



NWSA-Humanities
ISSN: 1306-3111/1308-7320
NWSAID: 2015.10.3.4C0197

Status : Original Study
Received: February 2015
Accepted: July 2015

E-Journal of New World Sciences Academy

Gülsüm alışır

Gümüşhane University, gulsumcalisir@gumushane.edu.tr, Gümüşhane-Turkey

<http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.3.4C0197>

**KİşİLERARASI İLETİşİMDE KULLANILAN BİR ARAÇ OLARAK SOSYAL MEDYA:
GüMüşHANE ÜNİVERSİTESİ İLETİşİM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR
ARAşTIRMA**

ÖZET

Günümüzde internetin yaygınlaşması ile birlikte, sosyal ağlar ve sosyal medya ortamları insanoğlunun vazgeçilmez paylaşım alanları olmuştur. Geline bu süreçte kişilerarası iletişim de yüz yüze yapılmaktan çok, sosyal medya üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. Dolayısıyla iletişim zamanla yüz yüze olmaktan çıkarak, sosyal medya aracılığıyla gerçekleşir hale dönüşmüştür. Çalışmada sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, kişilerarası iletişime katkısının ne yönde olduğunu, kişilerarası iletişim aracı olarak sosyal medyanın nasıl kullanıldığını ve sosyal medya hakkındaki görüşlerin neler olduğunu araştırmak amaçlanmıştır. Amaçlara ulaşabilmek için Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Ğrencileri arasından 100 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anketten elde edilen bilgileri somutlaştırabilmek için de 10 Ğrenci ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda ankete katılan tüm öğrencilerin interneti, biri dışında hepsinin de sosyal ağları kullandıkları tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca sosyal medyanın kişilerarası iletişime olumlu ve olumsuz katkıları olduğu grşlerine sahip olan Ğrencilerin, sosyal medyayı kişilerarası iletişimde bir ara olarak kullandıkları bilgisine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Kişilerarası İletişim, İnternet,
Sosyal AĞlar, Sosyal Medya.

**SOCIAL MEDIA AS A MEANS USED IN INTERPERSONAL COMMUNICATION: A
RESEARCH ORIENTED ONTO THE STUDENTS OF GMşHANE UNIVERSITY FACULTY OF
COMMUNICATION**

ABSTRACT

With the spread of internet, concepts of social networks and media has become indispensable sharing areas of human being. In that process, interpersonal communication, too, has started to eventuate over social media more than the one eventuated face to face. So communication, by time leaving to be face to face, became an event realized through social media. It has been aimed in the study to research in which way social media contributed to interpersonal communication, how social media was used as a means of interpersonal communication, and what were the thoughts about social media, with its becoming widespread. For reaching the goals, a questionnaire had been conducted through 100 students among the ones from Gmşhane University Communication Faculty Public Relations and Advertisement Section. Again, to achieve to concretize the knowledges obtained through the questionnaire, a semi-structured conversation had been conducted with 10 students. In the result of the study, it had been obtained that all the students attended the questionnaire were using internet, and all except one were using social networks. Knowledge that the students having opinions telling that social media had positive and negative contributions over interpersonal communication, were using social media as a means in interpersonal communication.

Keywords: Communication, Interpersonal Communication, Internet,
Social Networks, Social Media.



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Küreselleşmenin bir sonucu olarak gelişen teknoloji, her alanda olduğu gibi iletişim alanında da etkili olmuştur ve birtakım değişimleri de beraberinde getirmiştir. Özellikle günümüzde kişilerarası iletişimde yaşanan değişimler dikkat çekmektedir. Nitekim eskinin iletişim uygulamaları yerini sanal ortamlarda gerçekleştirilen iletişim platformlarına bırakmıştır. Bu da sosyal medya ve sosyal ağlar dediğimiz kavramların bir uzantısı olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal medya ve sosyal ağlarla ilgili Türkiye’de son yıllarda yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde; Akıncı Vural ve Bat’ın (2014) “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, başlıklı çalışmalarında 319 öğrenci ile gerçekleştirilen anket çalışması dikkat çekmektedir. Çalışmanın sonucunda ankete katılan üniversite öğrencilerinin tamamının internet kullandıkları, öğrencilerin hemen her gün internete giriş yaptıkları ve internette geçirilen sürenin çoğunun sosyal ağlarda harcandığı bilgisi yer almaktadır. Benzer şekilde Koçer’in (2012: 83), 1500 öğrencinin katılım sağladığı anketten yola çıkarak gerçekleştirdiği “Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları” başlıklı çalışmasında 19-24 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin interneti en çok bilgilenmek, araştırma yapmak, sosyal medya sitelerine erişmek için kullandıkları bilgisine ulaşılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya alışkanlıkları izlendiğinde de her internete girişte mutlaka en az bir sosyal medya sitesini ziyaret ettikleri, bunlardan öne çıkanların öncelikli olarak Facebook, Twitter, YouTube olduğu öğrenilmiştir.

Akyazı ve Tutgun Ünal’ın (2014) “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı” başlıklı çalışmasında da devlet ve vakıf üniversitesi öğrencileri arasında internet erişimi ve sosyal ağları kullanma durumu arasındaki benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmuştur. Çalışmada devlet ve vakıf üniversitesi öğrencilerinin sosyal ağları kullanma durumlarında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca yalnızlık boyutuna ilişkin incelemelerde üniversite türü fark etmeksizin öğrencilerin yalnızlık düzeylerinin orta seviyenin üzerinde olduğu, bunun nedenlerinin belirlenmesi için de zaman zaman psikolojik derinlemesine görüşmeler yapılmasına ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özkan’ın (2013) “Sosyal Ağ Kullanıcılarının e-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri” başlıklı çalışmanın bulgularında da ankete katılım sağlayanların sosyal ağlarda bulunma nedenlerine ilişkin öncelikli amaçlarının yüzde 60.7’nin vakit geçirmek olduğu ve sosyal ağlarda yüzde 62.9’nun kendi isimlerini kullandıkları bilgisi ön plana çıkmaktadır. Buna göre katılımcıların sosyal ağlarda kendilerini oldukları kişi olarak tanıttıkları bilgisine erişilmiştir. Yukarıda isimleri verilen sosyal ağlar ve sosyal medya üzerine gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarında sadece nicel verilere ulaşıldığı gözlemlenmiştir. Sosyal medyanın kişilerarası iletişim boyutunu ele alan bir başka çalışmaya ise literatür çalışması sırasında rastlanmamıştır. Konunun eksik kalan bu boyutunu geliştirebilmek adına hem nicel hem de nitel bulgulara ulaşmak hedeflenmiştir. Bu düşünceden hareketle kişilerarası iletişimde yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan sosyal medyanın, söz konusu iletişime ne şekilde yansımaları olduğunu araştırmak amacıyla Gümüşhane Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencileri üzerinde bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın literatür bölümünde ilgili kavramlara açıklık getirilmeye çalışılmıştır.



Çalışmanın neden önemli olduğu ve diğer çalışmalardan farklı olan yanının ne olduğu önem bölümünde anlatılmıştır. Metodoloji bölümünde çalışmada kullanılan yönteme ilişkin bilgiler verilerek, bulgular ve tartışma bölümünde de çalışmadan elde edilen bulgular hem nicel hem de nitel veriler şeklinde sunulmuştur. Sonuç bölümünde ise çalışmanın geneli hakkında bir değerlendirme yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Son günlerin en popüler çalışma alanlarından olan sosyal medya ve sosyal ağlarla ilgili pek çok çalışma yapıldığı bilgisine literatür çalışması sırasında ulaşılmıştır. Ancak yapılan çalışmalarda özellikle nicel bilgiler elde edildiği anlaşılmıştır. Bu çalışmada da nicel bulgulara ulaşılmıştır. Hatta bu çalışma Akıncı Vural ve Bat'a ait olan "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma" (2014) başlıklı çalışmanın uygulama bölümünde elde edilen bulgularla bazı noktalarda benzerlikler göstermektedir. Ancak adı geçen çalışmanın sadece nicel bulgularla sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise alanda bu konuyla ilgili yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak nicel bulgulara ek olarak, nitel bulgular da elde edilmiştir. Bu yönüyle de bu çalışmanın alana yeni katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Nitekim bugüne kadar yapılan çalışmalarda sadece nicel bulgulara ulaşıldığı anlaşılmıştır. Nicel ve nitel bulgulara aynı anda ulaşmayı amaçlayan bir çalışmaya daha önce rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın sosyal medya alanında bundan sonra yapılacak çalışmalara fikir vereceği düşünülmektedir.

3. KİŞİLERARASI İLETİŞİM (INTERPERSONAL COMMUNICATION)

İçinde yaşadığımız toplumla, grupla ya da aileyle sağlıklı ve sürdürülebilir bir ilişkinin temelini iletişim oluşturmaktadır. Adı geçen bu ortamlar karşılıklı bir iletişimi gerektirdiği için de kişilerarası iletişim denilen durum ortaya çıkmaktadır. İki katılımcı arasında yüz yüze yapılan iletişime "kişilerarası iletişim" denir. Bu tür iletişimde birbirlerine karşı değişen rolleri ve ilişkileri olan iki insandan söz etmek mümkündür (Hartley, 2010:40-42). En az iki insanın bir arada olduğu durumlarda insanlar, birbirleriyle sosyal ilişkiler özellikle de yakın ilişkiler başlatmak, geliştirmek ve sürdürmek için çaba sarf ederler. Dickson ve Hargie (2003:1) bu çabanın sonucunu çevremizde sadece bir başkasının bulunmasının bile bizim davranışlarımızı etkilemesi olarak yorumlamaktadırlar. Şöyle ki, etrafımızda başkaları olduğunda yalnız olduğumuzda sergilediğimiz davranış modelinden farklı davranırız.

Etrafımıza uyum sağlamak için kendimizi kontrol altında tutmamız iletişim modelimize de yansımaktadır. Zira hem sözel hem de davranış şeklimiz bilinçli bir hal almaktadır. Tam bu noktada Hartley (2010:50) kişilerarası iletişimin, kısmen ya da tamamen maksatlı olduğundan söz ederek; bir olay veya olaylar dizisinden ziyade devam eden bir süreç olan kişilerarası iletişimin, zaman içinde birikerek çoğaldığını söylemektedir. Gürüz ve Temel Eğinli (2012:54) de kişilerarası iletişimin bir süreç olduğuna vurgu yaparak, sürekliliği olan, sonu bulunmayan, coşkulu bir aktivite olup, sürekli değiştiğinden söz etmektedirler. Bu durumda iki kişi arasında kişilerarası iletişim başladığında, başlangıcı ve sonucu tanımlanamayan ve geri çevrilemeyen bir sürecin ortaya çıktığından söz etmek mümkündür. Böylelikle; mesajların değişimi, iki kişi arasında karşılıklı olarak sözlü ve sözsüz mesajların gönderilmesi ve alınması ile hem sözlü hem de sözsüz mesajların karşılıklı iletişimde bulunanları etkilemesi durumu olmaktadır. Ancak mesajların kişilerarasında aktarılması yeterli



değildir, mesajların anlam yaratması da gereklidir. İlişkisel süreç içinde iki kişi arasında anlam yaratılması ve anlamların paylaşılması söz konusu olmaktadır. Bununla birlikte, kişiler arasında iyi ya da kötü ilişkisel deneyimlerin var olması, mesajların anlamlandırılmasını etkilemektedir. Kişilerarası iletişimde söz konusu anlamlandırmaları yapmak, bir sanat olarak yorumlanabilmektedir. Arkadaş, meslektaş ya da yönetici olarak etkili iletişim kurmak, büyük ölçüde bu konudaki beceriye bağlıdır. Bu yönüyle Devito (2004:2), kişilerarası iletişim becerisinin, tüm alanlarda belirgin bir öneme sahip olduğunu ifade etmiştir. Kaypakoğlu (2008:6) ise bir sınırlılıktan söz ederek, kişilerarası iletişimin, birbirleri ile doğrudan etkileşim halinde olan az sayıdaki insanı kapsayan bir iletişim biçimi olduğunu dile getirmiştir. Lusting ve Koester'e (1999:27) göre de kişilerarası iletişim, kişiden kişiye iletişimi içermektedir. Geniş, farklılaşmamış ve heterojen izleyicilere yönelik mesajların söz konusu olduğu kitle iletişim araçları ve topluluklara yönelik konuşmalardan farklı olarak kişilerarası iletişim, açık biçimde belirli tarafları olan ve tarafların kimlerle etkileşime gireceğine karar verme yeteneğinin olduğu bir iletişim biçimidir.

İnsanlar birbirleri ile doğrudan etkileşime girdiklerinde, bilgiyi aktarmak için bakış, homurdanma, dokunma, duruş, kafa sallama, koku gibi bazı sözel olmayan iletişim kanallarını da kullanmaktadırlar. Bu yönüyle kişilerarası iletişimde, beden dilinin etkili şekilde kullanıldığını söylemek de mümkündür. Bu bağlamda kişilerarası iletişimi sağlamak için sadece sözel ifadelerle ihtiyaç olmadığı da anlaşılmaktadır. Böylelikle kişilerarası iletişimde ister sözlü ister sözsüz olsun bir etkileşim ortaya çıkmaktadır. Bu durumda kişilerarası iletişimin temel amaçlarından birisinin, diğerlerini etkilemek olduğunu söylemek mümkündür. Kişilerin diğerlerini etkilemesi ve etkilediğini hissetmesi, sahip olduğu tutumlar aracılığı ile sağlanmaktadır. Kişilerarası iletişim süreci içindeki kişiler, birbirleri ile iletişim kurduklarında bilgi istemekte, aynı zamanda kendileri hakkında da bilgi vermektedir. Bilgiler sözlü ya da sözsüz şekilde iletelebilmektedir. Kişilerarası iletişimin, bilgi verme ve almanın dışında birçok amacı bulunmaktadır. Gürüz ve Temel Eğinli (2012:73) bu amaçların; "kişilerarası iletişimin neden kurulduğunu" açıklayan fonksiyonları ortaya koyduğunu ifade ederek, kişilerarası iletişimin fonksiyonlarını şu şekilde sınıflandırmışlardır: Var olmak, öğrenmek, paylaşmak, ilişki kurmak, etkilemek, oynamak, yardım etmek, yakınlık ve ilgi duymak, kimlik oluşturmak, duygusal yatırım yapmak, ihtiyaçlarını karşılamak. Özetle kişilerarası iletişim, iletileri diğer insanlara daha etkili iletebilmek, onlarla daha yakın ilişkiler kurmak ve insana dair birtakım ihtiyaçları gidermek amacıyla kurulan bir iletişim şeklidir. Kişilerarası iletişim, çift yönlü bir iletişim modeli olması nedeni ile de tepkilerin anında alınmasına olanak tanıyan bir özelliğe sahiptir.

