değerlendirmek için kullanılan ölçek Russell ve arkadaşları (1980) tarafından geliştirilmiş, Türkçe'ye Demir (1989) tarafından uyarlanmıştır. Likert tipinde olan ölçek, 10 olumlu ve 10 olumsuz ifade içeren 20 maddeden oluşmakta ve 1 (hiçbir zaman) ile 4 (her zaman) arasında derecelendirilmektedir. UCLA Yalnızlık Ölçeğinden en fazla alınan puan 80, en az alınan puan 20'dir. Bireyin aldığı yüksek puan, yüksek yalnızlık düzeyi anlamına gelmektedir. Russell ve arkadaşları, ölçeğin orijinalinin Cronbach alfa iç tutarlık alfa katsayısının 0.94, iki ay arayla yapılan ölçümlerde test tekrarı korelasyon katsayısının .73 olduğunu belirtmişlerdir. UCLA Yalnızlık Ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışmasında (Demir) ise alfa katsayısı 0.96, beş hafta arayla yapılan ölçümlerde test tekrarı korelasyon katsayısı .94 bulunmuştur. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlık alfa katsayısı 0.91 olarak bulunmuştur.

Otrar ve Arğin (2015) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ) : Beşli Likert tipinde 6'sı olumsuz 17'si olumlu olmak üzere toplam 23 maddeden oluşan ölçek, 4 faktörden (paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki) oluşmaktadır. Faktörler toplam varyansın %52.65'ini açıklamaktadır. İç tutarlık için yapılan analizlerde ölçeğin tümü için Cronbach's alfa değeri $\alpha=.85$ hesaplanmıştır. Test-tekrar test korelasyon katsayısı ise anlamlı bulunmuştur ($r=.83$; $p<.001$).

Sosyal Medya Kullanma Ölçeği; Jenkins-Guarnieri ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilip Akın ve Arkadaşları (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 24 maddelik 5'li likert tipinde bir ölçektir. Ölçeğin yapı geçerliği için uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ölçeğin orijinal formda olduğu gibi iki boyutta (sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı; sosyal rutinlerle bütünleşme) uyum verdiği görülmüştür. Sosyal Medya Kullanma Ölçeği'nin Cronbach alfa iç tutarlık güvenirlilik kat sayıları ölçeğin sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için .87; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için .71, ölçeğin bütünü için .87 olarak bulunmuştur. Sosyal Medya Kullanma Ölçeği'nin düzeltilmiş madde-test korelasyonları .31 ile .76 arasında

sıralanmaktadır. Bu sonuçlara göre Sosyal Medya Kullanma Ölçeği'nin Türkçe formunun geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

Ayrıca araştırma kapsamında öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve demografik bilgilerini değerlendirmek üzere "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında toplanan veriler SPSS 21.0 Paket Programı kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular frekans / yüzdelik tabloları şeklinde ifade edilmiş ve ölçek puanları arasındaki korelasyon hesaplanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde çalışmaya katılan 225 öğrenciye ait demografik bilgiler ve kişisel bilgi formunda yer alan maddelere verdikleri cevaplar yüzde frekans tabloları şeklinde sunulmuştur.

Tablo 1: Cinsiyet Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Cinsiyet	f	%
Erkek	45	20,0
Kız	180	80,0
Toplam	225	100,0

Tablo 1'de görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %20'si erkek, %80'i kız öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 2: Lise Türü Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Lise Türü	f	%
Düz Lise	61	27,1
Fen Lisesi	1	,4
Süper Lise/Yabancı Dil Ağırlıklı	2	,9
Özel Lise/Kolej	7	3,1
Anadolu Lisesi	66	29,3
Meslek Lisesi/Teknik Lise	8	3,6
Anadolu Öğretmen Lisesi	80	35,6
Toplam	225	100,0

Tablo 2'de görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %35,6'sı Anadolu Öğretmen Lisesi, %29,3'ü Anadolu Lisesi, %27,1'i Düz Lise, geriye kalan öğrenciler ise diğer lise türlerinden mezun olmuşlardır.

