

İZMİR'DEKİ KIZ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN FACEBOOK KULLANMAMA NEDENLERİ¹

Mikail BAT²

ÖZ

En çok ilgi gösterilen sanal ortamlardan biri olan sosyal ağlar, farklı çevrelerin istek ve beklentilerine yanıt verebilmesi nedeniyle kullanıcı sayısını her geçen gün arttırmaktadır. Uluslararası platformda sonuçlarına güvenilen ve sanal kullanıcılar üzerine istatistiksel çalışmalar yapan web sitesi "Global Web Index" in 2013 yılı verilerine göre Facebook hesabına sahip kişilerin en fazla olduğu yaş aralığı %59'la 16-34'tür. Bu yaş aralığı aynı zamanda üniversite öğrencilerinin yaş aralığını da kapsamaktadır. Bilgi iletişim teknolojilerine ulaşımın özellikle bu yaş aralığında çok olmasına rağmen Facebook'ta hiç bulunmayan ya da sonradan hesaplarını kapatan üniversite öğrencileri de bulunmaktadır. Bu çalışma amaçlı örnekleme yöntemi ile Facebook'u hiç kullanmayan ya da bir süre sonra hesabını kapatan ve İzmir'deki Üniversitelerde okumakta olan toplam 45 kız öğrenci değerlendirmeye alınarak oluşturulmuştur. Veri toplama ve analizi sürecinde niteliksel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Uygulamada; Turan, Tinmaz, Göktaş'ın "The Reasons for Non-Use of Social Net -working Websites by University Students" isimli makalelerinde kullandıkları içerik analizi modeli temel alınmıştır.

Çalışmada, Facebook kullanmama nedeni olarak çevrimiçi harcanan aşırı zaman ilk sırada yer almaktadır. Katılımcıların yarıya yakını Facebook'ta gerçek kimliğin kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Elde edilen sonuçlara göre kullanıcılar en çok arkadaşları ile bağlantıda kalmak için onları Facebook kullanmaya davet etmektedir. Araştırmanın varsayımı "Kızların Facebook kullanmama nedeni Facebook'u tehlikeli bulmaları" olarak belirlenmiştir. Ancak araştırma sonunda varsayım doğrulanamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağlar, Kız Üniversite Öğrencileri, Facebook Kullanmama.

THE REASONS WHY FEMALE UNIVERSITY STUDENTS IN IZMIR DO NOT USE FACEBOOK

ABSTRACT

Social networks, one of the virtual environments that attract most interest, are increasing their users daily since they can meet demands and expectations of various communities. According to the 2013 statistics of "Global Web Index", whose results are trusted on international platforms and which conducts statistical analyses on virtual users, the age group with the largest share of users having Facebook accounts is 16-34, leading to 59%. This age range also includes the age group of university students. Although access to information and communication technologies is high in this age group, there are also university students that do not have Facebook accounts or delete their accounts later. Through purposive sampling method, the study was conducted with the participation of 45 female university students at various universities in İzmir that had never used

¹ Bu çalışma, 29-30 Mayıs 2014 tarihlerinde, Uşak Üniversitesi'nin düzenlediği "1. Uluslararası Yeni Medya ve Kadın Sempozyumu"nda bildiri olarak sunulmuştur.

² Yard.Doç.Dr. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Kurumsal İletişim Anabilim Dalı, mikail.bat@ege.edu.tr

Facebook or deleted their accounts later. Qualitative research methods were applied during data collection and analysis. The study was based on the model of content analysis in the article entitled "The Reasons for Non-Use of Social Net-working Websites by University Students" by Turan, Tinmaz, and Göktaş."

In this study, excessive time spent online, in the first place, is cited as the reason for not using facebook. Nearly half of the participants stated that a person's true identity should be used on Facebook. According to the results obtained, users invited their friends to use Facebook to stay in touch with them. At the end of the research, the hypothesis: "the reason girls do not use Facebook is that they found Facebook dangerous", is not confirmed.

Keywords: Social Networks, Female University Students, Dont Use Facebook.

Giriş

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile beraber kullanılmaya başlanan sosyal medya uygulamaları, günlük/gerçek hayatın tüm aşamalarında açık bir şekilde görülmektedir. Sosyal medya uygulamalarından sosyal ağlar, kullanımının kolay ve ücretsiz olması, eğlence, bilgi edinme, boş zamanı geçirme isteği gibi farklı amaçlar için ve farklı yaş grupları tarafından kullanılabilir. Gerek küresel ölçekte internet aracılığı ile kolay ulaşımı ve gerek içerik açısından sunduğu imkânlar bakımından Facebook günümüzün en çok kullanılan sosyal ağı olarak görülmektedir (Dünya çapında sosyal ağ istatistiklerini açıklayan ve bilim dünyası tarafından açıklamalarına saygı duyulan ve güvenilen socialbakers.com sitesine göre dünyada en fazla kullanılan sosyal ağ Facebook'tur. Facebook'ta günlük aktif kullanıcı sayısı 1.180 milyondur. Aylık aktif kullanıcı sayısı ise 1.790 milyondur) (www.socialbakers.com). Facebook, rekabet ortamında güçlü bir şekilde ayakta kalmayı başarmak ve kullanıcılarını daha fazla memnun etmek amacıyla diğer bazı uygulamaları, bünyesine katmakta ve içeriği konusunda yeni hizmetler sunmaya çalışmaktadır. Ancak Facebook veya diğer sosyal ağların rekabet sürecinde kullanıcıları olmalarını istediği bazı kişiler birtakım nedenlerden dolayı bu ağları hiçbir zaman kullanmayı istememekte veya bir süre kullananlar, kullanmaktan vazgeçerek hesaplarını silmektedir.

Bu çalışma sosyal ağlara ilişkin "kişilerin neden sosyal ağ kullandıkları" sorusunu bir kenara bırakıp, kişilerin neden sosyal ağ kullanmadıkları sorusuna" odaklanmaktadır. Çalışmanın amacı ve ulaşılmak istenen somut sonuçlar nedeniyle bazı kısıtlılıklara gidilerek erkek öğrenciler araştırmaya dâhil edilmemiştir. Çünkü Türkiye gibi bazı ülkelerde kız ve erkek bireylerin sosyal ağlarda bulunma veya

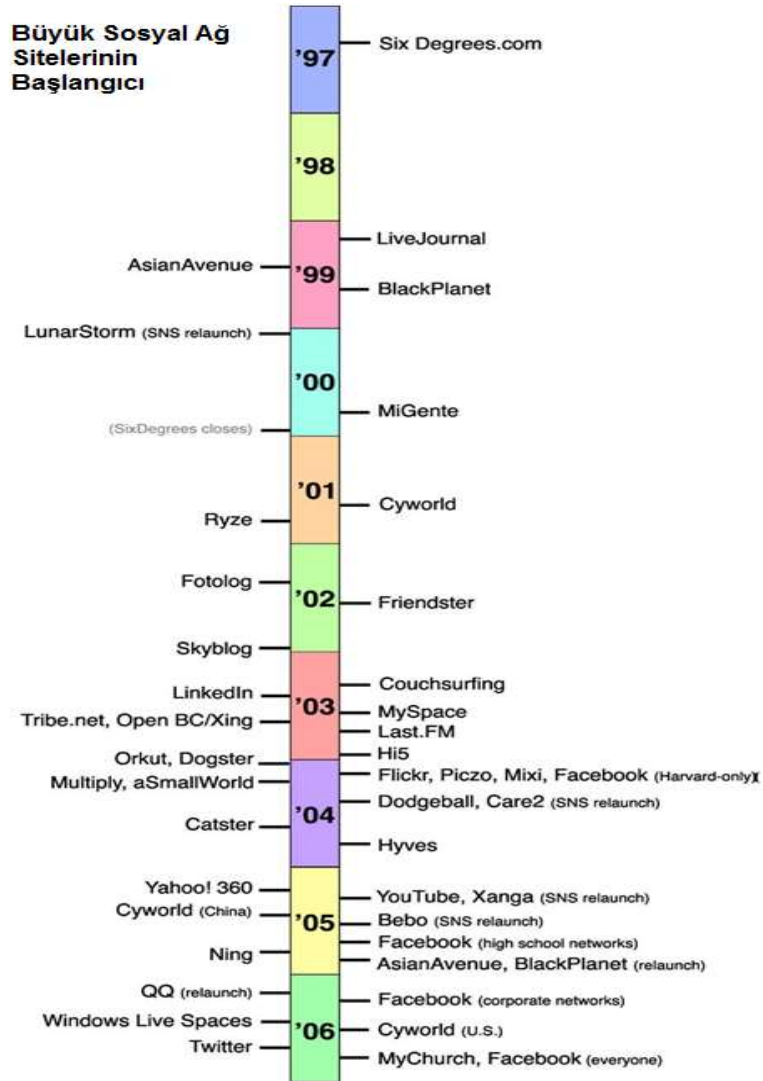
bulunmama davranışları farklı olabilmektedir. Çalışmaya başlamadan literatür incelenmesi yapılmış ve Türkiye'de bu konuda yapılan başka bir çalışma olmaması çalışma varsayımının araştırılması için önemli bir gerekçe oluşturmıştır.

1. Sosyal Ağlar

Günümüzde ilköğretim çağındaki çocuklar dâhil olmak üzere farklı yaşlardan sayısız katılımcısı olan sosyal ağlar, farklı beklenti ve amaçlarla kullanılmaktadır. Sosyal ağların tanımı kişiye, kullanım amacına göre değişebilmektedir. Ancak genel olarak sosyal ağ siteleri, bir bağlantıyı paylaşanlarla diğer kullanıcıların listesine dâhil olmak, bağlantılı olunan ve sistemin izin verdiği kişilerin listelerini görüntüleyebilmek veya bu listeler içinde bazı seçimler yapabilmek için hazırlanmış, kişiselleştirilmeye izin veren web tabanlı servisler olarak tanımlanmaktadır (Boyd ve Ellison, 2008: 212). Sosyal ağlar kişilere sunduğu çevrimiçi bağlantıyla ülkeler ve kurumlar için büyük bir güç haline gelmekte, ekonomik kararların nasıl alındığı, kim tarafından etkilendiği, nasıl sonuçlandığı, ölçüldüğü ve neye mal olduğu gibi ülke geleceğine yönelik güçleri temelden etkilemektedir. Sosyal ağlardan önce viral kelimesi birçok kişi tarafından neredeyse hiç bilinmemekle beraber, günümüzde hastalık terminolojisinin dışında kullanılmakta ve teknik bir kelime olarak algılanmaktadır (Khan ve Khan, 2012: 4). Bu durumun nedeni bilgi iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve bunun sonucunda iletişimin eskisine göre daha hızlı ve farklı araçlarla kurulabilir hale gelmesidir. İlerleyen yıllar, sosyal ağ sayıları ile insanların ilgilerinde doğru oranda artış yaşandığını gözler önüne sermektedir.