4. SOSYAL MEDYA (SOCIAL MEDIA)

Teknolojinin çok hızlı bir şekilde ilerlemesi ve internetin hem kullanım hızının hem de kullanım alanının genişlemesi ile birlikte, gerek sosyal alanlarda gerekse de iş hayatında eski alışkanlıkların ve iş görme şekillerinin birçoğu değişikliğe uğramıştır. Bu değişiklikler, hayatımıza birçok yeni kavramın girmesini sağlamıştır. Bu kavramlardan biri de sosyal medyadır. Sosyal medya, kişilerin internet üzerinden yer ve zaman sınırlaması olmadan fikirlerini ve görüşlerini belirtmelerine olanak sağlayan, internetin sunduğu multimedya özelliklerini sınırsız bir şekilde kullanım imkânı tanıyan, aynı zamanda başka kişilerle karşılıklı görüş alışverişine ve



paylaşımına dayalı bir interaktif ortamın varlığını hayata geçiren geniş tabanlı platform olarak tanımlanmaktadır (Bulunmaz, 2011:20).

Sosyal medya, kullanıcılarına kendi kimliklerinin sunumunun imkânını vermektedir. Yüz yüze iletişim üzerine yapılan araştırmaların aksine, sosyal medya araştırmalarının odağı kişiden kişiye iletişimle yoğunlaşmaktadır (Webb ve diğerleri, 2012:3). Sosyal medya ortamları iletişim sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. İnternetin öncelikli amacı, bilgilerin bireysel amaçlarla sunumu veya bulunmasıdır. Bilgi paylaşımı, halen internet iletişiminde önemli bir yere sahip iken, sosyal medya araçları ise bir kişinin sosyal ağını bilgi alımı için açık ve görünen bir kaynak haline getirmektedir. Sosyal paylaşım siteleri; profil ve arkadaş ağlarının kullanımı ile kişilerin; kendileri, arkadaşları ve onların yaşantıları ile ilgili bilgilerin paylaşımını sağlamaktadır. Bu tür uygulamalar, bilgiden ziyade kişiler arasında bağ oluşturma üzerine odaklanmaktadır. Kişiler, kendileri ile ilgili ne kadar çok bilgi ifşa eder ve ortaya koyarlarsa, ilişkilerinin kalitelerinin o oranda arttığını varsaymaktadır. Bu durum, kişiye gelişmiş bir özgüven ve sağlıklı bir psikoloji sağlamaktadır (Ahn, 2011:1441).

Body ve Ellison'a göre sosyal medya ortamlarını benzersiz kılan özellik, kullanıcıların yabancılarla tanışmasına imkân vermesi değil, kullanıcıların kendini ifade etme fırsatı bulmasıdır. Birçok toplumsal paylaşım ağında katılımcılar, yeni insanlarla tanışmaktan ziyade, mevcut sosyal ağların bir parçası olan insanlarla iletişim kurmaktadır (Aktaran: Güçdemir, 2012:52). Sosyal medya ortamları kişilere, isteği kişisel bilgilerini yine isteği kişilere istediği şekilde ve sürede paylaşma fırsatı sunan mecralardır. Her türlü paylaşım imkanı tanıması bakımından bu ortamların cazip edici yanı bulunmektedir. Bu yönüyle kişileri sosyalleşmeye yöneltmesi bakımından da önemlidir. Hampton ve Carter da sosyal medyanın insanların gündelik hayatlarının bir parçası olduğunu ve sanal ve gerçek arkadaşlıkların arasındaki çizginin gittikçe bulanıklaştığını belirtmektedir (Aktaran: Reilly, 2014).

Sosyalleşme denilen olgu, gündelik hayatta ailede başlar. Dökmen'e göre (1995:46), bir çocuğun sosyalleşme alanında sadece anne ve babası varken, çocuğun yaşı ilerledikçe bu alana yaşlıları katılmaya başlar. Gerçek hayatta arkadaş olarak kabul ettiğimiz kişiler yüz yüze iletişime girdiğimiz, tanıdığımız, kendisinden haberdar olduğumuz kişilerdir. Diğer yandan sanal dünya söz konusu olduğunda kişiler, sadece birkaç kez karşılaştıkları ve gördükleri kişileri arkadaş listelerine ekleyebilmektedirler. Çoğu kişi, sanal ortamdaki hesaplarında var olan arkadaş sayısının fazlalığı ile övünmektedir. Hal böyle olmasına rağmen, gerçek hayatta bunların çok azıyla iletişime geçmektedir. Kısacası; gerçek hayatta kişiler hayatı yaşarken, sanal ortamda hayatı seyretmektedirler. Sosyal ağlar ve medya sayesinde kullanıcılar bir taraftan bireyselleşirken diğer yandan da sosyalleşmektedirler. Bu tür sosyalleşme türüne "hareketsiz sosyalleşme" denilmektedir (Binark, 2007:23).

Özetle; sosyal medya ortamları kişilerin kendilerini tanıtmaya fırsatı buldukları bir ortam olmanın yanı sıra, diğer insanlarla karşılaşma, tanışma ya da daha önceden tanıdıkları kişiler ile iletişim ve ilişkilerini sürdürme olanağı da buldukları bir platform haline almıştır. Bu bağlamda sosyal medyanın kişilerarası iletişime katkısı olduğunu söylemek mümkündür. Zira sosyal medya, ilişki ve iletişiminin perçinleşmesine ve sürdürülmesine katkı sağlamaktadır.

5. SOSYAL AĞLAR (SOCIAL NETWORKS)

İnternet, günümüzde yaygın olarak kullanılan bir iletişim aracıdır. İnternetin insanlar üzerinde neden bu kadar etkili olduğu



üzerinde durmak gerekirse, bunun toplumun bir uzantısı olarak ortaya çıktığını söylemek pek de yanıltıcı değildir. Çünkü insanları internet kullanımına iten en önemli etkenlerden birisi de yine toplumun ve yaşamın gerekleri olmuştur. Artık Facebook, Twitter, Instagram, Foursquare vb. ağlarda hesapları olmayanlar, toplumdaki dışlanacak hale gelmiştir. İnsanın gelişmişlik düzeyini belirleyen en önemli göstergelerden birisinin, adı geçen sayfalarda hesap bulundurma zorunluluğu varmış gibi bir algının toplumda yaratılmış olmasıdır. Bu sayfalarda hesabı olmayanlar, nerdeyse çağın gerisinde kalmış kişiler olarak algılanmaktadır. Sosyal ağ, düğümler olarak adlandırılan bireylerden oluşan ve bu düğümleri kendi aralarındaki çeşitli ilişki ve etkileşimlerle birbirine bağlayan bir yapı olarak açıklanmaktadır (Karcı ve Boy, 2011:154). Sosyal ağ siteleri, kişilerin kendilerine ait bir alan oluşturarak sistemdeki diğer kullanıcılarla bir araya gelmelerine, dijital ortamda paylaşılacak video, fotoğraf, haber vb. paylaşımlara ve etkileşime imkan veren sanal ortamlar olarak tanımlanmaktadır (Özmen, 2009:146).

Sosyal ağ siteleri, depolanmış kullanıcı profillerindeki veriler aracılığıyla insanları birbirine bağlamaktadırlar. Adı geçen profiller, diğer kullanıcılar için bir tanımlama aracı yerine geçmektedir. Çeşitli siteler arasındaki en ayırt edici özellik, profil bilgilerindeki bilgi oranı ve düzenidir (Neuman ve Hogan, 2005:473). Downes'a (2005:411) göre de sosyal ağlar, ilişkiler seti tarafından kurulan kişisel bağların bir araya getirilmesidir. Web tabanlı servis olarak sosyal ağ siteleri, zorunlu bir sistem aracılığıyla genel bir profil ağı oluşturmak için kişisel çalışmalara izin vermekte, diğer kullanıcıların bir listesini oluşturmakta ve bağlantıda olan kişilerin birbirleriyle paylaşımlarına olanak tanımaktadır. Ayrıca sistem sayesinde diğerleri tarafından yapılanları ve listedeki diğer insanların birbirlerini görmesini sınırlandırabilecek olanaklar sunmaktadır (Boyd ve Ellison, 2007:222).

Sosyal ağların insanların sosyalleşmesine etkilerine yönelik farklı görüşler bulunmaktadır. Hazar (2011:153) bu tür mecraların, günlük yaşantısında çevresi zaten geniş olan kişilerin var olan bağlantılarını daha da zenginleştirmek için mi; yoksa arkadaş çevresi dar olan ve çekimser kalan kişilerin sosyalleşmesine katkı sağlayan bir ortam mı; ya da gün boyu kendisini bilgisayar ekranına kilitleyen kişileri asosyal yapan bir mekanizma mı vb. gibi soruların sosyal ağların ve medyanın bir uzantısı olarak tartışılmaya da devam ettiğinden söz etmektedir. İnsanların özgürce kendilerini tanımlamalarına ve ifade edebilmelerine olanak tanıyan sosyal ağlar, kullanıcılar tarafından birçok amaç için kullanılmaktadır. Bu amaçlar kişiden kişiye değişim gösterirken, toplumsal düzeyde de farklı amaçlar için kullanılabilir. İnsanların bu alanları daha çok kimlik oluşturma, iletişim kurma, eski arkadaşları bulmak, eğlenmek gibi amaçlar için kullandıkları bilinmektedir. Bu bağlamda sosyal ağların insanları sosyalleştirdiğini, gündelik hayatta var olan ilişkilerini güçlendirdiğini söylemek mümkündür. Bir başka deyişle sosyal ağlarda kurulan iletişimin ya da tanışıklığın daha çok gerçek hayatta kişilerarası iletişimi kuran insanlar arasında gerçekleştiği görülmektedir. Sosyal ağların çoğunda kullanıcılar, yeni insanlarla tanışmaktan ziyade, daha önceden tanıdığı insanlarla iletişimlerini sürdürme amacındadırlar (Binark ve diğerleri, 2009:29).

Diğer görüş ise sosyal ağların insanları sosyalleştirdiğini savunmaktadır. Bu görüşe göre kullanıcıların arkadaşlarıyla sürekli bir iletişim içinde kalmasına ve metin, fotoğraf, video ve müzik gibi içeriklerini paylaşımlarına izin veren sosyal ağlar; günümüz gençlerinin en önemli sosyalleşme araçlarından birini oluşturmaktadır.



Bu sosyal ağların en önemli özelliklerinden biri ise artık çevrimdışı hayatımızın da önemli bir parçası haline gelmeleri ve internet dışındaki hayatımızda da etkinliklerimizin önemli bir kısmını online (çevrimiçi) sosyal ağlar üzerinden yönetmemizdir (Kahraman, 2010:6). Bireyler arasında kişisel ya da profesyonel ilişkilerin oluşturduğu ağ olarak adlandırılabilir olan sosyal ağlar, günlük yaşam tarzının önemli bir parçası haline gelmiş ve gittikçe önem kazanmaya başlamıştır (Akyazı ve Tutgun Ünal, 2014). Sosyal ağlar kişilerin diyaloglarını, birbirleri ile paylaşmış oldukları konuları, fikirleri ve kendi profillerini gösteren sunulardır. Hangi ağa kayıtlı iseniz, o ağın üyeleri tarafından görülebilirsiniz. Ağdaki herkes birbirini fiziken tanımayabilir ya da fikren, ruhen kabul etmeyebilir de. Ama etkilenebileceği bir içerikle karşılaşmış olması önemlidir. Bu ağlar aynı zamanda günlük hayatta yalnızlaşan insan için de bir tanışma, kaynaşma ve buluşma noktasıdır. Birisiyle buluşmak için para harcamak, bir yere gitmek ve bir iş yapmak zorunda değilsinizdir. Herkes birbiri ile iletişime geçebilmekte ve de sosyalleşmektedir (Kuyucu, 2013:117). Sosyal ağlar, kimilerine göre sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken, kimilerine göre de sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek, takip edilmek isteğinin göstergesi olarak algılanmaktadır.

Sosyal ağların temelinde yatan kitlesel kişilerarası ikna, insanların düşüncelerini ve davranışlarını değiştirmek üzere odaklanmaktadır. Sosyal etkileme stratejileri; birçok biçimiyle kabul/uyum (doğrudan rica, ahlak, aldatma vb.) yakınlık gösterme (iltifat etme, övme, diğerlerine uymak, kendini göstermek, iltimas geçmek, ayrıcalık tanımak) ve grup seviyesinde içe dönük motivasyon (tanınma, rekabet ve işbirliği/dayanışma) olarak tanımlanmaktadır. Bir ikna teknolojisi olarak sosyal ağlarda; sosyal kabul, övme, teşekkür, beğenme, ayrıcalık kazanmak, grup tarafından tanınma, kullanıcıların düşüncelerinin onaylanması gibi sosyal etkileme stratejileri kullanılmaktadır (Yeygel Çakır, 2011:278). Sosyal medya ve sosyal ağlarda ön plana çıkan nokta; kişilerin gündelik hayatlarında tanıdıkları ile ve yeni tanıştıkları kişilerle ağ üzerinden iletişime geçmeleri için olanak tanınmasıdır. Bu iletişim şeklinde özellikle ve öncelikle kabul görme, beğenilme, dikkat çekme gibi duygularla hareket etme istekliliği yaygınlaşmıştır.