Tablo 3: Gelir Durumu Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Gelir Durumu	f	%
Düşük	9	4,0
Orta	208	92,4
Yüksek	8	3,6
Toplam	225	100,0

Tablo 3'te görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %92,4'ü orta, %4'ü düşük ve %3,6'sı yüksek gelirli öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 4: Sosyal Medyaya Üyelik Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Herhangi bir sosyal medya sitesine (Facebook, Twitter gibi) üyeliğiniz var mı?	f	%
Evet	217	96,4
Hayır	8	3,6
Toplam	225	100,0

Tablo 4'te görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %96,4'ünün sosyal medya üyeliği varken, %3,6'sının bulunmamaktadır.

Tablo 5: Sosyal Medya Üyelik Süresi Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?	f	%
1 Yıdan az	15	6,7
1-2 Yıl	17	7,6
2-3 Yıl	38	16,9
4 yıl ve daha fazla	155	68,9
Toplam	225	100,0

Tablo 5'te görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %68,9'u 4 yıldan fazla, %16,9'u 2-3 yıl, %7,6'sı 1-2 yıl ve %6,7'si 1 yıldan az süredir sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 6: Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığınız nedir?	f	%
Her gün bir kereden fazla	142	63,1
Her gün bir kere	46	20,4
Haftada bir kereden fazla	24	10,7
Haftada bir kere	8	3,6
Ayda birkaç kere	5	2,2
Toplam	225	100,0

Tablo 6'da görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %63,1'i günde bir kereden fazla, %20,4'ü günde bir kez, %10,7'si haftada birkaç kez, geriye kalanlar ise daha az sıklıkta kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 7: Sosyal Medyada Harcanan Süre Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal medya sitelerine her girdiğinizde harcadığınız ortalama süre ne kadardır?	f	%
5-10 dk.	61	27,1
11-30 dk.	72	32,0
31-60 dk.	57	25,3
61-120 dk.	19	8,4
121 dk. ve daha fazla	16	7,1
Toplam	225	100,0

Tablo 7'de görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %32'si 11-30 dakika, %27,1'i 5-10 dakika, %25,3'ü 31-60 dakika, geriye kalanlar ise daha uzun süreli olarak sosyal medyaya her girişlerinde vakit harcadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8: Sosyal Medyaya Bağlanma Ortamları Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamdan bağlanıyorsunuz?	f	%
Ev	135	60,0
İnternet Kafe	1	,4
Kablosuz ağ bulunan herhangi bir yer	55	24,4
Diğer	34	15,1
Toplam	225	100,0

Tablo 8’de görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %60’ı ev, %24,4’ü kablosuz ağ bulunan herhangi bir yerden, %15,1’i diğer alanlardan, %0,4’ü de internet kafelerden sosyal medyaya bağlandıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 9: Sosyal Medyaya Bağlanma Araçları Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamdan bağlanıyorsunuz?	f	%
Masaüstü bilgisayar	13	5,8
Mobil cihazlar (Cep telefonu, Tablet vb.)	184	81,8
Dizüstü bilgisayar	28	12,4
Toplam	225	100,0

Tablo 9’da görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %81,8’i mobil cihazlardan, %12,4’ü dizüstü bilgisayardan, %5,8’i ise masaüstü bilgisayardan sosyal medya sitelerine bağlandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 10: En Çok Kullanılan Sosyal Medya Değişkeni için Frekans ve Yüzde Değerleri

En çok hangi sosyal medya sitesini kullanıyorsunuz?	f	%
Facebook	135	60,0
Twitter	36	16,0
Youtube	29	12,9
Wikipedia	2	,9
Diğer	23	10,2
Toplam	225	100,0

Tablo 10’da görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin %60’ı Facebook, %16’sı Twitter, %12,9’u Youtube, %10,2’si diğer, %0,9’u ise Wikipedia’yı diğer sitelere oranla fazla kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Bu bölümde ise çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin arasındaki ilişkilere dair bulgular sunulmuştur.