Sosyal ağlar insanların iletişim kurma şekillerinin, etkileşimlerinin, işbirliğinin, bilgi edinme ve eğlence tarzlarının, önceliklerinin, örgütlenmelerinin, satın almalarının ve satmalarının temelden değişimidir (Khan ve Khan, 2012: 4). Bu değişime sebep olan ağların geçmişi çok eskilere dayanmamaktadır. İletişim uzmanlarına göre 1997 yılında Six Degrees.com ile ana sosyal ağların başladığı kabul edilmektedir. 2000 yılında Six Degrees.com kapanmış olsa da 2001 yılında kurulan Adrian Scott tarafından kurulan Ryze sosyal ağ tarihinde uygulamalarıyla önemli bir yer edinmiş ve sosyal oyun sitesi olan Friendster'ın kurulma sürecine etkide bulunmuştur. Günümüzde yüz binlerce takipçisi olan iş odaklı sosyal ağ sitesi LinkedIn, müzik alanına odaklanmış Myspace ve arkadaşlık sitesi Hi5 gibi ağların

kurulması 2003 yılına denk gelmektedir. 2004 yılında eski arkadaşları bulma ve yeni arkadaş edinme sitesi Orkut, fotoğraf paylaşım sitesi (sonradan video da eklenmiştir) Flickr, arkadaşlık sitesi Facebook (Sadece Harvard için kullanıma yönelik) kurulmuştur. 2005 yılında Yahoo tarafından kullanılan kişisel iletişim portalı ve sosyal ağı Yahoo 360°, video paylaşım sitesi Youtube kurulmuş ve Facebook lise öğrencilerine açılmıştır. Günümüzde milyonlarca kullanıcısı olan Facebook, 2006 yılında belli yaş sınırı çerçevesinde tüm kullanıcılara açılmıştır. Yine aynı yıl Microsoft'un blogu ve sosyal ağ platformu Windows Live Spaces, mikroblog servisi Twitter ve diğer birçok sosyal ağ kurulmuştur.



Şekil 1: Bazı Büyük Sosyal Ağların Kurulum Yıllarının Zaman Çizelgesi (Boyd ve Ellison, 2008: 212)

Günümüzde onlarca sosyal ağ bulunmakta ve farklı sosyal ağlar farklı özellikler sunmaktadır. Bazı sosyal ağ siteleri çift yönlü onay gerektirmezken birçoğu gerektirmektedir. Tek yönlü bağlantılar takipçi veya taraftar olarak isimlendirilebilmekte; çoğu site ise bu durumu arkadaş başlığı olarak yansıtmaktadır. Ancak “arkadaşlar” kavramı yanıltıcı olabilmektedir çünkü bağlantıda olmak konuşma dilinde her gün arkadaşlık etmeyi gerektirmemekte ve insanların bağlantıda olmalarının nedenleri değişebilmektedir (Boyd, 2006: 1014). Birçok çalışma, sosyal ağ sitelerinin farklı amaçlar için kullanıldığını göstermektedir. Bunlar, çevrimiçi görüşülebilen insanlarla iletişim ve bağlantı kurmak, fotoğraf paylaşmak, diğer insanların yaptığı şeyi görmek, bilgiye ulaşmak gibi sıralanabilmektedir (Oozer, 2014: 343). Ayrıca merak unsuru, eğlence aracı ve başkalarının hesabı olması nedeniyle çevreden etkilenme de sosyal ağ kullanmak için önemli görülebilecek nedenlerdir. Nyland ve Near (2007), sosyal ağ sitelerinin kullanılma gerekçelerini aşağıdaki beş ana başlıkta toplamıştır:

1. Yeni insanları tanıma
2. Eğlence
3. İlişkileri sürdürme
4. Sosyal olayları öğrenme
5. Ortam paylaşımı

Kişilerin sosyal ağ kullanma nedenlerinde sosyal ağ web sitelerinin temel özellikleri etkili olmaktadır. Bunların bazıları aşağıda sıralanmıştır (Li, 2011: 567):

Blogging: Kullanıcılar, diğer kullanıcıların paylaştığı geribildirimleri ve kronolojik olarak sıralanan materyalleri yükleyebilmektedir.

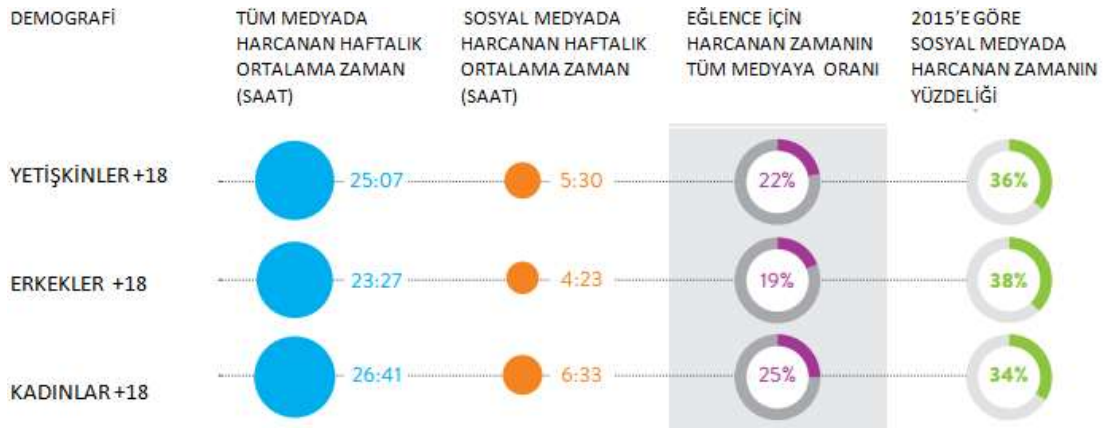
Gruplama: Kullanıcılar, bazı okullar, kurumlar ya da şehirler adına oluşturulan gruplara katılabilmektedir.

Sosyal ağlar: Kullanıcılar istedikleri zaman yeni bir arkadaş ekleyebilmekte ya da silebilmektedir.

Anlık mesajlar: Kullanıcılar arkadaşlarına anlık mesajlar gönderebilmektedir.

Sosyal ağlar, sosyallik, güç, demokrasi, katılımcı, kültür, iletişim, enformasyon, kamu paylaşımı gibi kavramların basit düzeyde anlaşılması için kullanıcılarının kavramsal anlayışlarını desteklemektedir (Fuchs, 2017: 25). Günümüzde sosyal ağ sitelerinin ana akım medya olduğu yönünde birçok araştırma sonucu bulunmakta ve bu durum küresel olarak da raporlanmaktadır (Palmer ve Lewis, 2009: 165). Yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen sayısal veriler bu durumu kanıtlar niteliktedir. Örneğin 16 ila 24 yaş arasındaki internet kullanıcılarının yarıdan fazlası (%54), sosyal ağlarda kendi web sayfalarını veya profillerini oluşturmaktadır (Ofcom, 2008). Buna ek olarak sosyal ağlar, e-mail ve anlık mesajlaşmanın, en popüler çevrimiçi iletişim formlarından üçü olduğunu söylemek mümkündür (Ledbetter, 2014: 237). Diğer yandan kullanıcılara bakıldığında ise meslek, yaş ve cinsiyet gibi bazı özelliklerin sosyal ağ kullanmada etkili olduğu görülmektedir. Örneğin Nielsen 2016 sosyal medya raporuna göre kadınlar, erkeklerden daha fazla sosyal ağ kullanmaktadır. Ayrıca 2015 yılına göre harcanan zaman yüzdeliğinde de bir artış görülmektedir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Nielsen 2016 Sosyal Medya Raporu (www.nielsen.com).



16–24 yaş arasındaki internet kullanıcılarının %54'ünün sosyal ağlarda kendi hesaplarının bulunması ortaöğretim ve yüksek öğretim yaşındaki kişilere (genellikle öğrenci gruplarına) denk gelmektedir. Çoğunluğu öğrenci olan bu kişiler ileriki yıllarda gerek mesleki gerek özel hayatlarını etkileyebilecek sosyal ağ davranışında bulunabilmektedir. Çünkü kullanıcılar sosyal ağlarda bir ileti paylaştıkları zaman kendileri hakkında kanıt bırakmış olmaktadır. İlk olarak çevrim içi bir ileti

paylaşıldığı zaman, uzun süre kontrol edilmediğinde, ağlarda ekli bazı kullanıcılar diğer kullanıcılara paylaşılan iletiyi gönderebilmektedir. Bu durumda sıkıntı yaşanmaması için bazı öneriler sunmak mümkündür (Ashley, 2014: 34):

- Okulun açık veya kapalı olduğu saatlerde bir ileti paylaşmak için okulun sosyal medya araçlarını kullanmak,
- Orta veya yüksek öğretim yıllarından kalan bir hesap var ise özel bir ayar ile dondurmak veya tamamen hesabı silmek,
- İyi bir sosyal medya aracı oluştururken bir şeylerin yanlış olduğunu düşünmek yerine bir yorum veya e-posta gönderirken dikkatli davranmak,
- İnternette bir şey yayımlandıktan sonra onu geri almanın bazen imkânsız olduğunu unutmamak gerekmektedir.

Yukarıdakilere ek olarak belirtilen yaş grubunda olan bazı sosyal ağ kullanıcıları, aileleri içerisinde yaşanabilecek sorunlar ve sosyal nedenlerle de başta Facebook olmak üzere ya sosyal ağlarını kapatmakta ya da bu ağlarda hiçbir zaman hesap açmamaktadırlar.