6. METODOLOJİ (METHOD)

Çalışmada Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşan toplam 100 öğrenci ile görüşülerek kendilerine sosyal medya ve sosyal ağları konu alan bir anket¹ uygulanmıştır. Çalışmada nicel verilere ulaşmak için içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi; iletilerin açık, aşıkâr içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır. İçerik çözümlemesinde anlamlandırmanın düz anlamsal düzeyi çözümlenmektedir (Fiske, 1996:176). Çalışmanın "Bulgular ve Tartışma" başlığı altında verilen Tablo 15 ile Tablo 19 arasında verilen tablolarla ise; sınıflandırmayı daha net yapabilmek için Likert ölçeğini 3'lü (katılıyorum-katılmıyorum-kararsızım) olarak uygulamak

¹Çalışmada uygulanan anket soruları oluşturulurken, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kurumsal İletişim Anabilim Dalı öğretim üyesi Z.B., A. Vural ve M., Bat'ın, <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/sosyalmedya.pdf> adresinden erişilen (Erişim Tarihi: 21.05.2014) "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı çalışmalarından yararlanılmıştır.



uygun görülmüştür. Bu şekilde verilen bilgilerin daha kolay anlamlandırılacağı düşünülmüştür. Nitel verileri desenleyebilmek için yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Ankete katılan öğrencilere yarı yapılandırılmış görüşmeye katılmak isteyip istemedikleri sorulmuştur. Katılmak isteyen 10 öğrenci ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasına dahil olan öğrencilerin 40'kız, 60'ı erkek olarak tespit edildiği için, örneklem grupları arasında benzerlik olsun diye yarı yapılandırılmış görüşmede de 4 kız, 6 erkek öğrenci ile görüşme yapılması uygun görülmüştür. Ayrıca ankete katılan öğrenci sayısının 100 olması, yüzde 10'una karşılık gelmesi bakımından görüşmenin sonuçlarının 10 öğrenci ile temsil edilebileceği düşüncesini kuvvetlendirmiştir. Bu nedenle de görüşme yapılan öğrenci sayısı 10 ile sınırlandırılmıştır. Görüşme sırasında görüşlerin alınmasının daha kolay olması ve verilen cevaplara ilişkin bilgilerinin kontrolünün daha rahat izlenebilmesi nedeniyle bu tür bir araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Görüşmeden önce öğrencilere çalışmaya ilişkin bilgiler verilerek, kendilerine daha önceden hazırlanan katılım formu gösterilmiş ve imzalatılmıştır.

Görüşme formu yöntemi, benzer konulara yönelmek yoluyla değişik insanlardan aynı tür bilgilerin alınması amacıyla hazırlanmaktadır. Görüşmeci önceden hazırladığı konu veya alanlara sadık kalarak, hem önceden hazırlanmış soruları sorma hem de bu sorular konusunda daha ayrıntılı bilgi alma amacıyla ek sorular sorma özgürlüğüne sahiptir. Sorular veya konuların belirli bir öncelik sırasına konması zorunlu değildir. Görüşme formu, araştırma problemi ile ilgili tüm boyutların ve soruların kapsanmasını güvence altına almak için geliştirilmiş bir yöntemdir. Görüşmeci, görüşme sırasında soruların cümle yapısını ve sırasını değiştirebilir, bazı konuların ayrıntısına girebilir veya daha çok sohbet tarzı bir yöntem benimseyebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2004:108).

Öğrencilerle yapılan karşılıklı görüşmelerle, sayısal değerlerin sözel değerlerle nasıl benzerlikler ya da farklılıklar gösterdiği ölçülmüştür. Böylelikle çalışmada hem nicel hem de nitel bulgulara ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin seçilmesinin birtakım nedenleri vardır. Öncelikle çalışmanın başlığından da anlaşılacağı üzere kişilerarası iletişim ve sosyal medya kavramlarının ve içeriklerinin neler olduğunu bilen bir öğrenci örneklemi seçilmek istenmiştir. Bu nedenle de Gümüşhane Üniversitesi'nin 2012-2013 güz döneminde Sosyal Medya dersini alan ve 2013-2014 bahar döneminde de Kişilerarası İletişim dersini alan öğrenciler, çalışmanın örneklemi oluşturmuştur. Adı geçen iki ders, farklı dönemlerde verildiği için öğrenciler de 3. ve 4. sınıflardan seçilmiştir. Öğrenci seçiminde dikkat edilen bir nokta da Sosyal Medya dersini alan öğrencilerin seçilmesine öncelik verilmiş olmasıdır. Çünkü bu ders seçimlerlik bir derstir. Ancak Kişilerarası İletişim dersi zorunlu bir ders olduğu için her öğrencinin bu dersi alması şarttır. Sosyal Medya dersini alan öğrenci sayısı az olduğu için de ancak 100 öğrenciye ulaşılabilmektedir. Bu nedenle de örneklem belirlenirken böylesi bir uygulamaya gidilmiştir. Çalışma kapsamında öğrencilere anket uygulaması 2014 yılının bahar döneminin sonuna denk gelecek şekilde Haziran ayı içerisinde yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler de yine aynı ay içerisinde gerçekleştirilmiştir.

7. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

Çalışmada gerçekleştirilen anket uygulaması ile nicel, yarı yapılandırılmış görüşme ile de nitel verilere ulaşılmıştır. Bu nedenle nicel ve nitel veriler ayrı başlıklar altında sunulmuştur.

7.1. Nicel Veriler (Quantitative Data)

Yukarıda da ifade edildiği gibi çalışmaya 100 öğrenci dahil edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen öğrencilerin öncelikle demografik yapıları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu durumu gösterir bilgiler aşağıda verilen Tablo 1’de belirtildiği şekildedir.

Tablo 1. Ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri
(Table 1. Demographic characteristics of the students attending the inquiry)

Cinsiyet	Sayı	Yaş	Sayı
Kız	40	20	4
		21	15
		22	26
Erkek	60	23	31
		24	11
		25	11
		26	2
Toplam	100	Toplam	100

Öğrencilere uygulanan anket sonuçlarından elde edilen bilgiye göre toplam 100 öğrencinin 40’ı kız, 60’ı erkektir. Öğrencilerin yaş aralığı 20 ile 26 arasında değişmekle birlikte, yüzde 57’si 22 ile 23 yaş aralığında toplanmıştır. Söz konusu yaş aralığında bulunan öğrencilerin kişilerarası iletişim ve sosyal medya anlamında gerçekleşen durumları anlamlandırması için, içinde buldukları yaşın uygun olduğu görülmektedir. Öğrencilerin internet kullanımı ve sınıfları ile ilgili durum da Tablo 2’de gösterildiği gibidir. Tablo 2’den de anlaşılacağı gibi 100 öğrencinin yüzde 44’ü 4. sınıf, yüzde 56’sı 3. sınıftır. Ankete katılım sağlayan tüm öğrencilerin interneti aktif şekilde kullandıkları görülmektedir. Teknoloji çağı olarak nitelendirilen günümüzde, öğrencilerin internetten uzak olmadıklarını görmek de şaşırtıcı olmamıştır. Bu sonuç, gençliğin teknoloji ile olan bağının ne denli güçlü olduğunun bir kanıtı olarak da yorumlanabilir. Öğrencilerin interneti hangi amaçla kullandıklarını ölçmek için kendilerine birtakım sorular sorulmuştur. Bu soruların ve verilen cevapların neler olduğu Tablo 3’te açıklanmıştır.

Tablo 2. Sınıf durumu ve internet kullanımı
(Table 2. Classes and internet usage)

Sınıf Durumu				İnternet Kullanımı			
3. sınıf	56	4. sınıf	44	Evet	100	Hayır	0
Toplam		100		Toplam		100	

Tablo 3. İnternetin kullanım amacı
(Table 3. Goal of internet usage)

İnternetin Kullanım Amacı	1. Sıra Toplamı	2. Sıra Toplamı	3. Sıra Toplamı
Bilgi alışverişi	37	16	9
Sosyal ağlar	35	28	15
Eğlence	17	19	16
Resmi hizmetler	7	5	5
Video, film izleme	6	19	28
Dowland	2	2	8
Diğer (her türlü amaç, haber vb. takibi)	2	0	0
Banka işlemleri	0	0	4

Çalışmaya dahil edilen öğrencilere 8 alt başlıktan oluşan "İnterneti hangi amaçla kullanıyorsunuz?" sorusu sorularak, bunları 1'den 8'e kadar derecelendirmeleri istenmiştir. Yukarıda verilen Tablo 3'teki bilgiler; öğrencilerin interneti kullanım amaçlarının birinci, ikinci ve üçüncü sıradan yaptıkları tercihleri göstermektedir. Buna göre en çok tercih edilen cevabın "bilgi alışverişi" olduğu görülmüştür. İkinci sırada "sosyal ağlar" başlığının sıklıkla tercih edildiği görülmüştür. "Eğlence" ve "Video, film izleme" gibi başlıkların da ilk üç tercih arasında yer alması, öğrencilerin interneti daha çok iletişim kurmak ve bu iletişim sırasında bilgi alışverişi, paylaşım ve eğlenceyi ön plana çıkartmayı amaçladıkları anlaşılmaktadır. Öğrencilerin internete hangi sıklıkla girdiklerini ve internet başında kaç saat geçirdiklerini belirlemek de bu çalışmanın amaçlarından birini oluşturmaktadır. Bu bilgiler de aşağıda verilen Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. İnternete girme sıklığı ve bu arada geçirilen süre
(Table 4. Frequency of İnternet entrance and the time passing during the sessions)

İnternete Girme Sıklığı		İnternette Geçirilen Süre	
Her gün	89	Bir saatten az	5
Haftada 3-4 gün	11	1-3 saat arası	69
Ayda 1-2 gün	0	4-6 saat arası	18
3-4 ayda bir	0	7-8 saat arası	5
Toplam	100	8 saat ve üzeri	3
		Toplam	100

Öğrencilerin yüzde 89'unun her gün internete girdiği ve yüzde 69'nun da en az 1-3 saat arası internette kaldığı yukarıda gösterilen tablodan anlaşılmaktadır. Yüzde 18 oranında 4-6 saat arası internette zaman geçiren öğrencilerin, yüzde 11'nin haftada 3-4 kez internete girdikleri de bir başka sonuçtur. Tablo 4'te verilen bulgularda dikkat çeken nokta ise ayda 1-2 gün ya da 3-4 ayda bir internete girme durumuyla hiç karşılaşılmamış olmasıdır. Beri taraftan 8 saat ve üzeri internette zaman geçirme durumunun da 3 kişi ile sınırlı olduğu görülmüştür. Bu bilgilerden elde edilen sonuca göre, öğrencilerin yüzde 89'unun internete her gün girdiği ve zamanlarının çok da uzun olmayan bir bölümünü internette harcadıkları anlaşılmıştır. Çalışmanın bu aşamasından sonra öğrencilere sosyal medyaya yönelik sorular sorulmuştur. Öncelikle sosyal medyanın ne olduğunu bilip bilmediklerini tespit etmek için sorulan soruyla birlikte, hangi sosyal ağları kullandıklarını da ölçmek hedeflenmiştir. Bunlara ilişkin sonuçlar da aşağıda verilen Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Sosyal medyayı bilme durumu ve sosyal ağların kullanım durumu
(Table 5. Situation to know what social media is and usage of social Networks)

Sosyal Medyayı Bilme Durumu		Sosyal Ağların Kullanım Durumu	
Evet	100	Evet	99
Hayır	0	Hayır	1
Toplam	100	Toplam	100

Anket uygulaması yapılan 100 öğrencinin tamamı da "sosyal medyanın ne demek olduğunu" bildiklerini söylemiştir. Sosyal ağların (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google+ vb.) herhangi birini kullanıp kullanmadıklarını tespit etmek için sorulan soruya da yüzde



99 oranında "evet" cevabı alınmıştır. 3. sınıfta okuyan bir kız öğrencinin bu soruya "hayır" cevabı verdiği anlaşılmıştır. Anket kâğıdına yazdığı bir notta şu noktalar dikkat çekmektedir: "İnsanlar neredeyse 'lavaboya gidiyorum' diye bile sosyal ortamda paylaşımda bulunacak. Sosyal medya, bana sıcak ve samimi gelmedi. Arkadaşlık isteklerini durduramadım. Paylaşımlar ve yorumlar çok saçma geldiği için hoşlanmadım. 'Özel' diye bir şey kalmadı." Ancak bu nottan da görülen o ki, bu öğrenci anketin yapıldığı anda sosyal ağı kullanmamasına rağmen, öncesinde kullanmıştır. Dolayısıyla öğrenciler arasında sosyal medya yaygın olarak bilinmektedir ve sosyal ağları da hemen hepsi kullanmaktadır. Öğrencilerin sosyal medya olarak nitelendirilen alanlarda kendilerine ait adres ve hesapların olup olmadığını anlayabilmek için bir soru sorulmuştur. Bununla ilgili bulgular Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Ankete katılan öğrencilerin sahip oldukları sosyal medya hesapları

(Table 6. Social media accounts the students attending the query have)

Sosyal Medya Alanı	Toplam
Facebook	97
Twitter	69
Google +	68
YouTube	50
Instagram	33
Foursquare	28
Vine	18
Blogspot	14
Tumblr	14
Likedin	12
Pinterest	4

Tablo 6'dan da anlaşılacağı gibi öğrencilerin çoğunluğu sosyal medyada kendisine bir adres almış ve hesap açmıştır. Hatta öyle ki bazılarının birden fazla hesabı olduğu için tabloda verilen sayıların toplamının 100'ü geçtiği görülmektedir. Ankette öğrencilere eğer birden fazla sosyal medya hesapları varsa hangisinde daha çok zaman harcadıkları da sorulmuştur. Bununla ilgili cevaplar da aşağıda yer alan Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. En çok hangi sosyal ağda zaman harcadığını gösterir durum
(Table 7. Situation showing in which social network the students pass their time more)

Sosyal Ağ Adı	1. Sıra	2. Sıra	3. Sıra	4. Sıra
Facebook	79	2	3	1
Twitter	6	34	14	4
Instagram	3	10	12	10
YouTube	1	14	19	13
Diğer	3	2	2	0
Toplam	92	62	50	28

Anket uygulamasına katılan öğrencilerin 79'u ilk sırada Facebook adreslerinde zaman harcadıklarını söylemişlerdir. İkinci sırayı Twitter alırken, üçüncü ve dördüncü sırada YouTube'un olduğu görülmektedir. Bununla birlikte "diğer" başlığı altında birinci sırada Google, Habermivar.com, Mynet gibi isimler verilirken; ikinci sırada Gmail, Google + başlığı ve üçüncü sırada da Foursquare, Tumblr, Blogspot, Google + ve Deviantart gibi başlıkların verildiği

görülmüştür. Buradan hareketle öğrencilerin sosyal medyayı ve ağıları aktif şekilde kullandıkları ve özellikle Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi alanlarda hesapları bulunduğu ve yine benzer alanlarda zamanlarını geçirdikleri anlaşılmıştır. Öğrencilerin ne kadar süredir sosyal medya kullandıkları, hangi sıklıkla sosyal ağlarda zaman geçirdikleri ve bu zamanın ortalama ne kadar sürdüğünü belirleyebilmek için kendilerine sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara alınan cevaplar da Tablo 8’de ayrıştırmıştır.