Tablo 11: “Sosyal Medya Kullanma Ölçeği” ve “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” Puanları Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi Sonuçları

Veri Araçları	N	r	p
Sosyal Medya Kullanma Ölçeği Sosyal Medya Tutum Ölçeği	225	0,412	0,005

Tablo 11’de görüldüğü gibi, Sosyal Medya Kullanma Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon analizi sonucunda puanlar arasında istatistiksel açıdan $p < .005$ düzeyinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($p < .05$).

Tablo 12: “Sosyal Medya Kullanma Ölçeği” ve “UCLA Yalnızlık Ölçeği” Puanları Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi Sonuçları

Veri Araçları	N	r	p
Sosyal Medya Kullanma Ölçeği UCLA Yalnızlık Ölçeği	225	0,120	0,072

Tablo 12’de görüldüğü gibi, Sosyal Medya Kullanma Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon analizi sonucunda puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Tablo 13: “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” ve “UCLA Yalnızlık Ölçeği” Puanları Arasındaki İlişkiyi Belirlemek Üzere Uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon Analizi Sonuçları

Veri Araçları	N	r	p
Sosyal Medya Tutum Ölçeği UCLA Yalnızlık Ölçeği	225	0,094	0,158

Tablo 13’te görüldüğü gibi, Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere uygulanan Pearson Çarpım Moment Korelasyon analizi sonucunda puanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Bu bölümde öğrencilerin ölçek puanlarının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin bulgular sunulmuştur.

Tablo 14: Sosyal Medya Kullanma Ölçeği Puanlarının Öğrencilerin Cinsiyeti Değişkenine Göre Farklılaşıp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Uygulanan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	X	SS	SHx	T test		
						t	Sd	p
Sosyal Medya Kullanma Ölçeği	Kız	180	22,7889	9,62828	0,71765	-2,838	223	0,005
	Erkek	45	27,2000	7,97895	1,18943			

Tablo 14’te görüldüğü gibi, öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Ölçeği puanlarının cinsiyeti değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Erkek öğrencilerin puanları kız öğrencilerden anlamlı derecede yüksektir.

Tablo 15: Sosyal Medya Tutum Ölçeği Puanlarının Öğrencilerin Cinsiyeti Değişkenine Göre Farklılaşıp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Uygulanan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	X	SS	SHx	T test		
						t	Sd	p
Sosyal Medya Tutum Ölçeği	Kız	180	66,9833	11,71423	0,87313	-0,834	223	0,405
	Erkek	45	68,5778	10,40430	1,55098			

Tablo 15’te görüldüğü gibi, öğrencilerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği puanlarının cinsiyeti değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 16: UCLA Yalnızlık Ölçeği Puanlarının Öğrencilerin Cinsiyeti Değişkenine Göre Farklılaşıp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Uygulanan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	X	SS	SHx	T test		
						t	Sd	p
Yalnızlık Ölçeği	Kız	180	37,1889	6,64905	0,49559	-2,206	223	0,028
	Erkek	45	39,6889	7,38186	1,10042			

Tablo 16'da görüldüğü gibi, öğrencilerin UCLA Yalnızlık Ölçeği puanlarının cinsiyeti değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla uygulanan bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Erkek öğrencilerin puanları kız öğrencilerden anlamlı derecede yüksektir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmaya katılan öğrencilerin hemen hemen hepsinin (%96,4) sosyal medya üyeliği vardır. Başka bir çalışmada, öğrencilerin %94'ü herhangi bir sosyal medya sitesine üye olduklarını, %4'ü ise üye olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgu öğrencilerin nerdeyse tamamının en az bir sosyal medya sitesine üye olduğunu ortaya koymaktadır (Otrar ve Arğın, 2014). Ayrıca büyük bir çoğunluğu (%68.9) 4 yıldan fazla ve yaklaşık aynı oranda (%63,1) günde bir kereden fazla sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Sosyal medyaya bağlanma yerlerine baktığımızda öğrencilerin yarısından fazlasının (%60) evden bağlandıkları ve bunun için büyük çoğunluğunun (%81,8) mobil cihazlardan yararlandıkları görülmüştür.