2. Dünyada ve Türkiye'de Facebook

Facebook, kullanıcılarına kendi profillerini oluşturma, birbirlerine mesaj (metin, link, fotoğraf, video vb.) gönderme imkânı sunan, arkadaşlık isteği gönderme ve kabul edilme ile bağlantı kurulan bir sosyal ağıdır. Facebook gibi sosyal ağlar, sosyal medyanın en önemli örnekleri arasındadır. Facebook, insanlarla oluşturulan ve paylaşılan içerikler arasındaki ilişkileri destekleyen dinamik bir ekosistemdir (Khan ve Khan, 2012: 4). Facebook dünya genelinde aylık 1.59 milyarlık aktif kullanıcıya sahiptir (<https://www.statista.com>). Facebook, Twitter, Flickr ve Instagram gibi çeşitli sosyal medya platformları, günlük hayatın istenilerek oluşturulan verilerini yaratmaktadır. Bu platformlar, toplumun en küçük güncellemelerini daha geniş kitlelere aktarmak, yaşamsal faaliyetlerini ve düşüncelerini yaymak için tasarlanmıştır. Bu güncellemeler video, resim ve yazılı metin paylaşımı şeklinde yapılmaktadır (Chana, vd., 2014). Başta Facebook olmak üzere sosyal ağlara ilginin artışı, yapılan araştırma sonuçları açık bir şekilde özler önüne sermektedir. Örneğin

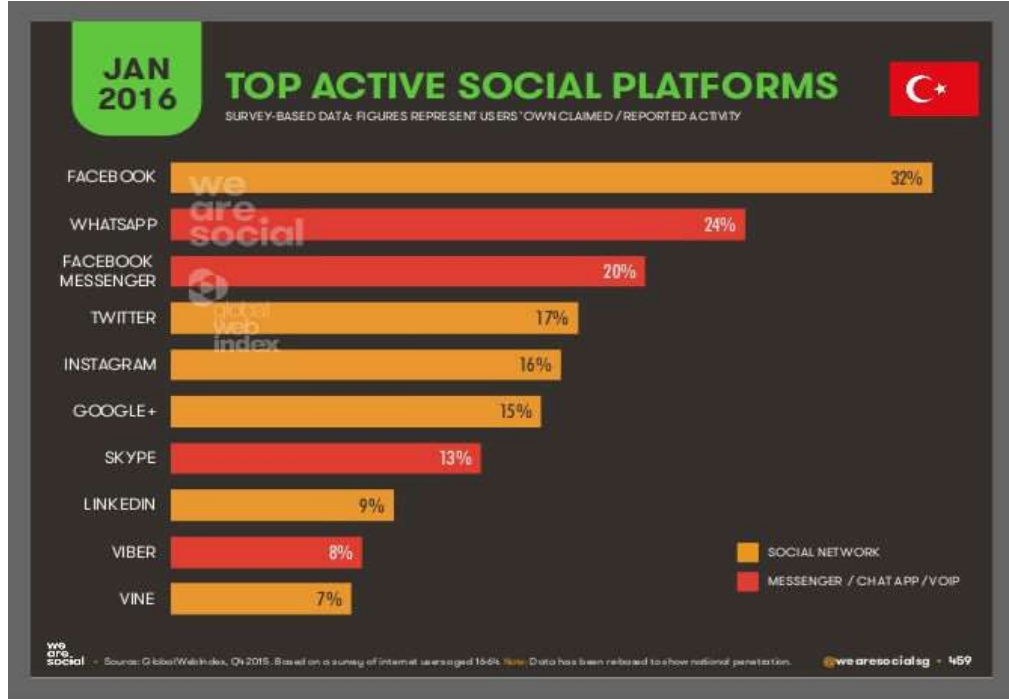
yalnızca Amerika'da 171 milyon aylık aktif Facebook kullanıcısı bulunmaktadır (Chana, vd., 2014). Ancak bu kullanıcıların tamamı yasal prosedüre uyarak hesap açmamaktadır. Facebook'ta hesap açmanın yaşı 13 olarak belirtilmesine rağmen 2014 yılında, dünya genelinde 10 yaş altındaki çocukların %59'unun Facebook hesabı bulunmaktadır (www.dailymail.co.uk). Dijital pazarlama ajansı "we are social"ın global web index'in verilerine dayanarak hazırladığı 537 sayfalık "2016'da dijitallik" raporunun bazı sonuçları aşağıda yer almaktadır (<http://wearesocial.com>)

- Dünyada internete bağlanan kişi sayısı 3,419 milyar.
- Sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişi sayısı 2,307 milyar.
- Dünyada mobil cihaz kullanıcı sayısı 3,790 milyar.
- Dünyada mobil cihaz üzerinden sosyal medyayı kullananların sayısı 1,968 milyar.

Yukarıdaki sayılar dünya nüfusunun 7 milyar civarında olduğu düşünüldüğünde büyük önem arz etmektedir. Aynı araştırmada, Türkiye hakkındaki sayılar da büyük önem taşımaktadır.

- 79.14 milyon insanın yaşadığı Türkiye'de, internete bağlanan kullanıcı sayısı 46,3 milyon.
- 46.3 milyon internet kullanıcılarından sosyal medyayı aktif olarak kullananların sayısı 42 milyon.
- 42 milyon sosyal medya kullanıcısının 36 milyonu mobil cihaz üzerinden sosyal medyaya bağlanmaktadır.
- İnternet kullanıcılarının %77'si her gün online olmakta, %16'sı ise haftada en az bir kez internete bağlanmaktadır.
- Türkiye'de en çok kullanılan sosyal ağlara bakıldığında ilk sırada %32 ile Facebook bulunmaktadır. Facebook'u %24 ile WhatsApp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter, %16 ile Instagram takip etmektedir. Sıralama Google+, Skype, LinkedIn, Viber ve Vine ile devam etmektedir.

Tablo 2: En Fazla Kullanılan Sosyal Ağlar

(Kaynak: <http://wearesocial.com>)

Sosyal ağların Türkiye'deki durumu ile ilgili Sezgin (2017) tarafından 1671 kişinin yanıt verdiği bir anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anket çalışmasında katılımcılara "Sizce önümüzdeki 2 yıl içinde kurumunuzun faaliyetlerini topluma iletmek açısından en itibarlı mecra hangisi olacak?" sorusuna verilen yanıtlar Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Gelecek 2 Yıl İçindeki En İtibarlı Mecralar (Sezgin, 2017: 159).

		Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Dijital medya ve sosyal ağlar	865	51,8	54,7	54,7
	Televizyon	610	36,5	38,6	93,2
	Gazete	6	,4	,4	93,6
	Dergi	2	,1	,1	93,7
	Açık hava mecraları	17	1,0	1,1	94,8
	Diğer	72	4,3	4,6	99,4
	Toplam	1582	94,7	100,0	
Kayıp Sistem		89	5,3		
Toplam		1671	100,0		

Yukarıdaki tabloda, dijital medya ve sosyal ağlar ile iletişimin, geleneksel medyanın toplamından daha fazla olduğuna yönelik bir beklenti açık bir şekilde görülmektedir. Facebook'un Türkiye'de en çok kullanılan sosyal ağ olduğu düşünüldüğünde bu beklentinin Facebook için de geçerli olacağı düşünülebilir. Ancak Türkiye'de, sosyal, siyasal veya kültürel nedenlerle, Facebook kullanıcıları olabilecek bazı kişiler, bu mecrayı kullanmayabilmektedir. Bu konuda cinsiyet de etkili olabilmekte, bazı kızlar bu mecrada yer almayı istemeyebilmektedir. Bu durumda sosyal medyada olmayı istemeyen veya bir süre bu medyada bulunup sonrasında hesabını kapatan kızların sosyal medyaya bakış açılarının neler olduğu önem kazanmaktadır.

3. Facebook Üzerine Tanımlayıcı Vaka Analizi

Bu çalışmaya temel olan araştırma Scientific Journal of Media Education Dergisinde Zeynep Turan, Hasan Tinmaz ve Yüksel Göktaş'ın "The Reasons for Non-Use of Social Net-working Websites by University Students" (2013) isimli makaleleridir. Makaledeki anket 18-25 yaş arası Bilgisayar Öğretim Teknolojileri'nde okumakta olan 11 kız, 9 erkek olmak üzere toplam 20 Lisans öğrencisine uygulanmış, tanımlayıcı vaka analizi kullanılmıştır. Veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda online harcanan aşırı zaman (12), ilgi eksikliği (10) ve diğer iletişim ortamlarını seçme (6) sırasıyla Facebook kullanmamanın ana sebepleri olarak gösterilmiştir. En az gösterilen sebepler ise aynı puanla gizlilik endişesi, aile korkusu, diğer sosyal medya ağlarını tercih etme, arkadaş etkisi ve siber zorbalıktır. Sanal arkadaşlık üzerine tehlikeli (17) ve aldatıcı (11) en çok verilen yanıtlardır. Anlamsız (4) en az işaretlenen başlıktır. Facebook'ta paylaşımlar üzerine fotoğraf paylaşımına negatif ve kişisel bilgi paylaşımına pozitif bakanlar (8) ve fotoğraf paylaşımına pozitif bakanlar ile kişisel bilgi paylaşımına negatif bakanlar (6) ilk dört sırada yer almaktadır. Gerçek kimlik yansıtma ise (3) en son sırada bulunmaktadır. Facebook kullanmamaya ilişkin açıklanan gerekçelerden en öne çıkanları harcanan zaman ve iletişim (10) olarak gösterilmiştir. Dinlendirme, Flört etme ve dikkat çekme (1) son sırada yer almaktadır. İnsanların arkadaşlarını Facebook kullanmaya davet etme nedenlerine ise arkadaşlarla bağlantıda kalma (9) ve bilgi paylaşımı (6) ilk sırada yer almıştır. Oyun oynama ve eğlenceli şeyler

paylaşma ise (1) son sıradadır. Literatürde bu konuyla ilgili başka bir araştırma bulunmamaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma İzmir'deki Üniversitelerde eğitim gören kız öğrencilerin internete ulaşabilmelerine rağmen neden Facebook kullanmadıklarını tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Bu doğrultuda amaçlı örneklem yöntemiyle araştırma yapılmıştır.

3.2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın sadece Üniversitelerde okuyan 45 kız öğrenciyle yapılması ve İzmir ölçeğinde gerçekleştirilmesi kısıtlılıklar olarak görülebilir. Ayrıca örneklem ile 1 Ocak 2014 – 1 Nisan 2014 tarihleri arasında görüşülmesi de diğer bir kısıtlılık olarak ele alınabilir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada tanımlayıcı vaka analizi yapılmıştır. Vaka analizinde araştırılan konuya ilişkin ayrıntılı veriler elde edilmektedir. “Vaka çalışmasının nasıl ve niçin sorularını temel alan araştırmacının kontrol edemediği bir olgu ya da olayı derinlemesine incelemesine olanak veren araştırma yöntemi olduğunu söylemek mümkündür” (Yıldırım, 2011: 277). Vaka analizinde veri toplama aracı olarak anket, derinlemesine görüşme, mülakat, gözlem ve doküman analizleri kullanılabilir (Altunışık, 2012: 69). Bu çalışmada da veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde ise içerik analizi kullanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Uluslararası platformda sonuçlarına güvenilen ve dijital kullanıcılar üzerine istatistiki çalışmalar yapan web sitesi “Global Web Index”in 2013 verilerine göre Facebook kullanıcılarının %43’ü kız % 57’si erkektir. Bu çalışmada amaçlı örneklem seçilerek yalnızca kız grup üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda çalışmanın evrenini İzmir’de bulunan dört devlet, beş Vakıf Üniversitesinde eğitim alan kız öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemini ise söz konusu üniversitelerde eğitim alan ve Facebook hesabı olmayan toplam 45 kız öğrenci oluşturmaktadır.

3.5. Araştırmanın Varsayımı

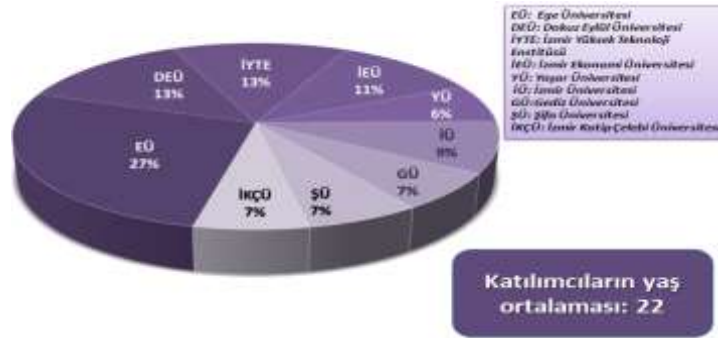
Araştırmanın varsayımı “kız üniversite öğrencilerinin Facebook’u tehlikeli bulmaları nedeniyle bu ağda hesaplarının olmamasıdır”.

