

ÜNİVERSİTELERDE SOSYAL MEDYA KABULÜ

Öğr. Gör. Kudret Armađan
Dumlupınar Üniversitesi Simav MYO Simav/Kütahya
kudret.armagan@dpu.edu.tr

Öğr. Gör. Mustafa Baysal
Dumlupınar Üniversitesi Simav MYO, Simav/Kütahya
mustafa.baysal@dpu.edu.tr

Öğr. Gör. Canan Armađan
Dumlupınar Üniversitesi Şaphane MYO, Şaphane/Kütahya
canan.armagan@dpu.edu.tr

Özet

İnsanlık tarihi boyunca var olan iletişim internet ile son yıllarda yeni bir boyut kazanmıştır. İnternetin beraberinde gündelik hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya her geçen gün önemini daha çok hissettirmektedir. Sosyal medya olarak kullandığımız bu ortamlar, kullanıcı tabanlı olmasının yanında kitleleri ve insanları bir araya getirmesi ve aralarındaki etkileşimi arttırması bakımından da önem taşımaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla birlikte ele aldığımız sosyal medya toplumsallaştırmada önemli rol oynamaktadır. İnsanlar internet ve sosyal ağlar sayesinde yeni iletişim fırsatları keşfetmişler ve kullanmaya başlamışlardır. Sosyal ağlar insanlara, düşüncelerini ve eserlerini paylaşacakları imkânlar yaratmakta, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya sunmaktadır. Sosyal ağlar, sosyal medya, bloglar ve micro bloglar, hedef kitle ile iletişimi kurmak için yararlanılan web tabanlı uygulamalar, elektronik ortamdaki televizyon, radyo yayınları bireyin kendini içinde bulduğu ya da hissettiği sanal alemlerin yaratıldığı simülasyon uygulamaları, kişilerarası iletişimi güçlü kılan ortamları doğurmaktadır. Bu çalışma öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma, Türkiye’de öğrenim gören 304 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Örneklem grubundan elde edilen SMTÖ (Sosyal Medya Tutum Ölçeđi) toplam puanları ve alt boyutlardan alınan puanlar demografik değişkenlere göre karşılaştırılmıştır. Sonuçlar algılanan kullanım kolaylığı ile algılanan fayda arasında önemli bir etkinin olduğunu göstermektedir. Algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda ve subjektif normun tutum üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte tutumun kullanma niyeti üzerinde önemli etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, İletişim, Sosyal Medya Kabulü, Medya Kabulü.