Tablo 8. Sosyal medya kullanım süresi, sosyal ağların kullanım sıklığı ve geçirilen süre

(Table 8. Social media usage time, frequency of social Network usage and the time expended)

Sosyal Medya Kullanım Süresi		Sosyal Ağların Kullanım Sıklığı		Sosyal Ağlarda Geçirilen Süre	
Son 6 aydır	1	Her gün	86	1 saatten az	11
Son 1 yıldır	3	Haftada 3-4 gün	13	1-3 saat	66
5 yıldır	43	Ayda 1-2 gün	0	4-6 saat	15
5 yıl ve üzeri	52	3-4 ayda bir	0	7-8 saat	7
Boş	1	Boş	1	Boş	1
Toplam	100	Toplam	100	Toplam	100

100 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin 52’sinin sosyal medyayı 5 yıl ve üzeri süredir, yüzde 43’ünün de 5 yıldır kullandıkları anlaşılmıştır. Böylelikle sosyal medya kullanımının yüzde 95 oranında 5 yıl ve 5 yıl üzeri süreyi kapsadığı anlaşılmıştır. Tablo 8’de görüldüğü gibi öğrencilerin 86’sı her gün, 13’ü de haftada 3-4 gün sosyal ağları kullanmaktadır. Bu oran aslına bakılırsa sosyal ağların sıklıkla kullanıldığını göstermektedir. Öğrencilerin 66’sının ortalama 1-3 saat aralığında sosyal ağlarda zaman geçirdiği anlaşılmıştır. 4-6 saat aralığında sosyal ağlarda zaman geçiren öğrenci sayısı da 15 ile ifade edilmiştir. Buradan hareketle öğrencilerin zamanlarının en az 3-4 saatlerini sosyal ağlarda geçirdiklerini söylemek mümkündür. Her üç başlık altında bir “boş” cevabın olması ise; bir öğrencinin sosyal ağları kullanmaması ile açıklanmaktadır. Öğrencilerin söz konusu ağları hangi amaçla kullandıkları sorusu sorulmuştur. Buna dair bilgiler de aşağıda Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Sosyal ağların hangi amaçlarla kullanıldığı
(Table 9. For which purposes are Social Networks used)

Sosyal Ağların Hangi Amaçla Kullanıldığı	1. Sıra	2. Sıra	3. Sıra
Bilgiye ulaşmak	28	9	13
Eğlenmek	11	11	12
Haber okumak	9	14	18
Zaman geçirmek	6	6	2
Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek	3	9	3
Müzik dinlemek	2	6	11
Oyun oynamak	2	4	6
Profilimi güncellemek	1	0	1
Sadece izleyici olmak	0	3	1
Boş	1	0	0

Sorulan soruda öğrencilerden bir derecelendirme yapmaları istenildiği için yukarıda verilen tabloda ilk üç sırada yaptıkları tercihler baz alınmıştır. Buna göre öğrencilerin 28’inin sosyal ağları “bilgiye ulaşmak” için kullandığı Tablo 9’da verilen bilgilerden



anlaşılmaktadır. "Eğlenmek", "haber okumak" ve "zaman geçirmek" başlıkları da öğrenciler tarafından üst sıralarda tercih edilen başlıklar olması bakımından önemlidir. Yukarıda verilen bilgilerden dikkat çeken bir nokta da çok az da olsa (3), öğrencilerin "arkadaşlarının neler yaptığından haberdar olmak" için sosyal ağları kullanmalarındır. Bu durum sosyal medyada sıklıkla üzerinde durulan "gözetleme" kavramına da bir gönderme yapmaktadır aslında. Sosyolojik olarak insanlar, diğerlerinin nelerle meşgul olduğunu gözlemleme ve gözetleme isteğine sahip olmaktadırlar. Buradan alınan sonuç da bunu göstermektedir, diyebiliriz. Sosyal medyada yer alan içeriklere yorum yazılıp yazılmadığını ve bu ortamlarda ne kadar sıklıkla paylaşımda ya da yorumda bulunulduğuna yönelik bilgiler de Tablo 10'da gösterildiği biçimdedir.

Tablo 10. Sosyal medyada yorum yazma ve ne kadar sıklıkta paylaşımda ya da yorumda bulunma durumu
(Table 10. Frequency of writing comments and making shares or comments in social media)

Sosyal Medyada Yorum Yazar Mısınız?		Sosyal Medyada Ne Kadar Sıklıkta Paylaşımda Bulunursunuz?	
Evet	65	1-3 saat arası	7
Hayır	34	Günde bir	28
Boş	1	Haftada bir	64
Toplam	100	Boş	1
		Toplam	100

65 öğrencinin sosyal medyada yorum yazdığı bilgisine Tablo 10'dan ulaşmak mümkündür. Yine aynı tabloda gösterildiğine göre, 64 öğrenci sosyal medyada haftada bir paylaşımda bulunmaktadır. Bu durum da öğrencilerin sosyal medyayı takip ettikleri; fakat çok fazla paylaşımda bulunmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Diğer yandan 28 öğrencinin günde bir kez paylaşımda bulunması da aslında sosyal medyada öğrencilerin kendilerini gösterme konusunda çok da çekimser olmadıkları anlamına da gelebilir. İlgili öğrencilerin sosyal medyada ne tür paylaşımlarda buldukları da Tablo 11'de sunulmaktadır.

Tablo 11. Sosyal medyada paylaşım türü
(Table 11. Sort of share in social media)

Sosyal Medyada Paylaşım Türü	1. Sıra	2. Sıra	3. Sıra
Haber	34	18	10
Bilgi	28	16	5
Yorum	8	2	19
Beğeni	7	7	11
Müzik	4	20	11
Diğer	1	1	0
Boş	1	0	0

Anket uygulamasına dahil olan öğrencilerin sosyal medya ortamında ne tür paylaşımlarda bulduklarını derecelendirerek yazmaları istendiğinde, Tablo 12'de verilen bilgilere ulaşılmıştır. Buna göre öğrencilerin 34'ünün "haber" başlığını ilk sıradan yazdıkları ve bunu 28 ile "bilgi" başlığının takip ettiği görülmüştür. Burada haber başlığı ile; bir durum güncellemesi kastedilirken, bilgi başlığı ile de; genelde ünlü kişilerden alınan sözlerin, şiirlerin, notların vb. paylaşımı kastedilmiştir. Bu durum da anket sırasında öğrencilere açıklanmıştır. Özellikle Facebook ve Twitter'da yaygın olarak kullanılan "yorum yazma" ve "beğeni" durumlarının da birbiri

ardına geldiği anlaşılmıştır. "Diğer" başlığı incelendiğinde de 1. sırada "video" ve 2. sırada da "köşe yazısı" paylaşımı yapıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 12. Sosyal medyada arkadaş seçimi
(Table 12. Selecting friends in social media)

Sosyal Medyada Arkadaş Seçiminde Neye Dikkat Edersiniz?	1. Sıra	2. Sıra	3. Sıra
Eskiden beri arkadaşım olmasına	66	7	3
Gerçekte arkadaş olmak istediğim birisi olmasına	30	13	18
Öğretmenim/Hocam olmasına	2	34	15
Ünlü olmasına	1	1	7
Boş	1	0	0

Sosyal medyada arkadaş seçiminde neye dikkat ettiği araştırılan 100 öğrenciden 66'sının "eskiden beri arkadaşım olmasına" cevabını vermesi dikkat çekicidir. Öğrencilerden bir sıralama yapmaları istendiği için bu soruda da bir derecelendirme kullanılmıştır. Tablo 12'de 1. sırada gösterilen "eskiden beri arkadaşım olmasına" ve "gerçekte arkadaş olmak istediğim birisi olmasına" seçeneklerine verilen cevapların 96 öğrenci tarafından tercih edildiği görülmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere genellikle kişilerarası iletişim söz konusu olduğunda, insanlar bundan sonraki yollarına etraflarında bulunan ya da geçmişten beri tanıdıkları insanlarla devam etme eğilimindedirler. Bu nedenle de sosyal medya ve ağlardaki arkadaş ya da tanıdık listelerine eklenen isimler de gerçek hayattaki tanıdıklarıyla genelde uyusmaktadır. Hal böyle olunca da "ünlü" kişilerle tanışma ya da onlarla arkadaş olma isteği pek de cazip gelmemektedir.

Tablo 13. Sosyal medya aracılığıyla tanışılan kişilerle yüz yüze görüşme ve arkadaşlar tarafından önerilen kişileri ya da sayfaları takip etme durumu

(Table 13. Situation of speaking face to face with the ones met through social media with and following the people or the pages recommended by friends)

Sosyal Medya Aracılığıyla Tanıştığınız Kişilerle Yüz Yüze Görüştüğünüz Oldu Mu?	Arkağaşlarınız Tarafından Önerilen Kişileri ya da Sayfaları Takip Ediyor Musunuz?		
Evet	58	Evet	72
Hayır	41	Hayır	27
Boş	1	Boş	1
Toplam	100	Toplam	100

Öğrencilerin yüzde 58'i sosyal medya aracılığıyla tanıştığı kişilerle yüz yüze görüştüğünü söylemiştir. Bu durum ciddi bir sayı gibi gözükse de, çoğunun yakın çevresinden tanıdığı arkadaşları olduğu düşünülürse, çok da abartılacak bir durum olmadığı söylenebilir. Nitekim çalışmanın nitel bölümünde yapılan görüşmelerde bu durumun açıklaması, bu savı doğrulamaktadır. Öğrenciler daha çok yakın çevresindeki arkadaşları ile sosyal medyada da arkadaş oldukları için sıklıkla onlarla yüz yüze görüşme şansları da bulunmaktadır. Ancak azımsanmayacak bir şekilde 41 öğrenci de yüz yüze görüşme yapmadığını dile getirmiştir. Buradan da ön plana çıkan durum yine görüşmelerden elde edilen bilgiye göre, öğrencilerin sosyal medyada sahip oldukları arkadaşlarının çoğunun bulunduğu şehrin dışında yaşıyor olmasından



kaynaklanmaktadır. Kişilerarası iletişimde insanların birbirlerini davranışlarıyla, sözleriyle, telkinleriyle vb. şekilde etkilemesinden söz etmek mümkündür. Çalışmanın bu aşamasında aslında bu görüş de doğrulanmıştır. Nitekim Tablo 13'te de gösterildiği gibi 72 öğrenci, arkadaşları tarafından önerilen kişi ya da sayfaları takip ettiğini ifade etmiştir.

Tablo 14. Sosyal medyanın kişiye katkı sağladığı alanlar
(Table 14. Areas social media supplies contribution to the individuals)

Sosyal Medya Ortamları Size Hangi Alanlarda Katkı Sağlıyor?	1. Sıra	2. Sıra	3. Sıra
Bilgiye ulaşmam konusunda yardımcı oluyor	55	18	2
Zamanımı sıkılmadan geçirmemi sağlıyor	13	25	14
Arkadaş çevrem geliyor	13	11	11
Kişisel gelişimime katkı sağlıyor	12	5	11
Yeni kişiler tanımam ve yeni yerler görmem konusunda yardımcı oluyor	6	14	23

Sosyal medyanın öğrencilere hangi alanlarda katkı sağladığını öğrenebilmek için sorulan soruya verilen cevaplar Tablo 14'de sunulduğu şekliyledir. Öğrencilerden bir derecelendirme istendiği için bu soruda ilk üç cevap baz alınmıştır. Öğrencilerin yüzde 55'i sosyal medyanın kendilerine "bilgiye ulaşma konusunda yardımcı" olduğunu düşündüklerini söylemişlerdir. Bunun yanı sıra dikkat çeken diğer başlık da "zamanı sıkılmadan geçirme" durumudur. Öğrencilerin bu başlığa verdikleri cevap düşünüldüğünde, sosyal medya ortamlarının öğrenciler arasında sıkıntı giderici bir platform olarak görüldüğü sonucuna da varmak mümkündür. Bunların dışında sosyal medya hem "arkadaş çevresini" hem de "kişisel gelişimi geliştirmek" için de kullanılmaktadır. Tablo 15'te sosyal medyanın kişisel ilişkilere olumlu yönde katkı sağlayıp sağlamadığı ölçülmeye çalışılmıştır. Buna göre 41 öğrenci olumlu görüşe katılırken 35'i kararsız olduklarını söylemiştir. 23 öğrenci bu durumu desteklemediğini ifade etmiştir. Ancak yine de yarıya yakın öğrencinin sosyal medyaya ilişkiler bazında olumlu yaklaştığı görülmüştür.