3.6. Verilerin Analizi ve Bulgular

Amaçlı örneklem yönteminin seçilmesi nedeniyle, verilerin toplanmasına İzmir’deki dokuz Üniversite’de okuyan öğrencilerle yüz yüze görüşülüp Facebook kullanmayan kız öğrencilerin tespitiyle başlanmıştır. Facebook kullanmayan kız öğrencilere araştırmadan bahsedilmiş ve soruları yanıtlamayı kabul eden toplam 45 öğrenci ile yüz yüze görüşülerek önceden hazırlanmış derinlemesine görüşme formlarında bulunan sorular yöneltilmiştir. Elde edilen veriler incelenmiş ve yanıtlar vaka analizine uygun olarak gruplandırılmıştır.

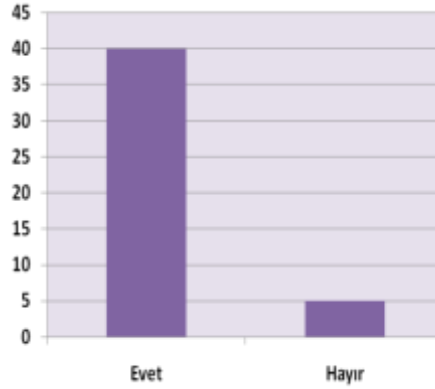
3.6.1. Örneklemin Okullara Göre Dağılımı ve Yaş Ortalaması

Üniversite Öğrencilerinin Dağılımı										
Cinsiyet	EÜ	DEÜ	İYTE	İEÜ	İÜ	YÜ	GÜ	ŞÜ	İKÇÜ	Toplam (N)
Kadın	12	6	6	5	4	3	3	3	3	45



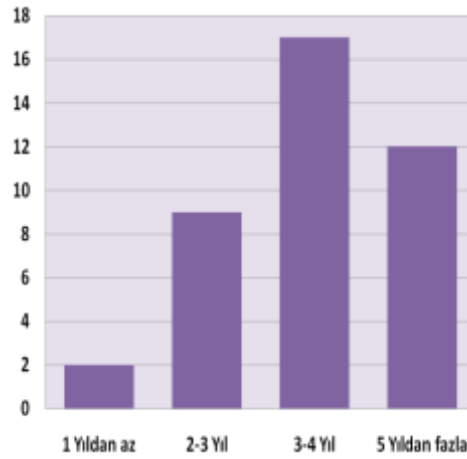
Örnekleme bakıldığında toplam 45 kişi olduğu görülmektedir. Bunların 12’si Ege Üniversitesinde, 6’sı Dokuz Eylül Üniversitesi’nde, 6’sı İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü’nde, 6’sı İzmir Ekonomi Üniversitesi’nde, 5’i İzmir Ekonomi Üniversitesi’nde, 4’ü İzmir Üniversitesi’nde, her birinde 3 olmak üzere Yaşar Üniversitesi, Gediz Üniversitesi, Şifa Üniversitesi ve İzmir Katip Çelebi Üniversitesi’nde eğitim almaktadır. Katılımcıların öğrenci sayısı Üniversitelerin öğrenci sayısı ile doğru orantılıdır. Katılımcıların yaş ortalaması 22 ve toplam katılımcı sayısı 45’tir.

3.6.2. Daha Önce Facebook Kullanıcısı Mıydınız?



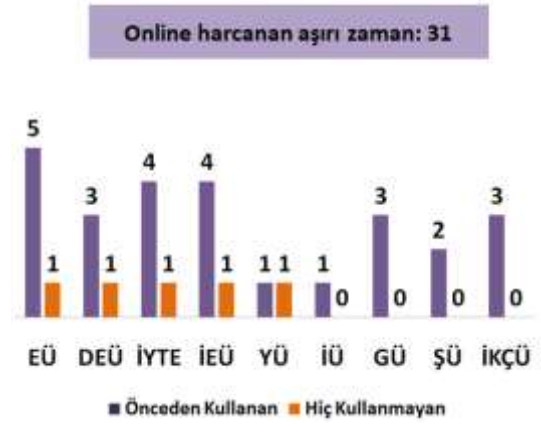
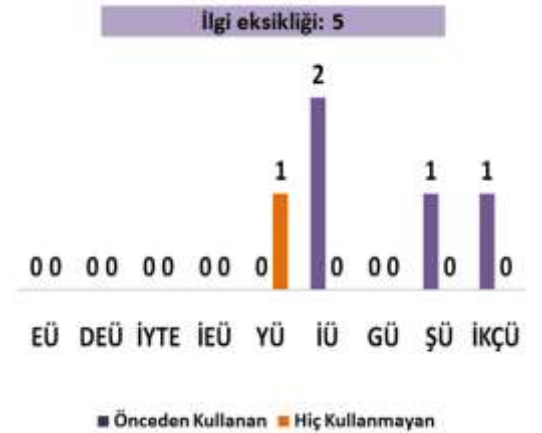
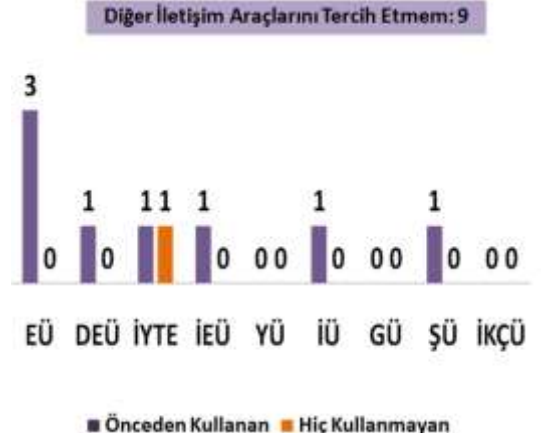
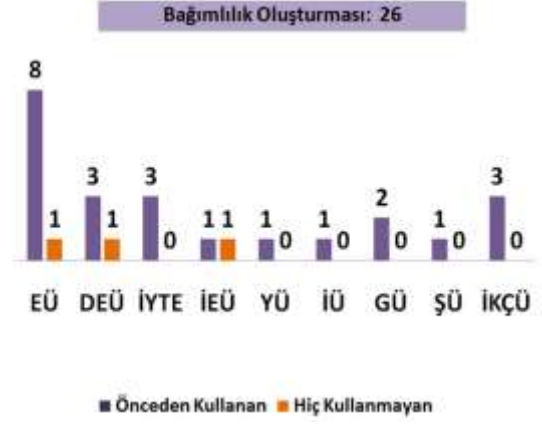
Katılımcıların 40'ı daha önce Facebook kullanmış, 5'i ise daha önce hiç kullanmadığını söylemiştir.

3.6.3. Daha Önce Facebook Kullandıysanız Kaç Yıl Kullandınız?



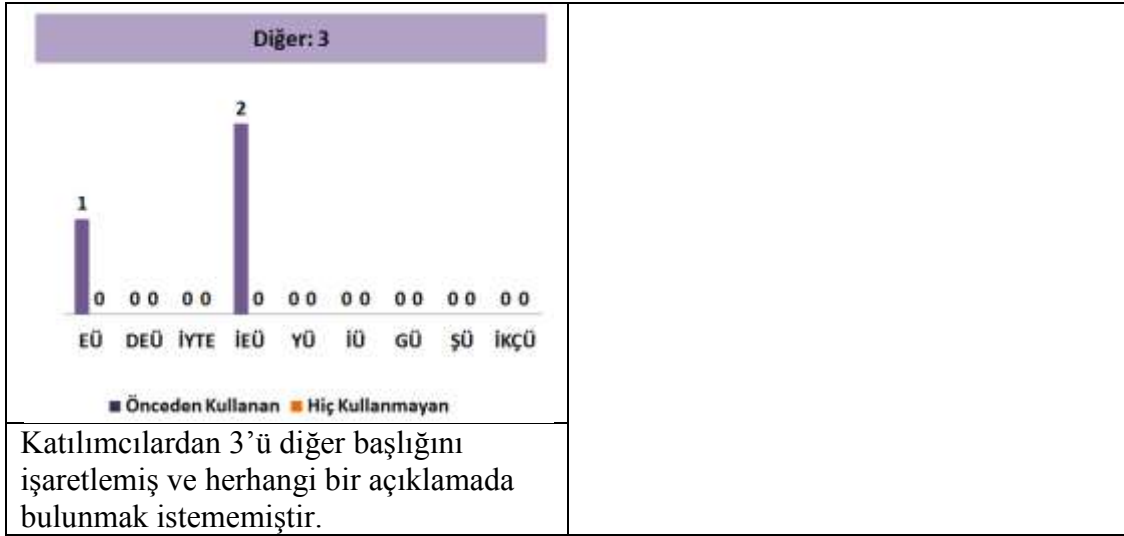
Daha önce Facebook kullananlardan 17'si 3-4 yıl, 12'si 5 yıldan fazla, 9'u 2-3 yıl ve 2'si 1 yıldan az süreyle bu ağı kullanmıştır.