Öğrencilerin %60'ı Facebook, %16'sı Twitter, %12,9'u Youtube, %10,2'si diğer, %0.9'u ise Wikipedia'yı diğer sitelere oranla fazla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Aydın'ın (2016) yapmış olduğu çalışmada da üniversite öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun Facebook sitesini kullandığı tespit edilmiştir. Armağan (2013) gençler üzerine yaptığı çalışmada katılımcıların %96,8 oranında sosyal medyayı kullandıkları ve %71'inin sosyal medya sitelerinde 1-5 saat aralığında zaman harcadıkları belirlenmiştir. Yine Akçay (2011) üniversite öğrencileri üzerine uygulanan çalışmada gençlerin sosyal medyayı daha çok sosyal çevrelerini geliştirmek, resim, video ve müzik paylaşımları yapabilmek amaçlarıyla kullandığı belirlenmiştir.

Sosyal Medya Kullanma Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği puanları arasındaki ilişkiye bakıldığında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Sosyal medya ağlarını ayda birkaç kere kullanan öğrencilerin tutumları her gün veya haftada en az bir kere kullanan öğrencilere göre daha düşüktür. Başka bir ifadeyle; öğrencilerin sosyal medya ağlarını kullanma sıklığının artması sosyal medyaya yönelik tutumlarının da artmasına neden olmaktadır. 3 yıl ve daha fazla süredir sosyal medya ağlarını kullanan öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir (Otrar ve Arğın, 2014).

Sosyal Medya Kullanma Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği puanları arasındaki ilişkiye bakıldığında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve UCLA Yalnızlık Ölçeği puanları arasındaki ilişkiye baktığımızda istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bizim çalışmamıza benzer bir sonucu Doğan ve Karakuş'un (2016) çalışmasında görmekteyiz; bu çalışmada da sosyal ilişkilerde yalnızlığın sosyal ağların kullanımını yordamadığı görülmüştür. İnsanoğlunun doğası gereği yalnız kalmak istemeyişi, onu farklı şekillerde iletişim kurma eğilimine sürüklemektedir. Son günlerde popülerliği artan sosyal ağ ve sosyal medya ortamları da insanlara yeni iletişim mecraları sunarak, insanoğlunun bu isteğine cevap vermiştir. Bu anlamda yaşadığı sosyal ortamdan bağımsız kalmak istemeyen insanoğlunun iletişimini dün içinde bulunduğu topluluklarla gerçekleştirdiği görülürken, bugün ona ek olarak teknolojinin kendisine sunduğu olanakları kullanarak sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirmeye devam ettiği anlaşılmaktadır (Çalışır, 2015).

Sosyal Medya Kullanma Ölçeği puanlarını cinsiyeti değişkenine göre incelediğimizde, erkek öğrencilerin puanları kız öğrencilerden anlamlı derecede yüksek olduğu bulunmuştur. Genel olarak öğrencilerin internet ve sosyal medya ağlarında çok fazla zaman geçirmelerinin sosyal hayattan uzaklaşmalarına ve yalnızlaşmalarına neden olduğunu söyleyebiliriz (Otrar ve Arğın, 2014). 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 (Akyazı ve Ünal, 2013). Sosyal Medya Tutum Ölçeği puanlarını cinsiyeti değişkenine göre incelediğimizde, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

UCLA Yalnızlık Ölçeği puanlarının cinsiyeti değişkenine göre incelediğimizde, erkek öğrencilerin puanları kız öğrencilerden anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu konudaki literatür incelendiğinde, yalnızlığın cinsiyete göre farklılaşmadığını ortaya koyan araştırmalara rastlandığı gibi (Çeçen, 2007; DiTommaso ve Spinner, 1997, akt. İlhan, 2012) kadınların erkeklere göre daha yalnız olduğunu (Keskin, 2001; Schultz ve Moore,

1986, akt. İlhan, 2012) ya da erkeklerin kadınlara göre daha yalnız olduğunu belirten araştırmalara da (Çeçen, 2007, Cramer ve Neyedley, akt. İlhan, 2012) rastlanmaktadır. Bu konuda cinsiyet değişkenine göre farklılaşmanın farklılık gösterdiği çalışma bulgularına göre ortaya konmuştur. Başka bir açıdan üniversite yıllarında yaşanan yalnızlık duygularının ve sosyal destek algılarının cinsiyetlere göre farklılık göstermediği ancak algılanan ebeveyn tutumlarıyla ilişkili olduğu görülmektedir (Çeçen, 2008).