Tablo 15. Sosyal medyanın kişisel ilişkileri olumlu yönde etkilemesi durumu

(Table 15. Social media's situation to positively affect personal relationships)

Sosyal Medya Kişisel İlişkilerimi Olumlu Yönde Etkiliyor	Toplam
Katılıyorum	41
Katılmıyorum	23
Kararsızım	35
Boş	1
Toplam	100



Tablo 16. Sosyal medyanın sosyalleşmeye katkı sağlaması durumu
Table 16. Situation of social media to contribute socialization

Sosyal Medya Gruplara Girmemi Sağlayarak Sosyalleşmeme Katkı Sağlıyor	Toplam
Katılıyorum	48
Katılmıyorum	26
Kararsızım	25
Boş	1
Toplam	100

Sosyal medyanın kişilerarası iletişimde olduğu gibi kişinin sosyalleşmesine katkı sağladığını düşünen öğrenci sayısı 48'dir. Bu durum toplam öğrenci sayısının neredeyse yarısını işaret etmektedir. Diğer yarısını da benzer oranlarda "katılmıyorum" ve "kararsızım" şeklinde verilen cevapların oluşturduğu görülmektedir. Tıpkı kişilerarası iletişimde olduğu gibi sosyal medya ortamlarında da birtakım gruplar bulunmaktadır. Bu gruplarda ya daha önceden bilinen isimler ya da ilk kez karşılaşılan isimler mevcuttur. Sosyal medya ortamı bu yeni isimlerle iletişim kurmaya fırsat tanınması bakımından da epeyce tercih edilmektedir. Nitekim buradaki 48 öğrencinin de bu yolu seçmesi, durumu açıklamak bakımından önemlidir.

Tablo 17. Dışarı çıkmak yerine sosyal medya ortamını tercih etme durumu

(Table 17. Situation of preferring social media instead of going out)

Arkadaşlarımla Dışarı Çıkmak Yerine Sosyal Medyayı Tercih Ederim	Toplam
Katılıyorum	2
Katılmıyorum	85
Kararsızım	12
Boş	1
Toplam	100

Tablo 17'de gösterilen sonuçlara göre kişilerarası iletişim hala geçerliliği olan bir iletişimdir. Nitekim öğrencilerin büyük çoğunluğu arkadaşları ile buluşmayı tercih etmişlerdir. Sadece 2 öğrenci sosyal medyayı öncelikli olarak tercih ettiğini söylemiştir. Kararsızların sayısı da bu başlık altında diğerlerinden daha düşüktür. Buna göre kişilerarası iletişimin uzantısı olan yüz yüze iletişimin geçerliliğini hala sürmektedir, denilebilir. Nitekim 85 öğrenci verdiği cevapla arkadaşları ile dışarıda buluşmayı önemseydiğini göstermiştir.

Tablo 18. Sosyal medyanın insanları davranışları konusunda yönlendirme durumu

(Table 18. Situation of social media in orienting people's treatments)

Sosyal Medya İnsanlara Nasıl Davranacağım Konusunda Beni Yönlendirir	Toplam
Katılıyorum	16
Katılmıyorum	65
Kararsızım	18
Boş	1
Toplam	100



Tablo 18'den de anlaşılacağı gibi 65 öğrenci sosyal medyanın davranışları konusunda kendisini yönlendirmediğini söylemiştir. Bu yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Ancak (az da olsa) 16 öğrenci bu soruya katılım göstermiştir. Bu durum sosyal medyanın, varlığı ile kullanıcılarının davranış modelleri üzerinde etkili olarak söz konusu yönlendirmenin olabileceğini göstermesi bakımından önemlidir. Eğer katılım sıfır olsa idi aksi söylenebilirdi; fakat kararsızlar da dahil edilirse pek de azımsanmayacak bir şekilde sosyal medyanın aynı kişilerarası iletişimde olduğu gibi kişilerin yerine geçerek, kullanıcılarını yönlendirdiği ifade edilebilir.

Tablo 19. Sosyal medyanın motivasyonu etkilemesi durumu
(Table 19. Motivation effect situation of social media)

Sosyal Medya Günlük Motivasyonumu Etkiler	Toplam
Katılıyorum	37
Katılmıyorum	43
Kararsızım	19
Boş	1
Toplam	100

Sosyal medyada yapılan yorumlar, beğeniler, gezintiler kişilerin motivasyonuna katkı sağlayabilir. Bu durumu Tablo 19'da verilen bilgilerden anlamak mümkündür. Her ne kadar öğrencilerin 43'ü sosyal medyanın motivasyonunu etkilemediğini söylese de 37 öğrenci bu duruma katıldıklarını dile getirmişlerdir. Böylelikle sosyal medya ortamlarının günlük motivasyona katkısı olabileceği yönünde yorum yapmak olasıdır. Çalışmanın nitel verilerinde bu durumu daha net görmek mümkündür.

7.2. Nitel Veriler (Qualitative Data)

Çalışmanın nitel bölümünde yapılan yarı yapılandırılmış görüşmede 10 öğrenci ile görüşülmüştür. Öğrencilere görüşme bilgilerini içeren bir form ve çalışmada isimlerinin anonim olarak kullanılacağı garantisini verilmiştir. Bazı öğrenciler imzaladıkları "çalışmaya katılım forumu"nda hangi isimle anılmak istediklerini not düşmüşlerdir. Bunlar da dikkate alınarak, çalışmaya dahil edilen öğrencilere takma isimler verilmiştir. Çalışma boyunca öğrenciler takma isimleri ile anılacaktır. Öğrencilerin takma isimlerini gösterir tablo, aşağıda verilmiştir. Görüşmeye dahil edilen öğrencilerin hangi gerekçe ile seçildiği bilgisi yöntem bölümünde detaylı şekilde açıklanmıştır. Bunun yanı sıra görüşme yapılan öğrencilerle ilgili olarak çalışmanın objektifliğine gölge düşürmemek için kısaca bir açıklama yapmak gerekmektedir. Bu da bazı öğrencilerin bazı sorularda soruyu cevaplamamak için "bu konuda yorum yapmak istemiyorum", "bu soruyu cevaplamak istemiyorum", "bu konuda fikrim yok" gibi ifadeleri kullanmış olmalarıdır. Bu nedenle bazı sorulara öğrencilerin tamamı yanıt vermediği için ilgili sorularda sadece soruyu yanıtlayan öğrencilerin görüşlerine çalışmada yer verilmiştir. Oluşabilecek herhangi bir kuşkuyu önlemek adına bu açıklamayı burada yapmanın da uygun olduğu düşünülmüştür.



Tablo 20. Öğrencilerin çalışmada hangi takma isimle anıldığını gösterir durum

(Table 20. Situation showing which nicknames the students are mentioned in the study)

Kullanılan Takma İsim	
Bekir	Mustafa
Deniz	Müge
Duygu	Umut
Fırat	Yonca
Halil	Zeki

Öğrencilere sosyal medya kullanımına ilişkin sorular sorulmuştur. Öğrencilerden alınan bilgiler aşağıda verildiği gibidir:

• Sosyal Medya Kullanımı:

Görüşme yapılan öğrencilere öncelikle sosyal medyayı ne için kullandıkları sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplarda genellikle "arkadaşlarla görüşmek" ifadesinin ağır bastığı görülmüştür. Buna göre Bekir'in verdiği yanıt şu yönde olmuştur: "Ben İzmir'de yaşıyordum, İstanbul'a taşındık. Arkadaşlarımla aramda bir mesafe vardı, onlarla iletişim kurabilmek için Facebook hesabı açtım. Sonra üniversiteye geldim. Çok aktif olarak kullanmıyorum sosyal medyayı. Arada bir gündemi takip etmek için giriyorum. Arada da insanlar neler yapıyor, yeni trendler neler onlara bakıyorum. Genel olarak sektörle ilgileniyorum, sosyal medyada neler var, bunlara bakıyorum. Çünkü sektör, sosyal medyayı çok fazla kullanıyor. Ajansları ve ajans başkanlarını takip ediyorum. Sosyal medyayı bunun için kullanıyorum." Deniz bu konuda "En birinci amacım, yakın çevremdeki arkadaşlarla iletişim kurmak. Çünkü sosyal medya iletişimde daha aktif rol oynuyor. Bunun haricinde de o ortamlarda arkadaşlarımla neler yaptığını görebiliyorum, onların fotoğraflarına bakıyorum. Çok uzun zamandır görmediğim arkadaşlarımla oradan takip edebiliyorum. Bu yüzden öncelikli nedenim iletişim." demiştir. Fırat da benzer bir ifade ile "Sosyal medyayı kullanma amacım özetle; arkadaş ortamımı genişletmek ve bilgi edinmemdir." diyerek duruma açıklık getirmiştir. Mustafa, "Akrabalarım ve arkadaşlarımla iletişime geçiyorum ve internet üzerinden tasarım satıyorum." diyerek açıklamasını yapmıştır. Zeki ise; "Arkadaş çevremle iletişime geçip muhabbet etmek için, oyun oynamak için, bilgi almak için vs. gibi birçok nedeni var. Boş vakitlerimde çok sıkıldığım zaman Facebook'ta ilgimi çeken sevdiğim oyunları oynayarak vakit geçiriyorum. Yine araştırma yapmam gereken konuları araştırırken sosyal medyayı kaynak olarak kullanabiliyorum. En fazla kullandığım kısmı ise arkadaşlarımla iletişim kurmak için. Sosyal medya, ben Gümüşhane'de iken memleketimdeki arkadaşlarımla, ailemle iletişim kurmamı sağlıyor. Ailemle saatlerce görüntülü olsun, yazışarak olsun hiçbir sıkıntı yaşamadan hasret giderebiliyoruz." diyerek düşüncelerini dile getirmiştir. Yonca da "Kendimle ilgili özel veya duygusal olsun bir şeyler paylaşmak, arkadaşlarımla ne yaptığını görmek, beğenilerimi, bazı önem verdiğim şeyleri arkadaşlarımla paylaşmak için kullanıyorum." diyerek cevaplamıştır soruyu.

• Yapılan görüşmelerde sosyal medyanın diğer amaçlara ilişkin kullanımına yönelik alınan bilgiler de şunlardır:

Duygu, "Görüntülü konuşmak için Facebook avantaj sağlıyor. Uzaktaki arkadaşlarımla rahat görüşebiliyorum. Grup



oluşturuyoruz. Özellikle Facebook'ta ilkokul arkadaşlarımla ne yaptığımı, nereye gittiğimi, hayatındaki yenilikleri gözlemleme imkânı sağlıyor. Twitter'da çok farklı insanların görüşlerini öğrenebiliyorum." diyerek düşüncelerini ifade etmiştir. Halil ise "Zaman geçirmek için, iletişim için, eğlenmek amaçlı, gündemi takip etmek için." ifadelerini kullanarak özet bir cevap vermiştir. Müge, konuyu biraz daha derinleştirerek; "Herkesi, her şeyi bir anda görebiliyorum. Her olayı bir anda yakalayabiliyorum, herkesi takip edebiliyorum. Her şeyden haberdar olabiliyorum. Tek bir ekranda bir sürü kişinin haberini görebiliyorum. Yani bütün merak ettiklerimi sosyal medyada giderebiliyorum. Yakınlarımı daha çok tanımam, onların kişiliklerini ve paylaştığı düşüncelerini öğrenmem açısından önemli olduğunu düşündüğüm için sosyal medya kullanıyorum." şeklinde düşüncelerini açıklamıştır. Umut ise açıklamasında "Facebook kullanıyorum, bir de haber sitem var benim. Bu siteyi insanlara tanıtmak, yüksek mertebelere sesimi duyurmak için kullanıyorum." diyerek görüşlerini belirtmiştir.

- Sosyal medyanın neden kullanıldığını anlamaya yönelik ilk soruya verilen yanıtlardan üç ortak nokta çıkmıştır:
 - o Yakın çevre ile iletişim kurma isteği,
 - o Ücretsiz olması nedeniyle görüntülü görüşmede sağlanan kolaylık,
 - o Sektöre dair bilgilere ulaşmak.

Öğrencilerden alınan bilgiye göre, sosyal medya kullanımında öncelikle iletişim kurmak hedeflenmiştir. Yakın çevrede, ailede, arkadaşlar arasında nelerin olup bittiğini sosyal medya aracılığıyla takibin kolay olduğu yönünde verilen bilgilerden anlaşılan şudur ki; sosyal medya kişilerarası iletişimde bir pekiştirme görevi görmektedir. Nitekim mesafeler nedeniyle ya da çeşitli nedenlerle yüz yüze görüşemedikleri tanıdıkları ile sosyal medyanın sağladığı görüntülü görüşme özelliğinden faydalanarak görüşüklerini söyleyen öğrencilerin verdiği cevaplar bunu doğrulamaktadır. Çalışmanın örnekleminde 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin yer aldığı daha önce de ifade edilmiştir. Buradan hareketle mezun olmaya hazırlanan öğrencilerin sosyal medyayı sektörü yakından takip ederek, iş fırsatlarını yakalamak için kullandıklarını söylemeleri de işin ilginç bir yönüdür. Verilen cevaplardan anlaşılacağı üzere öncelikli olarak iletişim kurmak için kullanılan sosyal medya, bilgi edinmek için de başvurulan bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır.