3.6.4. Facebook Kullanmama Nedeni (Birden Fazla İşaretleme Yapılmıştır).

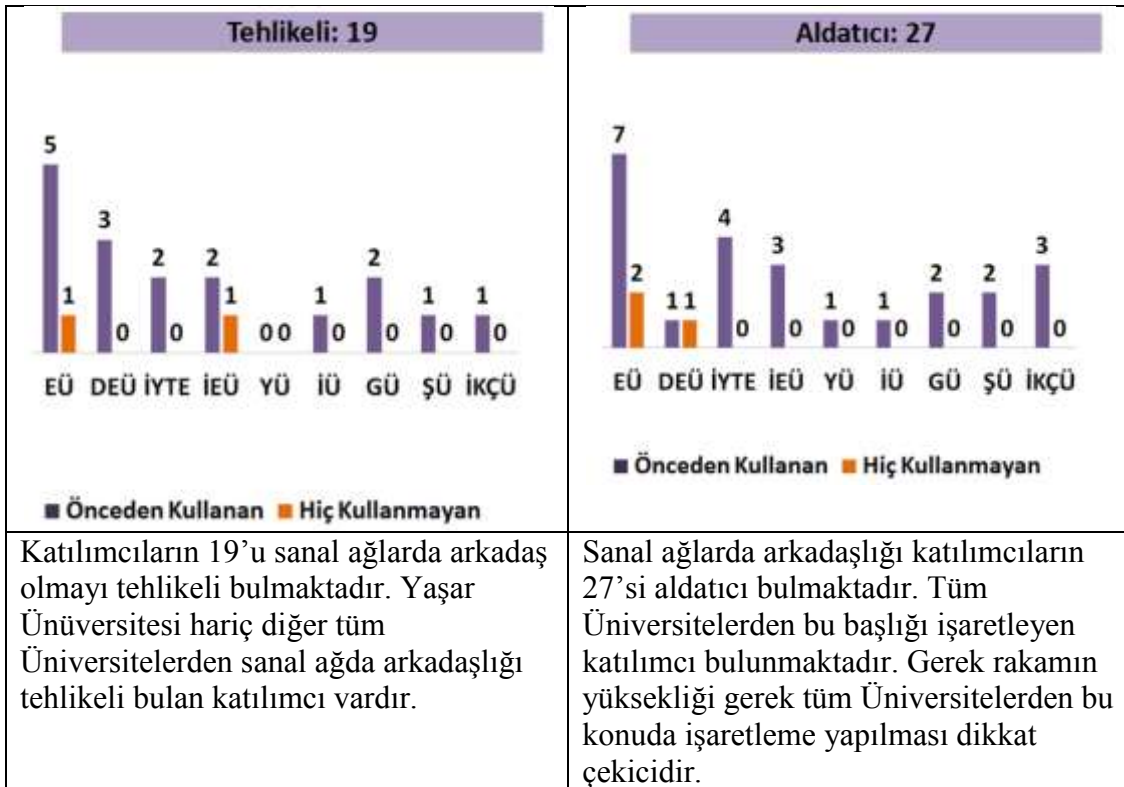
<p>Online harcanan aşırı zaman: 31</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Üniversite</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>3</td><td>1</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>4</td><td>1</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>4</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	5	1	DEÜ	3	1	İYTE	4	1	İEÜ	4	1	YÜ	1	1	İÜ	1	0	GÜ	3	0	ŞÜ	2	0	İKÇÜ	3	0	<p>İlgi eksikliği: 5</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Üniversite</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>1</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	0	0	DEÜ	0	0	İYTE	0	0	İEÜ	0	0	YÜ	0	1	İÜ	2	0	GÜ	0	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	1	0
Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	5	1																																																											
DEÜ	3	1																																																											
İYTE	4	1																																																											
İEÜ	4	1																																																											
YÜ	1	1																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	3	0																																																											
ŞÜ	2	0																																																											
İKÇÜ	3	0																																																											
Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	0	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	0	0																																																											
İEÜ	0	0																																																											
YÜ	0	1																																																											
İÜ	2	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	1	0																																																											
<p>45 katılımcıdan 31'i Facebook kullanmama nedenini online harcanan aşırı zaman olarak belirtmektedir. Ayrıca daha önceden Facebook kullanmayanların tamamının bu başlığı, kullanmama nedenleri olarak göstermeleri ve tüm Üniversitelerden bu başlığın puan alması dikkat çekicidir.</p>	<p>Facebook kullanmama gerekçesini yalnızca 4 Üniversite'den 5 kişi ilgi eksikliği olarak belirtmiştir. 40 kişi ise ilgi eksikliğini Facebook kullanmamak için bir gerekçe olarak açıklamamıştır.</p>																																																												
<p>Diğer İletişim Araçlarını Tercih Etmem: 9</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Üniversite</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	3	0	DEÜ	1	0	İYTE	1	1	İEÜ	1	0	YÜ	0	0	İÜ	1	0	GÜ	0	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	0	0	<p>Bağımlılık Oluşturması: 26</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Üniversite</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>8</td><td>1</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>3</td><td>1</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	8	1	DEÜ	3	1	İYTE	3	0	İEÜ	1	1	YÜ	1	0	İÜ	1	0	GÜ	2	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	3	0
Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	3	0																																																											
DEÜ	1	0																																																											
İYTE	1	1																																																											
İEÜ	1	0																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
Üniversite	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	8	1																																																											
DEÜ	3	1																																																											
İYTE	3	0																																																											
İEÜ	1	1																																																											
YÜ	1	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	2	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	3	0																																																											
<p>Facebook kullanmama gerekçesini 9 kişi diğer iletişim araçlarını tercih etmiş olarak açıklamıştır. 36 kişi ise bu başlığı bir gerekçe olarak görmemiştir.</p>	<p>45 katılımcının 26'sı Facebook'u bağımlılık oluşturması gerekçesiyle kullanmadığını belirtmiştir. Bu başlığın tüm Üniversitelerden puan alması dikkat çekicidir.</p>																																																												

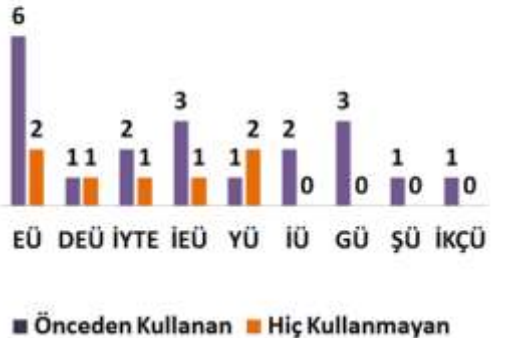
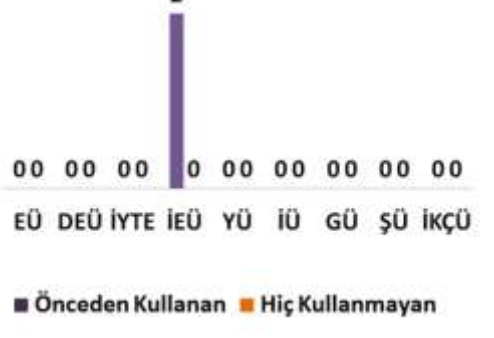
<p>Kişisel görüntümden hoşlanmamam: 2</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p>Sosyal medya araçlarının amaçlarından sapması: 8</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların yalnızca 2'si kişisel görünümünden hoşlanmama nedeniyle Facebook kullanmadığını belirtmiştir.</p>	<p>Katılımcıların 8'i sosyal medya araçlarının amaçlarından sapması nedeniyle facebook kullanmadıklarını belirtmiştir.</p>
<p>Gerçek hayatta sosyal olmaya engel olması: 13</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p>Akademik başarısızlık korkusu: 3</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 13'ü Facebook'u gerçek hayatta sosyal olmaya engel olduğunu düşündüğü için kullanmadığını belirtmiştir. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi'ndeki öğrencilerin tamamı bu konuda aynı fikirdedir.</p>	<p>45 katılımcıdan yalnızca 3'ü akademik başarısızlık korkusuyla Facebook kullanmadığını belirtmiştir. Ele alınan kurumların akademik yapıda olması ve akademik başarısızlığın gerekçe olarak yüksek görülmemesi dikkat çekicidir.</p>
<p>SMA'nın kullanımına ilişkin önyargı: 2</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p>Gizlilik endişesi: 9</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcılardan yalnızca 2'si sosyal</p>	<p>Katılımcıların 9'unun, özel ve mahrem</p>

<p>medya ağlarının kullanımına ilişkin önyargıya sahiptir. Bu durum katılımcıların çoğunda bu alana ilişkin yerleşmiş bir önyargı olmadığını gösterir.</p>	<p>hayatlarına ilişkin konularda, Facebook'ta gizli kalamayacaklarına ilişkin bir endişe yaşadığı görülmektedir.</p>																																																												
<p>Aile korkusu: 3</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	1	0	DEÜ	0	0	İYTE	0	0	İEÜ	2	0	YÜ	0	0	İÜ	0	0	GÜ	0	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	0	0	<p>Diğer sosyal medya ağlarını tercih etme: 7</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	1	0	DEÜ	1	0	İYTE	2	1	İEÜ	1	1	YÜ	0	0	İÜ	1	0	GÜ	0	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	0	0
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	1	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	0	0																																																											
İEÜ	2	0																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	0	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	0	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	1	0																																																											
DEÜ	1	0																																																											
İYTE	2	1																																																											
İEÜ	1	1																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	0	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
<p>Katılımcıların 3'ü, aile korkusu yaşamaları nedeniyle Facebook hesabına sahip olmadığını belirtmiştir. 3 kız öğrencinin ailelerinden korktuğu için bu mecedra bulunmamaları sayı az olsa da dikkat çekicidir.</p>	<p>Katılımcıların 7'si diğer sosyal ağları tercih ettikleri için Facebook'ta bulunmamaktadır. Bu konu Facebook'un kullanım amacı ve içeriği ile ilgili olabilir.</p>																																																												
<p>Arkadaş Etkisi: 2</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>1</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	1	0	DEÜ	0	0	İYTE	0	0	İEÜ	0	0	YÜ	0	1	İÜ	0	0	GÜ	0	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	0	0	<p>Siber zorbalık: 3</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	0	0	DEÜ	0	0	İYTE	1	0	İEÜ	0	0	YÜ	0	0	İÜ	0	0	GÜ	1	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	0	0
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	1	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	0	0																																																											
İEÜ	0	0																																																											
YÜ	0	1																																																											
İÜ	0	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	0	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	0	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	1	0																																																											
İEÜ	0	0																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	0	0																																																											
GÜ	1	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
<p>Katılımcılardan 2'si arkadaşlarının etkisi ile Facebook hesabının olmadığını belirtmiştir. Bu durum, gerçek hayattaki sosyal hayatın sanal hayatı etkileyebileceğini göstermektedir.</p>	<p>Katılımcılardan 3'ü siber zorbalığı gerekçe göstererek Facebook kullanmadığını belirtmiştir. Bu durum sanal ortamın güvensiz görülebileceğini göstermektedir.</p>																																																												

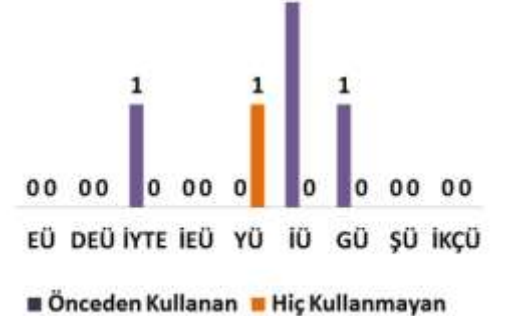
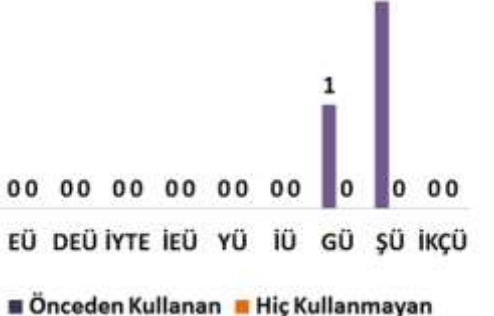


3.6.5. Sanal Arkadaşlık Üzerine Sosyal Ağ Kullanmayanların Fikirleri? (Birden Fazla İşaretleme Yapılmıştır).



<p style="text-align: center;">Anlamsız: 27</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Diğer: 2</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 27'si sanal arkadaşlığı anlamsız bulmaktadır. Katılımcı sayısı dikkat çekicidir.</p>	<p>Sanal arkadaşlık konusunda verilen başlıklara ek olarak diğer seçeneğini işaretleyenlerin sayısı 2'dir. Katılımcılar bu başlıkta herhangi bir açıklama yapmamışlardır.</p>