Bu araştırmayı ileriye götürebilecek bazı öneriler şu şekilde sıralanabilir;

1. Öğretmen adayları ile yapılan bu çalışma farklı yaş grupları için de yapılabilir.
2. Örneklem sayısı artırılabilir.
3. Yalnızlık ve sosyal medya kullanımı ilişkisi konusunda farklı bileşenler göz önüne alınıp benzer çalışmalar yapılabilir.
4. Sosyal medya kullanımının yanı sıra bireylerin iletişim kurabilecekleri üniversite ortamları yaratılmalıdır.
5. Lisans düzeyinde etkili iletişim gibi bireylerin iletişim gücünü arttıracak farklı derslerin eklenmesi söz konusu olabilir.

Not: Bu çalışma 13- 15 Mayıs 2016 tarihlerinde Antalya’da 10 Ülkenin katılımıyla düzenlenen 7th International Congress on New Trends in Education – ICONTE’de sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

KAYNAKÇA

Akçay, H . (2011). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane üniversitesi üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 33, 137- 161.

Akyazı, E., Ünal, T. A. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal*, 6, 1-24.

Akın, A., Özbay, A., Baykut, İ. (2015). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe Formu'nun geçerliği ve güvenilirliği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 647-650.

Armağan, A. (2013). Gençlerin sanal alanı kullanım tercihleri ve kendilerini sunum taktikleri: bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 78-92.

Arslan, C., Hamarta, E., Özyeşil, Z., Saygın, Y. (2011). Üniversite öğrencilerinde yalnızlığın kimlik statüleri açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 89-99.

Aydın, İ. E. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.

Çalışır, G. (2015). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy. NWSA-Humanities*, 4C0197, 10, (3), 115-144.

Çeçen, A.R. (2008). Öğrencilerinin cinsiyetlerine ve anababa tutum algılarına göre yalnızlık ve sosyal destek düzeylerinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 415-431.

Demir, A. (1989). UCLA Yalnızlık Ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği. *Psikoloji Dergisi, Ankara*, 7(23), 14-18.

Doğan, U., Karakuş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının yordayıcısı olarak çok boyutlu yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 57-71.

Erol, G., Hassan, A. (2014). Gençlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanımının tatil tercihlerine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (31), 804- 812.

Facebook Kullanım İstatistikleri, 11.11.2016 tarihinde <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> adresinden alınmıştır.

Hablemitoğlu, Ş., Yıldırım, F. (2012). Gençlerin gözünden sanal bir sosyal kapital olarak 'Facebook'. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1-19.

İlhan, T. (2012). Üniversite öğrencilerinde yalnızlık: cinsiyet rolleri ve bağlanma stillerinin yalnızlığı yordama güçleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12 (4), 2377-2396.

Oruç, T. (2013). Üniversite öğrencilerinde psikososyal değişkenlere göre yalnızlık ile otomatik düşünceler ilişkisinin incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Otrar, M. ve Arın, F. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 1-13.

Otrar, M. ve Arın, F. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 391-403.

Sucu, İ. (2012). Sosyal medya oyunlarında gerçeklik olgusunun yön değiştirmesi: Smeet oyunu örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3, 55-88.

Yüksel, G. (2002). Üniversite öğrencilerinin utangaçlık düzeylerini etkileyen faktörler. *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22 (3), 37-57.

Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanmalarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi XVII*, 851-870.

Weiss, R. S. (1973). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. Cambridge, MA: MIT Pres.