- Sosyal Medyanın Kişilerarası İletişime Etkisi:

Çalışmanın başlığından hareketle sosyal medyanın kişilerarası iletişime bir etkisi olup olmadığını belirleyebilmek için sorulan soruya olumlu ve olumsuz olduğu yönde yanıtlar alınmıştır.
- Olumlu yöndeki etkiler:

Duygu, "Olumlu olabilir. Çünkü farklı görüşleri görebiliyoruz ve aynı anda birçok kişinin görüşlerini yazdıklarından ve paylaştıklarından anlayabiliyoruz." derken; Deniz ifadelerini keskinleştirerek, "Kesinlikle etkili olduğunu düşünüyorum. Sosyal medya yayılmadan önce insanlar yüz yüze görüşmeleri daha çok yapıyorlardı; ama şimdi kişilerarası iletişimde çok fazla etkin olamıyoruz, yani sosyal medyada daha çok etkiniz. Bir arkadaşımızla hemen yüz yüze görüşmektense, Facebook üzerinden anında iletişim kurmak daha çok kolayımıza geliyor." demiştir. Yonca da etkili olduğunu, "Evet, kesinlikle çok etkili. En basitinden doğum günlerini örnek vereyim. Normalde birbirimizin



doğum günlerini aklımızda tutamazken, orada görüyoruz ve doğum gününü kutluyoruz. Aslında hem iyi bir şey hem kötü bir şey; yani sosyalleşmeyi ortadan kaldırıyor. Çünkü yüz yüze görüşmek varken, doğum gününü Facebook'tan yazıp kutlamak daha cazip geliyor. Benim için sosyal medya kişilerarası iletişimi hem olumlu hem de olumsuz dolara etkiliyor." diyerek vurgulamıştır. Yonca'nın söylemiyle birlikte sosyal medyanın kişilerarası iletişimde hem olumlu hem de olumsuz yönleri olduğu dikkat çekmektedir. Öğrencilerden gelen yanıtlar daha çok olumsuz yönlerine odaklanmaktadır.

- Olumsuz yöndeki etkiler:

Bekir, "Sosyal medya denen olgu insanları asosyalleştirdi. Çünkü sürekli insanlar onunla meşguller, hiçbir şekilde artık dışarı çıkmıyorlar, insanlarla yüz yüze iletişim yok. Orada ne kadar görüşülürse görüşülsün, gerçek hayattaki gibi bir etki bırakmıyor insanlar üzerinde. O tadı vermiyor. O yüzden oradaki konuşmaların hiç etkili olmadığını düşünüyorum. Bunun için de sosyal medyanın kişilerarası iletişime katkısı olmadığını düşünüyorum." demiştir. Halil de "Bence iletişimi daha çok azaltıyor. Her gün gördüğümüz insanlarla Facebook'tan konuşmaktansa, yüz yüze konuşmak daha güzel. Her gün gördüğüm kişilere Facebook'tan selam yazmam; ancak daha çok uzaktakilerle iletişimimde sosyal medyayı bir araç olarak kullanırım." diyerek düşüncesini dile getirmiştir. Mustafa ise "İlla ki katkısı oluyor. Ama nasıl desem sosyal medya bir yandan insanlar arasındaki ilişkiyi kısırlaştırıyor; yani bir yandan güçlendirirken bir yandan kısıtlıyor. Mesela şu an sizinle yüz yüze konuşuyoruz; sürekli internetten konuşsak yüz yüze konuşacak bir şey kalmaz. Birebir iletişim kaybolabilir." şeklinde açıklamalarda bulunmuştur. Müge de "Benim için önemli olan kişilerarası iletişim. Benim için yüz yüze iletişim daha sağlıklı ve samimi. Kişilerarası iletişimin daha etkili olduğunu düşünüyorum." diyerek kişilerarası iletişimi ön planda tuttuğunu söylemiştir. Umut da benzer şekilde "Etkisi var illaki. Sosyal medya ile geniş hedef kitleye ulaşıyoruz; ama sosyal medya insanları birbirinden daha da uzaklaştırıyor. Bu yönüyle sosyal medyanın kişilerarası iletişime olumsuz bir etkisi olduğunu söyleyebilirim." demiştir. Zeki de tüm olumsuz söylemleri özetleyici şekilde "Ben sosyal medyanın insanların birbiriyle iletişime geçme konusunda önünü kapattığını düşünüyorum. Sosyal medya insanları giderek yalnızlaştırıyor; ama kimse bunun farkında değil. Yüz yüze iletişim artık değerini yitiriyor." diye açıklamada bulunmuştur. Öğrencilerin cevaplarından anlaşılacağı üzere sosyal medya, kişilerarası iletişimi hem olumlu şekilde hem de olumsuz şekilde etkilemektedir. Çoğunluk, sosyal medyanın kişilerarası iletişimi olumsuz şekilde etkilediğini ve insanların asosyal olmasına neden olduğu görüşünde iken, bir kısım öğrenci de sosyal medyanın kişilerin kendilerini istedikleri gibi sunma ve anında iletişim kurma imkanı tanınmasından dolayı olumlu özellikleri olduğunu düşünmektedir. Buradan hareketle bazı öğrencilerin birinci soruya verdikleri yanıtlarla çeliştikleri de görülmektedir. Nitekim yüz yüze iletişimi desteklemek için sosyal medyayı kullandığını söyleyen bazı öğrenciler, bu soruda sosyal medyanın olumsuzluklarını ön plana çıkartarak, sosyal medyanın insanların birbirinden uzaklaşmasına yol açtığını ifade etmişlerdir. Buradan hareketle daha net bir tablo çizilebilir adına



öğrencilere sosyal medyanın kişilerarası iletişime ne yönde bir katkı sağladığı sorusu yöneltilmiştir.

- Sosyal Medyanın Kişilerarası İletişime Katkısı:
- Olumlu katkılar:

Duygu, "Sosyal medya, yurtdışındaki veya şehir dışındaki kişilerle istenilen saatte görüşme imkânı sağlıyor, aynı zamanda uygun fiyata ve birçok kişiyle aynı anda iletişime girme şansı sağlıyor. Bu yüzden olumlu yanları olduğunu düşünüyorum ve günümüz koşullarında kesinlikle olması gerektiğine inanıyorum." diyerek görüşlerini açıklamıştır. Duygu verdiği bu cevapla ilk sorudaki cevabını desteklemiştir. Fırat da, "Bence destekliyor. Şöyle ki sosyal medyada kurduğunuz ilişkiler gerçek hayata taşınabiliyor. Bu sefer yüz yüze iletişim sağlanmış oluyor. Ve bence insanlar daha çok bunun için kullanıyor sosyal medyayı. Şöyle de bir şey var ki yüz yüze iletişim sadece insanların yan yana gelmesinden ibaret değil. Facebook olsun, Skype olsun bunlarda görüntülü konuşma var. İnsan uzaktaki birini özlüyor mesela. Onu yanında hissetmek istiyor, onu gördüğünde bir nebze de olsa özlemine gideriyor. Bunu sosyal medya aracılığıyla yapmış oluyor. Sosyal medya bence insanları birbirine bağlıyor. Ben öyle düşünüyorum." diyerek soruyu cevaplamıştır. Müge de ilgili soruya; "Sosyal medyada birçok arkadaş edinebilirsiniz, birçok kişiyi tanıyabilirsiniz, bir anda herkese ulaşabilirsiniz, tanımadığınız herkesle sohbet edebilirsiniz. Bu bence kişinin kişilerarası iletişimini geliştiriyor. Böylelikle sosyal medya, kişilerarası iletişimi geliştiriyor." diyerek cevap vermiştir.

- Olumsuz katkılar:

Bekir, "Bence sosyal medya yüz yüze iletişim açısından köstek oluyor." diyerek cevaplamıştır. Bu yönüyle ilk verdiği cevabı da desteklemiştir. Mustafa da, "Şunu söyleyeyim, bir kişi gerçekte ve sosyal medyada farklı kişi olabiliyor. Sosyal medyadaki kişiler sahte. Sosyal medya, kişilerarası iletişimi köreltiyor." diyerek düşüncesini dillendirmiş; fakat detay vermemiştir. Zeki ise "Bana göre sosyal medya, kişilerarası iletişimi kösteklemekte. İnsanlar arasındaki yüz yüze duygu yüklü konuşmaları, bakışmaları sosyal medyada tadamıyoruz. Gerçek hayattaki sosyal ortamın yerini alamıyor sosyal medya. Uzakta olan ailemle onların yanındayken sergilediğim iletişimim, muhabbetim farklı; sosyal medyadaki çok daha farklı." diyerek sosyal medyanın kişilerarası iletişime olumsuz katkısı olduğunu ifade etmiştir.

- Olumlu ve olumsuz katkılar bir arada:

Deniz konuyu her iki başlığın kendince artı ve eksi yönlerini açıklayarak; "Sosyal medyanın artışı, istediğimiz zaman istediğimiz kişiye ulaşabilmemiz, iletişimin daha hızlı bir şekilde yayılabilmesi, insanların kişilerarası iletişimde rahat ifade edemedikleri şeyi sosyal medyada daha rahat bir şekilde ifade edebilmeleridir. Eksi yönleri için de özel hayatın gizliliği tamamen ortadan kalktı diyebilirim. Sahte Facebook ya da sahte sosyal medya hesapları açılıyor. Bunlar da insanda güvensizlik oluşturuyor. Kişilerarası iletişimin artı yönlerine bakarsak, daha samimi daha güvenilir, karşımızdaki insanın ne hissettiğini kendimiz de anlayabiliyoruz. Bu açıdan daha sağlam bir iletişim oluyor. Eksi yönü de ulaşım açısından, hızlılık açısından bazen dilediğimiz insanlara dilediğimiz anda ulaşamıyoruz. Eskisi gibi masada oturup da saatlerce sohbet



edemiyoruz; çünkü herkesin mutlaka bir işi oluyor. Ondan dolayı da bunlar eksi yönleri." diye cevap vermiştir. Halil, "Sosyal medya beni köreltiyor. İnsanlardan uzaklaştırıyor. Çünkü dışarıda görüşmek yerine daha çok sosyal medyada zaman geçiriyorum. Olmasaydı bu kadar kullanmazdım. Kişilerarası iletişimi ön planda tutarım. Sosyal medya kişilerarası iletişime katkı sağlıyor aslında; ama sağladığı kadar köstekliyor da. Mesela yüz yüze görüşemeyeceğimiz birisiyle sosyal medya sayesinde görüşebiliyoruz. Böyle bir katkısı var. Ama aynı zamanda gerçek hayattan uzaklaştırıyor. Böyle de kötü etkisi var. Artısı da eksisi de var; ama eksisi daha fazla gibi. Terazide tarttığımızda kişilerarası iletişim daha ön planda." diyerek olumlu ve olumsuz yönlerini ön plana çıkartmıştır. Yonca ilgili soruya verdiği cevapta kendi içinde çelişkileri olduğuna vurgu yapmaktadır. "Sosyal medya iletişimi pekiştiriyor; ama yüz yüze iletişime ket vuruyor. Bazı insanlar dışarıda bizimle bir çay içmek yerine, internetten oyun oynamayı tercih ediyorlar. Sosyal medya ortamları bizim her şeyden haberdar olmamızı sağlıyor. Sosyal medya bununla bağlantılı olarak iletişimi güçlendirir. Sosyal medyanın olumlu yönleri her şeyden haberdar olmamızı, başkalarıyla bir şeyleri paylaşmamızı sağlamasıdır. Öte yandan yüz yüze iletişimi engellemesi olumsuzdur. Hem sosyalleşmeye katkı sağlıyor, iletişime geçiyoruz hem de yüz yüze iletişimi engelliyor. Kişilerarası iletişimin ise olumsuz bir yanı yoktur. Olumludur, her zaman en etkili iletişim kişilerarası iletişimidir zaten. Ama sosyal medya da benim için önemlidir. Hesabımı kapattığımda kendimi kötü hissediyorum; bunun bir bağımlılık olduğunu düşünüyorum; fakat yine de sosyal medyanın benim için kişilerarası iletişimden sonra gelir. Sosyal medyanın kişilerarası iletişimi destekleyip desteklemediği konusunda kararsızım." diyerek içinde bulunduğu düşünceyi aktarmıştır.

Yukarıda verilen cevaplardan anlaşılacağı gibi öğrenciler, sosyal medya ve kişilerarası iletişim konusunda sınırlarını netleştirmekte güçlük çekmektedir. Bir taraftan sosyal medyanın kişilerarası iletişime katkısı olduğunu savunurken, bir taraftan da aslında kişilerarası iletişimin sonunu getirdiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Verdikleri cevaplar incelendiğinde, kimi yerlerde kendileri ile çeliştikleri de görülmektedir. Buradan hareketle, her iki durumun zaman zaman birbirine katkı sağladığı; ama zaman zaman da engeller yarattığını söylemek pek de yanlış olmayacaktır. Günümüzde sosyal medya ortamları, kişilerarası iletişimi pekiştirmek için sıklıkla kullanılan platformlara dönüşmüştür. Nitekim sosyal medya özellikle birbirinden uzakta olan insanlar için zaman ve mekan kavramını ortadan kaldırarak, onlara ücretsiz olarak görüşme ve konuşma fırsatı sunması ile kişilerarası iletişimin sürdürülebilir olmasına da katkı sağlamaktadır. Elbette bu olumlu bir yan ve birbirlerini tanıyanların kullandıkları bir yöntemdir. Diğer yandan saatlerce, hatta günlerce bilgisayar ekranında sabitlenip kalmaya yol açması ve dışarıya çıkmaya gerek bırakmaması, insanların diğer insanlarla iletişimden uzaklaştırılmasına neden olması da sosyal medyanın eleştirilen olumsuz yönüdür.

Öğrencilerin kişilerarası iletişim ile mi; yoksa sosyal medya ile mi sahip oldukları arkadaş sayılarının daha fazla olduğuna yönelik bir soru da sorarak durum tespiti yapmak hedeflenmiştir.