3.6.6. Facebook'ta Paylaşımlar Üzerine Fikirler... (Birden Fazla İşaretleme Yapılmıştır).

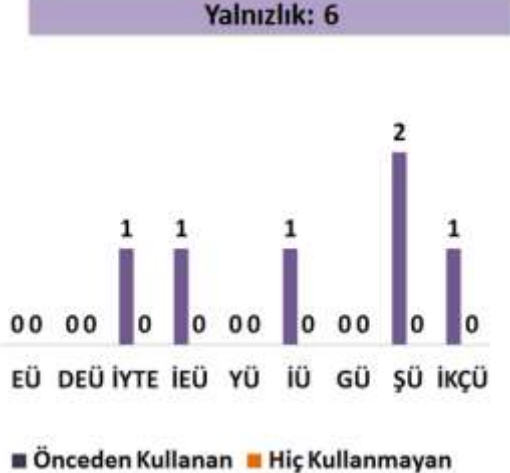
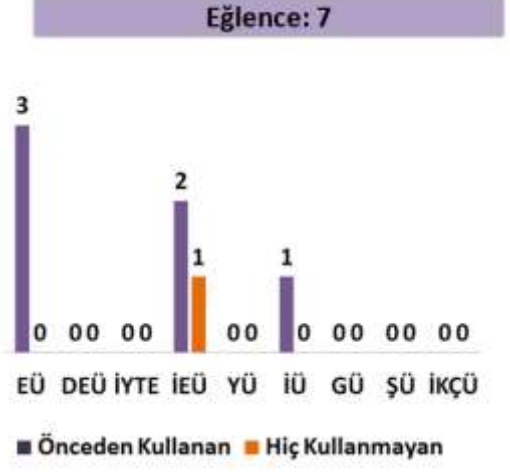
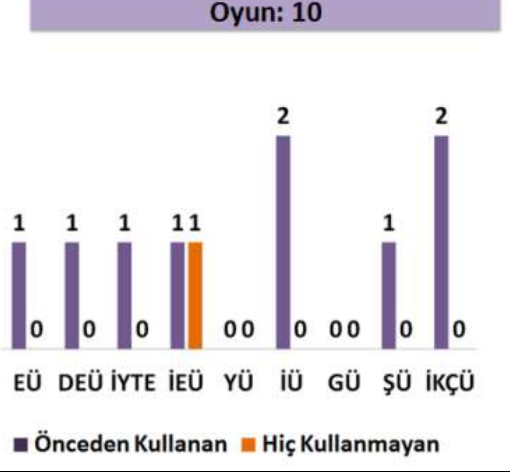
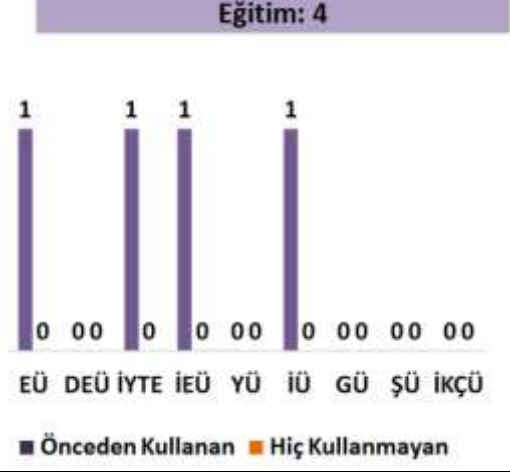

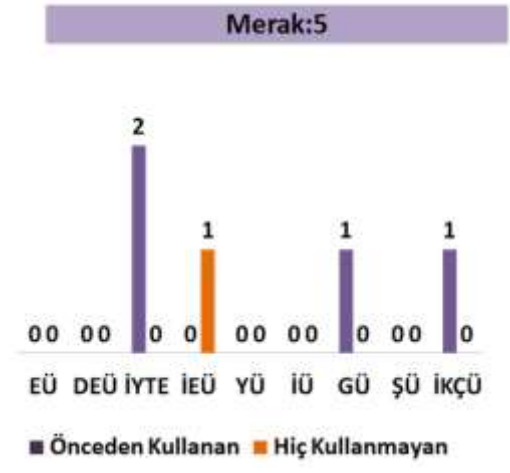
<p style="text-align: center;">Fotoğraf paylaşma olmamalı: 5</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Kişisel bilgi paylaşımı olabilir: 3</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 5'i Facebook'ta fotoğraf paylaşılma uygulamasını gereksiz görmüştür.</p>	<p>Katılımcıların yalnızca 3'ü kişisel paylaşım olabileceğini açıklamıştır. Bu durum 45 katılımcı üzerinden düşünüldüğünde dikkat çekicidir.</p>

<p style="text-align: center;">Fotoğraf paylaşımı olabilir: 0</p> <p style="text-align: center;">00 00 00 00 00 00 00 00 00</p> <p style="text-align: center;">EÜ DEÜ İYTE İEÜ YÜ İÜ GÜ ŞÜ İKÇÜ</p> <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Kişisel bilgi paylaşımı olmamalı: 15</p> <p style="text-align: center;">EÜ DEÜ İYTE İEÜ YÜ İÜ GÜ ŞÜ İKÇÜ</p> <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların hiçbiri fotoğraf paylaşımı olabilir başlığını işaretlememiştir. Bu durum dikkat çekicidir.</p>	<p>Katılımcıların 15'i Facebook'ta kişisel bilgi paylaşımının olmamasını düşünmektedir. Bu durum sosyal ağların misyonu ile çelişmektedir.</p>
<p style="text-align: center;">Politik görüş paylaşımı olabilir: 11</p> <p style="text-align: center;">EÜ DEÜ İYTE İEÜ YÜ İÜ GÜ ŞÜ İKÇÜ</p> <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Politik görüş paylaşımı olmamalı: 13</p> <p style="text-align: center;">EÜ DEÜ İYTE İEÜ YÜ İÜ GÜ ŞÜ İKÇÜ</p> <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 11'i politik görüş paylaşımının olabileceğini düşünmektedir.</p>	<p>Katılımcıların 13'ü politik görüş paylaşımının olmaması gerektiğini düşünmektedir.</p>
<p style="text-align: center;">Kısmen gerçek kimliği yansıtmaz: 8</p> <p style="text-align: center;">EÜ DEÜ İYTE İEÜ YÜ İÜ GÜ ŞÜ İKÇÜ</p> <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Gerçek olmayan bir kimlik yansıtmaz: 4</p> <p style="text-align: center;">EÜ DEÜ İYTE İEÜ YÜ İÜ GÜ ŞÜ İKÇÜ</p> <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>

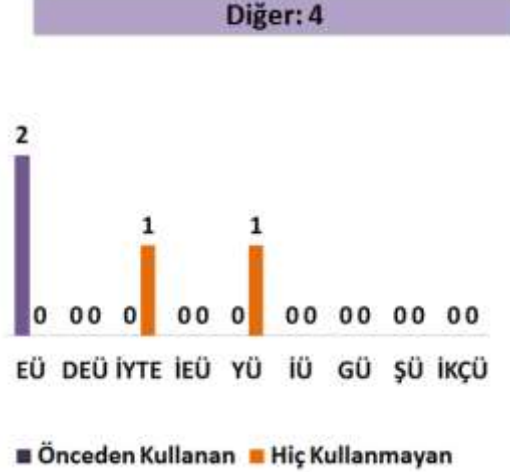
Katılımcıların yalnızca 8'i kısmen gerçek kimliği yansıtıcı yanıtını vermiştir.	Katılımcıların 4'ü gerçek olmayan bir kimliğin yansıtılabileceğini belirtmiştir.																														
<p style="text-align: center;">Gerçek kimlik yansıtma: 19</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>5</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>2</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	5	0	DEÜ	1	0	İYTE	1	2	İEÜ	1	1	YÜ	1	0	İÜ	2	0	GÜ	2	0	ŞÜ	2	0	İKÇÜ	1	0	
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																													
EÜ	5	0																													
DEÜ	1	0																													
İYTE	1	2																													
İEÜ	1	1																													
YÜ	1	0																													
İÜ	2	0																													
GÜ	2	0																													
ŞÜ	2	0																													
İKÇÜ	1	0																													
Katılımcıların 19'u, gerçek kimliğin yansıtılması gerektiğini belirtmiştir.																															

3.6.7. Facebook Kullanmaya İlişkin Bazı Genel Gerekçeler (Birden Fazla İşaretleme Yapılmıştır).

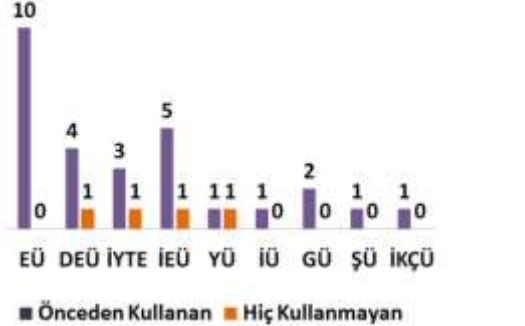
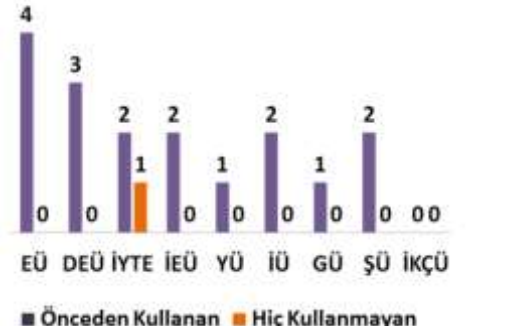
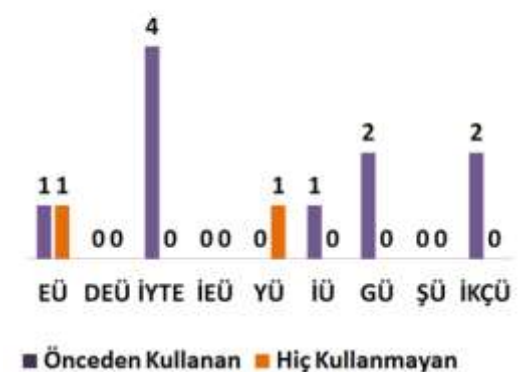
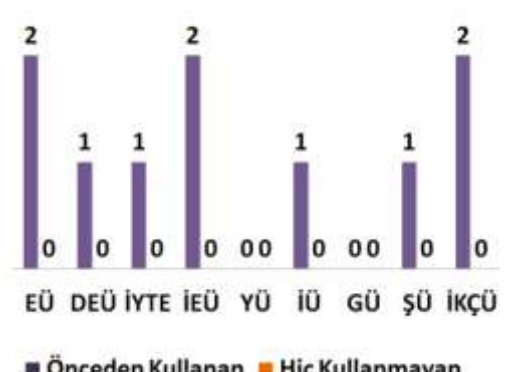
<p style="text-align: center;">Zaman harcama: 32</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>8</td><td>1</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>4</td><td>1</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>5</td><td>1</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>3</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	8	1	DEÜ	4	1	İYTE	5	1	İEÜ	3	1	YÜ	0	0	İÜ	2	0	GÜ	3	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	2	0	<p style="text-align: center;">İletişim: 11</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	3	0	DEÜ	2	0	İYTE	1	0	İEÜ	2	0	YÜ	1	0	İÜ	1	0	GÜ	0	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	0	0
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	8	1																																																											
DEÜ	4	1																																																											
İYTE	5	1																																																											
İEÜ	3	1																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	2	0																																																											
GÜ	3	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	2	0																																																											
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	3	0																																																											
DEÜ	2	0																																																											
İYTE	1	0																																																											
İEÜ	2	0																																																											
YÜ	1	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
Katılımcıların 32'si Facebook kullanılmasının en önemli gerekçelerinden birini zaman harcamayı istemek olarak görmektedir.	Katılımcıların 11'i Facebook'un iletişim amacıyla kullanıldığını düşünmektedir.																																																												

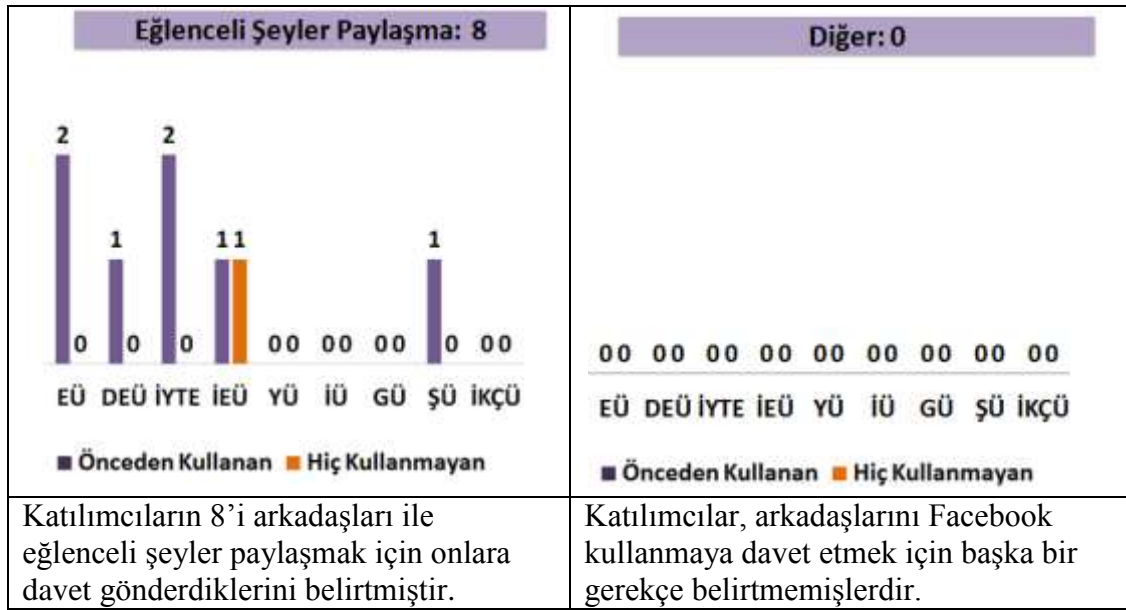
<p style="text-align: center;">Yalnızlık: 6</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	0	0	DEÜ	0	0	İYTE	1	0	İEÜ	1	0	YÜ	0	0	İÜ	1	0	GÜ	0	0	ŞÜ	2	0	İKÇÜ	1	0	<p style="text-align: center;">Eğlence: 7</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>3</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	3	0	DEÜ	0	0	İYTE	0	0	İEÜ	2	1	YÜ	0	0	İÜ	1	0	GÜ	0	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	0	0
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	0	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	1	0																																																											
İEÜ	1	0																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	2	0																																																											
İKÇÜ	1	0																																																											
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	3	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	0	0																																																											
İEÜ	2	1																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	0	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
<p>Katılımcıların 6'sı kullanıcıların yalnız olması nedeniyle Facebook kullandığını belirtmektedir.</p>	<p>Katılımcıların 7'si, Facebook'un eğlence amaçlı kullanıldığını belirtmektedir.</p>																																																												
<p style="text-align: center;">Oyun: 10</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>2</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	1	0	DEÜ	1	0	İYTE	1	0	İEÜ	1	1	YÜ	0	0	İÜ	2	0	GÜ	0	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	2	0	<p style="text-align: center;">Eğitim: 4</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	1	0	DEÜ	0	0	İYTE	1	0	İEÜ	1	0	YÜ	0	0	İÜ	1	0	GÜ	0	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	0	0
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	1	0																																																											
DEÜ	1	0																																																											
İYTE	1	0																																																											
İEÜ	1	1																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	2	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	2	0																																																											
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	1	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	1	0																																																											
İEÜ	1	0																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	1	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	0	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
<p>Katılımcıların 10'u, Facebook'un oyunları nedeniyle kullanıldığını düşünmektedir.</p>	<p>Katılımcıların 4'ü, Facebook'un eğitim amaçlı kullanıldığını belirtmektedir.</p>																																																												
<p style="text-align: center;">Yeni insanlarla görüşme: 3</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	0	0	DEÜ	0	0	İYTE	0	0	İEÜ	1	1	YÜ	0	0	İÜ	0	0	GÜ	0	0	ŞÜ	1	0	İKÇÜ	0	0	<p style="text-align: center;">Merak: 5</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>DEÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İYTE</td><td>2</td><td>0</td></tr> <tr><td>İEÜ</td><td>0</td><td>1</td></tr> <tr><td>YÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>GÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> <tr><td>ŞÜ</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>İKÇÜ</td><td>1</td><td>0</td></tr> </tbody> </table>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	0	0	DEÜ	0	0	İYTE	2	0	İEÜ	0	1	YÜ	0	0	İÜ	0	0	GÜ	1	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	1	0
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	0	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	0	0																																																											
İEÜ	1	1																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	0	0																																																											
GÜ	0	0																																																											
ŞÜ	1	0																																																											
İKÇÜ	0	0																																																											
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																																																											
EÜ	0	0																																																											
DEÜ	0	0																																																											
İYTE	2	0																																																											
İEÜ	0	1																																																											
YÜ	0	0																																																											
İÜ	0	0																																																											
GÜ	1	0																																																											
ŞÜ	0	0																																																											
İKÇÜ	1	0																																																											
<p>Katılımcıların 3'ü, Facebook'un yeni</p>	<p>Katılımcıların 5'i, Facebook'un merak</p>																																																												

<p>insanlarla görüşme imkanı vermesi nedeniyle kullanıldığını düşünmektedir.</p>	<p>amaçlı kullanıldığını belirtmektedir.</p>
<p>Video seyretme: 5</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p>Bilgi paylaşımı: 8</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 5'i, Facebook'un video seyretme amaçlı kullanıldığını belirtmektedir.</p>	<p>Katılımcıların 8'i, Facebook'un bilgi paylaşımı amacıyla kullanıldığını düşünmektedir.</p>
<p>Dikkat çekme: 5</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p>Flört etme: 3</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 5'ine göre, Facebook kullananlar dikkat çekmek istemektedir.</p>	<p>Katılımcıların 3'üne göre, Facebook flört amaçlı kullanılmaktadır.</p>
<p>Popüler kültür: 5</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p>Dinlendirme: 4</p> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>

Katılımcılardan 5'ine göre Facebook, popüler kültürün bir nesnesi olması nedeniyle kullanılmaktadır.	Katılımcılardan 4'ü, Facebook'un dinlendirme amaçlı kullanıldığını düşünmektedir.																														
 <p style="text-align: center;">Diğer: 4</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Önceden Kullanan</th> <th>Hiç Kullanmayan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EÜ</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>DEÜ</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>İYTE</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>İEÜ</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>YÜ</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>İÜ</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>GÜ</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>ŞÜ</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>İKÇÜ</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan	EÜ	2	0	DEÜ	0	0	İYTE	0	1	İEÜ	0	0	YÜ	0	1	İÜ	0	0	GÜ	0	0	ŞÜ	0	0	İKÇÜ	0	0	
Kategori	Önceden Kullanan	Hiç Kullanmayan																													
EÜ	2	0																													
DEÜ	0	0																													
İYTE	0	1																													
İEÜ	0	0																													
YÜ	0	1																													
İÜ	0	0																													
GÜ	0	0																													
ŞÜ	0	0																													
İKÇÜ	0	0																													
Katılımcılardan 4'ü, Facebook kullanma nedenini diğer başlığını işaretleyerek açıklamış ve herhangi bir ayrıntı aktarmamıştır.																															

3.6.8. Kullanıcılar Niçin Arkadaşlarını Facebook Kullanmaya Davet Eder? (Birden Fazla İşaretleme Yapılmıştır).

<p style="text-align: center;">Arkadaşlarla bağlantıda kalma: 32</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Bilgi paylaşımı: 18</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 32'si, arkadaşlarla bağlantıda kalmak için diğer arkadaşlarını facebook kullanmaya davet ettiklerini söylemiştir. Bu durum sosyal ağların misyonuna uymaktadır.</p>	<p>Katılımcıların 18'i, arkadaşları ile bilgi paylaşımında bulunmak için onları Facebook'a davet ettiklerini söylemiştir.</p>
<p style="text-align: center;">Yalnız Hissetme: 12</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>	<p style="text-align: center;">Oyun Oynama: 10</p>  <p style="text-align: center;">■ Önceden Kullanan ■ Hiç Kullanmayan</p>
<p>Katılımcıların 12'si, yalnız hissetmeleri nedeniyle arkadaşlarını Facebook kullanmaya davet ettiklerini söylemiştir.</p>	<p>Katılımcıların 10'u, oyun oynama amaçlı diğer arkadaşlarına davet gönderdiklerini söylemiştir.</p>



45 katılımcı ile yapılan çalışmada Facebook kullanmama nedeni olarak; online harcanan aşırı zaman ilk sırada gösterilmektedir (45/31). Bu başlıkta en az puanı sosyal medya araçlarının kullanımına ilişkin önyargı, arkadaş etkisi ve kişisel görüntüden hoşlanmama (45/2) almıştır. Ayrıca çoğunluk tarafından sosyal ağların aldatici ve anlamsız olduğu düşünülmektedir (45/27). Facebook'ta gerçek kimliği yansıtmalı diyenler ile (45/19), kişisel bilgi paylaşımı olmamalı (45/15) diyenlerin sayısı bir birine yakın görülmektedir. Facebook'ta fotoğraf paylaşımı olabilir diyen (45/0) kimsenin olmaması dikkat çekicidir. Facebook kullanmamaya ilişkin gerekçeler; zaman harcama (45/32), yeni insanlarla görüşme (45/3), flört etme (45/3) olarak belirtilmiştir. Bu başlıkta en yüksek işaretleme zaman harcama başlığına yapılmıştır. Kişilerin arkadaşlarını Facebook kullanmaya davet etme nedenlerinde ilk sırada arkadaşları ile bağlantıda kalma (45/32) ve son sırada eğlenceli şeyler paylaşma (45/8) işaretlenmiştir.