- Arkadaş durumları:



- Her ikisinde de aynı:
Duygu, "Görüştüğüm kişi sayısı sosyal medyada olsun gerçek hayatta olsun 10-15 kişiyi geçmiyor." diyerek her iki platformda da sahip olduğu arkadaş sayısını açıklamıştır.
- Kişilerarası iletişimdeki arkadaş sayısı daha fazla:
Halil, "Gerçek hayatta arkadaş edinmek benim için daha önemli. Facebook, sosyal medya önemli değil benim için. Çünkü sosyal medyada arkadaş olsam da görmüyorum çoğunu, gerçek hayatta arkadaşım olanları sosyal medyaya da ekliyorum." diyerek gerçek hayattaki arkadaşlarının sayısına vurgu yapmıştır. Umut, "Gündelik arkadaş çevrem daha geniştir; ama potansiyel olarak Facebook'da 500-600'e yakın arkadaş çevrem var. Ancak günlük 20 arkadaşım ile konuşuyorsam, sosyal medyada 1-2 arkadaşım ile konuşuyorum." şeklindeki açıklamasında yüz yüze görüştüğü arkadaş sayısının çokluğuna dikkat çekmiştir. Müge de "Benim Facebook hesabımda bütün arkadaşlarım tanıdığım olduğu için, normal arkadaş çevrem daha kalabalık." şeklinde yorum yapmıştır. Bekir, "Yüz yüze sahip olduğum arkadaş çevrem daha kalabalık. Ama sosyal medya yüzünden yavaş yavaş o da azalıyor." derken; Yonca, "Yüz yüze iletişim kurduğum çevrem daha kabarık." diyerek, daha çok yüz yüze iletişimle görüştikleri arkadaş çevrelerinin genişliğini dile getirmişlerdir.
- Sosyal medyadaki arkadaş sayısı daha fazla:
Fırat, "Benim sosyal medya çevrem daha geniş. Yakın arkadaş çevrem onu geçmez; ama sosyal medyada farklı, herkesle konuşabilme potansiyeline sahibim." diyerek düşüncesini açıklamıştır.
- Sosyal medyadaki arkadaşlarla görüşme isteği:
Zeki, "Sosyal medyada arkadaş sayım daha fazla; ancak ben sosyal medyanın beni yalnızlaştırmasına izin vermemek için sosyal medyada edindiğim arkadaşlarla normal hayatta da iletişime geçmeye çalışıyorum. Amacım günde en az bir farklı insan tanımaya çalışmak. Bu konuda sosyal medyadaki kadar başarılı değilim." şeklindeki açıklamasıyla gündelik hayatında sosyal medyada edindiği arkadaşlarıyla da görüşmek istediğine vurgu yapmıştır. Öğrencilerin bu soruya verdikleri cevapta kendi aralarında dörde bölündükleri görülmektedir. Birinci bölümde yer alanlar; gerek sosyal medyada gerekse kişilerarası iletişimde hemen hemen aynı arkadaşlara sahip olduklarını söylemişlerdir. İkinci bölümde bulunanlar; kişilerarası iletişim sayesinde sahip oldukları arkadaş sayılarının daha çok olduğunu vurgulamışlardır. Üçüncü bölümde yer alanlar; sosyal medyada arkadaş çevrelerinin daha geniş olduğunu belirtmişlerdir. Dördüncü bölümde bulunanlar da; sosyal medya ortamlarında tanıştıkları arkadaşları ile yüz yüze iletişim kurma konusunda hevesli olduklarını dillendirmişlerdir. Bundan da anlaşılabilir ki; insanlar arkadaş seçimi konusunda öncelikli olarak yakın çevresini değerlendiriyor ve bu çevreden tanıdıklarını sosyal ortamlardaki hesaplarına ekliyorlar. Bununla birlikte sosyal ortamda da yeni arkadaşlar edinmek ve bu edindikleri arkadaşlarla da gündelik hayatta görüşmek istiyorlar. Bu durum da yine yukarıda olduğu gibi sosyal medyanın kişilerarası iletişimin yaygınlaşmasına katkı sağlaması açısından bir dönüşüm noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Öğrencilerin kendilerini kişilerarası iletişim sayesinde kurdukları iletişimde mi; yoksa sosyal medya aracılığıyla kurdukları iletişimde mi daha özgür ve rahat hissettiklerini



öğrenmek amacıyla sorulan soruya da farklı cevaplar alınmıştır. Verilen cevaplar şöyledir:

- Kişilerarası iletişimde:
Bekir, "Yani yüz yüze iletişimde daha iyi tabii ki. Ama sosyal medyada beni kimse görmediği için daha rahat olabiliyorum. Ama her zaman yüz yüze iletişimi destekliyorum. Kişilerarası iletişimde ben bir insanın yüzüne baktığımda ya da vücut dilini konuşturduğu zaman onun neden hoşlandığını ya da neden hoşlanmadığını anlayabilirim. Ona göre nasıl konuşacağımı önceden tahmin edip, konuşabilirim. Ama sosyal medyada karşımdaki tek şey, bir yazı. Biri yazıyor; ama o neden hoşlanıyor, ne söylesem kızar ya da ne söylesem tepki verir, bunu bilemem. Sadece tanıyorsam bir şeyler söyleyebilirim. Ama yüz yüze iletişimde yabancı da olsa tanıdığım da olsa her zaman rahatlıkla konuşabilirim." diyerek yüz yüze iletişimde kendisini daha rahat hissettiğini anlatmıştır. Deniz de benzer şekilde, "Kişilerarası iletişimde daha rahatım. Çünkü sosyal medyada jest ve mimiklerimi kullanamıyorum. Karşımdaki insanın benim hakkımda ne düşündüğünü yüzüne bakarak anlayabiliyorum; ama sosyal medyada bunu sadece karakterlerle görebiliyorum ve bunun ne kadar doğru olduğunu bilemiyorum." şeklinde bir açıklama yapmıştır. Umut, "Yüz yüze iletişimde." derken, Yonca da "Kişilerarası iletişimde daha rahatım. Çünkü insanların yüz yüze iletişimde güvenilirliği, inandırıcılığı daha çok artıyor. Bir şey anlatırken problem çok ciddiye, bunu yüz yüze söylemeyi tercih ederim. Çünkü yüz yüze iletişimin etkililiği daha fazla bence. Bana güvenmesi açısından daha gerekli. Göz teması kurmak olsun, jest mimikler, beden dili olsun çok önemli." diyerek duygularını dillendirmiştir.
- Sosyal medyada:
Fırat, "Sosyal medyada kurduğum ilişkide kendimi daha rahat ve özgür hissediyorum." derken, Halil, "Sosyal medyada daha rahat hissediyorum. Çünkü orada kişiliğiniz gizli. Daha rahatsızsınız." demıştır. Müge de "Kesinlikle sosyal medyada daha rahat ve özgür olduğumu söyleyebilirim. Yüz yüze konuşurken o an ne söyleyeceğinizi bilemeyebilirsiniz. Sosyal medyada rahatlıkla yazabilirsiniz. Sosyal medya bu anlamda kişiye özgürlük alanı sağlıyor. Sosyal medyada yüz yüze iletişim olmadığı için bir yazışma mevcut. Bu yüzden insanlar düşüncelerini daha rahat ifade edebiliyorlar. Mesela sohbet alanında istediğiniz kişiye o an ulaşıp sohbet edebilirsiniz. O yüzden sosyal medyanın daha etkili olduğunu düşünüyorum. Bunun için de sosyal medyada iletişim kurarken kendimi daha rahat ve özgür hissediyorum." diyerek, arkadaşlarıyla hemfikir olduğunu göstermiştir. Zeki de "İnsanlar artık daha önyargılı davranıyor. Bu da yüz yüze iletişimin önüne set çekiyor. Bunu yapamayanlar sosyal medya ortamlarında çok rahat davranabiliyor ve konuşabiliyorlar. Sosyal medya insanlara rahat bir ortam sunuyor. İnsanlar yüz yüze konuşurken rahat konuşamazlar. Çünkü bakışlar ve hareketler anlam yüklüdür. Çok sevdiğiniz bir insan karşınızda iken onunla konuşurken kelimelerinizi seçerek konuşursunuz yanlış anlaşılacak için. Ama sosyal medya, bu durumları ortadan kaldırıyor. İnsanların birbirleriyle konuşmalarında, yazışmalarında daha rahat davranışlar sergilemesine neden oluyor." şeklindeki ifadelerle konuya dair düşüncelerini açıklamıştır.



- Her iki ortamda da:
Duygu, "İkisinde de rahat ifade edebiliyorum." derken; Mustafa, "Tabi yüz yüze; ama ifade edemeyeceğimiz şeyleri internetten daha rahat edebiliriz. Yüzünüze diyemeyeceğim şeyleri, oradan daha rahat söyleyebilirim." diyerek düşüncesini aktarmıştır. Öğrencilerin verdikleri cevapların çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Kişilerarası iletişim aracılığıyla da sosyal medya ile de gerçekleştirdikleri iletişimde kendilerini özgür hissettiğini söyleyenler vardır. Sosyal medyanın maskeleyici yönünün, iletişim kurmada bir kolaylık olduğunu düşünen öğrenciler de bulunmaktadır. Nitekim sosyal medyanın bir filtre görevi gördüğünü ve özellikle duyguları karşıya iletirken gerçek yüz ifadelerini yansıtmaya engel olması bakımından cezp edici bir yanı olduğu gibi durumdan söz etmek mümkündür. Öğrencilerin bazıları bu görüşe katılırken, bazıları da yüz yüze iletişimde özellikle beden dilinin etkisine dikkat çekerek, sosyal medyada gizlenen bu özelliğin, özellikle kişilerarası iletişimdeki etkisini vurgulamışlardır. Kurulan iletişimin zenginleştirilmesi ya da alınan iletilerin daha da anlamlı hale gelmesi bakımından öğrencilerin bir kısmı kişilerarası iletişim alanında daha rahat olduklarını vurgulamışlardır. Bu anlamda çalışmadan elde edilen bulgularla kişilerarası iletişimde kullanılan sözel olmayan ifadelerin de iletişime ne denli akıcılık kattığı bir kez daha anlaşılmıştır.

Çalışmada, sosyal medya ortamlarında çok sayıda arkadaşa ya da takipçiye sahip olmanın öğrenciler üzerinde nasıl bir duygu uyandırdığını da araştırmak hedeflenmiştir. Bu yönde sorulan soruya da şu şekilde cevaplar verilmiştir.

Duygu, "Benim için çok fazla önemli değil. Çünkü sınırlı sayıda arkadaşım var ve ben kendi arkadaşlarımı seçerek Facebook'ta ve Twitter'da bulunduruyorum. Belirli kişiler olduğundan benim için beğeni sayısı ve takipçi sayısı pek de önemli değil." derken Umur, "Kendimi değerli hissettiğim durumlar değil de, fazla arkadaşa sahip olmam benim için fazla hedef kitleye sahip olmak demektir." demiştir. Yonca, "Sadece tanıdığım insanları eklerim, takip ederim. Arkadaşlarım, akrabalarım, öğretmenlerim yani tanımadığım birisini eklemem. Tanımadığım birisinin beni eklemesi de hoşuma gitmez. Takipçi sayımın fazla olması değil de, sadece tanıdıklarımın bulunmasını isterim." diyerek düşüncesini aktarırken, Zeki "Takip edilmek, paylaşımların, çok beğeni toplaması insanı sevindiriyor elbette. Ama bu durum bana kendimi özel ve değerli hissettirmiyor. İnsanlar kendini beğendirebilmek için özel mesajlar bile atıyor. Ben beğenirsem onlar da beni beğenir, düşüncesiyle hareket ediyorlar. Bu mantıkla sosyal medyada insanlar kendini nasıl özel hissetsin? Yaptığınız paylaşımlar gerçekten ilgi çekici olursa, onlar arasında o kadar popüler olabilirsiniz; ancak sosyal medyada asla özel bir insan olamazsınız, buna izin vermezler. Çünkü herkes aynı amaç ve düşüncede." demiştir.

Bu soruya alınan yanıtlar, çalışmanın nicel verilerinde öğrencilerin çoğunluğunun yakın çevresinden; yani kişilerarası iletişimle kurdukları iletişimin uzantısı olarak tanıdıklarını, sosyal ortamlardaki hesaplarına eklemeleri durumunu desteklemektedir. Çalışmaya katılan öğrenciler, sanal ortamlarda çok sayıda arkadaşa sahip olma ve beğeni toplama durumunun kendilerini çok da etkilemediğine vurgu yapmışlardır. Ancak son zamanlarda bunun aksini gösteren çalışmalar da bulunmaktadır. Adı geçen çalışmalarda sosyal medyanın son dönemlerde kişilerin



daha görünür olabilmek adına; yani diğerlerinin daha çok dikkatlerini çekebilmek için daha fazla tüketir oldukları bir platforma dönüştüğünü göstermektedir. Bu konuda yapılan çalışmalarda genellikle sosyal medya alanlarında artık bir benlik inşasının kurulumundan, sunumundan ve tüketiminden söz edilmektedir (Çalışır, 2014). Nitekim Zeki'nin verdiği cevapta bu duruma kısmen değinildiği anlaşılmaktadır. Çünkü Zeki verdiği cevapla; aslında insanların hep gündemde kalma, beğeni toplama, özel olma isteklerine ve bunu yapmak için de sosyal medyada bir benlik inşası ve sunumuna yönelindiklerine dikkat çekmektedir.

8. SONUÇ (CONCLUSION)

Özellikle bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişimin sonucunda günümüzde bilgisayar ve internet kullanımı yaygınlık kazanmıştır. İnsanlar gündelik yaşantılarının uzantısı olarak internet aracılığıyla sosyal ağlarda bulunan kişisel sayfalarından ya da e-mail adreslerinden diğer kişilere ileti gönderebilir ya da yorumda bulunabilir hale gelmiştir. Kısacası insanlar gelinen bu süreçte internet ortamını; bilgi paylaşmak, habere ulaşmak, eğlenmek, alışveriş yapmak, hatta iletişim kurmak için kullanır duruma gelmişlerdir. Sosyal medya; zaman ve mekan kavramının sınırlarını aşarak, kullanıcılarını pek çok konuyu paylaşma sunma konusunda cesaretlendirmektedir. Böylece de kişilerarası iletişime benzer şekilde çift yönlü bir iletişim ortamı sağlanmaktadır. Çünkü kullanıcılar sosyal medya ortamında birbirlerinin paylaşımlarına yorum yapmakta, beğenide bulunmakta ya da öğrencilerin yukarıda da söylendiği gibi sosyal medyanın ücretsiz olması özelliğinden faydalanarak, görüntülü görüşme yapabilmektedirler. Hızlı ve etkili bir ortama sahip olması, sosyal medyanın kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Bu da kişilerarası iletişimi sağlamak için sosyal medyanın bir araç olarak kullanılması durumunu ortaya çıkartmaktadır. Böylelikle sosyal medya ortamları, kişilere sağladığı görece kolay, zahmetsiz ve ucuz iletişim sayesinde tercih edilir hale gelmiştir.

Sosyal medyanın etkilerinin çığ gibi büyümesinde bu özelliklerinin önemi yadsınamaz bir gerçektir. Kişilere sağladığı bu tür kolaylıklar sayesinde ve elbette teknolojinin de etkisiyle sosyal medya ve ağlar, çok geniş kitlelerce kullanılır hale gelmiştir. Bu yönüyle sosyal medyanın birleştirici yönlerinden söz etmek mümkündür. Çünkü kişiler geçmişte yüz yüze gerçekleştirdikleri iletişimi, bugün teknolojinin sağladığı kolaylıklarla sosyal medyayı kullanarak internet ortamlarında gerçekleştirir olmuştur. Bu düşünceden hareketle sosyal medya ortamlarının kişilerarası iletişimde bir araç olarak kullanıldığını söylemek mümkündür. Günümüzde kişilerin gündelik iletişimlerinde, sosyal medyayı sıklıkla kullanma eğiliminde oldukları görülmektedir. Sosyal medya bu yönüyle hayatımızın ta içine kadar girmiştir. Özellikle teknolojiyi daha aktif şekilde kullanan gençler üzerinde böyle bir eğilimi görmek şaşırtıcı değildir.

Gelinen bu süreçte sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, kişilerarası iletişime katkısının ne yönde olduğu, somut olarak araştırılmak istenmiştir. Bu düşünceden hareketle sosyal medyanın kişilerarası iletişime katkısını araştırmak amacıyla Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencileri 3. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışma ile ayrıca öğrencilerin kişilerarası iletişim aracı olarak sosyal medyayı nasıl kullandığı ve sosyal medya hakkındaki görüşlerini araştırmak amaçlanmıştır. Çalışmaya özellikle sosyal medya ve kişilerarası iletişim dersini alan öğrencilerin



katılımını sağlamak uygun görülmüştür. Çünkü adı geçen derslerde ilgili kavramlara açıklık getirildiği için öğrencilerin kavram karmaşası yaşamamasının önüne geçilmek hedeflenmiştir.

Çalışmada hem nicel hem de nitel bilgilere ulaşılmak istendiğinden, öğrencilere anket uygulamasının yanı sıra onlarla yarı yapılandırılmış görüşmeler de yapılmıştır. Bunun amacı ise, öğrencilerin ankete verdiği cevapların, görüşmede söyledikleri ile tutarlı olup olmadığını ölçmenin yanı sıra, görüşme ortamının öğrenciye daha çok şey söyleme fırsatı vermesi ve dolayısıyla daha çok bilgiye ulaşılmak istenmesidir.

Çalışmanın anket uygulaması bölümünde elde edilen çarpıcı bilgiler şu şekildedir: Öğrencilerin 72'si interneti "bilgi edinmek ve sosyal ağlara girmek için" kullandıklarını söylemişlerdir. Bu da internetin iletişim esaslı olarak kullanıldığı göstermesi bakımından önemli bir sonuçtur. Yüzde 89 oranına karşılık gelen bir öğrenci kesimi internete her gün girdiğini söylerken, öğrencilerin yüzde 69'u da internette en az 1-3 saat arası zaman geçirdiğini belirtmiştir. Yüzde 100'ünün sosyal medyanın ne olduğunu bildiği öğrencilerin, yüzde 99'u da sosyal ağları kullanmaktadır. Aynı öğrencilerin çoğunlukla Facebook ve Twitter hesaplarına sahip oldukları anlaşılmıştır. Öğrencilerin benzer şekilde öncelikle Facebook sonrasında da Twitter'da zaman geçirdiği görülmüştür. Öğrencilerin yüzde 86'sı her gün sosyal ağları ziyaret ettiklerini ifade etmişlerdir. Öğrenciler sosyal ağları çoğunlukla "bilgiye ulaşmak" ve "eğlenmek" amaçlı olarak kullandıklarını söylemişlerdir. Yüzde 52'sinin 5 yıl ve daha uzun süredir sosyal medyayı kullandıkları anlaşılan çalışmada yüzde 66'sının sosyal medyada arkadaş seçiminde "eskiden beri arkadaşım olması" durumuna karşılık gelen cevabı işaretlediği tespit edilmiştir. Toplam 41 öğrenci sosyal medyanın "kişisel ilişkilerini olumlu yönde etkilediğini" söylerken, 48 öğrenci sosyal medyanın "kendilerinin sosyalleşmesine katkı sağladığını" ifade etmiştir. Buna karşılık 85 öğrenci "arkadaşlarımla dışarı çıkmak yerine sosyal medyayı tercih ederim" cevabına katılmadıklarını belirtmiştir. 65 öğrenci de "sosyal medya insanlara nasıl davranacağım konusunda beni yönlendirir" cevabına katılım sağlamamıştır. 43 öğrenci ise "sosyal medya günlük motivasyonumu etkiler" cevabını benimsemediğini söylemiştir.

Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere sosyal ağlar ve sosyal medya öğrenciler arasında bilinen ve sıklıkla kullanılan alanlar olmuştur. Söz konusu alanlar öğrencilerin gündelik hayatlarının bir parçası haline dönüşmüştür. Hatta öyle ki çalışmaya dahil olan öğrencilerinin yüzde 48'i bu alanların kendilerini sosyalleştirdiğini dile getirerek, adı geçen mecraların toplumsal dönüşüme yaptığı katkılara dikkat çekmektedir. Bu anlamda sosyal ağların ve sosyal medyanın sosyolojik açıdan dönüştürücü bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

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 durum aynı zamanda sosyolojik açıdan değerlendirildiğinde insanların sosyalleşme konusundaki isteklerini yerine getirmesi bakımından önemlidir. 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. Bu bağlamda çalışmanın elde edilen bulgularından yola çıkılarak, iletişim ve sosyoloji arasındaki bağın da önemi ortaya çıkmaktadır. Zira



insanların her türlü ortamda sosyalleşme eğilimde olduklarını ve ilişkilerini sürdürme amacı güttüklerini söylemek mümkündür.

Çalışmanın anket bölümünde ulaşılan bilgileri somut şekilde desenleyebilmek için de 10 öğrenci ile de yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Nitel bulgularda öne çıkan bilgileri ise kısaca şu şekilde ifade etmek mümkündür:

Öğrenciler, sosyal medyayı kişilerarası iletişimde bir araç olarak kullandıklarını söylemişlerdir. İnternet kullanımının sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medya ortamları, zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldırmıştır. Ayrıca bu alanlarda ücret talep edilmemesi, öğrenciler tarafından sosyal medya ve ağların tercih edilen bir araç olmasına yol açmıştır. Öğrenciler, bu sayede istedikleri kişilerle istedikleri süre boyunca hiçbir ücret ödemedi rahatlıkla görüşebildiklerini ve bunun için de sosyal ağları iletişimi kolaylaştıran bir mecra olarak gördüklerini vurgulamışlardır. Öğrenciler sosyal medyanın iletişime katkısı konusunda birleşirlerken, kişilerarası iletişime hem olumlu hem de olumsuz şekilde katkı yaptığını ifade etmişlerdir. Bir grup öğrenci sosyal medyanın kişileri birbirinden uzaklaştırarak asosyal yaptığını söylerken, bir grup öğrenci de sosyal medyanın kişinin kendisini istediği gibi sunma fırsatı vermesi bakımından önemli olduğu görüşünü benimsemiştir. Öğrencilerin verdikleri cevaplarda bazı tutarsızlıklar göze çarpmakla birlikte, elde edilen bilgilerden çalışmanın ana konusunu oluşturan sosyal medyanın kişilerarası iletişimde bir araç olarak kullanılması durumuna ulaşılmıştır. Çalışmanın nitel bölümünde ulaşılan bilgilere göre günümüzde sosyal medya ortamları, kişilerarası iletişimi pekiştirmek için sıklıkla kullanılan platformlara dönüşmüştür. Bu da çalışmanın başlığını desteklemesi bakımından önemli ve değerlidir. Diğer taraftan elde edilen bulgularda, literatür bölümünde Binark'ın söylediklerini destekleyici bilgiler de dikkat çekmektedir. Nitekim Binark'ın (2009) dediği gibi insanlar sosyal medyayı yeni insanlar bulmaktan ziyade, etraflarında dünden bugüne var olan insanlarla olan ilişkilerini güçlendirmek için kullanmaktadırlar. Bu yönüyle çalışmadan elde edilen bilgiler ışığında sosyal ağlarda gerçekleşen iletişimin, kişilerarası iletişimin bir uzantısı olduğunu söylemek mümkündür.

TEŞEKKÜR (THANKS)

Öğrencilere yapılan anket çalışması sırasında verdiği destek ve yardımlarından dolayı, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim elemanlarından Arş. Gör. Ersin Diker'e teşekkür etmek isterim. Kendisinin anketin uygulanması sırasında gerek öğrencilerin tespit edilmesi gerekse sınıf düzeninin sağlanması hususunda katkıları olmuştur.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Ahn, J., (2011). The Effect of Social Network Sites on Adolescents' Social and Academic Development: Current Theories and Controversies, Journal of The American Society For Information Science And Technology, 62(8), 2011.
- Akıncı Vural, Z.B., ve Bat, M., (2014). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/sosyalmedya.pdf> , (Erişim Tarihi: 21.05.2014).
- Akyazı, E. ve Tutgun Ünal, A., (2014). İletişim Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal

Ağları Kullanımı,

http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_6._sayi_Bahar_2013/pdf/Akyazi_Tutgun.pdf , (Erişim Tarihi: 9 Kasım 2014).

- Binark, M., (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu. (Der.) M. Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. ve diğerleri, (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum, Öyleyse Varım. İstanbul: Kalekeden Yayınları.
- Boyd, D.M. ve Ellison, N.B., (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.13, No.1.
- Bulunmaz, B., (2011). Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği, Global Media Journal, Yeditepe Üniversitesi, 2(3), ss:19-50.
- Çalışır, G., (2014). Sosyal Medyada Benlik İnşası, Sunumu ve Tüketimi, İstanbul Ticaret Üniversitesi "Dijital İletişim Etkisi" konulu Uluslararası Akademik Konferans, İstanbul: İskenderiye Yayınları, ss:176-185.
- Devito, J.A., (2004). The Interpersonal Communication Book, 10. B. Person.
- Dickson, D. and Hargie, O., (2003). Skilled Interpersonal Communication: Research, Teory and Practice, London: Routledge.
- Dökmen, Ü., (1995). Sosyometri ve Psikodrama, İstanbul: Sistem Yayınları.
- Downes, S., (2005). Semantic Networks and Social Networks, The Learning Organisations, Vol.12, No.5.
- Fiske, J., (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. Çeviren: Süleyman İrvan, Ankara: Bilim Sanat Yayınları/Ark.
- Güçdemir, Y., (2012). Sanal Ortamda İletişim. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gürüz, D. ve Temel Eğinli, A., (2012). Kişilerarası İletişim. 3. Baskı, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hartley, P., (2010). Kişilerarası İletişim. 1. Baskı, Ankara: İmge Yayınevi.
- Hazar, M., (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı - Bir Alan Çalışması, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Bahar 2011, Sayı:32, ss:151-175.
- Kahraman, M., (2010). Sosyal Medya 101. 1.Baskı, İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Karcı, A. ve Boy, O., (2011). Sosyal Ağların Web Madenciliği Teknikleri İle Ortak Atıf Analizi Benzerlik Tahmini, Elektrik-Elektronik ve Bilgisayar Sempozyumu, Fırat Üniversitesi, ss:154-61.
- Kaypakoğlu, S., (2008). Kişilerarası İletişim: Cinsiyet Farklılıkları, Güç ve Çatışma. İstanbul: Derin Yayınları.
- Koçer, M., (2012). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:18, ss:70-85.
- Kuyucu, M., (2013). Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya. Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar üzerine Bir Güncelleme, M. Kuyucu ve T. Karahisar, İstanbul: Zinde Yayıncılık.



-
- Lusting, M.W. and Koester, J., (1999). Intercultural Competence-Interpersonal Communication Across Cultures, 3.B, Longman, New York.
 - Neuman, M. and Hogan, D., (2005). Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities, Journal of European Industrial Training, Vol:29, No:6.
 - Özkan, P., (2013). Sosyal Ağ Kullanıcılarının e-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri, II. Uluslararası İletişim, Medya, Teknoloji ve Dizayn Konferansı, 2-4 Mayıs 2013, Famagusta, Kuzey Kıbrıs.
 - Özmen, Ş., (2009). Ağ Teknolojisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
 - Reilly, P., (2014). Anti-social Networking in Northern Ireland: Policy Responses to Young People's Use of Social Media for Organizing Anti-social Behavior, Policy & Internet, Vol.3 (2011), Iss.1, Art 7 s:18, <http://www.psocommons.org/policyandinternet/vol3/iss1/art7>, (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2014).
 - Yeygel Çakır, S., (2011). Web Siteleri ve İkna. Konya: Tablet Yayınları.
 - Yıldırım, A. Ve Şimşek, H., (2004). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 4. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
 - Webb, M.L. ve diğerleri, (2012). Facebook: How Collage Student Work It, Social Media: Usage and Impact. Hana S. Noor Al-Deen ve J. Allen Hendricks, Lexington Book, Maryland.