SONUÇ

Bir sosyal medya aracı olan sosyal ağlar, kullanılmaya başlandığı 90'ların sonundan itibaren her yaşta insanın ilgisini, dikkatini çekmekte ve gün geçtikçe bu yönde eğilim artmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri, sosyal ağların sunduğu imkânlardır. Kullanıcılar sosyal ağlar aracılığı ile yüzlerce sayfalık metni ulusal sınırların ötesine birkaç saniye içinde gönderebilmekte, coğrafi olarak

dünyanın diğer tarafındaki kişilerle görüntülü konuşabilmekte veya yine sınır içi veya dışındaki kişileri organize edebilmekte, bilgi paylaşımında bulunabilmekte ya da çevrimiçi haberleşebilmektedir. Sosyal ağların sunduğu imkânlarla ek olarak kişiler, sosyal ilişkilerini sürdürme, eğlence, sosyal olayları öğrenme, yeni insanlarla tanışma, boş zaman geçirme gibi nedenlerle de sosyal ağları kullanmak istemektedir. Sosyal ağların sunmuş olduğu imkânlar, kişiler kadar kurumlar için de büyük önem taşımaktadır. Kurumlar, düşük maliyetlerle, sanal ağ kullanıcısı olan hedef kitlelerine ulaşabilmekte ve bunun için yeni stratejiler üretmektedir.

Kişi veya kurumlar sosyal ağ kullanırken seçici davranabilmektedir çünkü farklı sosyal ağların farklı uygulamaları bulunmaktadır. Günümüzde, sosyal ağlar üzerine yapılan istatistiklere bakıldığında en çok kullanılan ağın Facebook olduğu görülmektedir. Facebook, gerek içeriği, gerek kullanım kolaylığı ve zamanında, gerekli içerik değişimlerini yapmak gibi doğru stratejiler nedeniyle dünyada ve Türkiye'de en çok kullanılan ağ olma özelliğini taşımaktadır. Dünya genelinde her 13 kişiden 1'inin, Türkiye'de ise her 10 kişiden 4'ünün Facebook hesabı bulunmaktadır. Rakamlara bakıldığında Türkiye dünya genelinde Facebook kullanıcısı bakımında ilk 5'te yer almaktadır. Özellikle Lise ve üniversite öğrencilerine denk gelen 16–24 yaş arasındaki internet kullanıcılarının yarısından fazlası başta Facebook olmak üzere çeşitli sosyal ağlarda bulunmaktadır. Ancak özellikle kızlar olmak üzere bazı öğrenciler, sosyal, kültürel, siyasi ve birtakım mahrem nedenlerle Facebook'ta olmayı istememekte veya açtıkları hesapları kapatabilmektedirler. Çalışmaya, bu sorun temel alınarak başlanmıştır. Literatürde sosyal ağların neden kullanıldığına ilişkin çalışmalar bulunmakta ancak bu çalışmada “neden kullanılmadığı” ele alınmaktadır.

Araştırmada, İzmir'deki Üniversitelerde okuyan ve Facebook kullanmayan toplam 45 kız öğrenciye ulaşılmış ve bu öğrencilerle yüz yüze görüşülerek yanıtlar alınmıştır. Çalışmada Scientific Journal of Media Education Dergisinde Zeynep Turan, Hasan Tinmaz ve Yüksel Göktaş'ın “The Reasons for Non-Use of Social Networking Websites by University Students” (2013) isimli makaleleri temel alınmıştır. Çalışmada tanımlayıcı vaka analizi ve veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır.

Ulaşılan sonuçlar aşağıda yer almaktadır:

- Katılımcıların yaş ortalaması 22'dir.
- Katılımcılardan 40'ı, daha önceden Facebook kullanıp sonra hesabını kapatmıştır. 5 kişi ise hiçbir zaman Facebook kullanmamıştır.
- Daha önce Facebook kullananlardan 17'si 3-4 yıl, 12'si 5 yıldan fazla, 9'u 2-3 yıl ve 2'si 1 yıldan az süreyle bu ağı kullanmıştır.
- Katılımcıdan 31'inin Facebook kullanmama nedenini online harcanan aşırı zaman olarak belirtmesi, katılımcıların bu mecrada gereğinden fazla zaman harcadığını düşündüğü anlamına gelebilir.
- 45 katılımcının yarısından fazlası (26'sı) Facebook'u bağımlılık oluşturduğu için kullanmadığını belirtmiştir.
- Sanal arkadaş olmayı katılımcıların 27'si, aldatıcı, yine 27'si, anlamsız, 19'u, tehlikeli bulmaktadır.
- Katılımcıların 19'u, Facebook'ta gerçek kimliğin yansıtılması gerektiğini, 8'i, kısmen, 4'ü, ise gerçek olmayan bir kimliğin yansıtılabileceğini belirtmiştir.
- Katılımcıların 15'i, kişisel bilgi paylaşımının olmaması gerektiğini düşünmektedir.
- Katılımcıların 32'si, Facebook kullanılmasının en önemli gerekçelerinden birini, zaman harcamayı istemek olarak görmektedir. Ayrıca katılımcıların 11'i iletişim, 10'u oyun, 8'i, bilgi paylaşımı, 7'si eğlence, 6'sı yalnızlık, 5'i merak, 5'i video seyretme, 5'i dikkat çekme, 5'i popüler kültür, 4'ü eğitim, 4'ü dinlendirme, 3'ü yeni insanlarla görüşme, 3'ü flört etme nedeniyle Facebook'un kullanıldığını belirtmiştir.
- Katılımcıların 32'si, arkadaşlarıyla bağlantıda kalmak için diğer arkadaşlarını Facebook kullanmaya davet ettiklerini söylemiştir. 18'i, arkadaşları ile bilgi paylaşımında bulunmak için, 12'si, yalnız hissettiği için, 10'u, arkadaşları ile oyun oynamak için ve 8'i, eğlenceli şeyler paylaşmak için arkadaşlarını Facebook'a davet ettiklerini söylemiştir.

Yukarıda görüldüğü gibi Facebook kullanmama nedeni olarak online harcanan aşırı zaman ilk sırada yer almaktadır. Bu konunun sosyolojik ve psikolojik açımları olabileceği gibi, sosyal ağların uygulama özellikleri ile de ilgili olabileceği söylenebilir. Facebook'a ilişkin yapılan eleştirilere rağmen katılımcıların yarıya yakını Facebook'ta gerçek kimliğin kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Ancak katılımcıların 1/3'ü de kişisel bilgilerin paylaşılmamasını doğru bulmaktadır. Bu başlıkta katılımcıların açık bir şekilde farklı taraflarda olabildikleri görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre kullanıcılar en çok arkadaşları ile bağlantıda kalmak için onları Facebook kullanmaya davet etmektedirler. Araştırmanın varsayımı “kızların Facebook kullanmama nedeni Facebook'u tehlikeli bulmaları” olarak belirlenmişti. Ancak araştırma sonunda varsayım doğrulanamamıştır.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK, Remzi; COŞKUN, Recai; BAYRAKTAROĞLU, Serkan; YILDIRIM, Engin (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- BOYD, M. Danah ve ELLISON, B. Nicole (2008). “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, p. 210–230.
- BOYD, Danah (2006), “Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community into Being on Social Network Sites”. *First Monday*, 11(12). Retrieved July 21, 1014, <http://www.firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1418/1336>.
- CHAN, C. Keith; VASARDANIA, Maria; WINTER, Stephan (2014), “Leveraging Twitter to Detect Event Names Associated with a Place”, *Journal of Spatial Science*, 59 (1), p. 137–155.
- DAILY MAIL REPORTER, (2014). “More Than Half of Children Use Social Media by the Age of 10: Facebook is Most Popular Site That Youngsters Join”, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2552658/More-half-children-use-social-media-age-10-Facebook-popular-site-youngsters-join.html> Erişim Tarihi: 17.03.2017.

- DAVID C. Li (2011). "Online Social Network Acceptance: a Social Perspective", *Internet Research*, 21 (5), p. 562-580.
- FUCHS, Christian (2017). *Scocial Media A Critical Introduction*, United Kingdom: Sage Yayınları.
- FACEBOOK STATISTICS DIRECTORY, <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/>, Erişim Tarihi: 15.03.2017.
- HEATHER, Ashley (2014). *Don't Get Trapped by Social Media While it's a Great Way to Communicate, Do So with Caution and Foresight*, Virginia: Journal of Education.
- KHAN, Anas ve KHAN, Riad (2012), "Embracing New Media in Fiji: the Way Forward for Social Network Marketing and Communication Strategies", *Strategic Direction*, 28 (4), p. 3-5.
- LEDBETTER, M. Andrew (2014). "Online Communication Attitude Similarity in Romantic Dyads: Predicting Couples' Frequency of E-Mail, Instant Messaging, and Social Networking Site Communication", *Communication Quarterly*, 62 (2), p. 233–252.
- NYLAND; Rob ve NEAR, Chris (2007). "Jesus is my Friend: Religiosity as a Mediating Factor in Internet Social Networking Use", Reno, NV: AEJMC Midwinter Conference, s. 1-29. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.168.4424&rep=rep1&type=pdf>
- NIELSEN SOCIAL, (2016), "Social Media Report", <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2017-reports/2016-nielsen-social-media-report.pdf>, Erişim Tarihi: 17.03.2017.
- OOZEER, Ammar (2014). "Internet and Social Networks: Freedom of Expression in the Digital age, *Commonwealth Law Bulletin*", 40 (2), p. 341–360.
- OFCOM, (2008), "Social Networking: a Quantitative and Qualitative Research Report into Attitudes, Behaviours and Use", Office of Communications,

www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/socialnetworking/report.pdf

PALMER, Adrian ve LEWIS, N. Koenig (2009). “An Experiential, Social Network-Based Approach to Direct Marketing”, *Direct Marketing: An International Journal*, 3 (3), p. 162-176.

SEZGİN, Deniz (2017). “Kurum Çalışanı Bakış Açısıyla Kurumsal İtibar” *Selçuk İletişim*, 9 (4), s. 141-163.

THE STATISTICS PORTAL, (2016). “Number of Monthly Active Facebook Users worldwide as of 4th quarter 2016 (in millions)” <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, Erişim Tarihi: 15.03.2017.

TROIANOVSKI, Anton; RAICE, Shayndi (2012). Facebook Explores Giving Kids Access, *WALL ST. J.*, June 4, A1.

WE ARE SOCIAL, (2016). “Dijital in 2016”, <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>, Erişim Tarihi: 14.03.2017.

YILDIRIM, Ali ve ŞİMŞEK Hasan (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık